

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CONO SUR DE LIMA

“UNTELS”

Carrera de Administración de Empresas



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION Y FUNCIONAMIENTO DEL
RESTAURANTE NATURAL**

“THANI”

**Proyecto de Negocios para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Empresas**

MARISOL PINEDO CALLE

Profesor Guía:

Dr. Ing. Frank Edmundo Escobedo Bailón

LIMA - PERU

DICIEMBRE 2015

DEDICATORIA

A Dios, a mis Padres Pablo F. Pinedo Moreno y María C. Calle Bendecí, por su apoyo incondicional y comprensión, a mi maestro y guía William Tapia, por la enseñanza y consejos impartidos.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida, a mi familia, por su apoyo incondicional, a mi tutor por la guía impartida y a todos mis maestros por la enseñanza y disposición que me confirieron a cada momento.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que contribuyeron con mi formación profesional y personal, les agradezco desde lo más profundo de mi corazón, por el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo por su cariño y amistad.

RESUMEN

Hoy en día encontramos que las personas tienen un estilo de vida muy activo y acelerado, la cual promueve el consumo de comidas rápidas, tales como; las denominadas “Comidas chatarras”, asimismo el consumo de carne animal y alimentos con alto contenido químico y bajo valor nutricional, aumenta las posibilidades de sufrir algunas enfermedades como; cáncer, infarto, obesidad, apendicitis, osteoporosis, artritis, colesterol, diabetes, incremento de los triglicéridos, contaminación de la sangre e intoxicación alimentaria, males cardíacos, entre otras, a mediano y largo plazo.

Los malos hábitos alimenticios de la mayoría de la población y la falta de una correcta educación nutricional, han llevado a un incremento en las muertes a causa de enfermedades directamente relacionadas con la dieta y Nutrición.

Frente a esto, en estos últimos años podemos observar nuevos cambios en las tendencias alimentarias, particularmente frente al consumo de alimento de origen animal, productos con alto contenido químico y de bajo valor nutricional. Las personas también están cambiando su forma de alimentación, el consumo de comidas y productos naturales tales como; menús vegetarianos, jugos, ensaladas de frutas, productos “light”, entre otros, ha ido creciendo paulatinamente.

Por ello, con el fin de contribuir y crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación, se elabora el presente Proyecto de Negocios, para la puesta en marcha de una nueva e innovadora forma de negocio, a través de la creación e implementación de un Restaurante Natural denominado “**THANI**”, en la cual promueve una nueva alternativa de alimentación saludable, variada y divertida, enfocada hacia todas las personas preocupados por vivir sanamente.

ABSTRACT

Today we find that people have a very active lifestyle and accelerated, which promotes the consumption of fast foods, such as; called "junk foods", also the consumption of animal meat and foods high chemical content and low nutritional value, increases the chances of getting certain diseases such as; cancer, stroke, obesity, appendicitis, osteoporosis, arthritis, cholesterol, diabetes, increased triglycerides, blood contamination and food poisoning, heart disease, among others, medium and long term.

Poor eating habits of most of the population and lack of proper nutrition education have led to an increase in deaths directly related to diet and nutrition diseases.

Against this, in recent years we see new changes in food trends, particularly against the consumption of animal food products with high chemical content and low nutritional value. People are changing their way of eating, drinking foods and natural products such as; vegetarian menus, juices, fruit salads, "light" products, among others, has grown steadily.

Therefore, in order to contribute and create a culture of prevention of diseases through proper nutrition, this Draft Business, for the launch of a new and innovative way business is made through the creation and implementation of a Natural Restaurant called "THANI", which promotes a new alternative for healthy, varied and fun food, focused on all people concerned about healthy living.

INDICE

- CARÁTULA
- DEDICATORIA
- AGRADECIMIENTO
- RESUMEN
- ABSTRACT
- ÍNDICE
- INTRODUCCIÓN

I. RESUMEN EJECUTIVO.....14

II. ANÁLISIS DE MERCADO17

2.1 Análisis del Sector

2.1.1. Análisis e investigación a nivel nacional

2.1.2 Análisis e Investigación Del Cono Sur De Lima

2.1.3 Análisis e Investigación Del Distrito de San Juan de Miraflores.

2.2 Estimación del Mercado Potencial

2.2.1 Procedimiento para determinar el Mercado Potencial.

2.3 Análisis de la Competencia

2.3.1 Matriz de Perfil Competitivo.

2.4 Análisis de la Ventaja Competitiva.

2.4.1 Tipo de Comida saludable y Bebidas alternativas.

2.4.2 Servicio

2.4.3 Ambientación

2.4.4 Análisis de los Proveedores.

III. FODA EMPRESARIAL.....31

3.1 Fusión De Componentes del Foda Empresarial

IV. ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN

4.1 Misión de Nuestra Empresa

4.2 Visión De Nuestra Empresa

4.3 Objetivo General

4.3.1 Objetivo Específicos

4.4 Ubicación del Establecimiento

V. VENTAJA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS.....37

- 5.1. Estrategia de Producto
- 5.2. Estrategia de precio
- 5.3. Estrategia de promoción
- 5.4. Estrategia de Plaza

VI. ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....41

- 6.1. Diseño del Producto o del Servicio
- 6.2. Proceso Productivo
- 6.3. Distribución del espacio en el área de trabajo
- 6.4. Cálculo de materiales
- 6.5. Determinación de máquinas, herramientas y equipos
 - 6.5.1. Para las máquinas
 - 6.5.2. Para las herramientas y equipos
 - 6.5.3. Organización de las personas en el proceso productivo

VII. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....63

- 7.1 Presupuesto de Ventas e Ingresos.
- 7.2 Presupuesto de Costos
- 7.3 Presupuesto de Inversiones
 - 7.3.1 Cálculo del Costo Unitario y del Precio
 - 7.3.2 Cálculo del Punto de Equilibrio
- 7.4 Análisis Financiero
 - 7.4.1. El Estado de Ganancias y Pérdidas
 - 7.4.2. El Flujo de Caja Económico
 - 7.4.3. El Flujo de la deuda
 - 7.4.4. El Balance General Proyectado

VIII. EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD.....94

- 8.1. Definir los beneficios para los grupos de interés (Inversionistas, Trabajadores, Proveedores, Clientes, Estado y Comunidad).
- 8.2. Evaluación Social (Cálculo del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de sensibilidad, Responsabilidad Social Empresarial y Análisis Ambiental)

- CONCLUSIONES.....99
- RECOMENDACIONES.....101
- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....102
- ANEXOS

LISTADO DE FIGURAS

- FIGURA N° 1: INCREMENTO POBLACIONAL DE EDADES POR GRUPOS QUINQUENALES.
- FIGURA N° 2: INCREMENTO DE POBLACIONAL POR SU SEXO
- FIGURA N° 3: DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA
- FIGURA N° 4: COMPETIDOR DIRECTO- “EL FRUTAL”
- FIGURA N° 5: COMPETIDOR DIRECTO- “LA DIETA”
- FIGURA N° 6: UBICACION DEL ESTABLECIMIENTO.
- FIGURA N° 7: MAPA DE UBICACIÓN “ESTRATEGIA DE PLAZA”

LISTADO DE TABLAS

- CUADRO N° 1: PROYECCIÓN DE POBLACIÓN DE MUJERES Y HOMBRES, AÑO 2015
- CUADRO N° 2: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DE UN MENU
- CUADRO N° 2-A: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DE 1232 PLATOS DE MENU
- CUADRO N° 3: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DE UN JUGO
- CUADRO N° 3-A: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DE 200 JUGOS.
- CUADRO N° 4: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA ENSALADA DE FRUTA
- CUADRO N° 4-A: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ELABORACIÓN DE 15 ENSALADAS DE FRUTA

- CUADRO N° 5 MÁQUINAS Y EQUIPOS
- CUADRO N° 6: HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS REQUERIDOS
- CUADRO N° 7: CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL
- CUADRO N° 8: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO
- CUADRO N° 9: PRESUPUESTO DE VENTAS
- CUADRO N° 10: PRESUPUESTO DE INGRESOS POR PRODUCTO
- CUADRO N° 11: PRESUPUESTO DE INGRESOS
- CUADRO N° 12: GASTOS PREOPERATIVOS
- CUADRO N° 13: PRESUPUESTO DE COSTOS
- CUADRO N° 14: PUNTO DE EQUILIBRIO
- CUADRO N° 15 PRESUPUESTO DE INVERSIONES
- CUADRO N° 16: CUADRO DE DEPRECIACION
- CUADRO N° 17: FINANCIAMIENTO BANCARIO PARA DESARROLLO DEL NEGOCIO
- CUADRO N° 18: CUADRO DE AMORTIZACION
- CUADRO N° 19: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS
- CUADRO N° 20: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO
- CUADRO N° 21: BALANCE GENERAL PROYECTADO: MES 0
- CUADRO N° 22: BALANCE GENERAL PROYECTADO: MES 1
- CUADRO N° 23: BALANCE GENERAL PROYECTADO: MES 2
- CUADRO N° 24: SIGLAS MAYORMENTE USADAS

INTRODUCCION

En la antigua Grecia ya Hipócrates había dicho la conocida frase “*que tu alimento sea tu medicina, y que tu medicina sea tu alimento*”, estableciendo en sus obras médicas para un buen funcionamiento del cuerpo, era vital la calidad y tipo de alimentos que se ingerían en la dieta. Dieta basada en la ingesta total o parcial de alimentos procedentes del reino vegetal, quedando excluidos todos los productos de origen animal.¹

Si se analiza un poco más el origen del hombre, se entiende que Hipócrates fue tan certero. El relato bíblico (1,24-31)² afirma que el mundo original habría sido creado natural, en donde los animales no se comían unos a otros, y el equilibrio natural de las comunidades y poblaciones de vertebrados, se mantenía mediante procesos distintos de depredación. En la primera pauta alimenticia que Dios entrega al inicio de la creación se aprecia que esta estaba diseñada para que el ser humano y los animales vertebrados , terrestres y aéreos, vivieran en forma estricta una dieta de tipo vegetal “.....*Os doy toda hierba que lleva su semilla sobre toda la superficie de la tierra y todo árbol cuyo fruto lleva su semilla; este será vuestro alimento....*”: y para los animales terrestres y aéreos agrega : “*A todo animal de la tierra, a toda ave del cielo, a todo lo que bulle en la tierra y tiene alimento de vida, le doy toda hierba verde*” Luego de definir este primer plan de alimentación y mirar todo lo que había hecho era bueno en gran manera, no teniendo cabida en la satisfacción divina el que unos animales fuesen alimentos de otros (Génesis 1,31)²: “*No hay ninguna agresividad entre los hombres y animales. El hombre no teme a los animales, ni se alimenta de ellos*”.

¹ GARCIA C., GARCIA E., Tratados Hipocráticos III Sobre el alimento, Ed. Gredos, Madrid, 1997.p 254

² CASTEL, François Comienzo Los once primeros capítulos del génesis, Ed. Verbo Divino, Navarra, 1987, p 40.

Igualmente, científicos naturalistas como Carlos Linneo (1707-1176), médico de la Armada de Suecia; Jorge Caviar (1769-1832), anatomista y geógrafo francés; y Carlos Darwin (1809-1882), famoso estudioso inglés; corroboran lo mismo. Declararon que los primeros antepasados humanos no se alimentaban de carne, ni predominantemente de semillas, brotes, hojas o hierbas. Tampoco eran Omnívoros, sino que subsistieron principalmente con una dieta de frutas. *“Cada diente examinado, de los provenientes de los homínidos del periodo de doce millones de años que conducen al homo erectas resulto ser el de un comedor de frutas. Además la gradación de formas, funciones de los organismos, costumbres y dietas, muestra de modo evidente, que la alimentación normal del hombre es vegetal como la de los antropomorfos y monos, y que sus colmillos, menos desarrollos que los de estos, no están destinados a competir con las fieras ni animales carnívoros”*³

Pese a todas estas investigaciones y declaraciones desde diferentes puntos de vista, la dieta del ser humano hasta la actualidad ha sido tanto animal como vegetal, ocasionándole a la naturaleza un sin número de problemas, y al hombre miles de enfermedades que se han comenzado a ver con mayor magnitud a lo largo de los últimos años; por esto en la actualidad a nivel mundial se están manifestando cambios en las tendencias alimentarias, particularmente frente al consumo de alimento de origen animal, con alto contenido químico y de bajo valor nutricional.

Sin embargo, según el análisis de los mercados mundiales realizados por la FAO⁴, el panorama general entre esta tendencia y lo que oferta el mercado alimenticio es muy diferente. Se demuestra que a pesar del aumento en el

³ Los alimentos funcionales son aquellos que pueden proporcionar un beneficio para la salud, además de nutrición básica. Algunos ejemplos de estos alimentos incluye tanto las frutas y las verduras como a otros alimentos fortificados y mejorados.

⁴ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Estudios de la FAO sobre los alimentos y la población, Colección FAO: Desarrollo Económico Social, Roma, 1976, pp. 113-115.

consumo y utilización de cereales, féculas, aceites vegetales, legumbres, frutas y hortalizas a nivel mundial por parte de los consumidores; los productores e industriales ofrecen cada vez más productos con poco o ningún valor nutricional y de alto contenido calórico, y destinan los cereales y semillas oleaginosas para usos agroindustriales, mientras miles de personas mueren de hambre, desnutrición o inanición, alrededor del mundo.

Los estudios realizados al respecto también muestran el crucial panorama por el que atraviesa la salud del ser humano y cada vez más se enfocan en recomendar un menor consumo de carnes y un mayor consumo de verduras, frutas, cereales, frutos secos, etc.; sin embargo da la sensación que la tendencia se invierte, pues en la actualidad, en cualquier lugar civilizado del mundo, el consumo de carnes es algo muy común. Y las consecuencias son enormes, advierten los expertos, pues hay un alarmante aumento en las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, el colesterol y los cánceres, todas éstas estrechamente relacionadas con el consumo de carnes y grasas saturadas, y la falta de alimentos funcionales en la dieta.

” El problema es que hoy en día, en gran parte del mundo la comida basura⁵ es mucho más barata y accesible que las frutas y verduras. Es por eso que la gente opta por las dietas menos sanas”. Concluyo Pedro Kaufmann de la Sociedad Uruguaya para el estudio de la obesidad, en un estudio realizado por los científicos de la Universidad de Carolina del Norte.

Adicional a esto, los malos hábitos alimentarios de toda la población y la falta de una correcta educación nutricional, han llevado a un incremento en las muertes a causa de enfermedades directamente relacionadas con la dieta y Nutrición.

En Perú infortunadamente el panorama no es distinto. Los problemas relacionados con la salud por no tener una adecuada alimentación se están

⁵ La comida basura o comida chatarra es un término descriptivo para la comida que es percibida como insalubre o con poco valor nutritivo, de acuerdo con la agencia de estándares alimenticios.

presentando en todo el territorio Peruano. Los peruanos se debaten entre dos extremos, el exceso y la escasez. Algunos no tiene acceso por falta de dinero, mientras que otros podrían alimentarse bien pero no lo hacen. Al final todos confirman un diagnóstico: la mayoría de la población peruana no se alimentan bien, la desnutrición ha aumentado, como la obesidad, el hambre y los trastornos alimenticios. Y el consumo de vegetales y frutas es cada vez más bajo.

Finalmente, para concientizar y fomentar una cultura alimenticia saludable, se elabora el presente proyecto de Negocios, con la creación de un Restaurante Natural, denominado "THANI". Puesto que, una alimentación variada, completa y equilibrada es la base de una comida saludable, la cual permite que nuestro cuerpo funcione con normalidad y prevenga el riesgo de padecer ciertas alteraciones o enfermedades a corto, mediano y largo plazo. La hipertensión, obesidad, diabetes, enfermedades, cardiovasculares, trastornos de la conducta alimentaria e incluso ciertos tipos de cáncer se relacionan con una alimentación desequilibrada. No es, normalmente, una relación directa de causa-efecto, pero sí supone uno de los factores que contribuye a aumentar el riesgo de aparición y desarrollo de dichas enfermedades.

Las proteínas, grasas e hidratos de carbono, vitaminas, minerales y agua son alimentos importantes dentro de nuestra rutina alimenticia, ellos nos proveen de energía y nutrientes, sin embargo, se necesitan alimentos como fibra y antioxidantes naturales que están presentes fundamentalmente en los vegetales y cereales, que se comportan como elementos protectores de estas enfermedades.

THANI, proyecta ofrecer una alternativa diferente no solo en su estructura de servicio sino en el concepto de comida saludable, estoy convencida a base de la información científica existente, que las modificaciones de la alimentación y del estilo de vida tiene un enorme potencial para reducir el riesgo de enfermedad y mejorar la calidad de vida de la población

I. RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad observamos que las personas tienen un estilo de vida muy activo y acelerado, la cual promueve el consumo de comidas rápidas, tales como; las denominadas “Comidas chatarras”, asimismo el consumo de carne animal y alimentos con alto contenido químico y bajo valor nutricional, aumenta las posibilidades de sufrir algunas enfermedades como; cáncer, infarto, obesidad, apendicitis, osteoporosis, artritis, colesterol, diabetes, incremento de los triglicéridos, contaminación de la sangre e intoxicación alimentaria, males cardíacos, entre otras, a mediano y largo plazo.

Adicional a esto, los malos hábitos alimentarios de toda la población y la falta de una correcta educación nutricional, han llevado a un incremento en las muertes a causa de enfermedades directamente relacionadas con la dieta y Nutrición.

Por ello, con el fin de contribuir y crear una cultura de prevención de enfermedades a través de una correcta alimentación, se elabora el presente Proyecto de Negocios, para la puesta en marcha de una nueva e innovadora forma de negocio, a través de la creación e implementación de un Restaurante Natural denominado “**THANI**”, en la cual promueve una nueva alternativa de alimentación saludable, variada y divertida, enfocada hacia todas las personas preocupados por vivir sanamente.

“**THANI**” es un Restaurante de Comida Natural, que tiene como objetivo brindar a sus clientes productos frescos, naturales y de calidad que le ofrezcan una alternativa en la alimentación diaria, satisfaciendo sus gustos de forma saludable, nutritiva y balanceada.

Esta idea de negocio está basada en la salud y bienestar de los consumidores, para ello se ofrece productos naturales y orgánicos evitando los alimentos procesados, queremos que las verduras, cereales, menestras hortalizas pasen de ser acompañantes para convertirse en las protagonistas, nuestro cliente será el creativo en su preparación, ya que al ingresar al establecimiento encontrará una variedad de productos naturales.

Todo el enfoque que proyecta el Restaurante Natural “**THANI**” está basado en el mensaje de una correcta y adecuada alimentación saludable, tal es así que “**THANI**” tiene como significación en el nombre escogido para este restaurante proveniente de una palabra quechua que significa que "Goza de Buena Salud", la cual va enfocado en la preparación de nuestros productos a base de insumos naturales, que contribuyen al bienestar de nuestros clientes.

El Slogan que se eligió también transmite un mensaje de una correcta nutrición *“Por una alimentación sana, divertida y variable”*, tal es así que “**THANI**” desde todos los enfoques que se observe, hace se posicione en la mente del consumidor, no solo a través de la imagen, la deliciosa y saludable comida, sino a través de todo lo que transmite en su conjunto a manera holística e integral.

“THANI” tendrá una correcta ubicación estratégica, la cual será en el Distrito de San Juan de Miraflores, donde a través del análisis y observación, se pudo determinar que existe una gran concentración de numerosas empresas, tiendas entre otros, con alta concurrencia del público. En este sector está ubicado nuestro principal mercado objetivo ejecutivos, amas de casa, y trabajadores en general, que tienen un estilo de vida activo y ocupado y que desean equilibrar su vida laboral y personal, hombres y mujeres entre los 20 y 65 años, sector C y D.

II. ANALISIS DEL MERCADO.

2.1 ANALISIS DEL SECTOR.

2.1.1 ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN A NIVEL NACIONAL

Nuestra gastronomía se ha colocado entre las mejores del mundo. Lima está considerada al nivel de París y Cantón.

En el Perú existen 66 mil restaurantes. En Lima 32 mil. Son 300 mil peruanos los que viven de la gastronomía, 60% son cocineros, mozos o administradores del establecimiento. El 40% realiza ocupaciones transversales como lavaplatos o cuidadores de autos. El 62% tiene solo 5to de primaria. La remuneración promedio es de 740 soles mensuales.⁶

La gastronomía representa el 4.2 % del PBI. Se abren 16 restaurantes al día. En los próximos cinco años se duplicará el empleo.

De los casi 400 restaurantes que hay en Perú, la mayoría de los cocineros son de la sierra y formados en la “escuela de la vida”.

2.1.2 ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DEL CONO SUR DE LIMA

El cono sur de lima ocupa el tercer lugar en cuanto a número de habitantes y manzanas de viviendas, siendo la gran mayoría de los NSE C y D. Los distritos más poblados son Villa El Salvador, San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo, el cual tiene casi un 40% de manzanas de vivienda del NSE E. Los puestos de Mercado y las bodegas son los establecimientos que más han desarrollado en esta zona. Además, cuenta con el mayor número de mueblerías y mercados de abastos de la Gran Lima.

⁶ Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), año 2014.

2.1.3 ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DEL DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES

San Juan de Miraflores tiene una población de 404,001 habitantes según datos del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática).

De los 404,001 habitantes de San Juan de Miraflores, 198,688 son mujeres y 205,313 son hombres. Por lo tanto, el 49,18 por ciento de la población son hombres y las 50,82 mujeres.

Si comparamos los datos de San Juan de Miraflores con los del departamento de Lima concluimos que ocupa el puesto 7 de los 171 distritos que hay en el departamento y representa un 4,2941 % de la población total de ésta.

A nivel nacional, San Juan de Miraflores ocupa el puesto 8 de los 1.833 distritos que hay en Perú y representa un 1,3229 % de la población total del país.⁷

2.2 ESTIMACION DEL MERCADO POTENCIAL.

Nuestros clientes potenciales son los pobladores del distrito de San Juan de Miraflores con un rango de edad entre 15 a 69 años tanto varones como mujeres, en su mayoría adultos que están dentro del nivel socioeconómico B y C; con un gasto promedio de S/9.00 nuevos soles en un plato de menú diario. Por ello ofreceremos promociones atractivas y especiales entre estos; combos personales y las ofertas personales.

Nuestros clientes son personas que buscan productos y servicios de calidad, saludables y balanceados, en un ambiente atractivo, higiénico y de confort.

⁷ Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática), julio - 2015.

2.2.1 PROCEDIMIENTO PARA DETERMINAR EL MERCADO POTENCIAL:

Datos expuestos para la determinación del mercado potencial

- a. NSE = B y C (Típico)
- b. 15 a 69 años de edad
- c. Zona: San Juan de Miraflores

Nota: En el INEI para julio del año 2015, se encontró los datos de la población total de habitantes del distrito de San Juan de Miraflores, así como el porcentaje de hombres y mujeres, por ello se establece lo siguiente:

Cuadro N° 1: Proyección de Población de Mujeres y hombres, Año 2015

PROYECCION DE POBLACION DE MUJERES Y HOMBRES, EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES, AÑO 2015.
--

Población 2015	2015	
	Mujeres	Hombres
	49.18%	50.82%
397,113	198,688	205,313

Fuente: Elaboración Propia

e. Estimación del número de MUJERES y HOMBRES en el distrito de San Juan de Miraflores, en el año 2015.

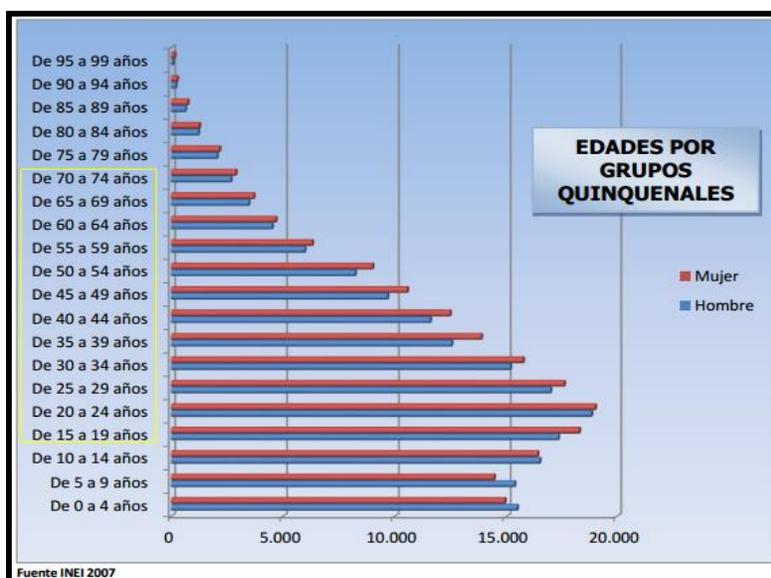
- 1. 50.82% de los habitantes en el distrito son hombres.
- 2. 49.18% de los habitantes en el distrito son mujeres.

3. Si el total de los habitantes de SJM en el año 2015 es 404,001.

3. Entonces hay: 205,313 hombres y 198,688 mujeres.

f. Posterior a esto debemos obtener la información por grupos quinquenales que también es proporcionada por el INEI Censo Nacional de Población 2007, de forma directa o revisando el Plan de Desarrollo Concertado al 2021 que elaboro la municipalidad de San Juan de Miraflores el año 2007.

Figura N° 1: Incremento Poblacional de Edades por Grupos Quinquenales.



Fuente: INEI 2007 - Incremento Poblacional de Edades por Grupos Quinquenales del Distrito, año 2014.

Figura N° 2: Incremento de Poblacional por su sexo.

DISTRITO SAN JUAN DE MIRAFLORES	POBLACIÓN		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
De 0 a 4 años	15,472	14,914	30,386
De 5 a 9 años	15,354	14,434	29,788
De 10 a 14 años	16,488	16,391	32,879
De 15 a 19 años	17,326	18,278	35,604
De 20 a 24 años	18,826	18,997	37,823
De 25 a 29 años	16,970	17,588	34,558
De 30 a 34 años	15,163	15,737	30,900
De 35 a 39 años	12,534	13,860	26,394
De 40 a 44 años	11,574	12,466	24,040
De 45 a 49 años	9,667	10,554	20,221
De 50 a 54 años	8,221	8,996	17,217
De 55 a 59 años	5,964	6,301	12,265
De 60 a 64 años	4,507	4,670	9,177
De 65 a 69 años	3,461	3,686	7,147
De 70 a 74 años	2,660	2,881	5,541
De 75 a 79 años	2,038	2,157	4,195
De 80 a 84 años	1,207	1,254	2,461
De 85 a 89 años	626	738	1,364
De 90 a 94 años	199	258	457
De 95 a 99 años	74	152	226
TOTAL	178,331	184,312	362,643

Fuente: INEI – 2007

Fuente: INEI 2007: Incremento de Población por Sexo Con Su Distribución de Edades del Distrito, Año 2014.

g. Tomando en cuenta lo anterior, podemos ver que la suma de los dos grupos quinquenales desde los 15 hasta los 69 años para los hombres igual a 34.3% y para las mujeres es igual a 36.2%, se establece nuestro mercado potencial.

1. Operación matemática: TOTAL DE MUJERES X 36.2%
2. Operación matemática: TOTAL DE HOMBRES X 34.3%
3. Es decir: $198,688 \times 0.362 = 71,925$ mujeres.
4. Es decir: $205,313 \times 0.343 = 70,423$ hombres.
5. Mercado potencial: 142,348 población de 15 a 69 años

i. APEIM: Tablas sugeridas por APEIM para estimar el porcentaje de cada nivel socioeconómico respecto al tamaño de la población estudiada. (Buscar dato en la página de APEIM 2015, Data ENAHO 2014).

Figura N° 3: Distribución de Niveles por Zona

Apeim
Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados

DISTRIBUCIÓN DE NIVELES POR ZONA APEIM 2015 - LIMA METROPOLITANA
(%) HORIZONTALES

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

APEIM 2015: Data ENAHO 2014

Fuente: APEIM 2015.

Nota: Dato obtenido de la página del APEIM <http://apeim-nse-2015-socioeconomico>, encuentra anexo en el apartado de Niveles Socio Económicos de dicha página.

Nota 2: Podemos observar en la gráfica la aparición del nivel socioeconómico C y D, en la Zona 8, donde está ubicado el distrito de San Juan de Miraflores, por tal motivo es importante tomar todo el rango de NSE el nivel C y D.

1. La suma los porcentajes mencionados es: $40.1 + 24.6 = 64.7\%$
2. Al total de mujeres y hombres de 15 a 69 años que son: 71,925 y 70,423 respectivamente, se le toma solamente el 64.7% para cada uno.
3. Es decir Mujeres: $71,925 \times 0.678 = 48,766$ y Hombres: $70,423 \times 0.678 = 47,747$.

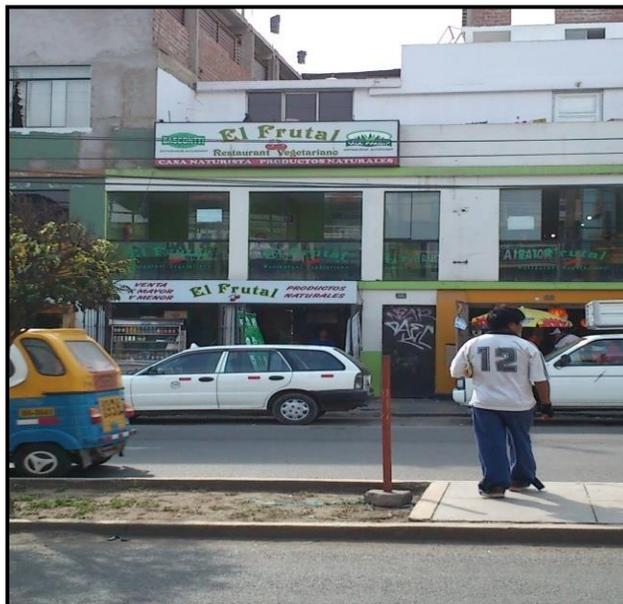
4. El mercado meta para la nueva línea en San Juan de Miraflores es de 48,301 mujeres y 47,286 hombres.
5. El mercado meta total es de 95,586.

2.3 ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

EL FRUTAL “Restaurante Vegetariano”

El restaurante vegetariano el **FRUTAL** promueve a una alimentación saludable para las personas con problemas alimenticios, colesterol, gastritis.

Figura N° 4: Competidor directo- “El Frutal”



Dirección: Av. San Juan N° 1010, Zona B, distrito de San Juan de Miraflores.

LA DIETA “Restaurante Vegetariano”

Figura N° 5: Competidor directo- “La dieta”



Dirección: Av. San Juan 1070 y 1078, San Juan de Miraflores.

2.3.1 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

MATRIZ MPC	La Dieta S.A.			El Frutal	
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Factores críticos para el éxito					
Participación en el mercado	0.20	3	0.6	4	0.8
Competitividad de precios	0.02	3	0.6	3	0.6
Posición financiera	0.40	2	0.8	4	1.6
Calidad del producto	0.10	4	0.4	4	0.4
Lealtad del cliente	0.10	3	0.3	1	0.3
Total	1.00		2.7		3.7
Como señala el total ponderado de 3.7, el competidor “EL FRUTAL” es el más fuerte.					

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a nuestro Cuadro de Matriz del Perfil Competitivo, Nuestro competidor directo es el “**EL FRUTAL**”, quienes ofrecen los mismos productos de nuestro negocio y que según los estudios realizados, esta empresa se encuentra en crecimiento, teniendo dos años de funcionamiento, donde la atención es buena y se esfuerzan por ofrecer productos de calidad, sin embargo se ha observado que en el menú diario no solo ofrecen comida vegetariana, en algunos caso los acompañan de carne, por lo cual identificamos una debilidad, ya que según la misión y mensaje que trasmite, no deberían ofrecer esas alternativa, ya que la idea es promover el consumo de alimentos 100% naturales, sin el consumo de carne animal.

2.4 ANALISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Para definir las características que harán de este Restaurante, un negocio innovador, distinto y llamativo, se han considerado los siguientes factores:

1. Tipo de Comida saludable y Bebidas alternativas.
2. Servicio.
3. Ambientación.

2.4.1 Tipo de Comida saludable y Bebidas alternativas.

El Restaurante Natural “THANI”, contará con una amplia gama de comidas a bases de insumos naturales, fusionando las tendencias gastronómicas de las distintas culturas de nuestro país, recogiendo las mejoras recetas más saludables, obteniendo como resultado platos totalmente originales, adaptados a la alimentación vegetal y natural, donde las características fundamentales y estilo único estará dado por la mezcla de diferente texturas.

Atributos:

- Platos Elaborados con los más frescos ingredientes, con el fin de no perder el sabor de los insumos y elaborar un producto final totalmente delicioso al gusto.
- Selección de los mejores proveedores de insumos, con el fin de garantizar platos elaborados con ingredientes orgánicos.
- Las mejores combinaciones en nuestro menú, promoverán el consumo de alimentos con alto valor nutreico, facilitando la mejor digestión.
- La mezcla atrevida de sabores entre nuestros segundos, sopas y refrescos, dará a nuestro cliente un toque único y original.
- Opciones de comida para todo tipo de cliente, que le gusta alimentarse de manera saludable (vegetarianos, veganos, diabéticos, alérgicos, y público en general).
- Recetas ligeras, elaborados con alimentos livianos, frescos y saludables, a fin de excluir todo los ingredientes fuertes y pesados.
- Diferentes alternativas de bebidas saludables, preparados en su mayoría con azúcar de caña, disminuyendo así, el uso y consumo del azúcar industrializada.
- Continúa investigación y experimentación con diversos ingredientes para alcanzar la elaboración de excelentes productos.

2.4.2 Servicio

Con el propósito de brindar el mejor servicio y una excelente atención a los clientes, desde que ingresan hasta que salen de él, nuestros colaboradores brindarán un trato amable, dedicado, en capacidad de guiar y recomendar a nuestros clientes cuando se solicite.

2.4.3 Ambientación

Para lograr mayor confort y tranquilidad en nuestras instalaciones, prestaremos mucha atención a los detalles de decoración y a la relación entre los espacios internos y externos del Restaurante, para que cada espacio, evoque tranquilidad y naturaleza. Además a través de anuncios publicitarios en nuestras decoraciones, fomentaremos lo beneficios y características de todos los productos que ofrecemos.

2.4.4 Análisis de los Proveedores.

CARNE DE SOYA

El más conocido de los sucedáneos es la soya texturizada o “carne de soya”. Se trata de la proteína aislada del frejol de soya, que se ha sometido a un proceso industrial para darle otra apariencia. Se puede encontrar en cualquier supermercado tales como:



Tiendas y supermercados Wong.

Dirección: Calle Monte Bello 150 Urb. Chacarilla,
Santiago de Surco.

Teléfono: 625 0000

SEITÁN O CARNE DE GLUTEN

El seitán es proteína de trigo a la que se le han añadido condimentos varios para darle sabor y textura. La forma más fácil de prepararlo es comprar la harina de gluten (se consigue en los mercados) y prepararlo uno mismo. Se hace una masa, se hierve o cuece al vapor y listo. Lo bueno que tiene es que rinde bastante y además que uno mismo puede variar los condimentos para jugar con los sabores.

Hecho en Casa: Ofrece a su público la venta al por mayor y menor de



diversos productos sanos y naturales, realizados con ingredientes de primera calidad, sin usar preservantes, conservantes ni colorantes; es decir como usted lo haría en casa.

Teléfono: 3490206 / 990780828

TOFU

El tofu no pretende ser un sucedáneo de la carne. Es el cuajo de la leche de soya y su aspecto se acerca más al del queso fresco. Su sabor es muy suave y algunos dirán que no sabe a nada. Lo cierto es que como tiene sabor neutro, viene bien para reemplazar la carne en algunos platos ya que absorbe el sabor de los condimentos.

Centro Naturista Vegetariana Mar y Luna

Ubicación: Gral. Suárez 386, Miraflores – LIMA

Teléfono: 445-8895

CHAMPIÑONES Y PORTOBELLOS



Dirección: Av. Aviación 5150 Tienda B Urb.
Residencial Higuiereta.

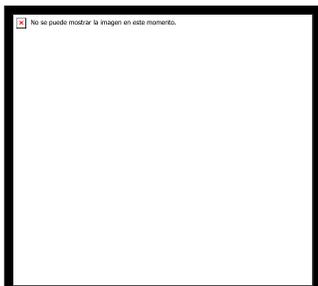
Horario: L-D 09:00 - 22:00hrs.
Teléfono: 625-8000.

LECHE DE AVENA, CEBADA, SOY Y CABRA.

INKANATURAL: Es una empresa exportadora y comercializadora de productos naturales de fama Internacional. Ofrecemos productos con la alta calidad del mercado para distribuidores y tiendas nacional



LEGUMBRES, MENESTRAS Y VERDURAS



MERCADO CIUDAD DE DIOS.

Ubicación: Av. Los Héroes 515, San Juan de Miraflores

Teléfono: 466-7220



MERCADO MAYORISTA UNICACHI

Ubicación: Av. 1ro de Mayo
cruce con Av. Dos Pan. Sur Km
16, Villa el Salvador.

III. FODA EMPRESARIAL

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none">- Conciencia de la población por una alimentación sana.-Trabajadores altamente capacitados y motivados.-Productos con alimentos naturales.-Innovación de platos y variación constante del menú-Un servicio de primera, con una buena atención al cliente.-Comida saludable, con bajo nivel de colesterol, con nutrientes y vitaminizantes energéticos, antioxidantes y anti cancerígenas.- Buena Ubicación Estratégica dentro del Sector Comercial del distrito de San Juan de Miraflores.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none">- Ser nuevos en el mercado- No estar posicionados en la mente consumidor.- No ser conocidos.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none">-Alto índice de personas que están interesadas en mejorar su estilo de alimentación.-Necesidad e interés de nuestros productos.-Mala atención al público por parte de la competencia- Poder adquisitivo

AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> -Los factores ambientales como el Fenómeno del niño puede provocar el alza de los precios de la materia prima. -Posible apertura de más competidores en la zona. - Falta de interés de un determinado grupo de clientes potenciales debido a las costumbres de consumo. - Productos sustitutos cercanos y de calidad.
-----------------	--

Fuente: Elaboración Propia

3.1 FUSION DE COMPONENTES DEL FODA EMPRESARIAL

ANALISIS FODA	<p>OPORTUNIDADES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alto índice de personas que están interesadas en mejorar su estilo de alimentación. 2. Necesidad e interés de nuestros productos. 3.Mala atención al público por parte de la competencia 4.Poder adquisitivo 	<p>AMENAZAS:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los factores ambientales como el Fenómeno del niño puede provocar el alza de los precios de la materia prima. 2. Posible apertura de más competidores en la zona. 3. Falta de interés por un grupo de clientes potenciales debido a las costumbres de consumo.
--------------------------	---	---

		4. Productos sustitutos cercanos y de calidad.
<p>FORTALEZAS:</p> <p>1. Conciencia de la población por una alimentación sana.</p> <p>2. Productos con alimentos naturales.</p> <p>3. Innovación de platos y variación constante del menú.</p> <p>4. Un servicio de primera, con una buena atención al cliente.</p> <p>5. Comida saludable, con bajo nivel de colesterol, con nutrientes y vitaminizantes energéticos, antioxidantes y anti cancerígenas.</p>	<p>OF</p> <p>1.1 En la actualidad la población del país está despertando la conciencia por tener una alimentación sana, con el buen servicio ofrecido y alimentación saludable, se tendrá mayores posibilidades de posicionarnos en el mercado.</p> <p>3.2 Al ofrecer productos saludables, naturales y variados, se podrá satisfacer la necesidad de los clientes preocupados por vivir sanamente.</p>	<p>AF</p> <p>3.1 Ante la falta de interés por los clientes potenciales debido a las costumbres de consumo, se promoverá a través de la publicidad, el consumo alternativo de productos naturales, generando así mayor conciencia en los clientes y por ende en la población.</p> <p>4.3 El restaurante cuenta con productos sustitutos cercanos y de calidad, pero ante la variedad de productos saludables, se obtendrá la fidelidad de los clientes.</p>

DEBILIDADES:	OD	AD
<ul style="list-style-type: none"> - Ser nuevos en el mercado - No estar posicionados en la mente consumidor. - No ser conocidos. 	<p>1.1 Al encontrar un mercado potencial no muy difundido, y pese a ser una empresa nueva, con la innovación de los productos y la atención de los colaboradores, se conseguirá el posicionamiento en el mercado.</p> <p>2.3 Al no estar posicionados aun en la mente del consumidor, se realizará difusiones periódicos con volantes y paginas web.</p>	<p>4.4 Ante la amenaza de Productos sustitutos cercanos y de calidad, se tendrá que aplicar estrategias agresivas de marketing que promuevan el consumo de productos saludables.</p> <p>2.3 Ante la posible apertura de más competidores en la zona, se tendrá que contratar mayor personal progresivamente.</p>

Fuente: Elaboración Propia

IV. ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCION PARA LA ORGANIZACIÓN

4.1 MISION DE LA EMPRESA

Promover una nueva alternativa alimenticia, sana y natural, que contribuyan a mejorar la salud de los clientes, el desarrollo social, ambiental y nutricional de nuestro país.

4.2 VISION DE LA EMPRESA

“La diversificación del restaurante a nivel local, promoverá un mayor consumo alimenticio, a base de productos naturales peruanos”.

4.3 OBJETIVO GENERAL

Crear y promover el consumo de alimentos naturales peruanos.

4.3.1 OBJETIVO ESPECIFICOS

- Incentivar a los clientes el consumo de productos naturales.
- Promover las riquezas de nuestros productos naturales que ofrece nuestro país.
- Atraer clientes, que prioritariamente se convertirán en clientes fieles.
- Ser reconocido dentro del sector.
- Alcanzar un posicionamiento destacado del restaurante, así como sus atributos y misión en general.
- Incrementar el volumen de ventas en 10% cada tres meses, según pronóstico de ventas elaborado.
- Incrementar los servicios y productos, según el crecimiento de la empresa.

4.4 UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

La empresa estará ubicado en la Av. San Juan 1020 Zona “A”, distrito de San de Miraflores, ya que se considera una buena ubicación estratégica dentro del sector Comercial, al tener su cercanía con: el Mercado “Cuida de Dios” y las diferentes empresas (Claro, Movistar, Bancos), y tiendas de electrodomésticos (Carsa, Electra, EFE entre otros) que existen en la zona.

Figura N° 6: Mapa de Ubicación del Establecimiento



Fuente Google Maps: Av. San Juan 1020 Zona “A”

V. VENTAJA DE COMERCIALIZACION Y VENTAS

5.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Se ofrecerá desayunos, menús y más, con productos de excelente calidad, naturales y orgánicos que ofrecen una forma diferente de alimentación diaria. No se tendrá un menú definido ya que nuestra idea innovadora está basada en que el cliente sea quien prepare su plato de acuerdo con sus preferencias, sin embargo, se utilizarán unos estándares por categorías de productos para efectos de determinar costos de producción.

La calidad del producto consistirá en la frescura de los insumos, que en su mayoría son insumos peruanos, las cuales poseen alto valor nutreico y libres de grasas Trans.

Permanentemente se innovará los productos y servicios, para ofrecer siempre a los clientes nuevas oportunidades de satisfacción.

Las características de los productos que se ofrece son:

Livianos, suaves y ligeros para la digestión y contribuye mejora la salud, por su alto valor energético y libre de grasas Trans.

- Contienen fibra y un gran valor nutricional.
- Frescos.
- Económicos
- Higiénicos.
- Son bajas en grasas, excepto la palta y las aceitunas, pero al ser de origen vegetal, reduciremos el colesterol.
- Con buenos niveles de calorías.

5.1.1 BENEFICIOS DIRECTOS DE LOS PRODUCTOS

Los productos naturales es una forma poderosa y agradable de alcanzar una buena salud. Por ello, se promueve los beneficios siguientes:

- Un Corazón Sano
- Presión Sanguínea Más Baja
- Control de la Diabetes
- Prevención del Cáncer
- Control de obesidad
- Control de los Triglicéridos.

5.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia de precios del Restaurante, se basa en los resultados de la investigación y análisis de la competencia, en conjunto al análisis de precios de costos que se realizó en nuestros cuadros financieros, ya que se ajustan a los valores de margen establecidos.

El precio promedio de los platos por menú se fijó en **S/ 9.00 nuevos soles**, incluyendo sopa, segundo y refresco. Esta estrategia en los precios permitirá generar un buen flujo de consumidores que darán crecimiento y rentabilidad al negocio.

5.3 ESTRATEGIA DE PROMOCION

Al inicio realizaremos publicidad a través de volantes y afiches, con el mensaje central de nuestros servicios “**Por una alimentación sana, divertida y variable**”

- Después confiamos en que nuestro mejor publicista serán los clientes satisfechos, por ello es fundamental asegurar su satisfacción.
- Un excelente diseño y presentación del local será también un medio de publicidad.

- Una excelente presentación de la carta menú.



5.3.1 PROMOCION DE VENTAS

Para iniciar el negocio se ofrecerá combos con precios de oferta, así como la distribución de los afiches y volantes, se desarrollará promociones a través de la página web y redes sociales, logrando así la fidelización de los clientes.

AFICHES: Los cuales serán colocados en puntos estratégicos de San Juan de Miraflores como son: el mercados Ciudad de Dios, Bancos, tiendas y demás empresas de la zona, teniendo estos los lugares mayor afluencia de público y cercanía a la ubicación del negocio.

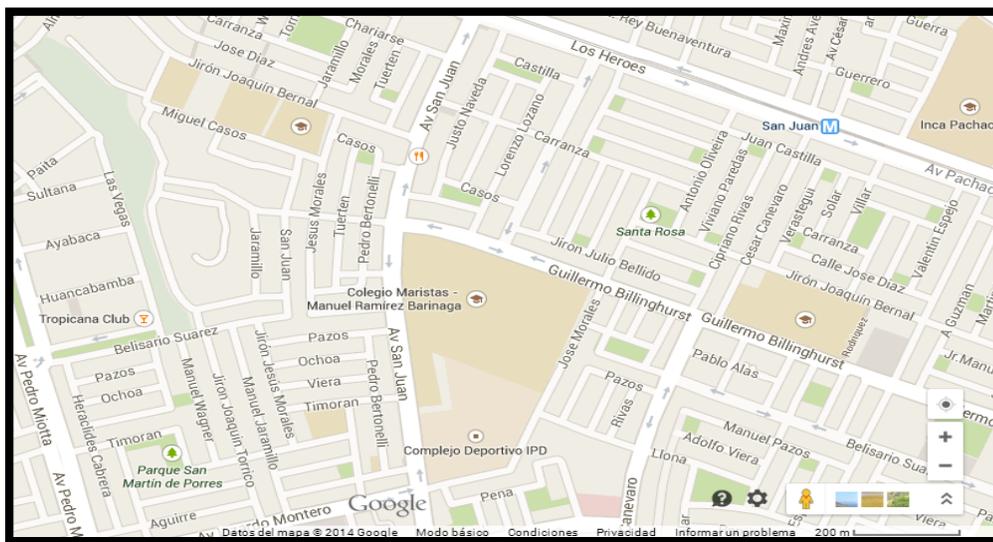
VOLANTES: los cuales serán repartidos en todo el distrito de San Juan de Miraflores, donde se mostrara la ubicación, productos, promociones y precios del negocio.

PAGINA WEB Y REDES SOCIALES: acorde con los avances tecnológicos, los clientes encontraran en la página web y en las redes sociales como twitter y Facebook.

5.4 ESTRATEGIA DE PLAZA

El restaurante “THANI” estará ubicado en la Av. San Juan 1020 Zona “A”, distrito de San de Miraflores, ya que se considera una buena ubicación estratégica al tener su cercanía con: el Mercado “Cuida de Dios” y las diferentes empresas (Claro, Movistar, Bancos), y tiendas de electrodomésticos (Carsa, Electra, EFE entre otros) que existen en la zona.

Figura N° 7: Mapa de Ubicación “Estrategia de Plaza”.



Fuente Google Maps: Av. San Juan 1020 Zona “A”

5.5 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.

Los productos y servicios se posicionarán considerando los siguientes conceptos:

- Saludables, Diferentes, variados y con alto valor nutricional: Productos naturales preparados en sus diferentes variedades con insumos Peruanos.

Slogan:

“Por una alimentación sana, divertida y variable”

VI. ANALISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO.

6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO Y SERVICIO

“**THANI**” cuenta con una amplia gama de productos alimenticios entre desayunos y almuerzos, preparados con productos naturales, acompañados con diferentes y variadas bebidas naturales tales como; Batidos, Jugos, Malteadas, Tés, Cafés y los deliciosos postres. También se puede disfrutar de los cocteles vírgenes y ensaladas con productos 100% naturales y frescos.

Además se ofrecerá un servicio de calidad, así como la rapidez en la atención a los clientes.

Basándose en el buen sabor, la alimentación sana, la preparación de variedades de comidas saludables y la minuciosidad en la elección de los insumos, que en su mayoría son productos naturales peruanos. La cual con lleva a mejorar la salud de los clientes, generar rentabilidad en el negocio y promover con el desarrollo social, ambiental y nutricional.

Razón social: THANI S.R.L

6.2 PRODUCTOS

6.2.1 ENTRADAS

- Crema de Verduras – Entrada.



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana tipo tazón, espolvoreado con albahaca en polvo o con croutones (tostaditas de pan).

- Aquadito



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana tipo tazón, espolvoreado con perejil picado por encima.

- **Papa a la huancaína**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana plana con colocar lechuga, rodajas de papa sobre la lechuga, bañada en salsa de huancaína y decorado con aceitunas negras

6.2.2 PLATOS A LA CARTA.

- **Hamburguesas de garbanzos**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana plana, color blanco, acompañado con arroz y ensalada de palta.

- **Pasta Alfredo simple con espinacas**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana plana, color blanco, acompañado con champiñones y hierbas provenzales u orégano para darle aroma.

- **Pallares con Tofu.**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana plana, acompañado con arroz y espolvoreado con perejil.

- **Fetuccini a la huancaína**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, servir los Fetuccini con un poco de salsa, sofrito encima, acompañados con pimientos y pimientos y champiñones asados.

- **Carapulcra de champiñones**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, acompañado con arroz blanco y disfrutar

- **Caigua saltada**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, acompañado con papas fritas y arroz blanco.

- **Arroz chaufa con champiñones.**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana, tipo tazón acompañado con pimentón cortado en rodajas y roseado con unas gotas de limón.

- **Causa**



PRESENTACIONES

Causa verde – puré de papa con espinaca, causa naranja – puré de papa con camote, causa a la oliva – rellena de paté de aceituna y mayonesa vegetal, causa de verduras, etc... y así al infinito.

- **Papa rellena**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana plana, color blanco, acompañado salsa criolla

- **Guiso de quinua**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana tipo tazón, roceado con un chorrito de aceite de oliva, acompañado con arroz blanco o ensalada.

- **Locro de zapallo loche**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana plana, acompañado con arroz y con tofu cortado en cubos pequeños.

- **Tallarines verdes**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, decorado con un poco de tofu rallado por encima y acompañado con un filete de seitán frito.

- **Ajiaco de Ollucos**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, acompañado con arroz blanco y decorado con perejil.

- **Cebiche de chochos.**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, acompañado con lechuga, canchita, chifles y una rodaja de tomate.

- **Garbanzos con Arroz**

PRESENTACION



En un plato de porcelana plana, acompañado con lechuga, canchita, chifles y una rodaja de tomate

6.2.3 ENSALADAS.

- **Ensalada Mixta**



PRESENTACIÓN

En un plato de porcelana onda espolvorear con hojas de hierbabuena

- **Solterito de tofu**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, acompañado con una hoja de lechuga y espolvoreado con perejil picado.

- **Ensalada de Pallares**



PRESENTACION

En un plato de porcelana plana, acompañado con pimentón y cebolla picados en dardos.

6.2.4 POSTRES

- Crema Volteada



- Tiramisú



- Keke de Zanahoria

- Gelatina

- Flan



6.2.5 JUGOS

- Jugos dietéticos
- Jugos clásicos
 - *Jugo de papaya*
 - *Jugo de naranja*
 - *Jugo de fresa*
 - *Jugo de maracuyá*
 - *Jugo de papaya*
 - *Jugo de fresa*
 - *Jugo de piña*
 - *Jugo de fresa con leche*
 - *Jugo especial*



6.2.6 COCTELES SIN ALCOHOL

- *Cucarda*
- *Primavera*
- *Possy Foot*
- *Ponche Nutritivo*



6.2.7 FRAPPES

- *Chocolate*
- *Plátano*
- *Fresa*



6.2.8 BEBIDAS

Bebidas Frías

- *Limonada Americana.*
- *Limonada Frozen*

Bebidas Calientes

- *Te, Anís, Manzanilla y mates.*
- *Café Americano*
- *Café con leche*
- *Leche de cebada, arroz y avena.*



6.2 PROCESO PRODUCTIVO

- ✓ **Presentación de uno de nuestros platos**

En un plato de porcelana plana, acompañado con arroz blanco o ensalada.



6.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO-OPERACIONES

✓ Caigua Saltada

Ingredientes

- 3 caiguas medianas
- 1 cebolla morada
- 1 tomate maduro
- 1 pimiento mediano
- 1 diente de ajo
- 3 papas amarillas (como acompañamiento)
- aceite
- Sillao o salsa de soja

Preparación

En una sartén mediana (si tienen wok mejor) dorar el ajo picado en un poco de aceite. Cortar la cebolla en octavos y dorarla a continuación. Mientras la cebolla dora a fuego mediano, lavar y cortar las caiguas. Yo les corto los extremos y luego las abro por la mitad, les retiro las semillas y el interior y las corto en cuadrados.

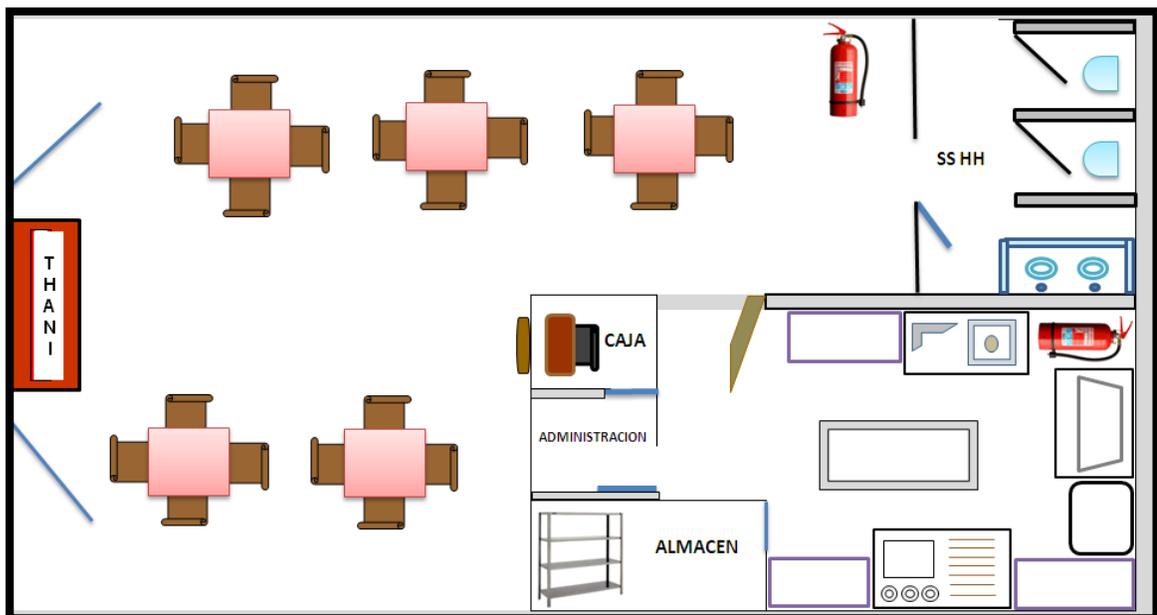
Agregar la caigua picada a la sartén. La caigua es algo dura y tarda un poco más que la cebolla en cocinar así que si prefieren la cebolla crocante tal vez sea buena idea poner primero la caigua en el fuego. En este punto también se agrega el pimiento picado en tiras.

Finalmente, cuando la caigua está blanda y cocida, agregar el tomate sin semillas y cortado en octavos. No dejar cocinar demasiado para evitar que el tomate se ponga blando. Agregar sal y sillao al gusto, saltar y servir.

Se puede acompañar con papas fritas y arroz blanco.

6.3 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL AREA DE TRABAJO.

Figura N° 8: Distribución del Área de Trabajo.



Fuente: Elaboración Propia.

6.3.1 COMODIDAD

- Local de atención de medidas 40 x 20 m² Cuenta con 5 mesas de medidas: 90x90x77 cm. Mesa de comedor extensible a 140 cm., realizada en madera de haya maciza. Para 4 personas

- Los asientos de madera, esta acolchonado para un cómodo sentado.
- El aforo en el restaurante es hasta 70 personas aproximadamente, esto para evitar que los comensales se interrumpen unos a otros, y tengan un espacio propio para su comodidad

6.3.2 DECORACIÓN

- Cuenta con cuadros turísticos de nuestro país, de medidas de 2x1m.
- Música peruana de fondo en bajo volumen para no perturbar las conversaciones.
- Focos colgantes en cada mesa
- Las mesas tienen un mandil blanco
- Piso losetado de color blanco y negro

6.3.3 SEGURIDAD

- Certificado de defensa civil
- Carnet sanitario del personal
- Certificado sanitario del local
- Extintores
- Señalización de lugares de seguridad (en caso de un sismo).

6.3.4 HIGIENE

- Servicios higiénicos para hombre y mujeres por separado, se encuentran en la parte de atrás de la cocina.
- Limpieza de los baños cada 5 horas
- Papel Higiénico y jabonera en los baños
- La Cocina está diseñada para un abastecimiento continuo, para esto cuenta con dos puertas una ingreso de productos e insumos y otra de salida (patio) para botar los desechos, evitando un desorden y amontonado en la cocina.
- Lavado de platos, ollas, cubiertos y demás objetos de cocina es manual.
- Fumigación y limpieza general mensual

6.3.5 VENTILACIÓN

- Dentro del local se mantiene las ventanas abiertas para el flujo del aire

6.3.6 ILUMINACIÓN

- Cada mesa cuenta con una lámpara colgante
- Cuenta con dos ventanas para el ingreso de luz natural

6.4 CALCULO DE MATERIALES

Calcular la cantidad de materia prima e insumos requeridos posibilita garantizar la elaboración de los productos en el tiempo fijado, con las condiciones y especificaciones técnicas necesarias.

Además, permite adquirir los materiales necesarios para iniciar un proceso de producción, de manera que se reduce el riesgo de compras excesivas o de desconocimiento de las cantidades requeridas para la elaboración de un determinado producto.

Con el fin de calcular la materia prima necesaria para atender un pedido determinado, lo primero que debemos hacer es establecer cuánto requerimos para elaborar una unidad (un producto)

Cuadro N° 2: Materia prima necesaria para la elaboración de un Plato de Menú.

CUADRO N° 2: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA UN PLATO DE MENU		
Materia Prima	Unidad	Cantidad
Arroz	Kg	0.13
Carapulcra	Kg	0.13
Quinoa	Kg	0.15
Fideos segundo	Kg	0.15
Fideos sopa	Kg	0.10
Queso por	Kg	0.04
Aceite de leche	Lt	0.00
Ají amarillo	Kg	0.01
Ajo	Kg	0.01
Cebolla	Kg	0.02
Ají especial	Gr	0.01
Sal	Gr	0.01
comino	Gr	0.01
pimienta	Gr	0.01
ajino moto	Gr	0.01

Fuente: Elaboración Propia

La cantidad de insumos está determinada por el total necesario para producir cierto número de productos que puede estar definido por un pedido o la proyección de ventas que calculamos alcanzar en un periodo determinado. A continuación se muestra los requerimientos de materia prima necesaria para el periodo de un mes

Cuadro N° 2-A: Materia prima necesaria para la elaboración de 1232 Platos de Menú

CUADRO N° 2-A: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA PREPARAR 1232 PLATOS DE MENUS		
Materia Prima	Unidad	Cantidad
Arroz	Kg	154
Carapulcra	Kg	154
Quinoa	Kg	185
Fideos segundo	Kg	185
Fideos sopa	Kg	123
Queso por	Kg	43
Aceite deleite	Lt	4
Ají amarillo	Kg	15
Ajo	Kg	6
Cebolla	Kg	21
Ají especial	Gr	6
Sal	Gr	1
comino	Gr	2
pimienta	Gr	2
ajino moto	Gr	2

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro Nº 3: Materia prima necesaria para la elaboración de un
Jugo**

CUADRO Nº 3: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA UN JUGO		
Materia Prima	Unidad	Cantidad
Papaya	Kg	0.02
Agua Hervida	Lt	1.00
Hielo	Und	1.00
Miel por lt	Lt	0.04
Azúcar	Gr	0.04
Chocolate barra	Gr	0.27

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro Nº 3-A: Materia prima necesaria para la elaboración de 200
Jugos**

CUADRO Nº 3-A: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA PREPARAR 200 JUGOS		
Materia Prima	Unidad	Cantidad
Papaya	Kg	4
Agua Hervida	Lt	200
Hielo	Und	200
Miel por lt	Lt	8
Azúcar	Gr	8
Chocolate barra	Gr	54

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro N° 4: Materia prima necesaria para la elaboración de una
Ensalada de Fruta**

CUADRO N° 4: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA PREPARAR UNA ENSALADA DE FRUTA		
Materia Prima	Unidad	Cantidad
Manzana	Kg	0.04
Papaya	Kg	0.09
Mango	Kg	0.09
Tuna	Kg	0.06
Pepinillo	Kg	0.05
Uva	Kg	0.04
Plátano mano	Und	1.00
Trigo	Kg	0.03
kiwicha	Gr	0.02
Miel	Lt	0.04
Algarrobina	Kg	0.02
yogurt	Lt	0.100

Fuente: Elaboración Propia

**Cuadro N° 4-A: Materia prima necesaria para la elaboración de 15
Ensaladas de Fruta**

CUADRO N° 4-A: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA PREPARAR 15 ENSALADAS DE FRUTA		
Materia Prima	Unidad	Cantidad
Manzana	Kg	1
Papaya	Kg	2
Mango	Kg	1
Tuna	Kg	1
Pepinillo	Kg	1
Uva	Kg	1
Plátano mano	Und	15
Trigo	Kg	1
kiwicha	Gr	1
Miel	Lt	1
Algarrobina	Kg	1
yogurt	Lt	2

Fuente: Elaboración Propia

6.5 DETERMINACION DE MAQUINAS, HERRAMIENTAS Y EQUIPOS.

Se requerirá de las siguientes maquinas, herramientas y equipos para su funcionamiento.

6.5.1 PARA LAS MAQUINAS.

Cuadro Nº 5 Máquinas y equipos

CUADRO Nº 5: MÁQUINAS Y EQUIPOS		
Maquinarias y equipos	Unidad	Cantidad
Exhibidora - Congeladora	Und	1
Microondas	Und	1
Congeladora	Und	1
Cocina Semi industrial	Und	1
Refrigeradora	Und	1
Licuada de 6 cuchillas - pro hielo	Und	1
Licuada oster estándar	Und	1
Televisor de 32"	Und	1
Equipo de sonido	Und	1

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro Nº 6: Herramientas y Utensilios

CUADRO Nº 6: HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS		
Herramientas	Unidad	Cantidad
Sartén	Und	2
Medidora de licor (oncera)	Und	1
Jarra de 1/2 L medidora de plástico	Und	3
Tazón de plástico 4 lt	Und	3
Coladores de mano de plástico (jgo)	Und	2
Escurreidor de platos	Und	1
Colador de plástico para las ensaladas	Und	2
Taper repostero	Und	3
Tabla de picar	Und	2
Hieleras	Und	3

Tachos de basura	Und	3
Vasos para jugos 1/2 Lt	Docena	5
Vasos para refrescos n° 22	Docena	5
Vasos para refrescos n° 44	Docena	5
Cuchara medidora Facusa	Und	1
Platos postres n° 6	Docena	1
Platos postres n° 8	Docena	3
Ajicero chicos	Docena	1
Taza con platos para cafés	Docena	2
Azucareros	Und	6
Cubiertos jgo IUMUSA	Docena	5
Saleros de loza	Docena	1
Servilletero de loza	Docena	2
Jarras de 1 Lt vidrio	Und	12
Jarras de 1/2 Lt vidrio	Und	12
Portacubierto	Und	12
Exprimidor de limones	Und	2
Balanza repostera	Und	2
Cucharon Facusa	Und	2
Bandejas	Und	3
Espátula	Und	3
Olla grande (und)	Und	3
Olla medinas para hervir las verduras	Und	2
Recipiente para cremas	Docena	5
Espátula para recoger el huevo	Und	2
Recipiente(Und)	Und	5
Abrelatas	Und	2
Saca grasa (en metal)	Und	2
cuchillo grande	Und	2
destapadores de gaseosa	Und	3
Rallador para queso	Und	2
Secadores (docena)	Und	1
Pisapies	Und	2
Tazones acero pequeño (base de jarabe)	Und	3
Tazones acero mediano (caramelo)	Und	3
Servilletas	Millar	1
Vasos de plástico	½ millar	1
Cañitas	½ millar	1
Gorritas	Und	100
Envase Tecknopor para llevar.	Millar	1

Cucharitas plástico	½ millar	1
Tenedores practico	½ millar	1
bolsa 1k	½ millar	1
bolsa para llevar	½ millar	1
Ase 5k	Und	1
Lejía 1L	Und	1
Ambientador	Und	1
Ayudin	Und	1
Secadores (Mesas)	Und	3
Secadores (Manteles)	Und	6

Fuente: Elaboración Propia

6.5.3 ORGANIZACIÓN DE LAS PERSONAS EN EL PROCESO PRODUCTIVO

La organización del personal se realiza en función del diagrama de flujo de operaciones de proceso y de la producción regular de la empresa.

En general, en una microempresa o en una pequeña empresa un mismo operario se dedica a varias actividades. Sin embargo, hay que garantizar que ellas se realicen de forma independiente, para que el trabajo sea ordenado y eficiente.

Descripción del puesto

1.- Descripción del puesto : Administradora

Personal a cargo : Una (1)

Supervisor : Dueña

Educación

Estudios superiores en administración de empresas

Descripción de Tareas

Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos. Representar al restaurante frente a terceros.

- Dirección gastronómica
- Manejo de Personal
- Manejo de Proveedores.
- Estados Financieros.

2.- Descripción del puesto : Despachador - Auxiliar

Personal a cargo : ninguno

Supervisor : Administradora

Educación

Secundaria completa

Estudios técnicos completos o incompletos de cocina

Experiencia

- Experiencia previa en restaurante

Detalle de Tareas

- Estará a cargo de la limpieza y orden de la cocina.
- Apoyará en la limpieza y acondicionamiento del local
- Procesara y acomodara las frutas, verduras y demás compras de la semana.
- Tomará el pedidos a los clientes

Criterios a Desempeñar

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia, eficacia y capacidad de ayuda.
- Buena disposición para la atención al público
- Uso adecuado de insumos o ingredientes.
- Higiene en la manipulación de alimentos

Responsabilidad y Deberes

- Apoyar al cocinero cuando este desocupado.
- Coordinar y repartirse las tareas de limpieza con el cocinero.

Habilidades Físicas

- Buena salud física y mental.
- Condiciones de motricidad adecuadas.

Condición del Cargo

- 18 a 45 años.
- Residente de la zona sur de Lima
- Estado civil – no es relevante.

3.- Descripción del puesto : Cocinero

Personal a cargo : ninguno

Supervisor : Administradora

Educación

Secundaria completa

Estudios técnicos completos o incompletos de cocina

Experiencia

Experiencia previa en restaurante

Detalle de Tareas

- Será el encargado de preparar los menús y platos calientes que soliciten.
- Estará a cargo de la limpieza y orden de la parrilla.
- Estará a cargo de la limpieza y acondicionamiento del local para la apertura.
- Se encargara de la preparación de las cremas y todo lo necesario para la preparación de los platos calientes
- Apoyará en la toma de pedidos cuando sea necesario.

Criterios a Desempeñar

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia, eficacia y capacidad de ayuda.
- Buena disposición para la atención al público
- Uso adecuado de insumos o ingredientes.
- Higiene en la manipulación de alimentos

Responsabilidad y Deberes

- Coordinar y repartirse las tareas de limpieza de la cocina con el despachador.

Habilidades Físicas

- Buena salud física y mental.
- Condiciones de motricidad adecuadas.

Condición del Cargo

- 20 a 45 años.
- Residente de la zona sur de Lima
- Estado civil – no es relevante.

Cuadro Nº 7: Cuadro de Asignación de Personal

CUADRO Nº 7: CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL		
Cargo	Cantidad	Tipo Costo
Administradora	1	Indirecto
Auxiliar de Cocina	1	Directo
Despachador	1	Directo
Cocinero	1	Directo

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro Nº 8: Estructura de la Inversión y Financiamiento

CUADRO Nº 8: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	APORTE PROPIO	APORTE FINANCIERO	INVERSIÓN TOTAL S/.
Activos Fijos		13,715.16	13,715.16
Intangibles	1,280.00		1,280.00
Capital de Trabajo	9,023.34		9,023.34
TOTALES S/.	10,303.34	13,715.16	24,018.50
PROPORCIÓN	42.90	57.10	100.00

Fuente: Elaboración Propia

VII. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para saber si el negocio es rentable o no, es necesario proyectar sus ingresos y egresos, es decir si dará ganancias sobre el capital invertido y a cuánto ascenderán.

7.1 PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS

Para calcular los ingresos debemos estimar primero la cantidad de productos que proyectamos vender y el precio de cada uno de ellos. En el siguiente cuadro se muestra la proyección de las unidades de productos a ofrecer, que esperamos vender en un año; podemos observar que en los 4 primeros meses las ventas se mantiene y que a partir del 5° y 6° mes se incrementa en un 8% del mes anterior, 7°, 8° y 9° mes se incrementa en un 10%, el 10°, 11° y 12° mes se incrementa en un 15%.

CUADRO Nº 9: PRESUPUESTO DE VENTAS (EN UNIDADES)

PERIODO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
PRODUCTO													
Menús	1,232	1,232	1,232	1,232	1,331	1,331	1,355	1,355	1,355	1,417	1,417	1,417	15,905
jugo de papaya	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo de Piña	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo de Fresa	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Tiramisú - dietético	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo de Maracuyá	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo de Papaya con leche.	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo de Piña con leche.	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo de Mango con Leche	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Jugo especial de papaya	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Juego de Fresa con leche.	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Limonada frozen 1litro	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Limonada Americana 1 litro	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Virgen colada	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Ponche Nutritivo	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Café Americano	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258

Café con leche.	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Frapps de Caramelo	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Frapps de Fresa	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Frapps de Chocolate	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Frapps de Mango	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Frapps de Piña	20	20	20	20	22	22	22	22	22	23	23	23	258
Agua mineral	10	10	10	10	11	11	11	11	11	12	12	12	129
Keke de zanahoria - dietético	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	90
Keke de plátano - dietético	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	90
Keke de vainilla - dietético	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	90
Tiramisú - dietético	7	7	7	7	8	8	8	8	8	8	8	8	90
Galletas de Naranja	10	10	10	10	11	11	11	11	11	12	12	12	129
Gelatina	12	12	12	12	13	13	13	13	13	14	14	14	155
Flan	12	12	12	12	13	13	13	13	13	14	14	14	155
Ensalada de Fruta	15	15	15	15	16	16	17	17	17	17	17	17	194
UNIDADES VENDIDAS EN UN MES	1739	1,739	1,739	1,739	1,878	1,878	1,913	1,913	1,913	2,000	2,000	2,000	22,450

Cuadro N° 9: Cuadro de Ventas e Ingresos

Cuadro Nº 10: Presupuesto de ingresos por Producto

CUADRO Nº 10: INGRESOS POR PRODUCTO 1 MES			
Descripción del producto	Precio (S/)	Cantidad a vender	Ingreso por producto (S/)
Menús	9	1232	11,088.00
Jugo de papaya	4.5	20	90.00
Jugo de Piña	4.5	20	90.00
Jugo de Fresa	5	20	100.00
Tiramisú - dietético	5	20	100.00
Jugo de Mango	4.5	20	90.00
Jugo de Maracuyá	4.5	20	90.00
Jugo de Papaya con leche.	5.5	20	110.00
Jugo de Piña con leche.	6	20	120.00
Jugo de Mango con Leche	5.5	20	110.00
Jugo especial de papaya	6	20	120.00
Juego de Fresa con leche.	6	20	120.00
Limonada frozen 1litro	9	20	180.00
Limonada Americana 1 litro	7	20	140.00
Virgen colada	7	20	140.00
Ponche Nutritivo	6	20	120.00
Café Americano	3	20	60.00
Café con leche.	3.5	20	70.00
Frapps de Caramelo	7	20	140.00
Frapps de Fresa	7	20	140.00

Frapps de Chocolate	7	20	140.00
Frapps de Mango	7	20	140.00
Frapps de Piña	7	10	70.00
Agua mineral	2	7	14.00
Keke de zanahoria - dietético	2	7	14.00
Keke de plátano - dietético	2	7	14.00
Keke de vainilla - dietético	2	7	14.00
Tiramisú - dietético	5	10	50.00
Galletas de Naranja	2	12	24.00
Flan	2.5	12	30.00
Ensalada de Fruta	5	15	75.00
TOTAL VENTA PRIMER MES (S/)			13,803.00

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro Nº 11: Presupuesto de Ingresos

CUADRO Nº 11: PRESUPUESTO DE INGRESOS (En Nuevos Soles)													
PERIODO	MES	TOTAL											
PRODUCTOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Menús	11,088	11,088	11,088	11,088	11,975	11,975	12,197	12,197	12,197	12,751	12,751	12,751	143,146
jugo de papaya	90	90	90	90	97	97	99	99	99	104	104	104	1,162
Jugo de Piña	90	90	90	90	97	97	99	99	99	104	104	104	1,162
Jugo de Fresa	100	100	100	100	108	108	110	110	110	115	115	115	1,291
Tiramisú - dietético	100	100	100	100	108	108	110	110	110	115	115	115	1,291
Jugo de Mango	90	90	90	90	97	97	99	99	99	104	104	104	1,162
Jugo de Maracuyá	90	90	90	90	97	97	99	99	99	104	104	104	1,162
Jugo de Papaya con leche.	110	110	110	110	119	119	121	121	121	127	127	127	1,420
Jugo de Piña con leche.	120	120	120	120	130	130	132	132	132	138	138	138	1,549

Jugo de Mango con Leche	110	110	110	110	119	119	121	121	121	127	127	127	1,420
Jugo especial de papaya	120	120	120	120	130	130	132	132	132	138	138	138	1,549
Juego de Fresa con leche.	120	120	120	120	130	130	132	132	132	138	138	138	1,549
Limonada frozen 1litro	180	180	180	180	194	194	198	198	198	207	207	207	2,324
Limonada Americana 1 litro	140	140	140	140	151	151	154	154	154	161	161	161	1,807
Virgen colada	140	140	140	140	151	151	154	154	154	161	161	161	1,807
Ponche Nutritivo	120	120	120	120	130	130	132	132	132	138	138	138	1,549
Café Americano	60	60	60	60	65	65	66	66	66	69	69	69	775
Café con leche.	70	70	70	70	76	76	77	77	77	81	81	81	904
Frapps de Caramelo	140	140	140	140	151	151	154	154	154	161	161	161	1,807
Frapps de Fresa	140	140	140	140	151	151	154	154	154	161	161	161	1,807
Frapps de Chocolate	140	140	140	140	151	151	154	154	154	161	161	161	1,807
Frapps de Mango	140	140	140	140	151	151	154	154	154	161	161	161	1,807
Frapps de Piña	70	70	70	70	76	76	77	77	77	81	81	81	904
Agua mineral	14	14	14	14	15	15	15	15	15	16	16	16	181
Keke de zanahoria - dietético	14	14	14	14	15	15	15	15	15	16	16	16	181
Keke de plátano - dietético	14	14	14	14	15	15	15	15	15	16	16	16	181
Keke de vainilla - dietético	14	14	14	14	15	15	15	15	15	16	16	16	181
Tiramisú - dietético	50	50	50	50	54	54	55	55	55	58	58	58	646
Galletas de Naranja	24	24	24	24	26	26	26	26	26	28	28	28	310
Flan	30	30	30	30	32	32	33	33	33	35	35	35	387
Ensalada de Fruta	75	75	75	75	81	81	83	83	83	86	86	86	968
VENTA TOTAL DEL MES (S/)	13,803	13,803	13,803	13,803	14,907	14,907	15,183	15,183	15,183	15,873	15,873	15,873	178,197

Fuente: Elaboración propia

Analizando el cuadro de Ingresos podemos deducir que en primer año se espera alcanzar ventar por S/ 178,197 nuevos soles, sin embargo, en el transcurso del año se pueden tomar decisiones que afecten este flujo; pero se espera que no afecte de forma considerable.

7.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

Cuadro N° 12: Gastos Pre operativos

CUADRO N° 12: GASTOS PREOPERATIVOS	
Total	980.00
Licencia de Funcionamiento	320
Gastos de Constitución Legal	520
Licencia de avisos	140

Fuente: Elaboración propia

El siguiente cuadro nos muestra el presupuesto requerido de materia prima, mano de obra y de gastos administrativos requeridos para un mes de funcionamiento. Es con lo mínimo que se debe contar para iniciar las operaciones del negocio.

Cuadro N° 13: Presupuesto de Costos

CUADRO N° 13 PRESUPUESTO DE COSTOS					
Rubro	Unidad de Medida	Unidades requeridas por Plato de Menú	Valor Unitario	Costo Total (S/.)	
				Fijo	Variable
1. COSTOS DIRECTOS				0.00	7,006.17
Materia prima e insumos					
Plato de Menú					4,053.83
Arroz	kg	0.13	S/. 2.00		S/. 0.25
Champiñones	kg	0.25	S/. 4.00		S/. 1.00
Tofu	kg	0.17	S/. 5.00		S/. 0.83
Carne de soya	kg	0.25	S/. 5.00		S/. 1.25
Carapulcra	kg	0.13	S/. 4.00		S/. 0.50
Lentejas	kg	0.13	S/. 4.00		S/. 0.50
Garbanzos	kg	0.13	S/. 4.00		S/. 0.50
Frejoles panamito	kg	0.13	S/. 6.00		S/. 0.75
Frejoles canario	kg	0.13	S/. 7.00		S/. 0.88
Payares	kg	0.13	S/. 4.00		S/. 0.50
Quinua	kg	0.15	S/. 10.00		S/. 1.50
Fideos segundo	kg	0.15	S/. 3.00		S/. 0.45

Fideos sopa	kg	0.10	S/.	2.50	S/.	0.25
caigua (la mano)	kg	0.25	S/.	2.00	S/.	0.50
zapallo	kg	0.13	S/.	3.50	S/.	0.44
olluco	kg	0.13	S/.	2.50	S/.	0.31
chocho	kg	0.13	S/.	6.00	S/.	0.75
Berenjena 1 Und	Und	0.50	S/.	1.00	S/.	0.50
Choclo 1 Und	Und	0.50	S/.	0.70	S/.	0.35
Yuca Kg (02 yucas grandes)	kg	0.01	S/.	2.50	S/.	0.03
Habitas 1/4	kg	0.05	S/.	2.00	S/.	0.10
Brócoli	kg	0.13	S/.	2.50	S/.	0.31
Vainita	kg	0.13	S/.	2.50	S/.	0.31
Huevos para hamburguesa de Brócoli	kg	0.06	S/.	4.80	S/.	0.30
Queso por	kg	0.04	S/.	11.00	S/.	0.39
Aceite deleite	kg	0.00	S/.	25.00	S/.	0.09
Alverjita	kg	0.05	S/.	1.50	S/.	0.08
Aceite de oliva por litro	kg	0.01	S/.	18.00	S/.	0.18
Papas al hilo por	kg	0.02	S/.	8.00	S/.	0.16
Papas Yungay	kg	0.15	S/.	1.00	S/.	0.15
Papa amarilla	kg	0.15	S/.	1.60	S/.	0.24
Camote por	kg	0.07	S/.	1.50	S/.	0.10
Espinaca	kg	0.13	S/.	1.00	S/.	0.13
Betarraga	kg	0.04	S/.	1.50	S/.	0.06
Lechuga por unid.	kg	0.13	S/.	0.80	S/.	0.10
Tomate	kg	0.13	S/.	1.00	S/.	0.13
Pepino por unid.	kg	0.10	S/.	0.33	S/.	0.03
Limón para ensalada	kg	0.02	S/.	1.50	S/.	0.03
Limón para mayonesa	kg	0.00	S/.	1.50	S/.	0.003
Aceituna	kg	0.02	S/.	8.00	S/.	0.160
Huacatay por atajo	gr	0.01	S/.	2.00	S/.	0.02
Cebolla China por atajo	gr	0.01	S/.	2.00	S/.	0.02
Perejil por atajo	gr	0.01	S/.	2.00	S/.	0.02
Pimentón	kg	0.07	S/.	3.00	S/.	0.21
Ají amarillo	kg	0.01	S/.	2.50	S/.	0.03
Maní por Kg	kg	0.02	S/.	7.00	S/.	0.14
Ajo por Kg	kg	0.01	S/.	3.50	S/.	0.02
Cebolla (Adreso)	kg	0.02	S/.	3.50	S/.	0.06
Cebolla (Ensalada)	kg	0.07	S/.	3.50	S/.	0.25
Rocoto	kg	0.01	S/.	3.00	S/.	0.04
Plátano para freír por unid.	Und	0.50	S/.	0.50	S/.	0.25
Plátano de seda por unidad	Und	1.00	S/.	0.10	S/.	0.10
Verduras picadas	glb	0.08	S/.	1.00	S/.	0.08
Palta	kg	0.04	S/.	3.50	S/.	0.12
Galleta de soda	kg	0.01	S/.	6.00	S/.	0.03
Leche Fresca	lt	0.25	S/.	1.60	S/.	0.40
kilo de durazno	gr	0.10	S/.	1.80	S/.	0.18
sillao	lt	0.12	S/.	1.50	S/.	0.18
vinagre	lt	0.12	S/.	1.50	S/.	0.18
Mantequilla	gr	0.20	S/.	1.20	S/.	0.24
Ají especial	gr	0.00	S/.	1.00	S/.	0.002
Sal por Kg	kg	0.00	S/.	1.00	S/.	0.001
comino	gr	0.00	S/.	1.00	S/.	0.002
pimienta	gr	0.00	S/.	1.00	S/.	0.002
ajinomoto	gr	0.00	S/.	1.00	S/.	0.002

Rubro	Unidad de Medida	Unidades requeridas mensuales	Valor Unitario	Costo Total (S/.)	
				Fijo	Variable
Plato de Menú	Und	1232	3.29		4,053.83
Jugos, Refrescos y Cocteles.				614.27	
Rubro	Unidad de Medida	Unidades requeridas para elaboración de 01 jugo, refresco y coctel.	Valor Unitario	Costo Total (S/.)	
				Fijo	Variable
Papaya por Jaba	kg	0.02	S/. 14.66		S/. 0.27
Piña por jaba	kg	0.02	S/. 11.00		S/. 0.19
Mango por jaba	kg	0.01	S/. 15.00		S/. 0.19
Fresa por Jaba	kg	0.21	S/. 2.50		S/. 0.51
Naranja	kg	0.80	S/. 1.50		S/. 1.20
Maracuyá	kg	0.15	S/. 3.00		S/. 0.45
Jugo de Durazno	Lt	0.15	S/. 4.50		S/. 0.68
Plátano de seda por unidad	Und	1.00	S/. 0.10		S/. 0.10
Azúcar	kg	0.00	S/. 90.00		S/. 0.0180
Leche fresca	Lt	0.22	S/. 2.90		S/. 0.64
Limón Frozen	Und	0.50	S/. 1.50		S/. 0.75
Limón Americana	Und	0.50	S/. 1.50		S/. 0.75
Café Nescafe	Und	0.40	S/. 1.00		S/. 0.40
Llervas (menta o hierva luisa u otros)	Und	0.19	S/. 0.50		S/. 0.09
Agua Hervida	Lt	1.00	S/. 0.14		S/. 0.14
Hielo	Und	1.00	S/. 0.14		S/. 0.14
Miel	Lt	0.04	S/. 3.50		S/. 0.14
Algarrobina	kg	0.02	S/. 3.50		S/. 0.07
Huevos	kg	0.06	S/. 4.80		S/. 0.30
Crema de Coco	Lt	0.02	S/. 8.00		S/. 0.16
Granadina	Lt	0.02	S/. 7.00		S/. 0.14
Jarabe de goma	kg	0.01	S/. 16.00		S/. 0.17
Glucosa	Gr	0.02	S/. 4.00		S/. 0.08
Ácido Nítrico	Gr	0.02	S/. 5.00		S/. 0.08
Crema de Leche	Lt	0.04	S/. 5.00		S/. 0.20
Azúcar impalpable	Gr	0.04	S/. 3.00		S/. 0.120
Chocolate barra	Gr	0.27	S/. 1.00		S/. 0.27
Rubro	Unidad de Medida	Unidades requeridas mensuales	Valor Unitario	Costo Total (S/.)	
				Fijo	Variable
jugo de papaya	Und	20	S/. 0.43		S/. 8.50
Jugo de Piña	Und	20	S/. 0.35		S/. 7.01
Jugo de Fresa	Und	20	S/. 0.67		S/. 13.45
Jugo de Mango	Und	20	S/. 0.35		S/. 6.91
Jugo de Maracuyá	Und	20	S/. 0.61		S/. 12.16
Jugo de Papaya con leche.	Und	20	S/. 0.93		S/. 18.59

Jugo de Piña con leche.	Und	20	S/.	0.85	S/.	17.10
Jugo de Mango con Leche	Und	20	S/.	0.21	S/.	4.13
Jugo especial de papaya	Und	20	S/.	1.54	S/.	30.79
Jugo de Fresa con leche.	Und	20	S/.	1.18	S/.	23.54
Limonada frozen 1litro	Und	20	S/.	0.55	S/.	10.96
Limonada Americana 1 litro	Und	20	S/.	0.91	S/.	18.16
Virgen colada	Und	20	S/.	0.99	S/.	19.71
Ponche Nutritivo	Und	20	S/.	1.76	S/.	35.16
Café Americano	Und	20	S/.	2.32	S/.	46.32
Café con leche.	Und	20	S/.	1.06	S/.	21.25
Frapps de Caramelo	Und	20	S/.	2.78	S/.	55.54
Frapps de Fresa	Und	20	S/.	2.55	S/.	50.99
Frapps de Chocolate	Und	20	S/.	2.30	S/.	46.03
Frapps de Mango	Und	20	S/.	2.22	S/.	44.45
Frapps de Piña	Und	20	S/.	2.23	S/.	44.55

Rubro	Unidad de Medida	Unidades requeridas por tazón de ensalada, por vaso de gelatina y flan	Valor Unitario	Costo Total (S/.)		
				Fijo	Variable	
Ensalada de Fruta, Gelatina y Flan				38.08		
Manzana kg	kg	0.04	S/.	1.30	S/.	0.05
Papaya kg	kg	0.09	S/.	1.20	S/.	0.11
Mango kg	kg	0.09	S/.	1.50	S/.	0.13
Tuna kg	kg	0.06	S/.	2.00	S/.	0.12
Pepino kg	kg	0.05	S/.	1.50	S/.	0.08
Uva kg	kg	0.04	S/.	3.00	S/.	0.13
Plátano mano	Und	1.00	S/.	0.16	S/.	0.16
Trigo (1/2 kg)	kg	0.03	S/.	2.50	S/.	0.08
kiwicha	Gr	0.02	S/.	4.00	S/.	0.08
Miel por lt	Lt	0.04	S/.	3.50	S/.	0.14
Algarrobina por Kg	kg	0.02	S/.	3.50	S/.	0.07
yogurt	Lt	0.100	S/.	4.50	S/.	0.450
plato para llevar	Und	0.010	S/.	18.00	S/.	0.180
Canela y clavo	Und	0.01	S/.	0.50	S/.	0.01
Leche fresca (1bolsa) 900ml	Lt	0.07	S/.	2.90	S/.	0.21
Flan (1/4)	Und	0.16	S/.	2.50	S/.	0.40
Gelatina (1/4)	Und	0.16	S/.	2.50	S/.	0.40
Rubro	Unidad de Medida	Unidades requeridas mensuales	Valor Unitario	Costo Total (S/.)		
				Fijo	Variable	

Gelatina	Und	12	S/.	0.56		S/.	6.70
Flan	Und	12	S/.	0.64		S/.	7.67
Ensalada de Fruta	Und	15	S/.	1.58		S/.	23.71

MANO DE OBRA						2300.00
Cocinero	Gbl	1		800.00	800.00	
Auxiliar de Cocina - Despachador	Gbl	2		750.00	1500.00	

2. COSTOS INDIRECTOS						2017.2
GASTOS PREOPERATIVOS						106.67
GASTOS INDIRECTOS						935.00
Agua	Gbl	1		40.00	40.00	
Luz	Gbl	1		60.00	50.00	
Teléfono	Gbl	1		15.00	15.00	
Alquiler del local	Gbl	1		800.00	800.00	
Gas	Gbl	1		30.00	30.00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS						750.00
Cajera- Administrador		1		750.00	750.00	
GASTOS DE VENTA						225.50
Afiches (1/2 millar)	Gbl	0.5		90.00	45.00	
Volantes (1/2 millar)	Gbl	0.5		60.00	30.00	
Tarjeta de presentación (1/2 millar)	Gbl	0.5		55.00	27.50	
Polos con el logo	Gbl	4		12.00	48.00	
cartas de menú	Gbl	5		15.00	75.00	

TOTAL COSTOS S/						9,023.34
------------------------	--	--	--	--	--	-----------------

Fuente: Elaboración propia

7.3 Presupuesto de inversiones

El Presupuesto de inversiones en activo fijo es el dinero destinado a la adquisición de máquinas, equipos, vehículos, infraestructura, mobiliario y otros bienes nuevos o usados. Para estimar estos costos se puede solicitar los presupuestos a empresas que se dediquen a la venta de los activos que requerimos.

Cuadro N° 14: Presupuesto de Inversiones

CUADRO N° 14: PRESUPUESTO DE INVERSIONES: RESTAURANTE NATURAL "THANI"				
RUBRO	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD REQUERIDA	VALOR UNITARIO S/	COSTO TOTAL S/
INFRAESTRUCTURA - AMBIENTACION				1,062.00
Decoración en la parte arriba con luces = k mi fruta	Und	1	300.00	300.00
Vinil de 8 x 1.45 + diseño	Und	1	270.00	270.00
Pinturas	Und	1	250.00	250.00
Lámpara para el techo	Und	5	20.00	100.00
Focos ahorradores	Und	6	3.00	18.00
Duplicado de llaves	Und	1	4.00	4.00
Reloj de Pared	Und	1	10.00	10.00
Cuadros decorativos	Und	2	25.00	50.00
Pizarra mediana acrílica	Und	2	20.00	40.00
Canaletas portacables	Und	1	20.00	20.00
MAQUINARIA				6,690.00
Exhibidora - Congeladora	Und	1	3,500.00	3500.00
Microondas	Und	1	160.00	160.00
Congeladora	Und	1	900.00	900.00
Cocina Semi industrial	Und	1	500.00	500.00
Refrigeradora	Und	1	1000.00	1000.00
Licuada de 6 cuchillas - pro hielo	Und	1	380.00	380.00
Licuada oster estándar	Und	1	250.00	250.00
EQUIPOS				1,000.00
Televisor de 32"	Und	1	800.00	800.00
Equipo de sonido	Und	1	200.00	200.00
HERRAMIENTAS				1,493.16
Sartén	Und	2	30.00	60.00
Medidora de licor (oncera)	Und	1	8.50	8.50
Jarra de 1/2 L medidora de plástico	Und	3	0.80	2.40
Tazón de plástico 4 lt	Und	3	2.50	7.50
Coladores de mano de plástico (jgo)	Und	2	2.50	5.00
Escurreidor de platos	Und	1	25.50	25.50
Colador de plástico para las ensaladas	Und	2	2.20	4.40
Taper repostero	Und	3	1.30	3.90
Tabla de picar	Und	2	6.50	13.00
hieleras	Und	3	1.50	4.50
Tachos de basura	Und	3	10.00	30.00
Vasos para jugos 1/2 Lt	Docena	5	40.00	80.00

Vasos para refrescos n° 22	Docena	5	18.00	18.00
Vasos para refrescos n° 44	Docena	5	16.00	16.00
Cuchara medidora Facusa	Und	1	10.00	10.00
Platos postres n° 6	Docena	1	15.00	15.00
Platos postres n° 8	Docena	3	1.10	40.00
Ajicero chicos	Docena	1	12.00	12.00
Taza con platos para cafés	Docena	2	32.00	64.00
Azucareros	Und	6	10.00	60.00
Cubiertos jgo IUMUSA	Docena	2	25.00	50.00
Saleros de loza	Docena	1	15.00	15.00
Servilletero de loza	Docena	1	20.00	20.00
Jarras de 1 Lt vidrio	Und	6	7.25	43.50
Jarras de 1/2 Lt vidrio	Und	12	3.33	39.96
Portacubierto	Und	1	9.00	9.00
Exprimidor de limones	Und	2	3.00	6.00
Balanza repostera	Und	2	15.00	30.00
Cucharon Facusa	Und	2	7.50	15.00
Bandejas	Und	3	7.00	21.00
Espátula	Und	3	5.00	15.00
Olla grande	Und	3	30.00	90.00
Olla medinas para hervir las verduras	Und	2	18.00	36.00
Recipiente para cremas.	Docena	5	6.00	30.00
Espátula para recoger el huevo	Und	2	3.00	6.00
Recipiente	Und	5	8.00	40.00
Abrelatas	Und	2	2.00	4.00
Saca grasa (en metal)	Und	2	1.50	3.00
cuchillo grande	Und	2	22.00	44.00
destapadores de gaseosa	Und	3	0.50	1.50
Rallador para queso	Und	2	8.00	16.00
Secadores	Docena	1	26.00	26.00
Pisapies	Und	2	8.00	16.00
Tazones acero pequeño (base de jarabe)	Und	3	9.00	27.00
Tazones acero mediano (caramelo)	Und	3	20.00	60.00
Servilletas	1/2 millar	1	6.00	6.00
Vasos de plástico	1/2 millar	1	250.00	250.00
Cañitas	1/2 millar	1	10.00	10.00
Gorritas	Ciento	1	12.00	12.00
Envase Tecknopor para llevar.	Ciento	1	7.50	7.50
Cucharitas plástico	1/2 millar	1	3.50	3.50
Tenedores practico	1/2 millar	1	3.50	3.50
bolsa 1k	1/2 millar	1	6.50	6.50
bolsa para llevar	1/2 millar	1	8.00	8.00
Ace 5k	Und	1	14.00	14.00
Lejía 1L	Und	1	3.50	3.50

Ambientador	Und	1	8.00	8.00
Ayudin	Und	1	3.50	3.50
Secadores (Mesas)	Und	3	0.50	1.50
Secadores (Manteles)	Und	6	2.00	12.00
MUEBLES Y ENSERES				3,470.00
Mesas y sillas para clientes	Und	5	240.00	1200.00
Estante en melamine	Und	1	2000.00	2000.00
Mesas para área de cocina de acero inoxidable	Und	1	200.00	200.00
Balones de gas Industrial	Und	1	70.00	70.00
TOTAL PRESUPUESTO DE INVERSIONES S/				13,715.16

Fuente: Elaboración propia

Cuadro Nº 15: Depreciación de Bienes Tangibles

cuadro nº 15 depreciación de bienes tangibles													
Depreciación	valor inicial	mes											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
infraestructura	1,062.00	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66	2.66
maquinarias y equipos	7,690.00	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08	64.08
herramientas	1,493.16	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44	12.44
muebles y enseres	3,470.00	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92	28.92
total de depreciación		108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10

Fuente: Elaboración propia

7.3.2 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio nos ayuda a determinar a partir de cuántos productos vendidos empezamos a ganar. Esto es muy importante, porque nos permite fijarnos una meta respecto de cuántos productos debemos vender como mínimo en un determinado periodo.

Para calcular el punto de equilibrio para el mes 1 solo debemos aplicar la siguiente fórmula (el mismo procedimiento puede ser repetido para los meses siguientes):

Punto de Equilibrio = Costos Fijos Totales / Precio de Venta Unitario – Costo Variable Unitario.

De acuerdo al Cuadro N° 16, se determina que en el mes 1, tenemos que vender por lo menos 113 productos para poder obtener ganancias

Cuadro N° 16: Cuadro de Punto de Equilibrio

CUADRO N° 16: PUNTO DE EQUILIBRIO									
MES	PRODUCTOS	Cvu= CVT/Q	CT= CV +CF	CU = CT / Q prod	GANANCIA = Pvu - CU	P.Venta x Producto	Pe = CFT / Pvu - Cvu		
1232	Menús	S/. 3.29	S/. 4,062.22	S/. 3.30	S/. 5.70	S/. 9.00	1		
20	jugo de papaya	S/. 0.85	S/. 25.40	S/. 1.27	S/. 3.23	S/. 4.50	2		
20	Jugo de Piña	S/. 0.35	S/. 15.40	S/. 0.77	S/. 3.73	S/. 4.50	2		
20	Jugo de Fresa	S/. 0.67	S/. 21.85	S/. 1.09	S/. 3.91	S/. 5.00	2		
20	Jugo de Mango	S/. 0.21	S/. 12.52	S/. 0.63	S/. 3.87	S/. 4.50	2		
20	Jugo de Maracuyá	S/. 0.61	S/. 20.55	S/. 1.03	S/. 3.47	S/. 4.50	2		
20	Jugo de Papaya con leche.	S/. 0.93	S/. 26.99	S/. 1.35	S/. 4.15	S/. 5.50	2		
20	Jugo de Piña con leche.	S/. 0.85	S/. 25.49	S/. 1.27	S/. 4.73	S/. 6.00	2		
20	Jugo de Mango con Leche	S/. 0.21	S/. 12.52	S/. 0.63	S/. 4.87	S/. 5.50	2		
20	Jugo especial de papaya	S/. 1.54	S/. 39.19	S/. 1.96	S/. 4.04	S/. 6.00	2		
20	Juego de Fresa con leche.	S/. 1.18	S/. 31.94	S/. 1.60	S/. 4.40	S/. 6.00	2		
20	Limonada frozen 1litro	S/. 0.55	S/. 19.35	S/. 0.97	S/. 8.03	S/. 9.00	1		
20	Limonada Americana 1 litro	S/. 0.91	S/. 26.55	S/. 1.33	S/. 5.67	S/. 7.00	1		
20	Virgen colada	S/. 0.99	S/. 28.10	S/. 1.41	S/. 5.59	S/. 7.00	1		
20	Ponche Nutritivo	S/. 1.76	S/. 43.55	S/. 2.18	S/. 3.82	S/. 6.00	2		
20	Café Americano	S/. 2.32	S/. 54.71	S/. 2.74	S/. 0.26	S/. 3.00	12		
20	Café con leche.	S/. 1.06	S/. 29.64	S/. 1.48	S/. 2.02	S/. 3.50	3		
20	Frapps de Caramelo	S/. 2.78	S/. 63.93	S/. 3.20	S/. 3.80	S/. 7.00	2		
20	Frapps de Fresa	S/. 5.10	S/. 110.38	S/. 5.52	S/. 1.48	S/. 7.00	4		
20	Frapps de Chocolate	S/. 2.30	S/. 54.43	S/. 2.72	S/. 4.28	S/. 7.00	2		
20	Frapps de Mango	S/. 2.22	S/. 52.84	S/. 2.64	S/. 4.36	S/. 7.00	2		
20	Frapps de Piña	S/. 2.23	S/. 52.94	S/. 2.65	S/. 4.35	S/. 7.00	2		
10	Agua mineral	S/. 1.00	S/. 18.39	S/. 1.84	S/. 0.16	S/. 2.00	8		
7	Keke de zanahoria (entero) - dietético	S/. 0.80	S/. 13.99	S/. 2.00	S/. 0.00	S/. 2.00	7		

7	Keke de plátano (entero) - dietético	S/.	0.80	S/.	13.99	S/.	2.00	S/.	0.00	S/.	2.00	7
7	Keke de vainilla(entero) - dietético	S/.	0.80	S/.	13.99	S/.	2.00	S/.	0.00	S/.	2.00	7
7	Tiramisú (entero) - dietético	S/.	2.33	S/.	24.73	S/.	3.53	S/.	1.47	S/.	5.00	3
10	Galletas de Naranja	S/.	1.00	S/.	18.39	S/.	1.84	S/.	0.16	S/.	2.00	8
12	Gelatina	S/.	0.56	S/.	15.09	S/.	1.26	S/.	0.24	S/.	1.50	9
12	Flan	S/.	0.64	S/.	16.06	S/.	1.34	S/.	1.16	S/.	2.50	5
15	Ensalada de Fruta	S/.	3.16	S/.	55.82	S/.	3.72	S/.	1.28	S/.	5.00	5
1739	Total Productos									P. Equilibrio Total Productos		113

Fuente: Elaboración Propia

7.4 ANALISIS FINANCIERO

7.4.1 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Este reporte resume todos los ingresos y gastos que se generaran a lo largo de 1 año. En el siguiente cuadro se muestra el EGP proyectado y se observa que a partir del 6to mes la empresa habría recuperado la inversión inicial y al finalizar el año habría obtenido un total de 68,495.94 soles de utilidades.

Cuadro Nº 17: Cuadro de Estado de Ganancias y Pérdidas.

CUADRO Nº 17: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por ventas	13,803.00	13,803.00	13,803.00	13,803.00	14,907.24	14,907.24	15,183.30	15,183.30	15,183.30	15,873.45	15,873.45	15,873.45
Sub Tot Costos y Gastos	8,196.44	8,196.44	8,196.44	8,196.44	8,196.44	8,774.97	8,794.45	9,420.83	9,443.55	9,468.10	10,148.36	10,148.36
- Costo de Ventas	225.50	225.50	225.50	225.50	225.50	243.54	263.02	284.07	306.79	331.33	357.84	357.84
- Gastos Administrativos	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
- Costo de Operación	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,566.67	7,566.67	8,172.00	8,172.00	8,172.00	8,825.76	8,825.76
- Gastos PreOperativos	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67
- Depreciación	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10	108.10
Utilidad antes de Intereses e Impuestos	5,606.56	5,606.56	5,606.56	5,606.56	6,710.80	6,132.27	6,388.85	5,762.47	5,739.75	6,405.35	5,725.09	5,725.09
- Intereses*	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
Utilidad antes de Impuestos	5,446.56	5,446.56	5,446.56	5,446.56	6,550.80	5,972.27	6,228.85	5,602.47	5,579.75	6,245.35	5,565.09	5,565.09
- Impuestos**	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
UTILIDAD NETA	5,396.56	5,396.56	5,396.56	5,396.56	6,500.80	5,922.27	6,178.85	5,552.47	5,529.75	6,195.35	5,515.09	5,515.09

Fuente: Elaboración Propia

1.7.4.2 EL FLUJO DE CAJA ECONOMICO.

El flujo de caja nos muestra las necesidades esperadas de efectivo a lo largo de la vida útil del proyecto. En la siguiente tabla se muestra el flujo de caja económico y flujo de caja financiero que servirá para determinar la rentabilidad de la inversión.

Cuadro Nº 18: Cuadro de Flujo de Caja Económico y Financiero.

CUADRO Nº 18: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO													
Concepto	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
(A) Ingresos	-	13,803.00	13,803.00	13,803.00	13,803.00	14,907.24	14,907.24	15,183.30	15,183.30	15,183.30	15,873.45	15,873.45	15,873.45
(B) Egresos	22,001.33	7,981.67	7,981.67	7,981.67	7,981.67	7,981.67	8,560.21	8,579.69	9,206.06	9,228.79	9,253.33	9,933.60	9,933.60
- Costo de Ventas		225.50	225.50	225.50	225.50	225.50	243.54	263.02	284.07	306.79	331.33	357.84	357.84
- Gastos Administrativos		750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
- Costo de Operación (Costos directos)	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,006.17	7,566.67	7,566.67	8,172.00	8,172.00	8,172.00	8,825.76	8,825.76
- Gastos PreOperativos	-1280.00												
- Inversiones (activo Fijo)	13,715.16												
(C) Saldo antes de Impuestos (A - B)	22,001.33	5,821.33	5,821.33	5,821.33	5,821.33	6,925.57	6,347.03	6,603.61	5,977.24	5,954.51	6,620.12	5,939.85	5,939.85
(D) Impuesto a la Renta*	-	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
(E) Flujo de Caja Económico (C - D)	22,001.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	6,975.57	6,397.03	6,653.61	6,027.24	6,004.51	6,670.12	5,989.85	5,989.85
Financiamiento Bancario (préstamo)	12,000.00												
Pagos constantes		410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
(F) Flujo de Caja Financiero	10,001.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	6,975.57	6,397.03	6,653.61	6,027.24	6,004.51	6,670.12	5,989.85	5,989.85

Fuente: Elaboración Propia.

7.4.3 EL FLUJO DE LA DEUDA

Muchas veces, el dinero que podemos aportar a nuestro proyecto o para llevar a cabo nuestra idea de negocio no es suficiente. Entonces se tiene que buscar un financiamiento adicional, que puede ser un banco o en una institución financiera.

Así, desarrollaremos un cuadro adicional que será agregado al FCE y que nos permitirá determinar los costos de ese financiamiento y los pagos que debemos realizar por él. Del FCE (véase el cuadro N° 12) se desprende que para iniciar nuestro negocio necesitamos S/. 22,001.33 nuevos soles. Dado que suponemos que gracias a nuestros ahorros contamos con S/. 10,001.33, que pueden servir como aporte de capital, necesitamos S/. 12 000 adicionales para iniciar operaciones, pues en el resto de meses las ventas serán suficientes para cubrir todos los gastos. Para conseguir estos 12 000 nuevos soles solicitamos un préstamo bancario con las siguientes características:

- Deuda: S/. 12 000.
- Tasa de interés de la deuda: 16% anual.
- Número de pagos: 48
- Pagos constantes.

Cuadro N° 19: Cuadro de Amortización y Gestión Financiera.

CUADRO N° 19: FINANCIAMIENTO BANCARIO PARA DESARROLLO DEL NEGOCIO													
Mes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Saldo de la deuda/1	12,000	11,750.00	11,500.00	11,250.00	11,000.00	10,750.00	10,500.00	10,250.00	10,000.00	9,750.00	9,500.00	9,250.00	9,000.00
Amortización/2		250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
Interés/3		160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
Pagos constantes/4		410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00

Fuente: Elaboración Propia

7.4.4 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El Balance General presenta la situación financiera de la empresa y muestra los bienes, derechos y deberes que la empresa tendrá anualmente a los largo del horizonte de tiempo. A continuación se presentan el Balance General Proyecto para los meses 0, 1, 2 y 3.

Cuadro N° 20: Balance General Proyectado Mes 0.

CUADRO N° 20: BALANCE GENERAL PROYECTADO: MES 0			
ACTIVO	INICIAL	PASIVO Y PATRIMONIO	INICIAL
ACTIVO CORRIENTE	10,001.03	PASIVO CORRIENTE	22,001.33
Caja y Bancos (Financ. Banc.)	-	Cuentas por Pagar (Proveed. Costos Var.directo)	7,006.17
Cuentas por Cobrar (Aporte Soc)	10,001.03	Cuentas por Pagar (Proveedores de Activo Fijo Tang)	13,715.16
Existencias	-	Gastos acumulados por pagar (Gastos Pre Operat)	1280.00
		Pasivos a largo plazo (Finan. Banc)	
ACTIVOS FIJOS	14,995.16	Otras cuentas por Pagar	
<i>Activo fijo tangible</i>	<i>13,715.16</i>	PATRIMONIO NETO	2,994.86
Infraestructura	1,062.00	Capital Social	2,994.86
Maquinaria y Equipos	7,690.00	Utilidad	-
Herramientas	1,493.16		
Muebles y Enseres	3,470.00		
Menos Depreciación	-		
OTROS ACTIVOS	1,280.00		
<i>Intangibles (Gastos Pre-Operativos)</i>	<i>1,280.00</i>		
TOTAL ACTIVO	24,996.19	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	24,996.19

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro Nº 21: Balance General Proyectado Mes 1

CUADRO Nº 22: BALANCE GENERAL PROYECTADO: MES 1

ACTIVO	INICIAL	PASIVO Y PATRIMONIO	INICIAL
ACTIVO CORRIENTE	13,803.00	PASIVO CORRIENTE	9,483.34
Caja y Bancos (Financ. Banc.)	13,803.00	Cuentas por Pagar (Proveed. Costos Var.directo)	7,006.17
Cuentas por Cobrar (Aporte Soc)	-	Cuentas por Pagar (Proveedores de Activo Fijo Tang)	
Existencias	-	Gastos acumulados por pagar (Costos indirectos)	2017.17
		Pasivos a largo plazo (Finan. Banc)	410.00
ACTIVOS FIJOS	13,607.06	Otras cuentas por Pagar (impuesto)	50.00
Activo fijo tangible	13,607.06	PATRIMONIO NETO	17,926.72
Infraestructura	1,062.00	Capital Social	17,926.72
Maquinaria y Equipos	7,690.00	Utilidad	-
Herramientas	1,493.16		
Muebles y Enseres	3,470.00		
Menos Depreciación	-108.10		
OTROS ACTIVOS	-		
Intangibles (Gastos Pre-Operativos)	-		
TOTAL ACTIVO	27,410.06	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	27,410.06

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N° 23: Balance General Proyectado Mes 2

CUADRO N° 23: BALANCE GENERAL PROYECTADO: MES 2

ACTIVO	INICIAL	PASIVO Y PATRIMONIO	INICIAL
ACTIVO CORRIENTE	19,674.33	PASIVO CORRIENTE	9,483.34
Caja y Bancos (Financ. Banc.)	19,674.33	Cuentas por Pagar (Proveed. Costos Var.directo)	7,006.17
Cuentas por Cobrar (Aporte Soc)		Cuentas por Pagar (Proveedores de Activo Fijo Tang)	
Existencias		Gastos acumulados por pagar (Costos indirectos)	2017.17
		Pasivos a largo plazo (Finan. Banc)	410.00
ACTIVOS FIJOS	13,498.96	Otras cuentas por Pagar (impuesto)	50.00
<i>Activo fijo tangible</i>	<i>13,498.96</i>	PATRIMONIO NETO	23,689.95
Infraestructura	1,062.00	Capital Social	17,818.62
Maquinaria y Equipos	7,690.00	Utilidad	5,871.33
Herramientas	1,493.16		
Muebles y Enseres	3,470.00		
Menos Depreciación	216.20		
OTROS ACTIVOS	-		
<i>Intangibles (Gastos Pre-Operativos)</i>	-		
TOTAL ACTIVO	33,173.29	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	33,173.29

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N° 24: Siglas Mayormente Usadas

CUADRO N° 24: SIGLAS MAYORMENTE USADAS.

APEIM :	Asociación de Empresas de Investigación de Mercados
INEI :	Instituto Nacional de Estadística e Informática
FAO :	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
NSE :	Nivel Socioeconómico
PBI :	Producto Bruto Interno
ENAHO :	Encuesta Nacional de Hogares

Fuente: Elaboración Propia

VIII. EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD

8.1 BENEFICIOS PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS

8.1.1 BENEFICIOS PARA LOS INVERSIORIONISTAS, TRABAJADORES, PROVEEDORES, CLIENTES, ESTADO Y COMUNIDAD.

Las personas tienden a llegar a un estado de análisis sobre su alimentación diaria, ya que surge la gran inquietud de cambiar sus hábitos alimenticios, que generalmente son influenciados por diferentes factores como: recomendación médica, metas para reducir el peso, búsqueda de encontrar una mejor alimentación para evitar problemas de salud, entre otros.

Por ello la alimentación natural o vegetariana permitirá a nuestros clientes y trabajadores tener una vida más equilibrada; dado que según estudios científicos indican, que el reducir el consumo de carnes y de comidas con alto contenido de grasas, y el tener una alimentación saludable nos permite tener

una dieta favorable, la cual hace que tengamos una vida sana llena de muchas energías y también de esa manera podemos prevenir muchas enfermedades.

Además la creación del restaurante THANI, permitirá la generación de empleo y alianzas con nuestros proveedores.

Respecto a los inversionistas, tendrán la satisfacción de no sólo contribuir con la diversificación y promoción de una cultura alimenticia sana, sino también de percibir una rentabilidad económica adecuada, que conlleva a la inversión y crecimiento del negocio.

8.2 EVALUACION SOCIAL

8.2.1 VALOR ACTUAL NETO

8.2.1 VALOR ACTUAL NETO: Es un método de evaluación de proyectos de inversión que consiste en determinar el valor presente de los flujos de fondos del negocio, usando la tasa de descuento acorde al rendimiento mínimo esperado.

Para el presente cálculo se ha tomado una tasa de referencia de 16%, ya que es la tasa de interés que nos cobra el banco por el préstamo bancario. Asimismo se ha determinado 2 tipos de VAN, el económico y financiero.

VAN ECONOMICO	9,837.67
VAN FINANCIERO	21,837.67

TASA INTERNA DEN RETORNO: Es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto es igual a cero. Para este proyecto la TIR es superior a la tasa de descuento que nos cobra el banco por el préstamo, por lo que el proyecto debe ser ejecutado.

TIR ECONOMICO	26%
--------------------------	------------

TIR FINANCIERO	60%
---------------------------	------------

8.2.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

(E) Flujo de Caja Económico (C - D)	-22,001.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	6,975.57	6,397.03	6,653.61	6,027.24	6,004.51	6,670.12	5,989.85	5,989.85
Financiamiento Bancario (préstamo)	12,000.00												
Pagos constantes		-410	-410	-410	-410	-410	-410	-410	-410	-410	-410	-410	-410
(F) Flujo de Caja Financiero	-10,001.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	5,871.33	6,975.57	6,397.03	6,653.61	6,027.24	6,004.51	6,670.12	5,989.85	5,989.85

COK	16%
AUMENTO INVERSION S/	3800
AUMENTO INVERSION%	17.27%
INVERSION	-25801.33
VAN E	4
TIR E	16%
B/C	1.39

El siguiente análisis se realizó en el programa Excel, mediante el uso de barra de desplazamiento, donde se llegó a determinar que el presente proyecto podría tener hasta un aumento en la inversión de 3,800 nuevos soles, ya que a ese nivel de inversión el VAN se hace 0.

Índice de rentabilidad

$$\text{MARGEN UTILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
UTILIDAD NETA	5,396.56	5,396.56	5,396.56	5,396.56	6,500.80	5,922.27	6,178.85	5,552.47	5,529.75	6,195.35	5,515.09	5,515.09	68,495.91
VENTAS TOTALES DEL MES	13,803.00	13,803.00	13,803.00	13,803.00	14,907.24	14,907.24	15,183.30	15,183.30	15,183.30	15,873.45	15,873.45	15,873.45	178,196.73

INDICE DE RENTABILIDAD

MARGEN DE UTILIDAD	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
	39.10%	39.10%	39.10%	39.10%	43.61%	39.73%	40.70%	36.57%	36.42%	39.03%	34.74%	34.74%	38.49%

- La conclusión del siguiente análisis es que la empresa tendría un margen de utilidad del 34.74% al año

8.2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y ANALISIS AMBIENTAL.

8.2.4.1 Responsabilidad social empresarial

Este proyecto al ser una microempresa no podrá aportar con grandes montos de dinero a instituciones benéficas; sin embargo creara puestos de trabajo con salarios justos para así mejorar la calidad de vida de los colaboradores.

8.2.4.2 Análisis Ambiental

Este tipo de proyecto no representa mayor impacto ambiental. Sin embargo se tendrá en cuenta los posibles impactos positivos, negativos y neutros que originará la Fuente de Soda en la conservación del medio ambiente, tratando de no causar ningún mal físico o de otro tipo, fomentando a la conciencia de los residentes de dicho distrito, por lo toma como base dicha herramienta

CONCLUSIONES

- El capital suscrito del inversionista(s) puede ser en dinero y préstamo bancario, en plan de negocios presentado, el 45% será aportado por los inversionista(s) y el 55% mediante Endeudamiento.
- El nivel de satisfacción estará dado por los estándares de consumo, ya que se parametrizará las cantidades en función de la capacidad o nivel de satisfacción en el mercado objetivo.
- Los puntos de ingresos se considera a partir del mes 1 y hasta el mes 12 asociados a 5 menús por día y a las cantidades indicadas en los cuadros financieros para los diversos productos ofrecidos; éstos estarán definidos por la unidad de costo, unidades de medida, cantidad de consumo supuesto y valor por gramo.
- Para la estructura de proyección de ventas, se estableció un leve aumento porcentual en las cantidades de los productos ofrecidos a partir del mes 6, ya que se estima que al ser reconocidos y posicionarnos en el mercado, lograremos poco a poco incrementar las ventas.
- La evaluación de costos por cada mes se pondera en función a la proyección de ventas.
- La rentabilidad puede verse afectada por la parte coyuntural del país en cuestión estacionaria de los productos y temporada invernal, para lo que también se debe estar preparado con nuevas estrategias de mercado.

- De acuerdo al modelo financiero que se desarrolló para el plan de negocios se quiere hacer algunas consideraciones con respecto al mismo:

En el desarrollo del modelo o propuesta financiera, tras la investigación efectuada se encontró un escenario favorable y de viabilidad para la ejecución de dicho propósito de negocio, tanto en la parte técnica como económica.

Los parámetros de evaluación para la inversión, T.I.R, V.P.N, los flujos de efectivo y la proyección de ventas, mostraron un escenario financiero tan prometedor y rentable a lo largo del año.

Lo escenarios presentados para la evaluación del T.I.R y V.P.N, se establecieron mediante un análisis optimista, obteniendo una TIR ECONOMICO del 26% y una VAN ECONOMICO de S/9,837.67 estos resultados presentan un escenario favorable y rentable para llevar a cabo el presente proyecto.

- En el estudio del proceso productivo se determinó que las maquinas, herramientas y equipos que son necesarias para la implementación de este proyecto, son de fácil acceso en el mercado nacional y que actualmente en el mercado laboral encontramos mano de obra calificada disponible.
- Dados los buenos resultados que muestran las ventas proyectadas durante los 12 meses del año, el margen de ganancia obtenido será utilizado para reinvertir en la ampliación del restaurante, así como su ambientación e infraestructura y la mejora en el servicio y atención para nuestros clientes.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los inversionista(s), empresarios o personas interesadas en el proyecto de negocios, realicen un estudio de mercado profundo, para que de esta forma se conozca el comportamiento de los consumidores.
- Para conocer los gustos y preferencias de nuestros consumidores, se deberá realizar encuestas a todas las personas que trabajan en los diferentes establecimientos comerciales y empresariales aledaños a la ubicación del restaurante THANI.
- Para la diversificación de los productos que ofrece el restaurante THANI, se deberá buscar nuevas alternativas para la presentación de los platos, tales como un estilo gourmet.
- Es necesario que los consumidores conozcan los beneficios, propiedades y bondades que tienen los insumos que se utilizan para la preparación de platos y bebidas de los productos que se ofrece en el restaurante THANI, por ello es indispensable que los inversionistas apliquen un marketing publicitario que brinde información mediante volantes, afiches, redes sociales, etc.
- Otra alternativa para satisfacer la demanda insatisfecha es que los inversionistas participen en ferias gastronómicas, la cual permitirá que las personas degusten de este tipo de alimentación y conozcan de sus beneficios y a su vez presentar los platos con especialidad gourmet para educar al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arellano, R., (2002). Comportamiento de Consumidor. Enfoque América Latina. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana.

Basulto, J. (2009). Dieta basada en productos vegetales: Opinión de 7 organizaciones de salud. Recuperado el 24 de setiembre de 2009.

http://www.haztevegetariano.com/page/677/dieta_basada_en_productos_vegetales_opinion_de_7_organizaciones_de_salud

Blackwell, R., Miniard, P. & Engel, J. (2002). Comportamiento del Consumidor. 9ª Edición. Editorial International Thompson Editores. México.

Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación Científica. Segunda Edición. Editorial Pearson Educación. Colombia.

Gonzales, M. (2004). Algunos factores de éxito en la industria restaurantera: el caso de un restaurante en la ciudad de Toluca.

Gonzales, M. (2005). Dietas vegetarianas: Implementación en la Infancia y la adolescencia.

Gray, S. (2005). Frutas frescas son nueva apuesta de las cadenas de comidas rápidas. The Wall Street Journal.

Moliner, B. (2003). La formación de la satisfacción/insatisfacción del consumidor y del comportamiento de queja: Aplicación al ámbito de los restaurantes.

<http://www.elmundo.es/2001/01/17/catalunya/e000099.html>

Nelson., Moxness, K., Jensen, M. & Gastineau, C. (1996). Dietética y Nutrición – Manual de la Clínica Mayo. 7ma. Edición. Mosby/Doyma Libros. España.

Román. D. (2008). Historia del Vegetarianismo. Recuperado el 08 de octubre de 2009. (<http://bellezainteriorvegetariana.wordpress.com/category/historiadel-vegetarianismo/>)

OPECU Prensa (2007, junio 25). El 93% de los tipos de cáncer dependen de nuestro estilo de vida, afirma el Dr. Félix Bautista García. Recuperado el 07 de setiembre de 2008 de http://www.opecu.org.pe/index.php?option=com_content&task=view&id=1712&Itemid=65

Sabate, J. (2006). Nutrición Vegetariana. 1° edición. Editorial SAFELIZ. Madrid. Recuperado el 31 de marzo de 2009

Valerio, M. (2007, julio 18). Estudio epidemiológico: Una dieta rica en fruta y verdura reduce la mortalidad en un 30%. Recuperado el 07 de setiembre de 2008 de <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2007/07/17/medicina/1184668245.html>

Vivanco, J. (08 octubre 2009). Comunicación personal. Coordinador de Igualdad Animal Perú. peru@igualdadanimal.org Página web oficial de igualdad animal: <http://www.igualdadanimal.org>

Mi cocina vegetariana. Recetas, restaurantes y salud (26 enero 2008). Recuperado el 22 de mayo 2009 (<http://micocinavegetariana.com/sublimerestaurant/>).

Mi cocina vegetariana. Recetas, restaurantes y salud (18 febrero 2007). Recuperado el 22 de mayo 2009. <http://micocinavegetariana.com/royalindia-restaurant/>

Restaurante Vegetariano Oasis (junio 2006). Recuperado el 22 de mayo 2009. <http://www.restaurantevegetarianooasis.com/c>

Mi cocina vegetariana. Recetas, restaurantes y salud (18 febrero 2007). Recuperado el 22 de mayo 2009. <http://micocinavegetariana.com/gardencafe/>

A N E X O S

ANALISIS DE MATERIA PRIMA UTILIZADA POR MENU /DIA

LUNES

Lentejitas con tofu	Valor Unitario	Aguadito	Valor Unitario	Refresco de Cebada (vaso)	Valor Unitario	Cantidades Requeridas por día.
Arroz	S/. 0.25	Arroz	S/. 0.25	Limón	S/. 0.15	11
Lentejitas	S/. 0.50	Ajo	S/. 0.02	Cebada	S/. 0.09	
Tofu	S/. 0.83	Cebolla (Adreso)	S/. 0.06	Azúcar	S/. 0.02	
cebolla	S/. 0.06	Culantro	S/. 0.02	Agua Hervida	S/. 0.14	
Ajo	S/. 0.02	Papa Amarilla	S/. 0.24			
Aceite	S/. 0.09	Tomate	S/. 0.13			
Sazonadores	S/. 0.01	Choclo	S/. 0.35			
Ensalada de Lechuga	S/. 0.32	Desgranado.	S/. 0.08			
		Alverjita Verde.	S/. 0.09			
		Aceite.	S/. 0.01			
		Sazonadores				
	S/. 2.07		S/. 1.23		S/. 0.40	
					S/. 9.00	P.Venta
					S/. 3.70	Costo
					S/. 5.30	Margen

Causa Verde	Valor Unitario	Aguadito	Valor Unitario	Refresco de Cebada (vaso)	Valor Unitario	Cantidades Requeridas por día.	
Arroz	S/. 0.25	Arroz	S/. 0.25	Limón	S/. 0.15	11	
Papa Amarilla	S/. 0.12	Ajo	S/. 0.02	Cebada	S/. 0.09		
Palta	S/. 0.13	Cebolla (Adreso)	S/. 0.06	Azúcar	S/. 0.02		
Tomate	S/. 0.06	Culantro	S/. 0.02	Agua	S/. 0.14		
cebolla	S/. 0.40	Papa Amarilla	S/. 0.24				
Mayonesa	S/. 0.10	Tomate	S/. 0.13				
lechuga	S/. 0.16	Choclo	S/. 0.35				
Aceituna	S/. 0.03	Desgranado.	S/. 0.08				
Ají amarillo.	S/. 0.09	Alverjita Verde.	S/. 0.09				
Aceite.	S/. 0.01	Aceite.	S/. 0.01				
Sazonadores.	S/. 0.01	Sazonadores	S/. 0.01				
							S/. 9.00
	S/. 1.59		S/. 1.23		S/. 0.40		P.Venta
							S/. 3.23
							S/. 5.77
							Margen

Cebiche de Chochos.	Valor Unitario	Aguadito	Valor Unitario	Valor Unitario	Costo Unitario	Cantidades Requeridas por día.	
Chocho	S/. 0.75	Arroz	S/. 0.25	Limón	S/. 0.15	11	
Tomate	S/. 0.13	Ajo	S/. 0.02	Cebada	S/. 0.09		
Perejil	S/. 0.02	Cebolla (Adreso)	S/. 0.06	Azúcar	S/. 0.02		
Cebolla	S/. 0.10	Culantro	S/. 0.02	Agua	S/. 0.14		
Lechuga	S/. 0.10	Papa Amarilla	S/. 0.24				
Ají limo	S/. 0.03	Tomate	S/. 0.13				
Sazonadores (sal, pimienta, comino, ajinomoto).	S/. 0.01	Choclo	S/. 0.35				
M.O	S/. -	Desgranado.	S/. 0.08				
		Alverjita Verde.	S/. 0.09				
		Aceite.	S/. 0.01				
		Sazonadores	S/. 0.01				
	S/. 1.13		S/. 1.23		S/. 0.40		
							S/. 9.00 P.Venta
							S/. 2.77 Costo
							S/. 6.23 Margen

