



**INSTITUTO PERUANO DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS IPAE  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**PROPUESTA DE UN RESTAURANTE DE COMIDA SALUDABLE  
PARA LA CIUDAD DE ICA**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Administración de Empresas**

**AARÓN GUILLERMO LOVERA BERNAOLA  
(0009-0002-1669-5161)**

**Ica – Perú**

**2022**

Dedicatoria

*Con cariño y aprecio, a nuestros padres*

## ÍNDICE GENERAL

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....</b>	<b>11</b>
Idea de Negocio .....	11
Diagnóstico de la Idea de Negocio .....	11
Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad).....	14
<b>CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO .....</b>	<b>17</b>
Análisis del microentorno (clientes, competidores, proveedores, intermediarios, productos sustitutos).....	17
Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico – demográfico y tecnológico) .....	19
<b>CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>23</b>
Misión .....	23
Visión .....	23
Valores .....	23
Objetivos estratégicos generales .....	23
Matriz FODA .....	25
Estrategia genérica de Porter .....	26
Cronograma de actividades (diagrama de Gantt).....	27
<b>CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>28</b>
Oferta .....	28
Demanda (investigación, objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda).....	28
<b>CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>42</b>

Mercado .....	42
Marketing Mix .....	42
Formulación estratégica ANSOFF .....	51
Proyección de Ventas.....	52
<b>CAPITULO VI. PLAN TÉCNICO .....</b>	<b>57</b>
Localización de la empresa.....	57
Tamaño del negocio.....	58
Necesidades .....	59
Costos (Costos directos e indirectos).....	60
Diagrama de Operación .....	61
Certificaciones necesarias.....	62
Impacto al medio ambiente.....	63
Constitución de la empresa (procesos, tramites, permisos y costos) .....	64
Obligaciones (tributarias y laborales).....	65
Estructura Organizacional.....	66
Descripción de Funciones .....	67
Inversiones.....	71
Ingresos y egresos .....	73
Deuda.....	75
Flujo de Caja.....	77
Punto de Equilibrio .....	79
Costos fijos Mensuales .....	79
Costos producción y Gastos Administrativos .....	79

Evaluación Económica y Financiera.....	81
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>83</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>84</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>85</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>90</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Matriz FODA .....	25
Tabla N° 2 Matriz EFI .....	26
Tabla N° 3 Diagrama Gantt .....	27
Tabla N° 4 Mercado Potencial.....	37
Tabla N° 5 Frecuencia de consumo .....	40
Tabla N° 6 Estructura de Costos "Sabor &Salud" .....	46
Tabla N° 7 Estructura Total .....	46
Tabla N° 8 Definición de precio .....	46
Tabla N° 9 Matriz de Localización del restaurante "Sabor & Salud" .....	49
Tabla N° 10 Breafing.....	50
Tabla N° 11 Tabla de proyección de ventas mensuales.....	52
Tabla N° 12 Tabla de proyección de ventas anuales .....	53
Tabla N° 13 Datos de suscripción mensual .....	54
Tabla N° 14 Proyección de ventas mensuales de suscripciones .....	55
Tabla N° 15 Proyección de venta anual de suscripción .....	55
Tabla N° 16 Equipos.....	59
Tabla N° 17 Maquinaria.....	59
Tabla N° 18 Capital de Trabajo .....	59
Tabla N° 19 Presupuesto total de inversión.....	60
Tabla N° 20 Costos directos .....	60
Tabla N° 21 Costos indirectos .....	60
Tabla N° 22 Tabla de socios .....	64
Tabla N° 23 Participaciones.....	65
Tabla N° 24 Resumen de tributos que asumirá el restaurante Sabor & Salud.....	66
Tabla N° 25 Inversiones tangibles .....	71
Tabla N° 26 Inversiones intangibles .....	72
Tabla N° 27 Inversión total.....	72
Tabla N° 28 Estructura de costos mensuales .....	73
Tabla N° 29 Estructura de ingresos mensuales.....	74
Tabla N° 30 Comparativa de Préstamos .....	75
Tabla N° 31 Préstamo .....	75
Tabla N° 32 Cuadro de amortización.....	76
Tabla N° 33 Flujo de caja .....	77
Tabla N° 34 Datos para hallar el COK .....	81
Tabla N° 35 Resultados del COK y WACC .....	81

Tabla N° 36 TIR Económica.....	82
--------------------------------	----

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Distribución de personas diagnosticadas con presión arterial alta 2019 (%).....	12
Figura N° 2 Distribución de personas diagnosticadas con diabetes 2019 (%).....	12
Figura N° 3 Consumo de frutas en personas mayores de 15 años el año 2019 (%).....	13
Figura N° 4 Consumo de verduras en personas mayores de 15 años el año 2019 (%).....	14
Figura N° 5 Pregunta 1 - ¿Qué edad tienes? .....	30
Figura N° 6 Pregunta 2 - ¿Género?.....	30
Figura N° 7 Pregunta 3 - ¿Lugar de residencia? .....	31
Figura N° 8 Pregunta 4 - ¿Usted ha consumido comida saludable? .....	31
Figura N° 9 Pregunta 5 - ¿Usted tiene un estilo de vida saludable? .....	32
Figura N° 10 Pregunta 6 - ¿Con qué frecuencia consumes o consumirías comida saludable?.....	32
Figura N° 11 Pregunta 7 - ¿Cuánto es lo que pagarías por un plato de comida saludable?.....	33
Figura N° 12 Pregunta 8 - A la hora de comprar comida saludable, ¿En qué se basa tu decisión?.....	33
Figura N° 13 Pregunta 9 - ¿En qué lugar prefieres comprar comida saludable? .....	34
Figura N° 14 Pregunta 10 - Si tuviera la oportunidad de consumir en un restaurante de comida saludable en la que le ofrezcan comida sabrosa y con un excelente servicio, ¿Ud. Compraría allí? .....	34
Figura N° 15 Pregunta 11 - ¿Qué restaurante de comida saludable frecuenta?.....	35
Figura N° 16 Pregunta 12 - ¿Cómo consideras la atención en el restaurante vegano/vegetariano que más frecuenta?.....	35
Figura N° 17 ¿Con qué frecuencia consumes o consumirías comida vegetariana?.....	40
Figura N° 18 Ficha técnica de "Crema de calabaza y zanahoria".....	44
Figura N° 19 Ficha técnica de "Ensalada de quinoa con germinados de alfalfa" .....	45
Figura N° 20 Carta de menú, "El vegetariano Restaurante" .....	48
Figura N° 21 Estrategia ANSOFF - Desarrollo de producto .....	51
Figura N° 22 Gráfico de proyección de ventas mensuales .....	53
Figura N° 23 Gráfico de proyección de ventas anuales .....	54
Figura N° 24 Ventas anuales de suscripciones .....	56
Figura N° 25 Ubicación de "Sabor & Salud".....	57
Figura N° 26 Layout de "Sabor & Salud" .....	58
Figura N° 27 Diagrama de operaciones - Atención al público .....	61
Figura N° 28 Diagrama proceso de Compras .....	62
Figura N° 29 Organigrama de Sabor & Salud .....	67

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto tiene como objetivo principal el determinar la factibilidad de la creación de un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ica, Provincia de Ica. Se realizó un riguroso análisis interno y externo del proyecto de negocio se determinará los factores que tienen incidencia en la factibilidad del negocio. Se elaboró un plan de marketing para el restaurante. El mercado objetivo está conformado personas con edades entre 18 a 60 años de los cuales el 62,40% pertenecen a los NSE A, B y C, además de poseer interés por la oferta de mercado y tiene acceso a ella. El restaurante de comida saludable “Sabor & Salud”, plantea proveer variedad de platos en base a un esquema nutricional de acuerdo a las necesidades, gustos y preferencias. Los productos que se ofrecerán dentro del Restaurante “Sabor y Salud” constituyen una nueva visión de lo que comida saludable abarca, siendo la estrategia de marketing básica para la introducción de cada uno de nuestros diversos productos, buscando posicionarnos en el mercado iqueño. Sabor & Salud estará ubicada en la ciudad de Ica, en la Av. San Martín 1294, Urb. San Isidro. Siendo una ubicación comercial muy concurrida, la cual favorece a la afluencia de clientes para el restaurante. De acuerdo a encuestas y entrevistas realizadas dentro de la ciudad de Ica, los resultados permitirán medir una acogida positiva o negativa al restaurante en estudio y adicionalmente un estudio financiero.

## INTRODUCCIÓN

El hablar de restaurantes de comida saludable es ser conscientes que la tendencia del futuro es el consumo de alimentos saludables de acuerdo al requerimiento nutricional de las personas, esto ayudara de manera directa e indirecta en nuestra sociedad y en específico si hablamos de los costos en salud pública. En países europeos esta tendencia tiene un rápido crecimiento entre la población, lo que da más viabilidad al aumento de restaurantes enfocados en la comida saludable, además muchas de sus empresas de la industria alimentaria han empezado a instruirse en relación al valor nutricional de sus productos con éxito. En los países latinoamericanos si bien la noción de comer saludable poco a poco está tomando más fuerza, esta se caracteriza por tener muchas costumbres gastronómicas donde se consume muchos tipos de alimentos de diversos orígenes.

En nuestro país, sobre todo en Ica, los restaurantes están siguiendo la tendencia de alimentación saludable, vegetariana y orgánica, entre los más conocidos están El Vegetariano, El Champignon, El Tambo de Tacama y 8 Cepas, pero aún no llegan a ser grandes cadenas de restaurantes. El presente proyecto de gestión tiene como objetivo principal el desarrollo de un plan de negocios a fin de implementar un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ica, el restaurante será denominado “Sabor & Salud” y estará ubicado en el centro de la ciudad.

A pesar de diversas limitaciones, hoy en día la nueva tendencia mundial es consumir alimentos saludables, nutritivos y orgánicos, esto representa una gran oportunidad para aquellos que desean emprender el rubro de comida saludable. Así como también los escenarios en el ámbito social, económico y ambiental, las nuevas tecnologías de información, han hecho que las personas puedan darse cuenta y ser conscientes, que todo lo que consumen tienen un impacto directo en su salud.

Este trabajo de investigación está estructurado por ocho capítulos que incluyen los resultados del estudio de mercado y el análisis de estos para la implementación del restaurante de comida saludable “Sabor & Salud”. Se establecieron las conclusiones y las recomendaciones según dichos resultados.

# **CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO**

## **Idea de Negocio**

La idea de negocio propuesta para el presente proyecto de integración de gestión es un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ica “Sabor & Salud”. Nuestro restaurante ofrecerá a los clientes una alternativa de alimentación saludable, teniendo como principales puntos de diferenciación un alto valor nutricional, la exquisitez y alta calidad de sus platos, una adecuada atención al cliente y un asesoramiento personalizado en la dieta de los clientes.

En la ciudad de Ica existe un reducido número de restaurantes que ofrecen alternativas de comida saludable y se tienen nichos de mercado insatisfechos. La propuesta de negocio busca satisfacer dichos segmentos de mercado, promover la prevención de enfermedades y el desarrollo de hábitos de alimentación saludable en la población de Ica.

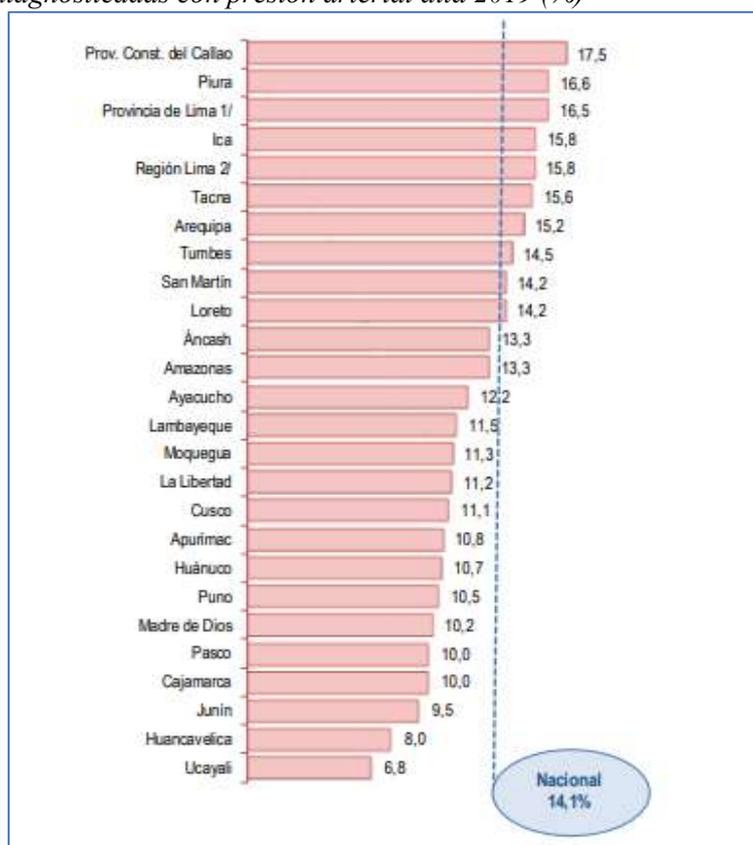
## **Diagnóstico de la Idea de Negocio**

Una alimentación saludable es uno de los pilares fundamentales para el bienestar de las personas, no otorgarle la debida importancia puede producir una serie de problemas de salud en un corto, mediano o largo plazo. El actual ritmo de vida, las responsabilidades, el estrés laboral, el sedentarismo y el temor ocasionado por la pandemia del covid19 ha forzado a las personas a recurrir a un tipo de alimentación saludable para mejorar su calidad de vida y la prevención o tratamiento de las enfermedades preexistentes.

El INEI (Instituto Nacional de Estadísticas e Informática) en su artículo de investigación “Perú: Enfermedades No Transmisibles y Transmisibles, 2019” publicado el 2020, señala que la diabetes y la hipertensión arterial son enfermedades crónicas que constituyen un problema de salud pública. El año 2019 el 14.1% de personas mayores de 15 años presentaron una presión arterial alta, respecto al género los hombres (17.5%) presentan un mayor porcentaje que las mujeres (10.9%). Para el departamento de Ica se presenta un 15.8% del total de personas mayores a 15 años que presentan una presión alta, este porcentaje es superior al promedio nacional (14.1%). En el grafico N°1 se representa gráficamente la distribución de personas mayores de 15 años que presentan presión arterial alta según departamento.

**Figura N° 1**

*Distribución de personas diagnosticadas con presión arterial alta 2019 (%)*



*Nota:* “Perú: Enfermedades Transmisibles y No Transmisibles 2019”, INEI, 2020

El año 2019 el 3.9% de personas mayores de 15 años fueron diagnosticados con diabetes mellitus, respecto al género las mujeres (4.3%) presentan un mayor porcentaje que los hombres (3.4%). El 77.7% de personas diagnosticadas con diabetes mellitus ha reportado haber recibido algún tratamiento médico con receta durante el año 2019. En la región Lima se presenta el mayor porcentaje de personas con diabetes (5.1%), en el resto de la costa (4.1%), en la sierra (1.9%) y selva (3.4%). En el gráfico N°2 se representa gráficamente la distribución de personas mayores de 15 años que presentan diabetes mellitus según región para el año 2019.

**Figura N° 2**

*Distribución de personas diagnosticadas con diabetes 2019 (%)*



*Nota:* “Perú: Enfermedades Transmisibles y No Transmisibles 2019”, INEI, 2020

El INEI en su artículo de investigación “El 37.8% de la población peruana de 15 y más años tiene sobrepeso en el año 2019” publicado el 2020, señala que en todo el país durante el año 2019 el 37.8% de personas mayores a 15 años presentaron sobrepeso u obesidad. En las zonas urbanas se identificó un mayor porcentaje de población con sobrepeso (38.9%) respecto a las zonas rurales (31.1%). El sobrepeso se ha incrementado en países en vías de desarrollo como el Perú, las personas que padecen de sobrepeso tienen un mayor riesgo de presentar enfermedades crónicas como la diabetes, el cáncer, enfermedades cardiovasculares y otras. Los principales factores asociados al sobrepeso son los cambios en los modos de vida, la migración a zonas urbanas, consumo elevado de alimentos con baja calidad nutricional, sedentarismo y otros.

Por otro lado, el consumo de verduras y frutas contribuye a prevenir el desarrollo de diversas enfermedades tales como el cáncer, hipertensión, cardiopatía, diabetes y la obesidad. Un bajo consumo de estos nutrientes genera un factor de riesgo para la salud pública del país. Para el año 2019 el consumo de frutas y verduras fue de 4.5 días y 3.3 días a la semana respectivamente. En los gráficos N°3 y N°4 se representan gráficamente la distribución del consumo de frutas por porciones diarias y el consumo de verduras por días a la semana en personas mayores de 15 años según región natural del país.

### Figura N° 3

*Consumo de frutas en personas mayores de 15 años el año 2019 (%)*



*Nota:* “Perú: Enfermedades Transmisibles y No Transmisibles 2019”, INEI, 2020

**Figura N° 4**

Consumo de verduras en personas mayores de 15 años el año 2019 (%)



Nota: "Perú: Enfermedades Transmisibles y No Transmisibles 2019", INEI, 2020

**Justificación del Plan de Negocio (Análisis de la Oportunidad)**

El restaurante de comida saludable "Sabor & Salud" es una propuesta de negocio que beneficiará a todas las personas de la ciudad de Ica que buscan opciones de comida saludable para mantener su estilo de vida y para prevenir enfermedades originadas por una inadecuada alimentación y malos hábitos alimenticios. También ayudara a mejorar la calidad de vida de las personas que padecen de algunas enfermedades preexistentes y requieren una dieta personalizada para su tratamiento.

La implementación del restaurante de comida saludable "Sabor & Salud" es factible técnica y económicamente; desde el punto de vista técnico no requiere equipos ni maquinarias especializadas o de alta tecnología para la producción de los platos; los insumos y la materia prima necesarios están disponibles en los mercados mayoristas de Ica. Por otro lado, desde el punto de vista económico los costos para la adquisición de los artefactos, alquiler de local, compra de menaje, muebles, PC, POS y otros accesorios son accesibles y pueden financiarse mediante entidades bancarias. Los trámites administrativos, licencias y permisos municipales son rápidos y los costos son reducidos.

El restaurante de comida saludable "Sabor & Salud" en la ciudad de Ica es una propuesta de negocio orientada a una estrategia de alta diferenciación respecto a sus competidores directos e indirectos. Los platos y bebidas ofertadas serán elaborados con la asesoría de un chef especializado en comida saludable y un nutricionista calificado; la materia prima e insumos serán de primera calidad y los canales de distribución y atención al cliente contarán con herramientas tecnológicas que permitirán agilizar las transacciones financieras de forma segura. Otro punto importante de nuestra propuesta de diferenciación serán las charlas nutricionales gratuitas para el público en general y la asesoría personalizada para nuestros clientes que requieren mejorar su calidad de vida y una dieta adecuada según el tratamiento de la enfermedad que padecen.

(Argota Pérez, Castillo Romero, Chávez Espinoza, & A., 2019) El objetivo de la investigación fue la evaluar el consumo de frutas y vegetales en una determinada población piloto de la ciudad de Ica, para esto monitorearon tres puntos de ventas ubicados en el mercado mayorista Arenales, durante intervalos de 15 días en los horarios de mañana y tarde. Los autores concluyeron que el consumo de vegetales es mayor que el de las frutas y en las tardes se realizaron mayores ventas, ya que los comerciantes reducen los costos de sus productos para no realizar almacenamiento o tener perdidas por madurez acelerada de sus productos, también concluyen que la población piloto de Ica presenta un bajo consumo de frutas y verduras, lo cual es un indicador que la necesidad de una alimentación saludable debe incrementarse.

(J., 2019), en su trabajo de investigación “Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida saludable o vegano en el distrito de San Isidro”, de la Universidad San Ignacio de Loyola. En la investigación se realizó la evaluación de la factibilidad de implementar un restaurante en el distrito de San Isidro, con un mercado objetivo de personas de nivel socioeconómico B y C con un rango de edades entre 23 y 37 años. La autora analiza la tendencia creciente de la búsqueda de opciones saludables de alimentación y propone la opción vegetariana como un alternativa nutritiva y preventiva de algunas enfermedades cardiovasculares, obesidad, hipertensión arterial y diabetes. Luego de realizar la evaluación económica y financiera del proyecto la autora concluye que es factible la implementación de un restaurante de comida saludable en el distrito de San Isidro porque es una propuesta de negocio que satisface un nicho de mercado actual, generara rentabilidad para los dueños y contribuye a la conservación de los recursos y medio ambiente.

(Angulo Cárdenas, Peña Manrique, Rivera Muñante, & y Rojas Tacuchi, 2018), en su trabajo de investigación “Servicio de delivery de comida casera y saludable La Tomate”, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. En la investigación realizada los autores desarrollaron el planteamiento de una propuesta de negocio, el servicio de preparación y distribución de comida casera y saludable para el segmento de mercado que involucra a personas de 25 a 50 años que trabajan o residen en el distrito de San Isidro, Lima. La idea de negocio surge como necesidad de satisfacer la demanda de personas con estilos de vida saludable y con alguna enfermedad preexistente que requieren mejorar su nivel de vida. En la investigación diseñaron planes estratégicos (misión, visión, objetivos a corto, mediano y largo plazo) mediante el análisis externo, análisis PESTEL, análisis Interno, Modelo Canvas, matriz FODA y el análisis de las 5 fuerzas de Porter. También realizaron un estudio de mercado para identificar y validar la información respecto a las tendencias, gustos, demanda del servicio y los potenciales clientes para la propuesta de negocio. Por otro lado, diseñaron los planes de marketing, operaciones y financiero, mediante la evaluación de estos planes los autores concluyen que la propuesta de negocio es técnica y económicamente factible, presentara un margen de rentabilidad favorable para sus inversionistas y tiene proyecciones de crecimiento sostenido. Para asegurar el éxito de la idea de negocio es importante el estricto cumplimiento de los procedimientos y políticas definidas.

(Cruz, 2018), en su tesis realizada a fin de obtener su Licenciamiento en la carrera de Administración de Empresas en la facultad de Ciencias Empresariales en la Universidad Católica Santo Toribio – Chiclayo; determinó según su investigación que hay una mayor disponibilidad de consumo en el sexo femenino que el masculino, donde el 50% de hombres que participaron en el estudio mencionan que es una buena idea el restaurant de comida saludable, frente al 60.38% de mujeres. Siendo estos entre un rango de los 18 a 24 años.

Se observó que la oferta netamente vegetariana es muy poca, debido a las costumbres gastronómicas de la ciudad donde mayormente se centran en la comida criolla, por lo que existe una parte de la población que buscan otras alternativas de consumo que están desatendidas. El estudio arrojó resultados positivos dando que el 80% de la muestra tienen disposición a consumir comida saludable. Además, se determinó que buscan esta alternativa no por considerarse netamente vegetarianos, sino, para evitar los problemas que pueden traer el consumo de comida “chatarra”. En conclusión, se observó una demanda positiva a futura por el cambio de mentalidad que están teniendo la población en cuanto al cuidado de su salud, validando y corroborando la oportunidad para la implementación y desarrollo de un restaurante de comida sana.

(Zamora, 2019) en su trabajo realizado para su titulación analizó la actividad en el mercado de restaurantes de esa ciudad; la investigación reveló que el rango de edad del público objetivo es de 20 a 34 años de edad, dando como resultado que el 68.23% que participaron en el estudio dejó claro su interés en probar este nuevo restaurante. Aprovechando de esta manera la creciente tendencia de la población por el consumo de comida rápida, por falta de tiempo y también los nuevos hábitos de cuidado de salud.

## CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

### Análisis del Microentorno (Clientes, Competidores, Proveedores, Intermediarios, Productos Sustitutos)

#### *Matriz de las 5 Fuerzas de Porter*

Esta matriz nos ayudará a determinar el grado de rivalidad que tiene la competencia en el entorno cercano de la empresa.

**Competidores.** ¿Existe la posibilidad de nuevos competidores? Si, debido a la creciente tendencia de controlar mejor los hábitos de salud y de preservar más la naturaleza. Por lo tanto, el nivel de riesgo es alto ya que no hay barreras que desanimen a los competidores, puede haber constantes inversiones en este rubro de negocio. Y aún no logramos posicionarnos en el mercado para tener éxito, ya que somos una nueva empresa.

Algunos de nuestros competidores en la ciudad de Ica son los siguientes:

***El Vegetariano Restaurant.*** Los cuales se especializan en comidas vegetarianas, ofreciendo menús que varían cada cierto día o de manera semanal, caracterizándolos los precios bajos que ofrecen, siendo el costo del menú de unos S/. 10.00. Además, tienen un punto céntrico de localización en la ciudad de Ica. Ubicados en Calle Loreto N° 178, Ica, Perú. siendo un lugar idóneo por la afluencia de gente por el centro de la ciudad y alrededores. También cuentan con atención mediante delivery.

***El Champiñon Restaurant Vegetariano – Vegano.*** Caracterizados por ofrecer platos a la carta y muy buenas raciones. El precio lógicamente es más elevado comparado al “Vegetariano”, rondando entre los S/. 18.00 a los S/. 25.00. Se encuentran ubicados en Calle la Victoria F-21, Urbanización Sol de Ica (al lado de Avenida San Martín - Cuadra 15), Ica, Perú, una ubicación también céntrica la cual favorece a la afluencia de gente. No cuentan con servicio de delivery.

**Productos Sustitutos.** ¿Existe amenazas de productos sustitutos? Si, hay gran variedad de productos sustitutos en el ámbito de comidas. En nuestro caso, los alimentos veganos, vegetarianos, etc. De igual manera, el nivel de riesgo es alto. Hoy en día en un mercado globalizado, podemos encontrar productos sustitutos a diferentes calidades y precios.

Algunos de nuestros sustitutos en la ciudad de Ica son los siguientes:

Platos veganos (comida elaborada con algunos insumos de origen animal como la leche, huevo, queso y otros)

Platos vegetarianos (comida elaborada sin insumos de origen animal).

Platos típicos de la región (la gastronomía peruana es una de las mejores en el mundo y por supuesto que mucha gente la prefiere antes que probar nuevas cosas).

Comida rápida (A pesar de ser poco saludables, la cultura peruana las ha hecho ser muy aceptadas).

**Proveedores.** ¿Se tiene gran poder de negociación de los proveedores? No, en el mercado alimenticio existe gran variedad de proveedores los cuales pueden proveernos los distintos insumos y productos que necesitaremos en nuestro restaurante. Así que, este factor tendría un nivel de riesgo medio, ya que se puede llegar a un acuerdo con un buen proveedor, haciendo de manera objetiva la negociación.

Algunos de nuestros proveedores locales en la ciudad de Ica son los siguientes:

***Mercado “San Antonio”***

Puesto de “Don César”: Casero conocido del mercado, el cual tiene el puesto #315 en el mercado. Vende todo tipo de verduras al por mayor. Al conocerlo de ya años, es un proveedor de confianza, nos dará productos de calidad y a un precio accesible. N° de teléfono: 998062388.

Comercial “Jessica”: Puesto #407 en el mercado, también una buena opción, ofreciéndonos verduras al por mayor de calidad y precio accesible. N° de teléfono: 995062388.

### *Clientes*

¿Cuánto poder en la negociación tienen los clientes? Podemos decir que es medio, ya que no somos la única alternativa en Ica, sin embargo, no hay muchas empresas que brinden el servicio de comida saludable en la región.

Nuestro restaurant “Sabor & Salud” se está enfocando en personas con edades entre 18 a 60 pertenecientes a los NSE A, B y C. Los cuales estén enfocados en un tema muy importante, que es el cuidar de la salud, una tendencia que no era muy escuchada años atrás, pero recientemente con una tendencia creciente.

### *Competidores en la Industria*

¿Existe rivalidad en la industria? Si, ya que constantemente se abren nuevos restaurantes, con nuevas propuestas interesantes, pero, no muchos con la temática de comida saludable. De igual manera, la competencia se vuelve intensa. Por otro lado, aún no tenemos el posicionamiento de marca deseado en la empresa.

**Conclusiones.** Según el análisis propuesto, el riesgo tanto de nuevos competidores como la de productos sustitutos es alto, por ende, la competencia en la industria gastronómica lógicamente también es alta. Acorde a ello, fortaleceremos el posicionamiento de la marca, enfocándonos en hacernos conocidos mediante las distintas plataformas, sobre todo, las digitales.

### **Análisis del macroentorno (factores: económico, cultural y social, político, geográfico – demográfico y tecnológico)**

La propuesta de negocio del restaurante de comida saludable “Sabor & Salud” en la ciudad de Ica pertenece al rubro de la industria gastronómica y al sector servicios, compitiendo con los otros restaurantes que ofertan comida saludable en la ciudad de Ica. El análisis de macroentorno nos permitirá conocer una valoración de la situación actual y las oportunidades que podría tener nuestra propuesta de negocio en el mercado elegido. Los factores analizados son el económico, político y legal, económico, demográfico, cultural y social y tecnológico.

### ***Político y legal***

Ernesto Blume Fortini en su libro “Reflexiones constitucionales sobre el Bicentenario” nos manifiesta que los recientes procesos electorales, la elección del actual presidente Pedro Castillo con un reducido margen de votos y una oposición marcada del poder legislativo representa para nosotros una inestabilidad política debido a la posibilidad de vacancia presidencial o cierre del congreso (Fortini, 2021). Basándonos en el artículo del diario Gestión titulado “Fuga de capitales peruanos al exterior: ¿una oportunidad de inversión?” podemos establecer que es debido a la inestabilidad del país que existen fugas de inversiones hacia el extranjero y poco desarrollo de los proyectos de inversión previstos para estos años, lo cual dificulta el desarrollo de la economía nacional y la creación de nuevas empresas (Gestión, Fuga de capitales peruanos al exterior: ¿una oportunidad de inversión?, 2021).

El restaurante de comida saludable es una propuesta de negocio que funcionara como una empresa de producción y comercialización de alimentos debidamente registrada. Desde el punto de vista de las licencias y permisos, la municipalidad de Ica tiene establecido procedimientos simples y sus costos varían desde los 50 a 100 soles según el área del negocio.

### ***Económico***

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe en los últimos dos años 2020 y el 2021 el país ha tenido una disminución de su desarrollo económico debido a la pandemia del covid19; las variables económicas más importantes del país como el PBI (Producto Bruto Interno), la inflación y el tipo de cambio han tenido variaciones negativas y tienen proyecciones de crecimiento lento para los próximos años. El tipo de cambio del dólar es uno de los principales factores que afecta directamente a las empresas que realizan transacciones financieras e importaciones del extranjero, pero también tiene un efecto negativo respecto al precio de ciertos productos utilizados en la industria gastronómica tales como el aceite, la harina, el trigo, productos importados, etc.

Según el diario El Peruano en su artículo “Región Ica alcanza inmunidad de rebaño con vacuna” se manifiesta que en la ciudad de Ica el 81.5% de la población ya está vacunada con dos dosis, por ende, la mayoría de las empresas reactivaron sus actividades económicas (Peruano, 2021).

### ***Demográfico***

En este tipo de análisis se consideran las diferentes variables respecto a la población del departamento de Ica, tales como la extensión, densidad, ubicación, raza, sexo, edad, nivel socioeconómico, etc. Principalmente centrándonos en factores como densidad poblacional, sexo y edad es donde se puede determinar el nivel de afectación de este factor para con el desarrollo del restaurante de comida saludable ya que involucra a la población que conforma el mercado objetivo y requiere ser analizada adecuadamente para así asegurar el éxito del negocio. Un dato alarmante según cifras de INEI del año 2020, es que el 15.8% de personas en Ica sufren de presión arterial alta, causada debido a las malas costumbres de vida saludable a la que estamos acostumbrados. Tomando en cuenta la población del distrito de Ica que asciende a 131 003 habitantes, el 90.12% pertenecen al perfil del cliente objetivo que serían personas con edades entre 18 a 60 años de los cuales el 62,40% pertenecen a los NSE A, B y C, además de poseer interés por la oferta de mercado y tiene acceso a ella. Los resultados de la encuesta demuestran que el gusto por la comida saludable es del 77%. De acuerdo con Clancy y Shulman (1994), no más del 75% de la gente con gusto de consumir determinado producto realmente lo compra, por lo que se aplicará este castigo en el cálculo.

- Población del distrito de Ica: 131 003 habitantes
- Cliente objetivo (Personas entre 18 a 60 años): 90.12%
- NSE A, B y C en el distrito de Ica: 62.40%
- Gusto por la comida saludable: 77%
- Porcentaje real de interesados: 75%

Contando así con una gran demanda, personas preocupadas por cuidar su salud y llevar una vida más saludable.

### ***Cultural y social***

La cultura gastronómica del país es una parte fundamental de la identidad nacional y representa un símbolo de prestigio a nivel internacional por su variedad y sabor tradicional de los platos. En el país se tiene un gran fomento para el rubro gastronómico, se realizan ferias anuales como Mistura, la cual es la feria gastronómica más importante del país en los últimos diez años. Nuestro restaurante tendrá como uno de sus objetivos a mediano plazo la participación en dicha feria y el reconocimiento.

Por otro lado, la cultura de alimenticia de los peruanos presenta hábitos negativos; existe una inadecuada utilización de insumos con exceso de aceites saturadas, exceso de azúcar, exceso de sodio, etc. Como indica reciente estudio de un distrito de Ica (Santiago, 2022) el pésimo estilo de vida y costumbres de los pobladores iqueños son causantes con mucha diferencia de la obesidad y otros problemas de salud relacionados con tal aspecto.

## **Tecnológico**

El avance tecnológico es uno de los factores que más cambios ha traído con sí al sector de la gastronomía y en conjunto a la mayoría de los restaurantes, teniendo nuevos sistemas tanto de producción, conservación, preparación de los platillos, lo que a su vez ha hecho que el servicio de atención sea mejor, más acelerado y da como resultado, su incremento.

Nuestra propuesta de negocio utilizara la tecnología como herramienta principal para el marketing y distribución de nuestros productos y servicios en el contexto actual de la pandemia del covid19, para esto desarrollaremos aplicaciones móviles propias para las plataformas Android e IOS los cuales son las más usadas actualmente. Por otro lado, para el área comercial y financiera del restaurante se realizará la adquisición de un software que integre en tiempo real las áreas y facilite la tome de decisiones.

Según el señor Raimundo Morales (Gerente General de “Yape”), casi el 30% de peruanos utiliza los códigos QR para efectuar pagos en reemplazo del efectivo, usándolo en restaurantes, panaderías, bodegas, mercados, entre otros establecimientos comerciales. (INFOBAE-América-Perú, 2022). Siendo que al final del presente año 17 millones de personas usarán billeteras digitales en nuestro país, habiendo actualmente 14 millones de usuarios activos. Una creciente tendencia de uso de la tecnología en pagos que por supuesto vamos a aprovechar en nuestro restaurante.

## **CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

### **Misión**

Ofrecer a las personas de la ciudad de Ica platos innovadores, brindándoles una asesoría personalizada y una dieta adecuada. Encaminando nuestros esfuerzos en la innovación continua de los productos a ofrecer, promoviendo el estilo de vida saludable.

### **Visión**

En un lapso de cinco años ser una empresa reconocida en la ciudad de Ica, que se caracterice por brindar una alternativa de comida saludable y deliciosa en base a los mejores insumos y adecuados protocolos de salubridad, logrando así la satisfacción de nuestros clientes.

### **Valores**

**Respeto:** Se fomentará el respeto por los clientes, colaboradores y el medioambiente en todas las actividades de la empresa.

**Honestidad:** Se fomentará la actuación sincera y auténtica que asumirá abiertamente tanto logros como errores.

**Ética:** Es el valor fundamental de la organización, porque guiará el comportamiento moral de los colaboradores con justicia y respetando el bien común.

**Confianza:** La organización deberá crear un ambiente positivo de integridad y seguridad que se proyecte tanto hacia los clientes como a los colaboradores de la empresa.

**Innovación:** Se fomentará la contribución y puesta en práctica de nuevas ideas para una mejora continua del servicio ofrecido por la organización.

**Puntualidad:** Se fomentará la puntualidad dentro de la empresa para que así los pedidos sean llegados a tiempo y no excederse en el tiempo de entrega.

**Trabajo en equipo:** Cada aporte o idea de nuestros colaboradores es importante para el restaurante para así reducir errores y fomentar la innovación del servicio y/o productos.

### **Objetivos estratégicos generales**

**Sostenibilidad.** En el plazo de 6 meses de funcionamiento, demostrar que el negocio es viable económicamente mediante nuestros estados financieros.

**Fidelización de nuestros clientes.** Lograr que el 20% de visitantes en el primer mes, vuelvan al segundo y aumentar este porcentaje en el primer año de funcionamiento.

**Ofrecer al cliente una gama de productos y servicios excelentes.** Cada mes realizaremos encuestas de satisfacción al cliente, preguntando la opinión en cuanto a los productos y el servicio que

ofrecemos y si hubiera algo que corregir, cambiarlo inmediatamente. Para el sexto mes de funcionamiento, el 90% de estas reseñas deben ser positivas.

Mantener y mejorar la reputación de la nuestra marca. Para el tercer mes de funcionamiento nuestras redes sociales, deberán de llegar a los 1000 seguidores.

Desarrollar una estructura organizativa coherente y definida. Lograr mantener a nuestros empleados mínimo 1 año. Haciéndolos sentir cómodos y queridos. Desarrollando pequeñas reuniones semanalmente para tratar cualquier inquietud y para entrar en confianza.

## Matriz FODA

Gracias a esta matriz podemos determinar los puntos tanto “positivos” y “negativos” (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que tiene nuestra empresa de manera interna y externa. Con ellas, podemos desarrollar a su vez otras matrices, como la EFI y EFE. Gracias a ellas, podemos desarrollar estrategias que logren potenciar nuestras fortalezas y eliminar nuestras debilidades.

**Tabla N° 1**

*Matriz FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Recetas innovadoras de comida saludable	Poca aparición de restaurantes de comida saludable en la ciudad de Ica.
Precios competitivos con el mercado y accesibles para los clientes.	La tendencia creciente de la alimentación saludable es desaprovechada por gran parte del mercado.
Ubicación de fácil acceso del restaurant.	Afecta positivamente a la prevención y control de males crónicos de diferentes tipos como: cardiovasculares, cáncer, sobrepeso, etc.
Enfoque de servicio velando la máxima satisfacción del consumidor.	Mediante alimentación saludable, los adolescentes pueden crecer y desarrollarse de manera satisfactoria, satisfaciendo todas sus necesidades nutricionales.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Desconocimiento de los consumidores de la existencia del restaurante.	Desconocimiento y falta de interés de los clientes por los beneficios de una alimentación saludable.
Corta experiencia dentro del mercado de comida saludable.	Arraigo profundo de la costumbre de comida tradicional en la región.

## Matriz EFI

Gracias a esta matriz, podemos analizar los factores internos que están afectando a la empresa de manera positiva y negativa.

**Tabla N° 2**

*Matriz EFI*

<b>Factores Internos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Fortalezas</b>			
Recetas de comida saludable innovadoras.	0.20	4	0.80
Precios competitivos con el mercado y asequibles para los clientes.	0.17	4	0.68
Ubicación de fácil acceso del restaurant.	0.12	3	0.36
Enfoque de servicio velando la máxima satisfacción del consumidor.	0.22	4	0.88
<b>Debilidades</b>			
Desconocimiento de los consumidores de la existencia del restaurante.	0.14	1	0.14
Corta experiencia dentro del mercado de comida saludable.	0.15	1	0.15
<b>Total</b>	1		3.01

## Estrategia genérica de Porter

La estrategia que hemos elegido para aplicar en el restaurante es la estrategia genérica de Porter de Diferenciación, basándonos en la experiencia de servicio como propuesta de valor.

Para ello, tendremos como parte de nuestro staff a un nutricionista profesional, el cual, podrá brindar atención personalizada a los clientes que la deseen. Ayudándoles con su dieta y mediante análisis, preferencias, gustos y necesidades del cliente, el nutricionista elaborará un plan de comida especial el cual nosotros le prepararemos a nuestro comensal. Detallando el tiempo en el cual se debe trabajar para poder alcanzar resultados.

### Cronograma de actividades (diagrama de Gantt)

Tabla N° 3

Diagrama Gantt

#### CARTA GANTT

Objetivo	Tareas	2023												Responsable
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Formación de restaurant de comida saludable en la ciudad de Ica	Ubicación del Local													Todos
	Registro y documentación													Franco
	Consecución de equipos y muebles													Fressia
	Entrevistas y contratación de personal													Aarón
	Decoración y adecuación del local													Fressia
	Diseño e impresión de material publicitario													Aarón
	Negociación y compra de materias primas													Franco
	Definición de roles y capacitación del personal													Todos
	Selección y compra de equipos para la administración													Fressia
	Elaboración de sitio web (redes sociales)													Aarón
	Diseño y compra de uniformes para el personal operativo													Fressia
	Planificación y ensayo para la inauguración del local													Todos
Apertura del local													Todos	

## **CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO**

### **Oferta**

Existe una tendencia creciente debido a un mejor control de los hábitos saludables y la protección de la naturaleza. Por tanto, dado que no existen barreras que obstaculicen a la competencia. Dado que somos una empresa nueva, no hemos logrado posicionarnos aún en el mercado para tener éxito. Algunos de nuestros competidores en Ica son los siguientes:

El Tambo de Tacama: El cual ofrece variedad de platos, tanto nacionales como lo son la causa, tequeños, tamales, ensalada de pallares, papa a la huancaína, ají de gallina, arroz con pollo, carapulcra con sopa seca, entre otros. Y también platos extranjeros como los son: la pizza, brownies, etc.

El Champignon Restaurant Vegetariano Vegano: El cual ofrece platos a la carta, los cuales van variando a través de los días, podemos encontrar: Tacu tacu, ceviche de champiñones, tortilla de verduras, tallarín saltado, sopa de lentejas, Spaghetti al olivo con champiñones al olivo, etc.

El vegetariano restaurant: Se distingue por ofrecer menú y platos a la carta vegetarianos y veganos, variando la carta cada dos días aproximadamente, ofreciendo, por ejemplo: Ensalada Rusa, ensalada cocida, ensalada mixta, sopa de sémola, Puré de habas con plátano, Carapulcra con sopa seca, vainitas guisadas, entre otros.

8 Cepas: La cual en su carta ofrece platos criollos, bebidas mixtas, pescados y mariscos, hamburguesas, entre otros.

### **Demanda (investigación, objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)**

La investigación y validación del mercado para nuestra propuesta de negocio nos permite recoger datos e información clave para nuestro restaurante ya que identificará la demanda del producto, los gustos de los clientes, los perfiles y el valor agregado requerido por las personas; también nos permite validar la oportunidad que posee nuestra propuesta de negocio en el mercado gastronómico de la ciudad de Ica.

#### **Investigación**

Para poder estimar la demanda de nuestra propuesta de negocio desarrollamos una investigación cuantitativa utilizando como instrumento de medición a la encuesta y la técnica del cuestionario. La encuesta se realizó a personas de la ciudad de

Ica y debido al contexto actual de la pandemia por el covid19 fue realizada de forma online usando Google cuestionarios online.

### **Objetivo**

El principal objetivo de la investigación desarrollada fue identificar la demanda que obtendría nuestra propuesta de negocio restaurante de comida saludable “Sabor & Salud” y también algunas características importantes para nuestros clientes como la ubicación, el precio del producto, el tipo de servicio esperado, el tiempo de espera, las opciones de pago y el asesoramiento nutricional.

### **Metodología**

Para nuestra propuesta de negocio se asume como problema de investigación la existencia de un mercado insatisfecho, conformado por hombres y mujeres de 18 a 60 años, pertenecientes al NSE A, B y C los cuales son habitantes y/o trabajan de la ciudad de Ica y alrededores. Dichas personas prefieren el consumo de comida saludable con precios accesibles y actualmente no se disponen de opciones de comida saludable en la ciudad de Ica.

La encuesta se realizó a un total de 340 personas de la ciudad de Ica con un cuestionario de 12 preguntas abiertas con opciones múltiples de respuesta, el modelo de la encuesta propuesta se presenta en el Anexo N°01 del presente trabajo de investigación.

### **Resultados**

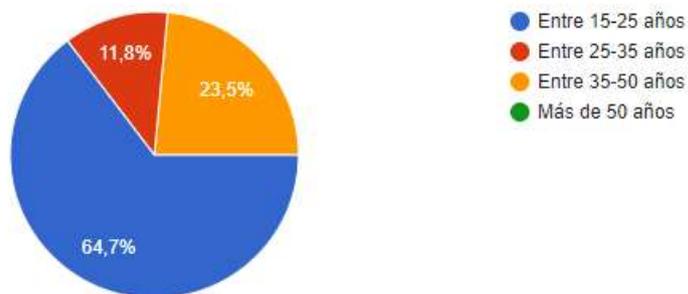
Luego de realizar la encuesta se presenta los siguientes resultados obtenidos:

**Pregunta 01:**

¿Qué edad tienes?

**Figura N° 5**

*Pregunta 1 - ¿Qué edad tienes?*



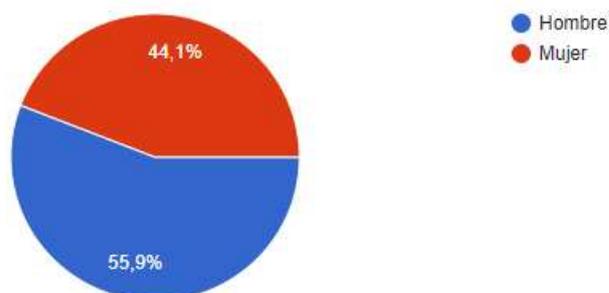
El 64.7% de los encuestados tienen entre 15 a 25 años, el 23.5% tiene entre 35 a 50 años. Mientras que el 11.8% tienen entre 25 a 35 años.

**Pregunta 02:**

¿Género?

**Figura N° 6**

*Pregunta 2 - ¿Género?*



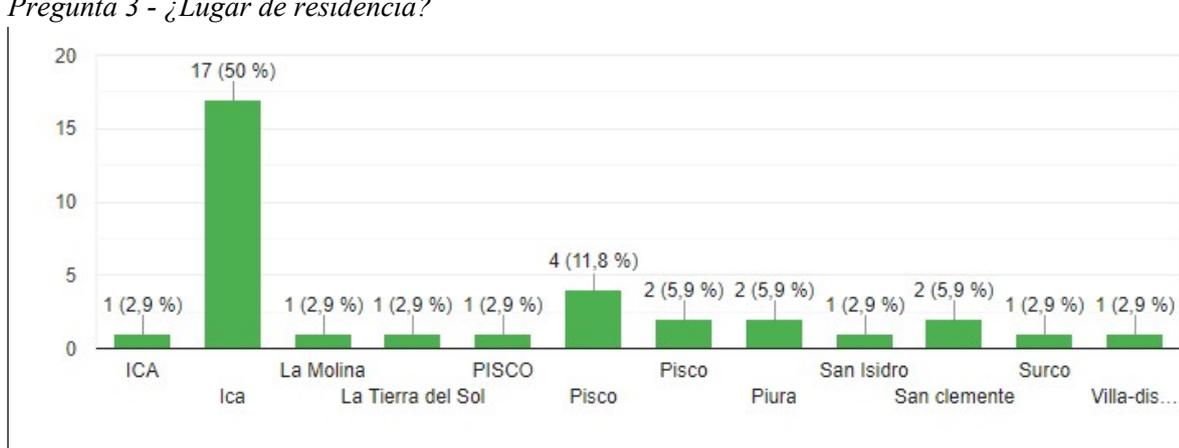
El 55.9% de los encuestados son hombres. Mientras que el 44.1% son mujeres.

**Pregunta 03:**

¿Lugar de residencia?

**Figura N° 7**

*Pregunta 3 - ¿Lugar de residencia?*



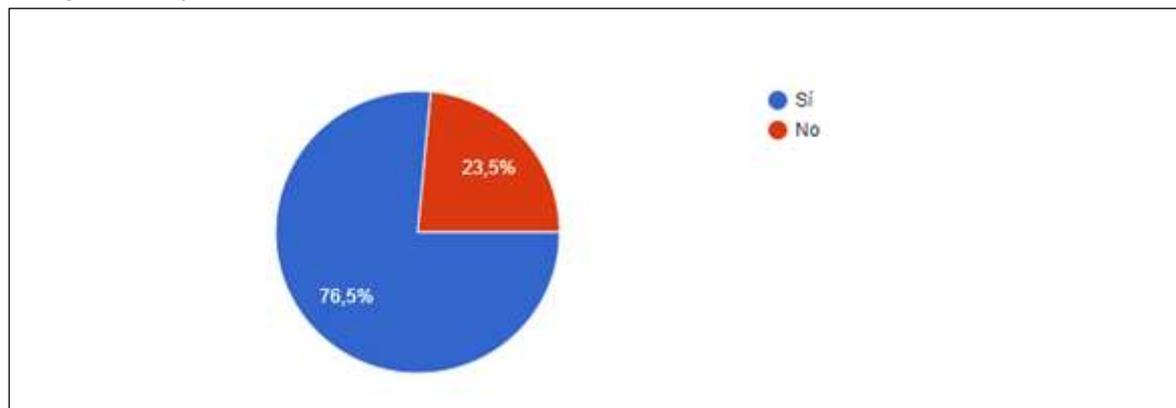
El 58.7% de los encuestados residen en la ciudad de Ica.

**Pregunta 04:**

¿Usted ha consumido comida saludable?

**Figura N° 8**

*Pregunta 4 - ¿Usted ha consumido comida saludable?*



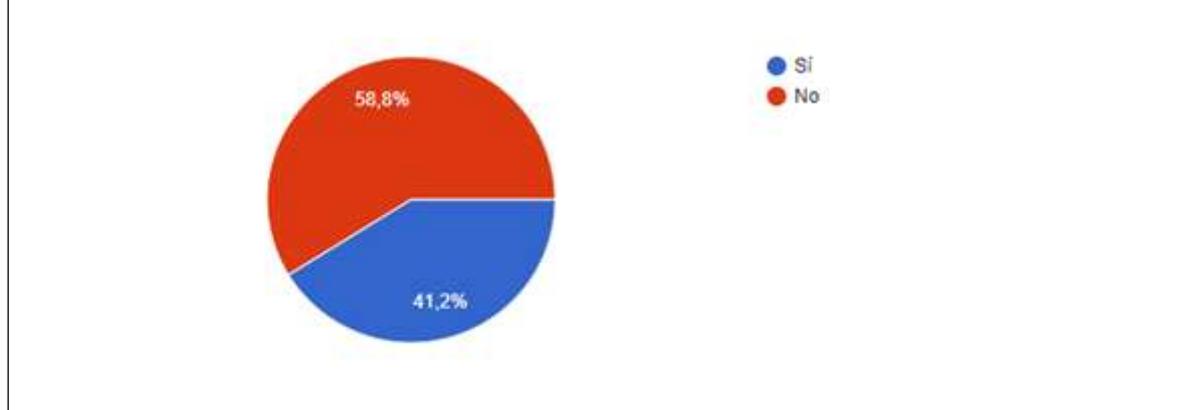
El 76,5% de los encuestados dijeron que han consumido comida saludable, mientras que el 23,5% dijeron que no.

**Pregunta 05:**

¿Usted tiene un estilo de vida saludable?

**Figura N° 9**

Pregunta 5 - ¿Usted tiene un estilo de vida saludable?



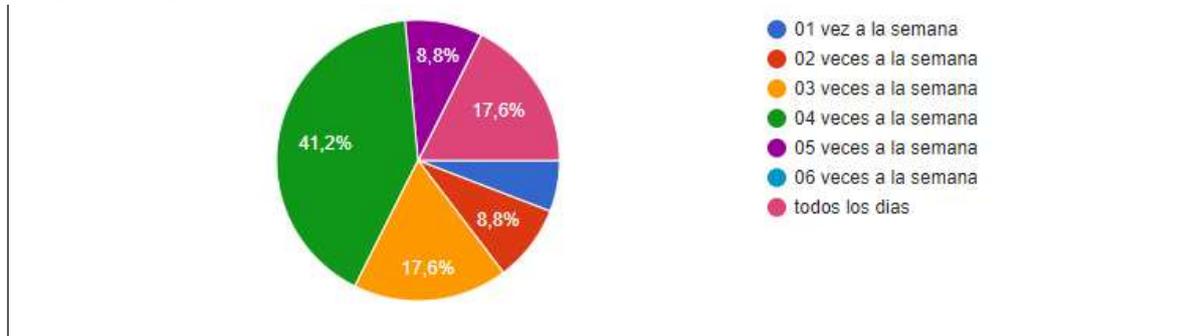
El 58,8% de los encuestados dijeron que no tienen un estilo de vida saludable. Mientras que el 41,2% dijeron que sí.

**Pregunta 06:**

¿Con qué frecuencia consumes o consumirías comida saludable?

**Figura N° 10**

Pregunta 6 - ¿Con qué frecuencia consumes o consumirías comida saludable?



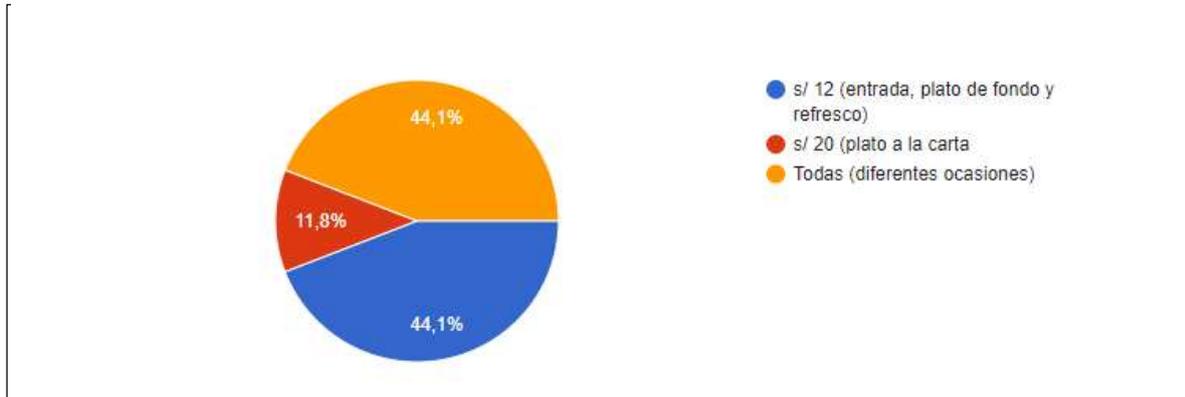
El 41,2% de los encuestados dijeron que consumen o consumirían comida saludable 04 veces a la semana, el 17,6% dicen que consumen o consumirían 03 veces a la semana, también 17,6% dicen que consumen o consumirían todos los días. Mientras que 8,8% dicen que consumen o consumirían 05 veces a la semana, también 8,8% dijeron que consumen o consumirían 02 veces a la semana.

**Pregunta 07:**

¿Cuánto es lo que pagarías por un plato de comida saludable?

**Figura N° 11**

*Pregunta 7 - ¿Cuánto es lo que pagarías por un plato de comida saludable?*



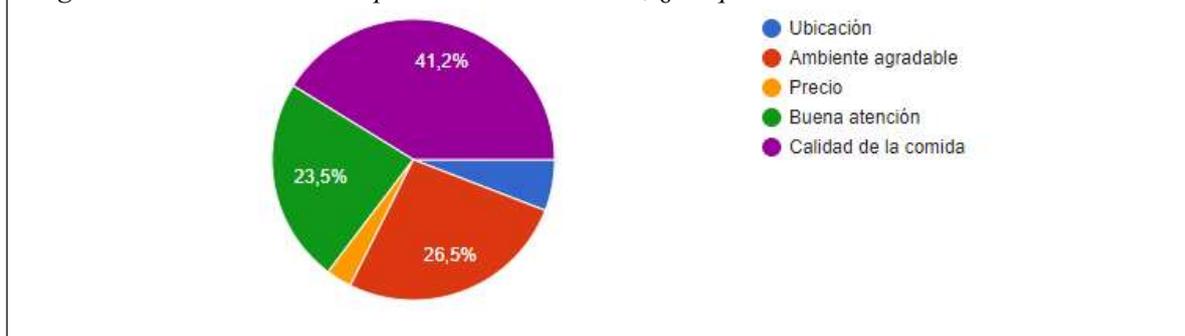
El 44.1% de los encuestados dicen que pagarían s/12 por un plato de comida saludable. El 44.1% dicen que pagarían ambos precios (s/12 menú y s/20 plato a la carta), pero en diferentes ocasiones. Mientras que el 12.1% dicen que pagarían s/20.

**Pregunta 08:**

A la hora de comprar comida saludable, ¿En qué se basa tu decisión?

**Figura N° 12**

*Pregunta 8 - A la hora de comprar comida saludable, ¿En qué se basa tu decisión?*



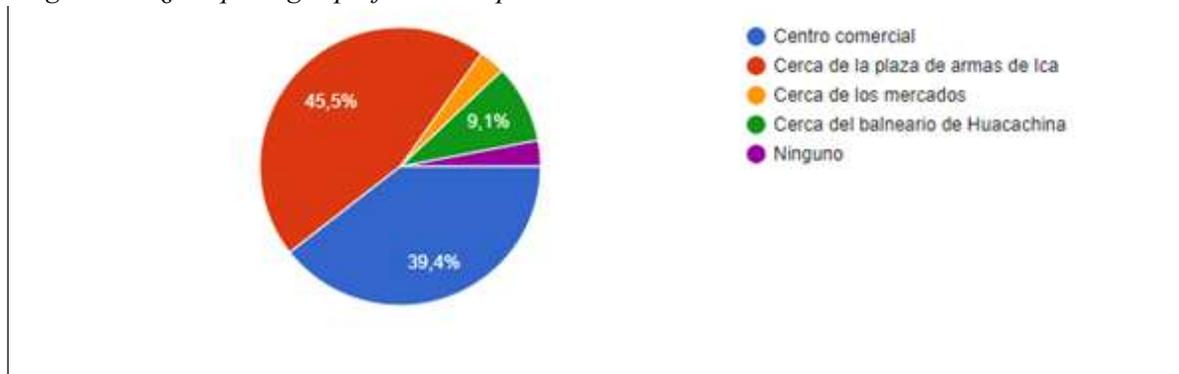
El 41.2% de los encuestados dicen que su decisión se basa en la calidad de la comida. El 26.5% dicen que su decisión se basa en un ambiente agradable. El 23.5% dicen que su decisión se basa en una buena atención.

**Pregunta 09:**

¿En qué lugar prefieres comprar comida saludable?

**Figura N° 13**

Pregunta 9 - ¿En qué lugar prefieres comprar comida saludable?



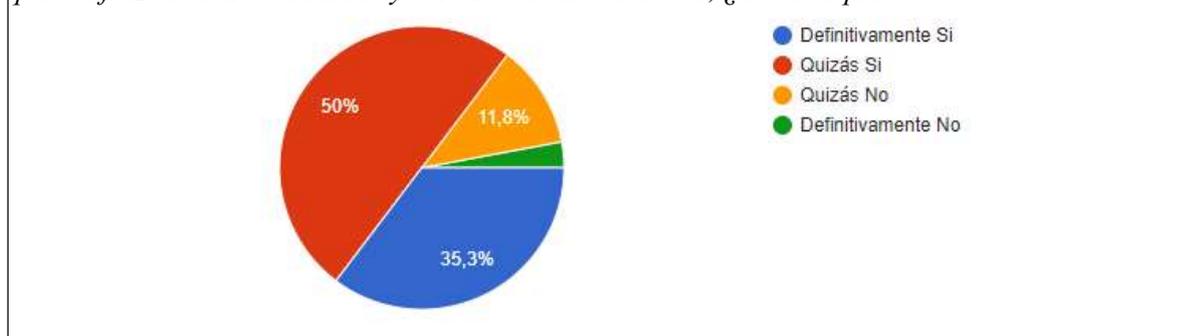
El 45.5% de los encuestados prefieren comprar comida saludable cerca de la plaza de armas de Ica. El 39.4% prefiere comprar en centros comerciales. El 9.1% prefiere comprar cerca del balneario de Huacachina.

**Pregunta 10:**

Si tuviera la oportunidad de consumir en un restaurante de comida saludable en la que le ofrezcan comida sabrosa y con un excelente servicio, ¿Ud. Compraría allí?

**Figura N° 14**

Pregunta 10 - Si tuviera la oportunidad de consumir en un restaurante de comida saludable en la que le ofrezcan comida sabrosa y con un excelente servicio, ¿Ud. Compraría allí?



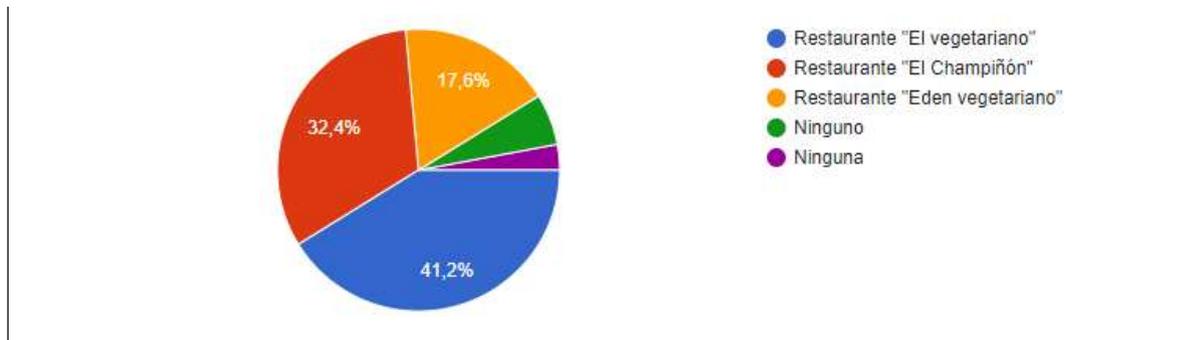
El 50% de los encuestados dijeron que definitivamente si comprarían en un restaurante de comida saludable en la que ofrezcan comida sabrosa y con un excelente servicio. tuvieron

**Pregunta 11:**

¿Qué restaurante de comida saludable frecuenta?

**Figura N° 15**

Pregunta 11 - ¿Qué restaurante de comida saludable frecuenta?



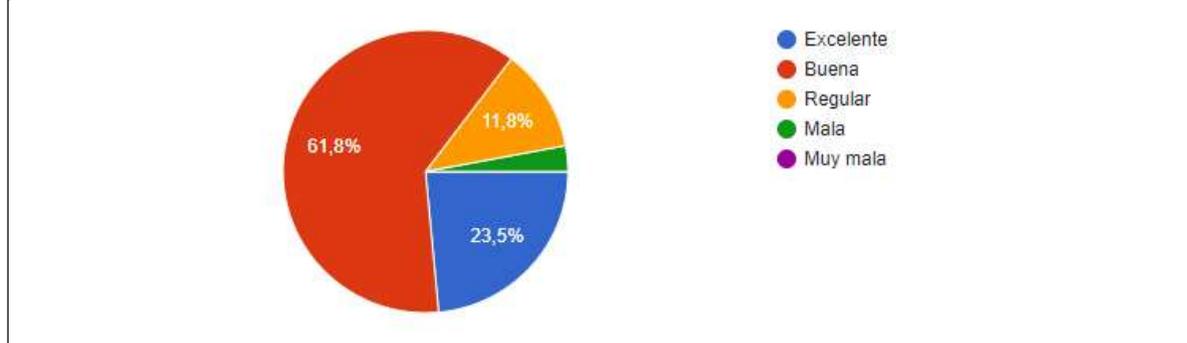
El 41.2% de los encuestados frecuentan el restaurante "El vegetariano". El 32.4% frecuentan el restaurante "El champiñón". El 17.6% frecuentan el restaurante "Edén vegetariano".

**Pregunta 12:**

¿Cómo consideras la atención en el restaurante vegano/vegetariano que más frecuenta?

**Figura N° 16**

Pregunta 12 - ¿Cómo consideras la atención en el restaurante vegano/vegetariano que más frecuenta?



El 61.8% de los encuestados consideran buena la atención en el restaurante de comida saludable que más frecuentan. El 23.5% consideran excelente la atención en el restaurante que más frecuentan. Mientras que el 11.8% consideran regular la atención en el restaurante que más frecuentan.

**Interpretación y Proyección de la Demanda**

***Interpretación del estudio de mercado*** Los clientes del restaurante “Sabor & Salud” son hombres y mujeres residentes en la ciudad de Ica, que viven en distritos cercanos y presentan las siguientes características:

Perfil de necesidades: Personas con la necesidad de una alimentación saludable para mantener su estilo de vida y la prevención de enfermedades.

Capacidad de pago: Según la encuesta los clientes están dispuestos a pagar un promedio de S/.12 por comida saludable incluido delivery, con medio de pago tarjeta y como máximo de consumo personal.

Preferencias: La frecuencia de consumo será de 4 veces a la semana modalidad presencial o delivery con tendencia a espera en un lapso de 25 a 35 minutos por pedido.

Posicionamiento: La propuesta busca ofrecer una alternativa saludable en comparación a los convencionales, Considerando que las personas buscan atributos cómo: Calidad, natural, saludable, buen ambiente del restaurante.

## Proyección de la demanda

### Mercado potencial

**Tabla N° 4**

*Mercado Potencial*

“Sabor & Salud” ICA (Ica, Ica 365 días del año)			
Geográfica	Demográfica	Psicográfica	Conductual
<p>El área geográfica es Ica, Ica, Ica. El departamento de Ica está conformado por 5 provincias. Según el INEI, la provincia de Ica cuenta con 391 mil 519 habitantes. Los distritos que concentran el mayor número de habitantes son Ica (150 mil 280), Parcona (54 mil 047), La Tinguiña (39 mil 574) y Santiago (27 mil 645); estas cifras representan que la mayor parte de los potenciales clientes se ubican en el distrito de Ica.</p> <p>En Ica durante el año los veranos son caliente, áridos y nublados y los inviernos son cómodos, secos y mayormente despejados.</p> <p>La provincia de Ica tiene 7,894.25 km<sup>2</sup>.</p>	<p>En el distrito de Ica, 76,174 (50,69%) son mujeres, mientras que 74,106 (49,31%) de la población son hombres.</p> <p>El rango de edades es de 18 a 55 años, abarca un total 83,180 personas y representa el 55.35% del total de población del distrito de Ica.</p> <p>La religión que profesa, 102,684 son católicos, 9,204 son evangélicos, 11,424 otra.</p> <p>La población por ciclo de vida: jóvenes (18-29 años) 32,172 Adultos/as jóvenes (30-44 años) 32,715 Adultos/as (45-59 años) 24,965</p>	<p>Nivel socioeconómico al cual nos enfocamos son A, B y C. En el distrito de Ica el 26% de personas pertenecen al NSE A y B, y el 41% son del NSE C.</p> <p>La cantidad de personas del NSE (A, B y C) que viven en el distrito de Ica representa un 67% del total de la población</p> <p>En la personalidad, 149,152 (99,25%) no tienen problemas para relacionarse con otras personas, mientras que 1,128(0,75%) si tienen problemas para relacionarse con otras personas.</p>	<p>En la ciudad de Ica, existe un porcentaje aproximado del 30.1% de la población que presenta obesidad y diabetes, esto es una ocasión de compra para nuestra propuesta de negocio. Además, personas que tienen el estilo de vida vegano, vegetariano y personas no veganas que buscan una alimentación saludable como deportistas, etc.</p>

Realizando la segmentación del grupo de personas que viven en el distrito de Ica y presentan un rango de edades entre 18 a 60 años, pertenecientes al nivel socioeconómico A, B y C.

*Mercado potencial= 83,180 x 67%*

*Mercado potencial: 55,731 personas*

#### Mercado Disponible

Nuestro mercado potencial es 55,731 personas.

Para conocer la demanda de comida vegana/vegetariana, en el cuestionario de encuesta se considera las preguntas:

¿Usted tiene un estilo de vida saludable?

Si (43,2%)

No (56,8%)

¿Usted ha consumido comida saludable?

Sí (77%)

No (23%)

Para el cálculo del mercado disponible hay que considerar el porcentaje de las respuestas afirmativas y el mercado potencial

Mercado potencial = 55,731 personas

43,2%

77%

Por lo tanto:

*Mercado disponible= 55,731 x 43.2% x 77%*

*Mercado disponible: 18,538 personas*

#### Mercado Efectivo

Nuestro mercado disponible es 18,538 personas.

Para conocer la demanda de este mercado, en el cuestionario de encuesta se considera una pregunta que dice:

Si tuviera la oportunidad de consumir en un restaurante de comida saludable en la que le ofrezcan comida sabrosa y con un excelente servicio, ¿Ud. Compraría allí?

Definitivamente Si (35,3%)

Quizás Si (50%)

Quizás No (11,8%)

Definitivamente No (2,9%).

Para calcular el mercado efectivo trabajamos con la respuesta “Definitivamente Si”, porque es la que nos indica aquellas personas más interesadas o con quienes existe una alta probabilidad que consumirán el producto de este nuevo restaurante.

Por lo tanto:

*Mercado efectivo = Mercado disponible x % Definitivamente Si*

*Mercado efectivo = 18,538 x 35.3%*

*Mercado efectivo = 6,544 personas*

### Mercado Objetivo

Nuestro mercado efectivo es 6,544 personas.

Luego aplicaremos al mercado efectivo un porcentaje asignado en forma arbitraria, en este caso usaremos el 2%.

*Mercado objetivo = 6,544 x 2% = 130.88 = 131 personas*

Según la encuesta realizada se presenta la siguiente información recolectada:

¿Con qué frecuencia consumes o consumirías comida vegetariana?

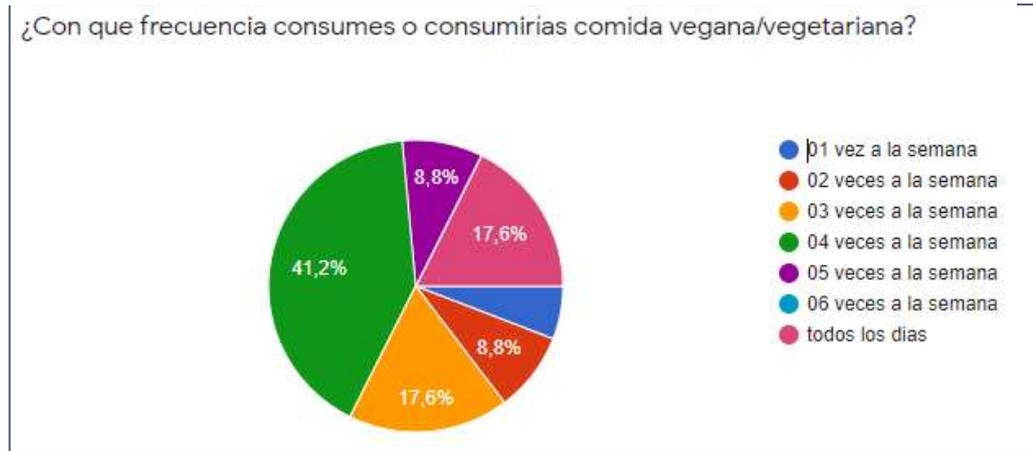


Tabla N° 5

Frecuencia de consumo

Consumo por semana (x)	Porcentaje (%)	Frecuencia (f)	Frecuencia Absoluta (F)	xf
01	5.9%	20	20	20
02	8.8 %	30	50	60
03	17.6%	60	110	180
04	41.2%	140	250	560
05	8.8%	30	280	150
06	0%	0	0	0
07	17.6	60	340	420
Total: 100%			Total: n=340	Total= 1390

Calculando un promedio de la frecuencia de consumo determinando la media aritmética de los datos de la encuesta realizada a 340 personas.

$$\textit{Promedio frecuencia} = \frac{\sum xf}{n}$$

$$\textit{Promedio frecuencia} = \frac{1390}{340} = 4.08 \textit{ veces}$$

***Promedio frecuencia semanal  $\approx$  4 veces por semana***

***Promedio frecuencia mensual  $\approx$  16 veces por mes***

Si luego del resultado de la encuesta se obtiene un promedio de frecuencia de 16 veces al mes, esto a su vez se multiplicaría por 12 meses el resultado sería igual a 192 veces al año.

La demanda anual proyectada para nuestra empresa sería:

***Demanda anual proyectada  $\approx$  Mercado objetivo  $\times$  frecuencia anual***

$$\textit{Demanda anual proyectada} \approx 131 \times 192$$

***Demanda anual proyectada  $\approx$  25,152 platos***

## CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

### **Mercado**

Conformado por la población del distrito de Ica que asciende a 131 003 habitantes, teniendo en cuenta que el 90.12% pertenecen al perfil del cliente objetivo que serían personas con edades entre 18 a 60 años de los cuales el 62,40% pertenecen a los NSE A, B y C, además de poseer interés por la oferta de mercado y tiene acceso a ella. Los resultados de la encuesta demuestran que el gusto por la comida saludable es del 77%. De acuerdo con Clancy y Shulman (1994), no más del 75% de la gente con gusto de consumir determinado producto realmente lo compra, por lo que se aplicará este castigo en el cálculo.

Población del distrito de Ica: 131 003 habitantes

Cliente objetivo (Personas entre 18 a 60 años): 90.12%

NSE A, B y C en el distrito de Ica: 62.40%

Gusto por la comida saludable: 77%

Porcentaje real de compra de los interesados: 75%

### **Marketing Mix**

#### ***Producto***

“Sabor & Salud” ofrecerá productos de consumo de conveniencia, ya que no se demanda gran esfuerzo para poder adquirirlo. Al principio no tendremos una gran amplitud en lo que respecta a las gamas al inicio del negocio, porque buscaremos la especialización en nuestros productos y que tengan consistencia entre ellos.

Nuestro menú se destacará por lo siguiente:

Platos vegetarianos: Se preparan a base de una combinación de verduras, granos, fibras, carne soya, soya, arroz integral con un contenido bajo en sal y grasas y libre de carnes animales y agentes químicos.

Sopas vegetarianas: Se elaboran a base de una combinación de agua con diferentes verduras, fibras, soya, especias, hortalizas, cereales, con un contenido bajo en sal y grasas y libre de carnes animales y agentes químicos.

Ensaladas vegetarianas: Se elaboran a base de una combinación de diferentes verduras, frutas, hortalizas, tubérculos, con bajo contenido en sal y grasas y libre de carnes animales y agentes químicos.

Jugos e infusiones sin azúcar: Se preparan utilizando frutas o hiervas naturales (anís, manzanilla, eucalipto, etc.) de diferentes tipos, sin adición de azúcar (con opción de agregar Stevia si lo desean).

A continuación, se mostrarán las fichas técnicas de algunos productos que presentaremos en Sabor & Salud:

**Figura N° 18***Ficha técnica de "Crema de calabaza y zanahoria"*

<b>Nombre del plato</b>	<b>CREMA DE CALABAZA Y ZANAHORIA</b>	
	<b>Ingredientes</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aceite de oliva 20 ml</li> <li>✓ Cebolla 200 g</li> <li>✓ Dientes de ajo 1</li> <li>✓ Comino molido 5 g</li> <li>✓ Eneldo seco 5 g</li> <li>✓ Calabaza 600 g</li> <li>✓ Papa 150 g</li> <li>✓ Zanahoria 100 g</li> <li>✓ Caldo de verduras 600 ml</li> <li>✓ Yogur griego</li> <li>✓ Semillas de calabaza</li> <li>✓ Cilantro fresco</li> <li>✓ Sal</li> </ul>	
<b>Descripción del producto</b>	<p>Consiste en una mezcla de caldo de verduras, especias, y por supuesto calabaza y zanahoria, se puede acompañar con chips de vegetales o galletas saladas.</p>	
<b>Lugar de elaboración</b>	Ica- Perú	
<b>Elaboración</b>		
<p>En una cazuela calentar el aceite vegetal y añadir la cebolleta picada, el diente de ajo picado. Sofreímos dos minutos. Añadimos el comino y el cilantro machacados en un mortero, y cocinar otros dos minutos más. Cocinar hasta que la cebolleta esté blanda, entonces añadimos la calabaza en dados, la papa también picada y la zanahoria en rodajas. Sofreímos durante cinco minutos y agregamos el caldo vegetal, cocinar todo durante 25 minutos o hasta que las verduras estén blandas. Salpimentamos. Pasamos la mezcla al vaso de una licuadora. Para servir la crema, tostar ligeramente las semillas de calabaza en una sartén durante dos minutos. Reservar. Repartimos la crema en un bowl y hacer en la superficie una espiral con una cucharadita de yogurt griego, colocamos unas semillas de calabaza y espolvoreamos con un poco de cilantro fresco. Servimos rápidamente.</p>		
<b>Composición nutricional</b>	Aporta vitaminas, minerales y altas cantidades de agua y fibra.	
<b>Presentación</b>	En un bowl o tazón	

**Figura N° 19**

Ficha técnica de "Ensalada de quinoa con germinados de alfalfa"

<b>Nombre del plato</b>	<b>ENSALADA DE QUINOA CON GERMINADOS DE ALFALFA</b>
	<p data-bbox="938 416 1098 450" style="text-align: center;"><b>Ingredientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 300 gr de quinoa</li> <li>• ½ cebolla</li> <li>• 1 tomate</li> <li>• ½ pimiento rojo</li> <li>• ½ pimiento verde</li> <li>• 5 cucharadas de aceite de oliva</li> <li>• Zumo de 1 limón</li> <li>• Especias al gusto</li> <li>• Germinados de alfalfa</li> <li>• Sal</li> </ul>
<b>Descripción del producto</b>	
<p data-bbox="124 1041 491 1272">Consiste en una mezcla de quinoa y verduras, acompañado de germinados de alfalfa como decoración.</p>	
<b>Lugar de elaboración</b>	Ica- Perú
<b>Elaboración</b>	
<p data-bbox="124 1496 1513 1832">Poner una olla con agua a hervir. Mientras tanto, preparar un macerado para las verduras mezclando el aceite de oliva, el zumo de limón y las especias. Pela la cebolla y pícala lo más finamente posible. Haz lo mismo con el resto de las verduras y déjalas macerar mientras se cocina la quinoa. Cuando el agua haya empezado hervir, añade un puñado de sal y cuece la quinoa durante 12 minutos a fuego medio. Escurre bien la quinoa con ayuda de un colador grande, y enjuaga con abundante agua fría. Mézclala con el picadillo y añade sal en caso de que sea necesario. Sírvela con los germinados de alfalfa y un poco de perejil fresco picado, en caso de que quieras y añadir algo crujiente, unas pipas de girasol combinarían a la perfección con la ensalada.</p>	
<b>Composición nutricional</b>	Proteínas, minerales, grasa saludable
<b>Presentación</b>	Plato tendido

Además, como propuesta de valor, contaremos desde inicio de operaciones con un nutricionista mediante el cual podremos brindar una atención especializada a los clientes que lo deseen y requieran, de manera que este les elaborará una dieta personalizada que nosotros le prepararemos. Este servicio funcionará a modo de suscripción mensual. La atención será desde las 8:00 am. Hasta las 10:00 pm.

### **Precio**

Para llegar al precio, analizamos los costos de los productos según nuestros proveedores, gracias a ello podemos realizar la estructura de costos que se ve a continuación:

**Tabla N° 6 Estructura de Costos "Sabor & Salud"**

NOMBRE DEL PLATO:	CREMA DE CALABAZA Y ZANAHORIA		COSTOS AL POR MAYOR		COSTO DE 2 PLATOS
INGREDIENTES Y MATERIALES	FACTOR	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO NETO
Aceite de Oliva	20	mililitros	1000	S/ 33.00	S/ 0.66
Cebolla	200	gramos	1000	S/ 2.20	S/ 0.44
Diente de ajo	75	gramos	1000	S/ 8.70	S/ 0.65
Comino molido	5	gramos	1000	S/ 21.00	S/ 0.11
Eneldo seco	5	gramos	1000	S/ 60.00	S/ 0.30
Calabaza	600	gramos	1000	S/ 2.50	S/ 1.50
Papa	150	gramos	1000	S/ 3.00	S/ 0.45
Zanahoria	100	gramos	1000	S/ 1.20	S/ 0.12
Caldo de verduras	600	mililitros	1000	S/ 2.00	S/ 1.20
Yogurt griego	5	gramos	1000	S/ 12.50	S/ 0.06
Semillas de calabaza	5	gramos	1000	S/ 70.00	S/ 0.35
Cilantro	5	gramos	1000	S/ 9.00	S/ 0.05
Sal	5	gramos	1000	S/ 2.00	S/ 0.01
<b>TOTAL</b>					<b>S/ 5.90</b>

**Tabla N° 7 Estructura Total**

Estructura Patrón	%	SOLES
Alimentos	35	S/ 2.95
Mano de Obra	15	S/ 1.26
Gastos Generales	23	S/ 1.94
Beneficio Neto	27	S/ 2.27
Precio de Venta	100	S/ 8.42
IGV	18	S/ 1.52
<b>Precio de Lista</b>	<b>118</b>	<b>S/ 9.94</b>

**Tabla N° 8 Definición de precio**

Costo por unidad	S/ 2.95
Precio de Lista	S/ 9.94
<b>Precio sugerido</b>	<b>S/ 20.00</b>
Costo por unidad	S/ 5.90
Precio de Lista	S/ 19.89
Precio sugerido	S/ 20.00

### **Estructura Patrón**

	%	SOLES
--	---	-------

Alimentos	35	S/ 5.90
Mano de Obra	15	S/ 2.53
Gastos Generales	23	S/ 3.88
Beneficio Neto	27	S/ 4.55
Precio de Venta	100	S/ 16.86
IGV	18	S/ 3.03
<b>Precio de Lista</b>	<b>118</b>	<b>S/ 19.89</b>

Además, utilizaremos el método de fijación de precio en base a la competencia. Para ello nos guiamos de nuestra competencia directa aquí en la región, las cuáles serían:

El Champiñon Restaurant Vegetariano – Vegano: El cual cuenta con diferentes platos a la carta (Saltado de champiñones o carne vegetal, Risotto con champiñones, tortilla de verduras, etc.) los cuales rondan precios desde los S/.18 a S/.25 nuevos soles. **(Restaurant E. C., 2021)**

El Vegetariano Restaurant: El cuál va cambiando su menú constantemente, trabajando con menús del día, los cuales rondan precios desde los S/.10 a S/.20 nuevos soles. **(Restaurant E. V., 2021)**

Figura N° 20

Carta de menú, "El vegetariano Restaurante"



Nota: Página de Facebook de "El Vegetariano Restaurante"

Además, la suscripción mensual con la asesoría personalizada con el nutricionista, tendrá un costo de S/550.00 soles.

### **Plaza**

Para ello, realizamos una matriz de localización para saber qué opción era la más adecuada para nuestro restaurante:

**Tabla N° 9***Matriz de Localización del restaurante "Sabor & Salud"*

<b>MATRIZ DE LOCALIZACIÓN DE "SABOR &amp; SALUD"</b>			
<b>OPCIONES</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>METROS CUADRADOS</b>	<b>ALQUILER MENSUAL</b>
<b>1</b>	Calle Bolívar 456, a 3 cuadras de la Plaza de Armas de Ica	80	S/ 2,300.00
<b>2</b>	Calle LIMA, Dpto. 2 A media cuadra de la Plaza de Armas	148	S/ 7,300.00
<b>3</b>	<b>Av. San Martín 1294, Urb. San Isidro</b>	<b>120</b>	<b>S/ 2,500.00</b>

Nivel de canal: DIRECTO, debido a que nuestro Restaurant "Sabor & Salud" venderá de manera directa al consumidor final. Lo haremos mediante un local donde brindaremos nuestros productos y servicios. Debido a que seremos un negocio nuevo, al iniciar nuestras operaciones todavía no tendremos un servicio de delivery, pero si se podrán realizar pedidos para llevar.

Conforme pase el tiempo y vayamos creciendo, se estimada contar con servicio de delivery en el mismo distrito de Ica y alrededores que estén relativamente cerca, considerando también el delivery por aplicativos ya sean "Rappi" o "PedidosYa".

*Promoción*

Tabla N° 10

*Breafing*

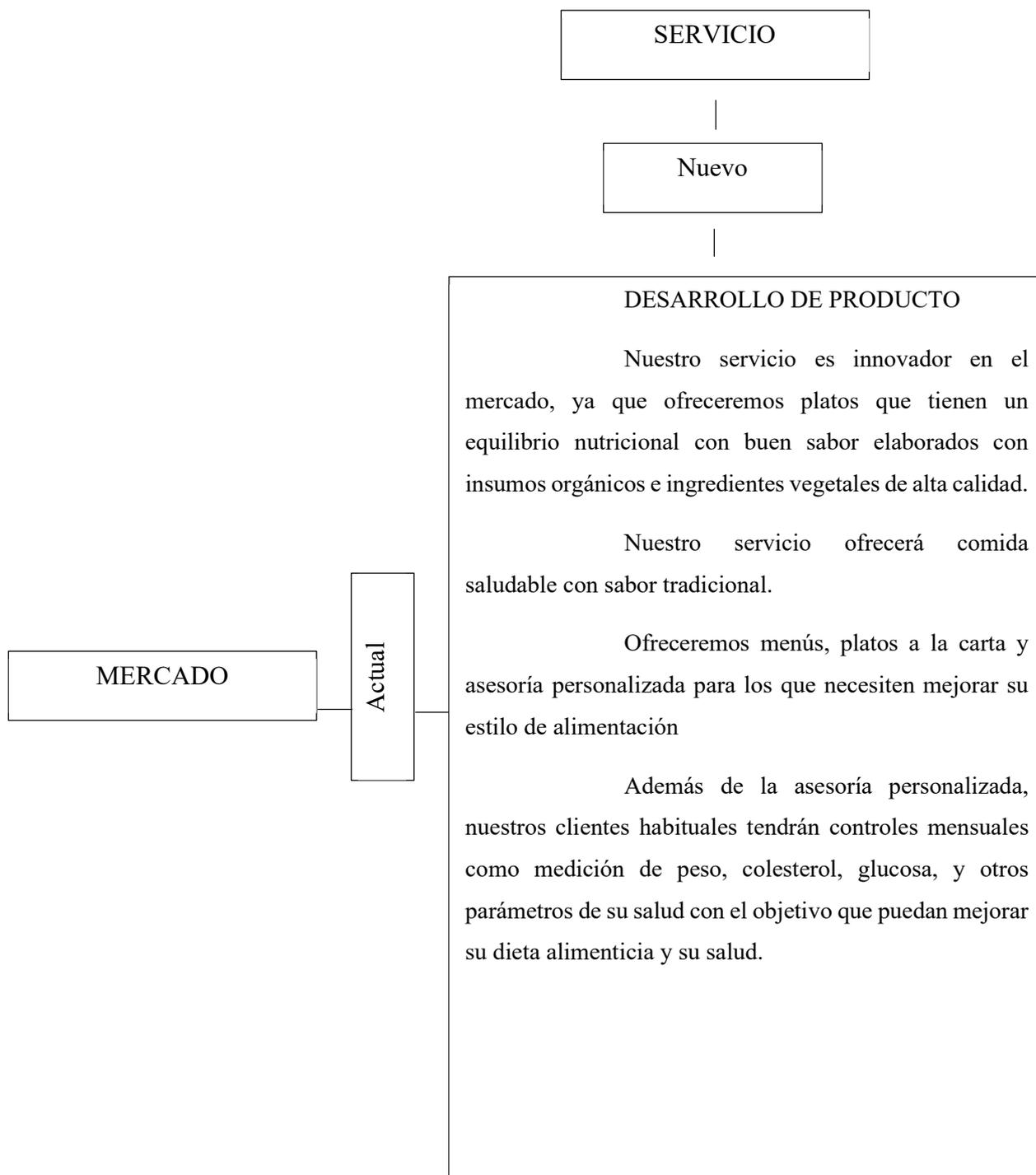
<b>Sabor &amp; Salud Restaurant</b>	
<b>OBJETIVO</b>	Aumentar el conocimiento de la marca en los mercados seleccionados
<b>TARGET</b>	Personas de nivel socioeconómico medio- alto de entre 18-60 años que gusten de la comida saludable.
<b>ESTRATEGIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la conciencia y conocimiento de la marca mediante mensajes en nuestras redes sociales y publicidades.</li> <li>• Aprovecharemos fechas especiales para impulsar nuestros productos como por ejemplo el 1 de octubre que es el día del Vegetarianismo, etc.</li> <li>• Invitaremos a cantantes iqueñas para que los comensales puedan disfrutar de un buen ambiente,</li> </ul>
<b>MERCADOS</b>	Provincia de Ica
<b>FORMATO</b>	Marketing Directo: Digital para OHH (out of home) (fuera de casa), formatos notarios para online y página completa para medios B2B.
<b>MIX DE MEDIOS</b>	OHH, online, afiches, promociones, etc. Redes sociales, página web.
<b>PRESUPUESTO</b>	S/. 500 para Ica, Perú
<b>CALENDARIO DE CAMPAÑA</b>	Junio del 2022 a diciembre del 2022

### ***Formulación estratégica ANSOFF***

La estrategia que implementaremos será la del desarrollo de productos ya que nuestra propuesta de negocio ofrecerá un nuevo servicio, pero nos moveremos en un mercado conocido que a la vez debe tomar en cuenta tanto los gustos y necesidades que tienen los clientes, los cuales cambian con el tiempo.

#### ***Figura N° 21***

*Estrategia ANSOFF - Desarrollo de producto*



### *Proyección de Ventas*

Tomando en cuenta los datos recolectados en la encuesta, tenemos que: Nuestro mercado objetivo sería de 131 personas, las cuales tendrían una frecuencia de consumo de 16 veces por mes. Una variación anual del 2, 10% que viene presentando el rubro de restaurantes según estadísticas del INEI (INEI, s.f.). Por ende, una variación mensual del 0.18%. Además, el precio promedio por plato que es de S/. 20 nuevos soles, y aplicando el castigo mencionado por Clancy y Shulman (1994), sobre que no más del 75% de la gente con gusto de consumir determinado producto realmente lo compra, tendríamos el siguiente resultado.

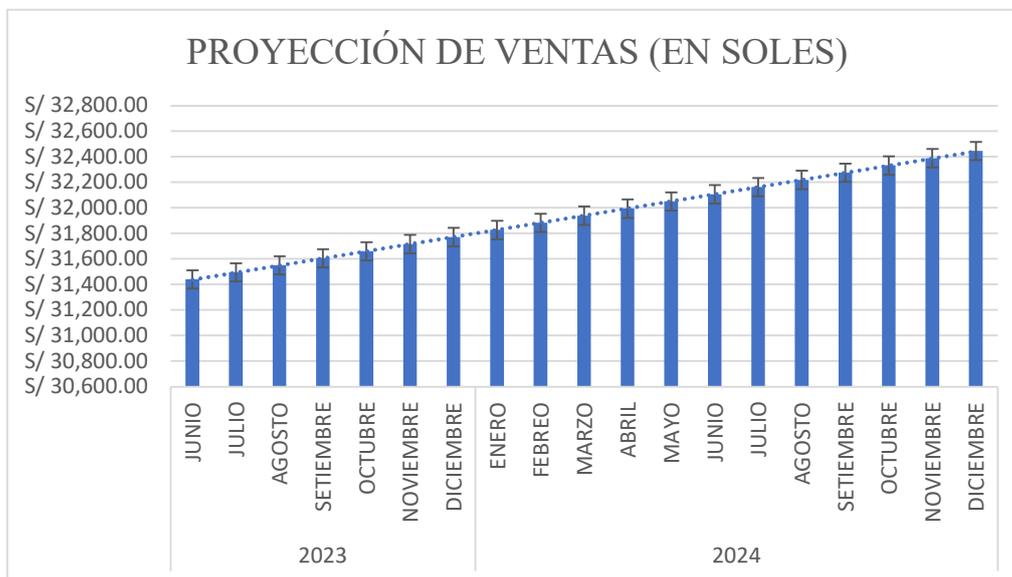
**Tabla N° 11**

*Tabla de proyección de ventas mensuales*

<b>AÑO</b>	<b>MES</b>	<b>VENTAS MENSUALES (EN SOLES)</b>	<b>VENTAS ANUALES (EN SOLES)</b>
<b>2023</b>	JUNIO	S/ 31,440.00	S/ 221,238.80
	JULIO	S/ 31,495.02	
	AGOSTO	S/ 31,550.14	
	SETIEMBRE	S/ 31,605.35	
	OCTUBRE	S/ 31,660.66	
	NOVIEMBRE	S/ 31,716.06	
	DICIEMBRE	S/ 31,771.57	
	ENERO	S/ 31,827.17	
	FEBREO	S/ 31,882.87	
	MARZO	S/ 31,938.66	
	ABRIL	S/ 31,994.55	
	MAYO	S/ 32,050.54	
<b>2024</b>	JUNIO	S/ 32,106.63	S/ 385,623.58
	JULIO	S/ 32,162.82	
	AGOSTO	S/ 32,219.10	
	SETIEMBRE	S/ 32,275.49	
	OCTUBRE	S/ 32,331.97	
	NOVIEMBRE	S/ 32,388.55	
	DICIEMBRE	S/ 32,445.23	

**Figura N° 22**

*Gráfico de proyección de ventas mensuales*



En el gráfico observamos el incremento de ventas que tendría nuestro Restaurante de comida saludable “Sabor & Salud”. Iniciando nuestras operaciones con poco más de S/.30,000.00 para junio de 2023 y si tenemos consistencia, el factor pandemia no influye mucho y todo sigue estable, alcanzaríamos ventas de S/.32,000.00 nuevos soles aproximadamente para diciembre del año 2024.

A continuación, se presentará cómo sería de manera anual la proyección de ventas de nuestro restaurante “Sabor & Salud”, tomando en cuenta que el año 2023 empezaremos actividades en junio, por lo que para el siguiente año habrá un incremento considerable ya que estaríamos teniendo el doble de tiempo que el año anterior.

**Tabla N° 12**

*Tabla de proyección de ventas anuales*

<b>AÑO</b>	<b>VENTAS (EN SOLES)</b>
2023	S/ 221,238.80
2024	S/ 385,202.88
2025	S/ 393,292.14
2026	S/ 401,551.28
<b>2027</b>	<b>S/ 409,983.85</b>

**Figura N° 23***Gráfico de proyección de ventas anuales*

Aquí podemos observar la proyección de ventas anuales de nuestro restaurante “Sabor & Salud”, observando una tendencia positiva. Lo que indica la rentabilidad del negocio. Iniciando el primer año con unas ventas alrededor de S/.200,000.00 nuevos soles. Y teniendo un pico de ventas para el año 2027, alcanzando cerca los S/.450,000.00 nuevos soles aproximadamente. Habiendo un aumento del 185% si lo comparamos con el primer año.

También realizamos la proyección con las ventas de suscripciones, teniendo en cuenta el interés de compra por un producto saludable es de 8% (Gestión, 2019), obteniendo los siguientes datos:

**Tabla N° 13***Datos de suscripción mensual*

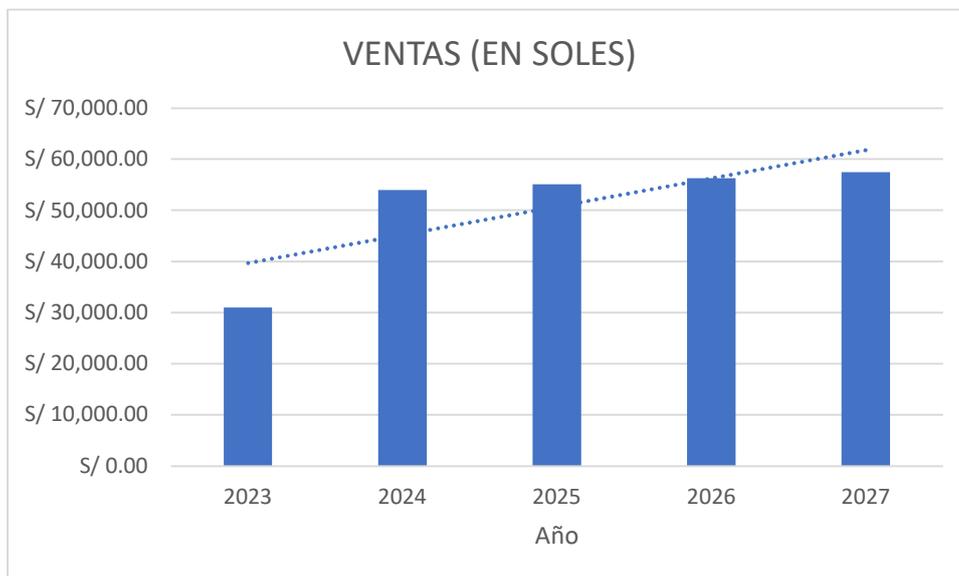
<b>CLIENTES OBJETIVO</b>	<b>CLIENTES REAL DE COMPRA (8%)</b>	<b>CANTIDAD DE SUSCRIPCIONES AL MES</b>	<b>PRECIO DE SUSCRIPCIÓN</b>
131	8	8	S/. 550.00

**Tabla N° 14***Proyección de ventas mensuales de suscripciones*

<b>AÑO</b>	<b>MES</b>	<b>VENTAS MENSUALES (EN SOLES)</b>	<b>VENTAS ANUALES (EN SOLES)</b>
2023	JUNIO	S/ 4,400.00	S/ 30,962.17
	JULIO	S/ 4,407.70	
	AGOSTO	S/ 4,415.41	
	SETIEMBRE	S/ 4,423.14	
	OCTUBRE	S/ 4,430.88	
	NOVIEMBRE	S/ 4,438.63	
	DICIEMBRE	S/ 4,446.40	
	ENERO	S/ 4,454.18	
	FEBREO	S/ 4,461.98	
	MARZO	S/ 4,469.79	
	ABRIL	S/ 4,477.61	
	MAYO	S/ 4,485.45	
2024	JUNIO	S/ 4,493.29	S/ 53,967.68
	JULIO	S/ 4,501.16	
	AGOSTO	S/ 4,509.03	
	SETIEMBRE	S/ 4,516.93	
	OCTUBRE	S/ 4,524.83	
	NOVIEMBRE	S/ 4,532.75	
	DICIEMBRE	S/ 4,540.68	

**Tabla N° 15***Proyección de venta anual de suscripción*

<b>AÑO</b>	<b>VENTAS (EN SOLES)</b>
2023	S/ 30,962.17
2024	S/ 53,967.68
2025	S/ 55,101.00
2026	S/ 56,258.12
2027	S/ 57,439.54

**Figura N° 24***Ventas anuales de suscripciones*

Podemos notar nuestra segunda red de ingresos mediante las suscripciones mensuales a la atención personalizada.

## CAPITULO VI. PLAN TÉCNICO

### Localización de la empresa

Sabor & Salud estará ubicada en la ciudad de Ica, en la Av. San Martín 1294, Urb. San Isidro. Siendo una ubicación céntrica la cual favorece a la afluencia de clientes para el restaurante.

Figura N° 25

*Ubicación de "Sabor & Salud"*



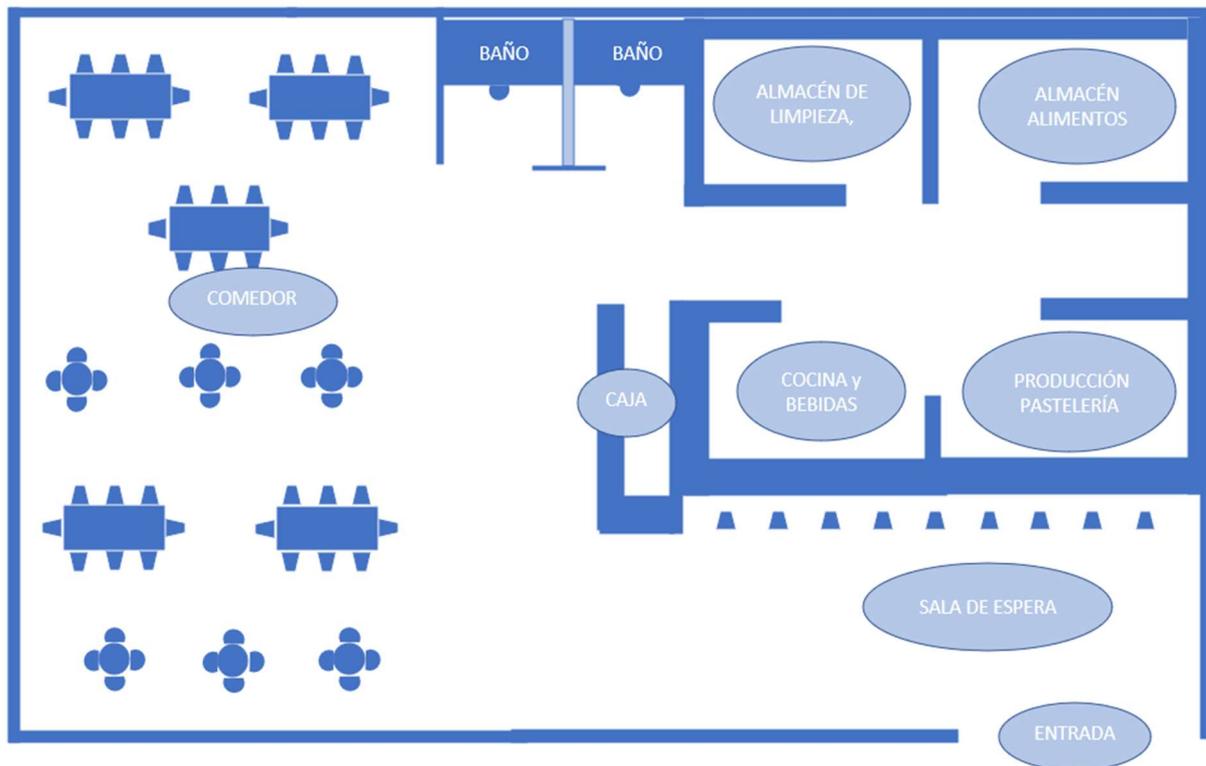
*Nota: Google Maps (2022)*

## Tamaño del negocio

Se distribuyó la planta mediante el siguiente layout, teniendo en cuenta el tamaño del terreno, las distintas áreas que tenemos en nuestro Restaurant y el bienestar de los comensales.

Figura N° 26

*Layout de "Sabor & Salud"*



## Necesidades

**Tabla N° 16**

### *Equipos*

EQUIPOS				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
LAPTOP	UNIDAD	1	S/ 3,500.00	S/ 3,500.00
BALANZA GRAMERA	UNIDAD	1	S/ 60.00	S/ 60.00
BALANZA	UNIDAD	1	S/ 300.00	S/ 300.00
SMART TV	UNIDAD	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
AIRE ACONDICIONADO	UNIDAD	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
TOTAL				S/ 6,360.00

**Tabla N° 17**

### *Maquinaria*

MAQUINARIA				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
COCINA INDUSTRIAL	UNIDAD	1	S/ 9,500.00	S/ 9,500.00
REFRIGERADORA	UNIDAD	1	S/ 1,799.00	S/ 1,799.00
CONGELADORA	UNIDAD	1	S/ 2,999.00	S/ 2,999.00
TOTAL				S/ 14,298.00

**Tabla N° 18**

### *Capital de Trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PLANILLA	S/ 16,000.00	S/ 17,949.00
INSUMOS	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
TOTAL		S/ 22,949.00

**Tabla N° 19***Presupuesto total de inversión*

<b>PRESUPUESTO TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>S/.</b>
<b>INVERSIÓN TANGIBLE</b>	<b>S/ 30,703.00</b>
<b>INVERSIÓN INTANGIBLE</b>	<b>S/ 1,875.00</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>S/ 22,949.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 55,527.00</b>

**Costos (Costos directos e indirectos)****Tabla N° 20***Costos directos*

<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
<b>MATERIA PRIMA</b>	VERDURAS, ACEITE, SAL, ETC.	<b>S/ 6,250.00</b>
<b>MANO DE OBRA</b>	EQUIPO DE COCINA	<b>S/ 6,594.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 12,844.00</b>

**Tabla N° 21***Costos indirectos*

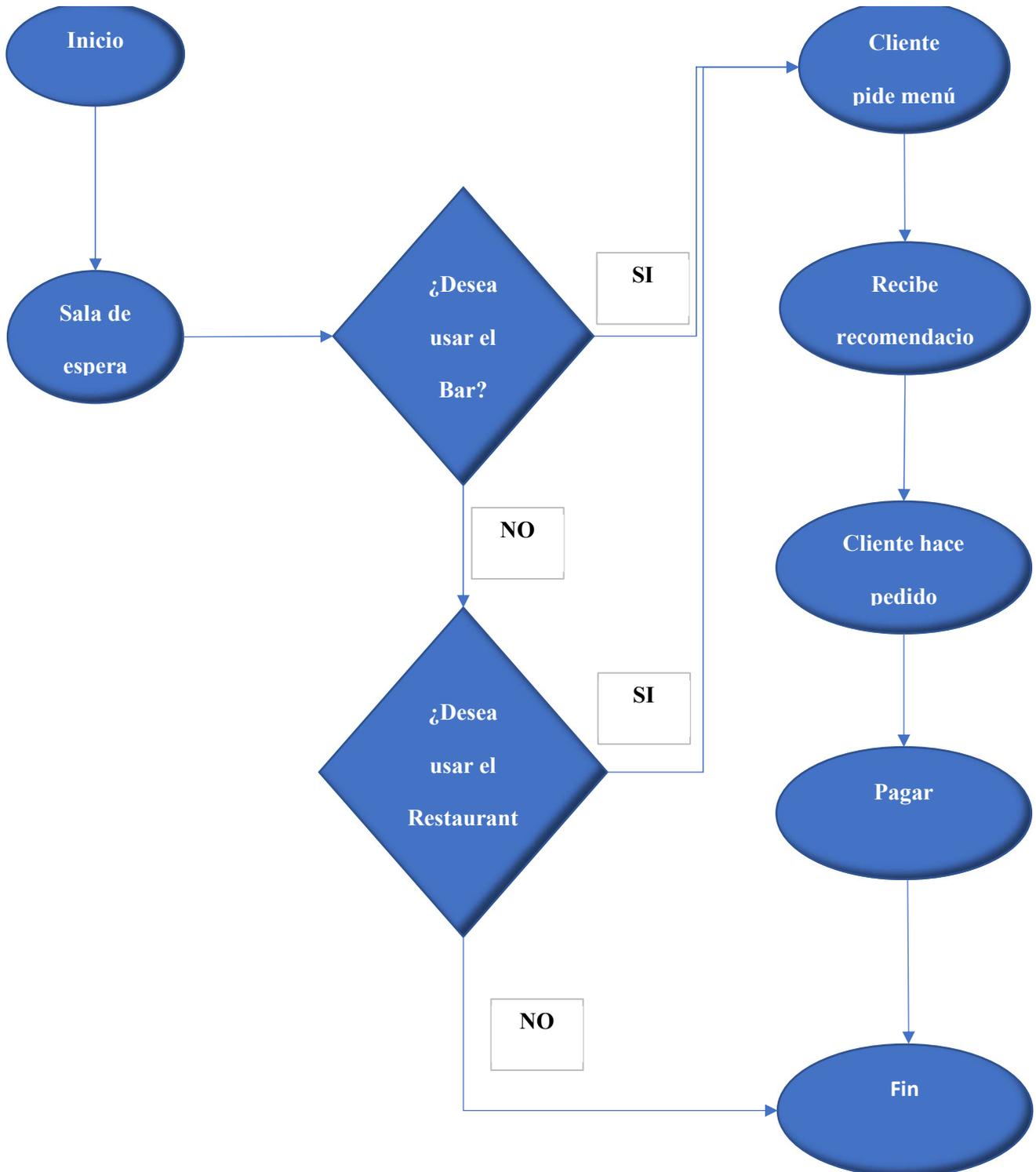
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	GASTOS FINAN. Y ADM. GRAL.	<b>S/ 2,000.00</b>
<b>SUMINISTROS</b>	AGUA, LUZ E INTERNET	<b>S/ 2,000.00</b>
<b>COSTE SALARIAL GERENCIAL</b>	DIRECTIVOS	<b>S/ 9,220.00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 13,220.00</b>

## Diagrama de Operación

### Atención al Público:

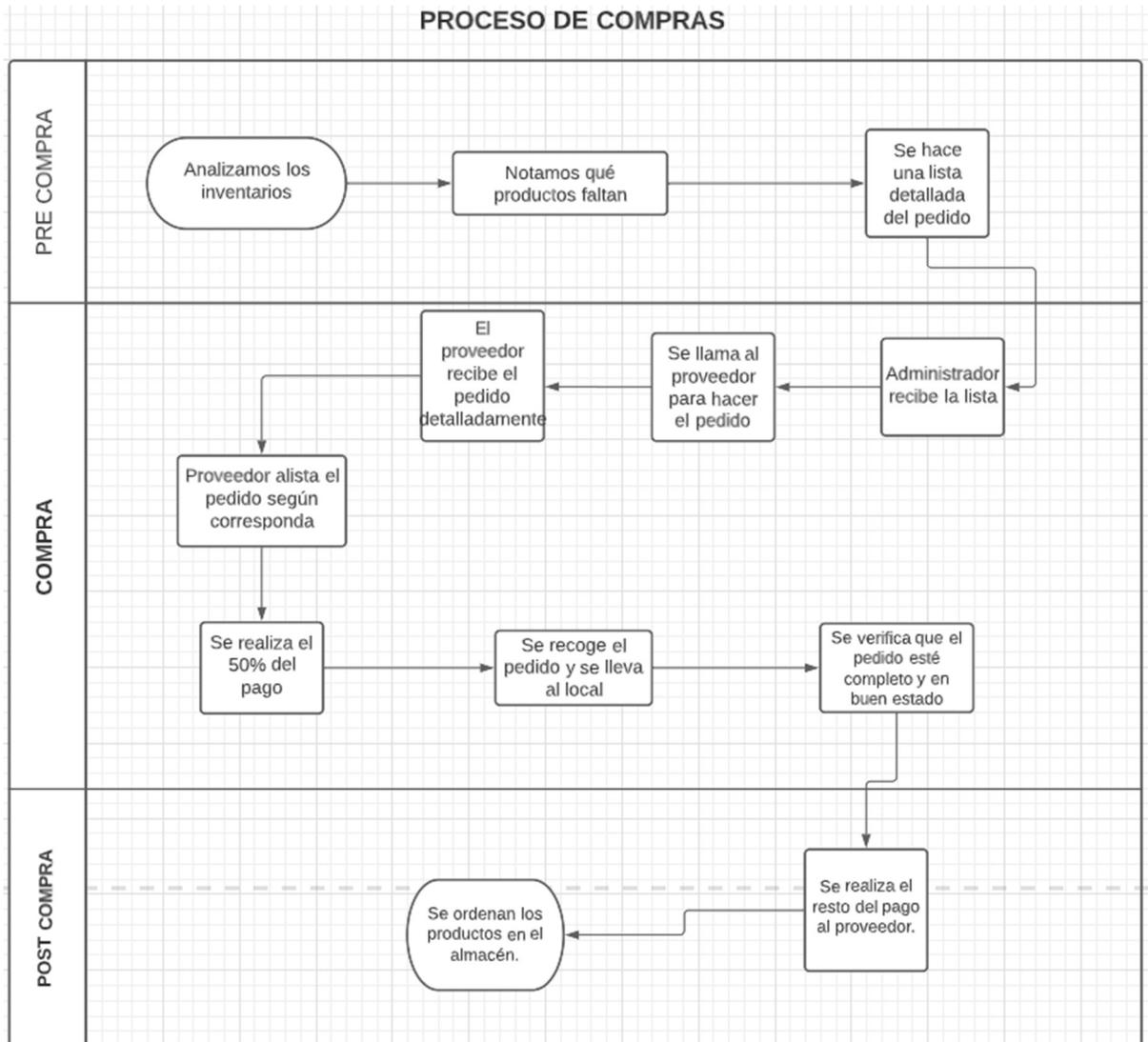
Figura N° 27

Diagrama de operaciones - Atención al público



**Figura N° 28**

*Diagrama proceso de Compras*



***Certificaciones necesarias***

El registro mercantil de la empresa, para el caso, un restaurante.

Obtener el permiso sanitario.

Consignar permisos para actividades económicas en restaurantes.

Presentar el menú de la comida.

Contar con personal capacitado ingresa a la cocina y comedor, estos deben contar con certificados de salud y manejo de alimentos.

Si un restaurante vende bebidas alcohólicas, debe tener una licencia especial para vender estos productos.

Presentar el RUC del restaurante.

### ***Impacto al medio ambiente***

#### ***Gestión de residuos***

Los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red de alcantarillas públicas. Estos residuos deberán ser entregados a los gestores autorizados por la DMA, para lo cual previamente se los deberá filtrar y almacenar temporalmente en recipientes tapados.

Los detergentes y desinfectantes deben ser organizados y almacenados de acuerdo a las recomendaciones del fabricante y fuera del área de cocina.

Todos los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas, carnes, entre otros para la preparación de alimentos, y que laven con agua los utensilios de cocina, deben tener y dar mantenimiento a trampas de grasa.

#### ***Emisiones a la atmósfera y ruido***

La música estará aislada acústicamente con el objeto de controlar que las emisiones de ruido hacia el exterior del sitio y que no rebasen los límites máximos permitidos de acuerdo a los horarios y a la zonificación que corresponda.

Las fuentes de combustión (generadores, calderos) deberán tener registros de horas de funcionamiento y del mantenimiento periódico.

## **CAPITULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL**

### **Constitución de la empresa (procesos, tramites, permisos y costos)**

El régimen de sociedad seleccionado para la constitución del restaurante Sabor & Salud la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), porque se cumplen con las siguientes características:

La empresa tiene para el primer año de operación un total de 02 accionistas lo que cumple con lo permitido en la S.R.L. (mínimo 02 y máximo 20). Se tiene proyectado la entrada de nuevos socios para los siguientes años de operación.

El capital de la empresa está determinado por el aporte de cada socio (participaciones) y deberá estar inscrito en los registros públicos.

Los aportes de cada socio se podrán constituir por dinero en efectivo o bienes.

Nuestra organización es pequeña y no es necesario establecer órganos de control complejos (directorio).

Los socios que realizarán la constitución de la empresa “Sabor & Salud” presentarán la siguiente información:

#### ***Tabla N° 22***

##### *Tabla de socios*

N°	Socio	DNI	Nacionalidad	Ocupación	Estado civil
1	Tineo Arias, Fressia	77566913	Peruana	Estudiante	Soltera
2	Lovera Bernaola Aarón	71873534	Peruano	Estudiante	Soltero

Los socios se presentarán de forma voluntaria y manifestarán su deseo de constituir una sociedad comercial de responsabilidad limitada bajo la denominación de “Sabor & Salud”. Los socios estarán obligados a efectuar los aportes para formar el capital social de la empresa.

El capital social de la empresa será de S/34,000.00 (cincuenta mil con 00/100 nuevos soles), representado por un total de 1,250 participaciones con un valor nominal de S/27.2 cada una. Estas participaciones serán suscritas y pagadas de la siguiente manera:

**Tabla N° 23**

*Participaciones*

N°	PARTICIPANTES	PARTICIPACIONES	PORCENTAJE	S/
1	Lovera Bernaola, Aarón	625	50%	17,000.00
2	Tineo Arias, Fressia	625	50%	17,000.00
		1250	100%	34,000.00

En la minuta de constitución se nombrará a la Srta. Tineo Arias, Fressia como administradora general de la empresa y se constituye en conformidad con las normas del Decreto Ley N°21621 y demás normas legales complementarias y/o conexas.

**Obligaciones (tributarias y laborales)**

El régimen tributario seleccionado para el restaurante de comida saludable Sabor & Salud será el MYPE Tributario porque cumple con las siguientes características:

Los ingresos mensuales o ventas proyectadas serán de S/.35,840.00 mensualmente y S/.252,200.97 anualmente. Estos ingresos netos no superan el límite establecido por el régimen MYPE de 1700 UIT (S/7,480,000.00) permitidos anualmente.

La empresa será establecida como persona jurídica, porque los derechos y obligaciones serán asumidos por la empresa.

La cantidad de empleados por turno son mayores a 10 personas y se tiene proyectado ampliar el número de empleados en los posteriores años de operación.

El pertenecer al régimen MYPE tributario implica el cumplimiento de los siguientes tributos y obligaciones para el restaurante Sabor & Salud:

Impuesto General a las ventas (I.G.V.) el cual es 18%, este impuesto incluye 16% por ventas y un 2% de impuestos de promoción municipal.

Impuesto a la renta anual, si la renta anual neta es menor o igual a 15UIT se pagará el 10% y si la renta anual neta es mayor a 15 UIT se pagará 29.5%.

Pagos a cuenta del Impuesto a la Renta, si los ingresos anuales no superan las 300 UIT se pagará el 1.0% de los ingresos netos mensuales y si lo ingresos superan las 300 UIT se pagará el 1.5%.

Según el nivel de ventas proyectado (ingresos hasta 300 UIT) estará obligada a presentar libros contables que incluyan el registro de ventas, registro de compras y el libro diario de formato simplificado.

Emitir boletas de ventas, ticket, facturas y demás tipos de comprobantes de pago.

Realizar la declaración jurada anual de renta.

**Tabla N° 24**

*Resumen de tributos que asumirá el restaurante Sabor & Salud*

INGRESOS		IMPUESTOS		
Ingresos mensuales	Ingresos anuales	IGV	Pagos a cuenta del impuesto a la renta	Impuesto a la Renta Anual
S/.35,840.00	S/.252,200.97	18%	S/358.4 (1% ingresos mensuales)	29.5% (renta neta anual)

### **Estructura Organizacional**

El restaurante de comida saludable Sabor & Salud presentará una estructura organizacional representada en el organigrama propuesto a continuación. En dicho organigrama se muestran los puestos laborales requeridos para el funcionamiento de la empresa y también la estructura jerárquica establecida en el interior de la organización.

**Figura N° 29***Organigrama de Sabor & Salud*

### Descripción de Funciones

Los puestos laborales y las áreas establecidas en el organigrama del restaurante de comida saludable Sabor & Salud tendrán las siguientes funciones en la organización:

**Junta General de Socios:** Es el órgano principal de la organización y está conformado por todos los accionistas o socios, es la máxima autoridad y sus decisiones son tomadas según el estatuto. Las funciones propuestas para la junta general de socios son las siguientes:

Acordar el ingreso o salida de accionistas.

Reformar los estatutos establecidos.

Autorizar el pago de utilidades y dividendos para los accionistas.

Acordar la adquisición y/o transferencia de bienes inmuebles o muebles.

Encargados de gestionar, planificar, analizar, procesar y verificar todas las funciones de las diferentes áreas de la organización con el fin de llevar un control empresarial y asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas. Las funciones propuestas para el administrador son las siguientes:

Direccionar las operaciones administrativas y comerciales

Planificar las estrategias operacionales y comerciales.

Administrar los recursos utilizados de la organización.

Analizar los reportes financieros y económicos, generar propuestas de valor y tomar decisiones acertadas.

Administrar al personal a cargo, resolución de conflictos laborales y reclamos de los clientes.

Realizar la adquisición de materias, insumos y servicios requeridos.

Representar a la organización ante las autoridades legales, tributarias del país.

**Contador:** Es el encargado de procesar, analizar y validar información financiera, tributaria, normas legales y control de inventarios de la organización. Las funciones propuestas para el contador las siguientes:

Revisión y análisis de los libros contables de la organización.

Elaborar el Balance General y Estado de Resultados en los libros financieros de la organización.

Analizar las ganancias, gastos administrativos y costos de producción.

Redactar informes sobre el estado financiero de la organización.

Manejar y controlar el inventario de los bienes.

Realizar los pagos tributarios y procedimientos legales requeridos.

**Analista de Recursos Humanos:** Es el encargado de coordinar el reclutamiento, selección y contratación de personal para la organización. También gestiona el manejo de las planillas del personal propio. Las funciones propuestas para el analista de recursos humanos son las siguientes:

Gestionar y procesar el pago de planillas, compensaciones y beneficios sociales al personal propio de la organización.

Realizar el reclutamiento y selección de potenciales candidatos para la cobertura de puestos laborales.

Gestionar las capacitaciones requeridas para el personal.

Realizar informes respecto al desempeño laboral, el ausentismo, rotación de personal y el clima laboral.

***Chef principal:*** Es el encargado de gestionar, organizar y elaborar los productos ofertado. También planifica y valida el manejo de las cartas de productos y el cambio o innovación de nuevos productos. Las funciones propuestas para el chef principal son las siguientes:

Organizar y supervisar el proceso de producción de los platos ofertados.

Verificar y asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y salubridad requeridos para el manejo de alimentos.

Programar la carta de platos ofertados en el restaurante.

Controlar la operatividad de los equipos, herramientas y materiales requeridos para la producción de los platos.

***Ayudante de Cocina:*** Es el encargado de realizar la preparación de materias primas e insumos, ejecutar la limpieza, controlar el almacenamiento de los insumos y su conservación. Las funciones propuestas para el ayudante de cocina son las siguientes:

Realizar la limpieza de todos utensilios y materiales de la cocina.

Conservación de los productos, insumos y materia prima.

***Cajero:*** Es el encargado de realizar la cobranza de los productos y las transacciones financieras con los clientes. Las funciones propuestas para el cajero son las siguientes:

Realizar la cobranza de los pagos por los platos vendidos.

Verificar la autenticidad del dinero de la cobranza.

Verificar la correcta realización de las transferencias interbancarias.

Atender los pedidos por delivery y realizar las cobranzas virtuales.

Realizar el cierre de cajero diario y mensual.

***Mesero:*** Es el encargado de realizar la atención a los clientes, ofrecerles los productos y atender los pedidos en el local. Las funciones propuestas para el mesero son las siguientes:

Realizar el recibimiento de los clientes.

Trasladar a los clientes a lugares disponibles.

Ofertar los productos del restaurante.

Montaje y desmontaje de las mesas y sillas.

Realizar las ordenes de los pedidos.

Coordinar con el área de producción para la preparación de los platos.

Limpieza del local en el ingreso y salida.

## CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

### Inversiones

#### Inversiones Tangibles

En este tipo de inversiones se detallan los elementos tangibles necesarios para la puesta en marcha y operatividad del restaurante de comida saludable “Sabor y Salud”; estas incluyen artefactos eléctricos, equipos de conservación, muebles, utensilios y accesorios para las actividades tecnológicas. El monto total de la inversiones tangibles o activos no corrientes ascienden a S/. 30,703.00.

Tabla N° 25

#### *Inversiones tangibles*

<b>Inversiones Tangibles (Activo no corriente)</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Licuadora	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Juego de ollas	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Congelador	1	S/ 2,999.00	S/ 2,999.00
Cocina Industrial	1	S/ 9,500.00	S/ 9,500.00
Dispensador de jugos	1	S/ 600.00	S/ 600.00
Nevera para jugos	1	S/ 700.00	S/ 700.00
Extractores	1	S/ 400.00	S/ 400.00
Purificador de agua	1	S/ 265.00	S/ 265.00
Microondas	1	S/ 240.00	S/ 240.00
Mesa de acero inoxidable	1	S/ 750.00	S/ 750.00
Refrigerador	1	S/ 1,799.00	S/ 1,799.00
Mesas	10	S/ 150.00	S/ 1,500.00
Sillas	60	S/ 50.00	S/. 3,000.00
Pack de Menaje	1	S/. 1000.00	S/. 1,000.00
TV	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Computadora y caja registradora	1	S/ 4,000.00	S/ 4,000.00
Impresora	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Aire acondicionado	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
<b>Total</b>			<b>S/ 30,703.00</b>

## Inversiones Intangibles

En este tipo de inversiones se detallan los elementos intangibles necesarios para la puesta en marcha y operatividad del restaurante de comida saludable “Sabor y Salud”; estas incluyen los trámites administrativos, permisos municipales, diseño de plataformas y aplicaciones de ventas online. El monto total de las inversiones intangibles asciende a S/. 1,875.00.

**Tabla N° 26**

### *Inversiones intangibles*

<b>Inversiones Intangibles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
Búsqueda del nombre en registros públicos	1	S/ 5.00	S/ 5.00
Reserva del nombre en registros públicos	1	S/ 20.00	S/ 20.00
Registro en la SUNAT y tramites tributarios	1	S/ 150.00	S/ 150.00
Elaboración de minuta de creación en el negocio	1	S/ 500.00	S/ 500.00
Diseño de plataformas y aplicaciones virtuales	1	S/ 650.00	S/ 650.00
Licencia de funcionamiento y permisos municipales	1	S/ 300.00	S/ 300.00
Registro de logo y marca	1	S/ 250.00	S/ 250.00
<b>Total</b>			<b>S/ 1,875.00</b>

## Capital de trabajo

El capital de trabajo para la puesta en marcha y operatividad del restaurante de comida saludable “Sabor y Salud”; está conformado por todos los gastos necesarios para asegurar el funcionamiento del negocio; incluyen la planilla (mano de obra directa), gastos administrativos (alquiler de local, agua, luz, gas, internet, teléfono, útiles de oficina y otros); para nuestra propuesta se ha pensado cubrir con estos gastos desde el primer mes de funcionamiento. El monto total del capital de trabajo asciende a S/. 22,949.00.

**Tabla N° 27**

### *Inversión total*

<b>Inversión Total</b>		
Total inversiones tangibles		S/ 30,703.00
Total inversiones intangibles		S/ 1,875.00
Capital de trabajo		S/ 22,949.00
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>		<b>S/ 55,527.00</b>
<b>Capital propio</b>	<b>(62.103%)</b>	<b>S/ 34,000.00</b>
<b>Capital requerido</b>	<b>(37.897%)</b>	<b>S/ 21,027.00</b>

## Ingresos y egresos

La estructura de los costos e ingresos para el restaurante de comida saludable “Sabor y Salud”, los costos están conformada por los costos de producción, gastos administrativos y gastos de distribución y ventas mensuales. Para el proyecto se considera la producción diaria de 90 platos con un precio diario de S/.20 por cada plato; a distribución de nuestros productos se realizará mediante alianzas estratégicas con empresas repartidoras por aplicativos móviles y plataformas virtuales.

**Tabla N° 28**

*Estructura de costos mensuales*

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS MENSUALES</b>					
<b>CONCEPTOS</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Gastos totales mensuales</b>		
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>			<b>S/</b>	<b>6,250.00</b>	
Leche, huevos yogures y derivados lácteos.	1	S/ 950.00	S/	950.00	
Aceites vegetales, aceite de oliva y derivados	1	S/ 750.00	S/	750.00	
Arroz integral, fideo y cereales integrales	1	S/ 950.00	S/	950.00	
Carnes integrales (gluten o tofu)	1	S/ 1,150.00	S/	1,150.00	
Legumbres y verduras.	1	S/ 900.00	S/	900.00	
Frutas de la estación	1	S/ 750.00	S/	750.00	
Envases (platos y vasos biodegradables)	1	S/ 450.00	S/	450.00	
Empaques de papel o plásticos biodegradables	1	S/ 350.00	S/	350.00	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>S/</b>	<b>4,130.00</b>	
Alquiler del local para el restaurante	1	S/ 2,500.00	S/	2,500.00	
Agua	1	S/ 250.00	S/	250.00	
Luz	1	S/ 350.00	S/	350.00	
Gas	1	S/ 150.00	S/	150.00	
Alquiler de movilidad para traslados y operaciones	4	S/ 50.00	S/	200.00	
Teléfono e Internet	1	S/ 200.00	S/	200.00	
Líneas de celulares	2	S/ 90.00	S/	180.00	
Útiles de oficina y accesorios diversos	1	S/ 50.00	S/	50.00	
Publicidad física y virtual (plataformas virtuales e influencers)	1	S/ 250.00	S/	250.00	
<b>PLANILLA DIRECTA DEL NEGOCIO</b>			<b>S/</b>	<b>17,949.00</b>	

Tabla N° 29

## Planilla del Restaurante

PLANILLA PROPUESTA PARA "SABOR & SALUD"							
Puesto Laboral	Cantidad	Remuneración básica	Beneficios sociales			Sueldo individual	Sueldo Mensual por trabajadores
			Asignación familiar	AFP	ESSA LUD		
Administradores	2	S/ 2,000.00	S/ 93.00	S/ 260.00	S/ 180.00	S/ 2,533.00	S/ 5,066.00
Chef	1	S/ 1,800.00	S/ 93.00	S/ 234.00	S/ 162.00	S/ 2,289.00	S/ 2,289.00
Nutricionista	1	S/ 1,550.00	S/ 93.00	S/ 201.50	S/ 139.50	S/ 1,984.00	S/ 1,984.00
Ayudante de cocina	3	S/ 1,100.00	S/ 93.00	S/ 143.00	S/ 99.00	S/ 1,435.00	S/ 4,305.00
Cajeras	1	S/ 1,100.00	S/ 93.00	S/ 143.00	S/ 99.00	S/ 1,435.00	S/ 1,435.00
Meseras	2	S/ 1,100.00	S/ 93.00	S/ 143.00	S/ 99.00	S/ 1,435.00	S/ 2,870.00
<b>TOTAL PLANILLA MENSUAL:</b>							<b>S/ 17,949.00</b>

Tabla N° 30

## Estructura de ingresos mensuales

ESTRUCTURA DE INGRESOS MENSUALES			
SERVICIOS	TARIFA	N° PRODUCTOS	INGRESOS
Platos a la carta	S/. 20.00	1572	S/. 31,440.00
Suscripciones	S/. 550.00	8	S/. 4,400.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 35,840.00</b>

## Deuda

Para iniciar operaciones, el capital propio de los socios no es suficiente, por ello requerimos un préstamo crediticio de un monto de S/. 21,027.00. Por lo cual analizamos propuestas de 3 entidades financieras que nos pueden dar este monto, y así saber cuál nos conviene tomar. El cual se muestra a continuación:

**Tabla N° 31**

*Comparativa de Préstamos*

<b>COMPARATIVA DE PRÉSTAMOS</b>			
<b>ENTIDAD</b>	<b>NOMBRE DE CRÉDITO</b>	<b>TEA ANUAL</b>	<b>TCEA ANUAL</b>
<b>BCP</b>	Crédito Negocios	25% (tasa mínima) - 60% (tasa máxima)	34.82% (tasa mínima) - 69.82% (tasa máxima)
<b>SCOTIABANK</b>	Préstamo para Capital de Trabajo (Convencional en Cuotas y Línea de Crédito)	Min 19.00% Max 39.00%	Min 25.2% Max 43.3%
<b>CAJA MUNICIPAL ICA</b>	Crédito Empresarial - Línea de Crédito	19%	25.10%

*Nota: Elaboración propia, basados en datos de: (BCP, 2020); (SCOTIABANK, 2022); (ICA, 2022)*

Decidimos elegir a la Caja Municipal, la cual nos ofrece la menor tasa de interés, además que se encuentra cerca de nuestro local donde realizaremos operaciones, y tiene un punto de confianza debido a conocidos amigos que trabajan allí. El plan de amortización de la deuda será financiado mediante un préstamo en una entidad financiera externa en la Caja Municipal Ica, con una TCEA anual de 25.1%, la duración de la deuda está proyectada para un periodo de 12 meses y el monto a financiar es de S/ 21,027.00.

**Tabla N° 32**

*Préstamo*

<b>Préstamo</b>	S/ 21,027.00
<b>Periodos (meses)</b>	12
<b>TCEA</b>	25.1%
<b>Pago</b>	S/ 5,663.23

Gracias a estos datos, a continuación, podemos realizar nuestro cuadro de amortización y ver lo que deberíamos pagar y por cuánto tiempo en este caso a la entidad financiera que nos ha hecho el préstamo, es decir, “La Caja Municipal Ica”.

**Tabla N° 33**

*Cuadro de amortización*

<b>Pago</b>	<b>Principal</b>	<b>Intereses</b>	<b>Pago</b>	<b>Amortización Prést.</b>
0			S/ 5,663.23	S/ 21,027.00
1	S/ 385.46	S/ 5,277.78	S/ 5,663.23	S/ 20,641.54
2	S/ 482.21	S/ 5,181.03	S/ 5,663.23	S/ 20,159.33
3	S/ 603.24	S/ 5,059.99	S/ 5,663.23	S/ 19,556.09
4	S/ 754.66	S/ 4,908.58	S/ 5,663.23	S/ 18,801.44
5	S/ 944.07	S/ 4,719.16	S/ 5,663.23	S/ 17,857.36
6	S/ 1,181.04	S/ 4,482.20	S/ 5,663.23	S/ 16,676.33
7	S/ 1,477.48	S/ 4,185.76	S/ 5,663.23	S/ 15,198.85
8	S/ 1,848.32	S/ 3,814.91	S/ 5,663.23	S/ 13,350.53
9	S/ 2,312.25	S/ 3,350.98	S/ 5,663.23	S/ 11,038.27
10	S/ 2,892.63	S/ 2,770.61	S/ 5,663.23	S/ 8,145.64
11	S/ 3,618.68	S/ 2,044.56	S/ 5,663.23	S/ 4,526.97
<b>12</b>	<b>S/ 4,526.97</b>	<b>S/ 1,136.27</b>	<b>S/ 5,663.23</b>	<b>S/ 0.00</b>

Aquí podemos observar el cuadro de amortización del préstamo que necesitaría nuestro restaurant Sabor & Salud, notando que nos tomaría 12 meses (1 año) para culminar con la deuda, pagando un precio módico, ni tan alto, ni tan elevado, que nuestra empresa puede cubrir al iniciar operaciones.

## Flujo de Caja

Tabla N° 34 *Flujo de caja*

<b>INGRESOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1 (6meses)</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>	S/ 0.00	S/ 252,200.97	S/ 439,170.56	S/ 448,393.14	S/ 457,809.39	S/ 467,423.39
<b>IGV</b>	S/ 0.00	S/ 45,396.17	S/ 79,050.70	S/ 80,710.76	S/ 82,405.69	S/ 84,136.21
<b>Aporte de Capital</b>	S/ 34,000.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Préstamo</b>	S/ 21,027.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Ingresos Totales</b>	S/ 55,027.00	S/ 297,597.14	S/ 518,221.26	S/ 529,103.90	S/ 540,215.09	S/ 551,559.60
<b>EGRESOS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1 (6meses)</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activo Fijo</b>	S/ 30,703.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Intangibles</b>	S/ 1,875.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Personal Administrativo</b>	S/ 0.00	S/ 30,396.00	S/ 60,792.00	S/ 60,792.00	S/ 60,792.00	S/ 60,792.00
<b>Otros costos fijos Inc. alquiler</b>	S/ 2,500.00	S/ 62,280.00	S/ 124,560.00	S/ 124,560.00	S/ 124,560.00	S/ 124,560.00
<b>Herramientas</b>	S/ 5,000.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 5,000.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Costos Directos</b>	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00	S/ 5,000.00
<b>Personal de Servicio</b>	S/ 0.00	S/ 77,298.00	S/ 154,596.00	S/ 154,596.00	S/ 154,596.00	S/ 154,596.00
<b>Gastos de MKT</b>	S/ 250.00	S/ 500.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
<b>Comisión de POS</b>	S/ 0.00	S/ 8,675.71	S/ 15,107.47	S/ 15,424.72	S/ 15,748.64	S/ 16,079.36
<b>Interés Préstamo Amortización</b>	S/ 0.00	S/ 67,958.76	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>Egresos totales</b>	S/ 45,328.00	S/ 252,108.47	S/ 361,055.47	S/ 366,372.72	S/ 361,696.64	S/ 362,027.36
<b>Saldo de Caja Inicial</b>	<b>S/ 0.00</b>	<b>S/ 9,699.00</b>	<b>S/ 40,939.80</b>	<b>S/ 110,801.88</b>	<b>S/ 114,725.48</b>	<b>S/ 125,855.50</b>
<b>Ingresos Totales</b>	S/ 55,027.00	S/ 297,597.14	S/ 518,221.26	S/ 529,103.90	S/ 540,215.09	S/ 551,559.60
<b>Egresos Totales</b>	S/ 45,328.00	S/ 252,108.47	S/ 361,055.47	S/ 366,372.72	S/ 361,696.64	S/ 362,027.36
<b>Ganancia neta</b>	S/ 0.00	S/ 45,488.67	S/ 157,165.79	S/ 162,731.18	S/ 178,518.44	S/ 189,532.24
<b>Impuesto a la renta</b>	<b>S/ 0.00</b>	<b>S/ 4,548.87</b>	<b>S/ 46,363.91</b>	<b>S/ 48,005.70</b>	<b>S/ 52,662.94</b>	<b>S/ 55,912.01</b>
<b>Saldo de Caja Final</b>	<b>S/ 9,699.00</b>	<b>S/ 40,939.80</b>	<b>S/ 110,801.88</b>	<b>S/ 114,725.48</b>	<b>S/ 125,855.50</b>	<b>S/ 133,620.23</b>

Aquí podemos observar el flujo de caja que realizamos para nuestro Restaurante “Sabor & Salud” en sus primeros 5 años de funcionamiento. Notando que el saldo de caja siempre se mantiene positivo, algo muy bueno para el negocio. De manera que el flujo de caja para el último mes habrá crecido un 1378% comparado con el primer mes. Mostrando una curva positiva para el restaurante.

### Punto de Equilibrio

<b>Costos fijos Mensuales</b>		<b>Costo variables x unidad</b>	<b>Precio de venta</b>
Costos producción y Gastos Administrativos	S/ 10,380.00	S/ 9.94	S/ 20.00

<b>Costos fijos Mensuales</b>	
<b>Costos producción y Gastos Administrativos</b>	<b>S/ 10,380.00</b>

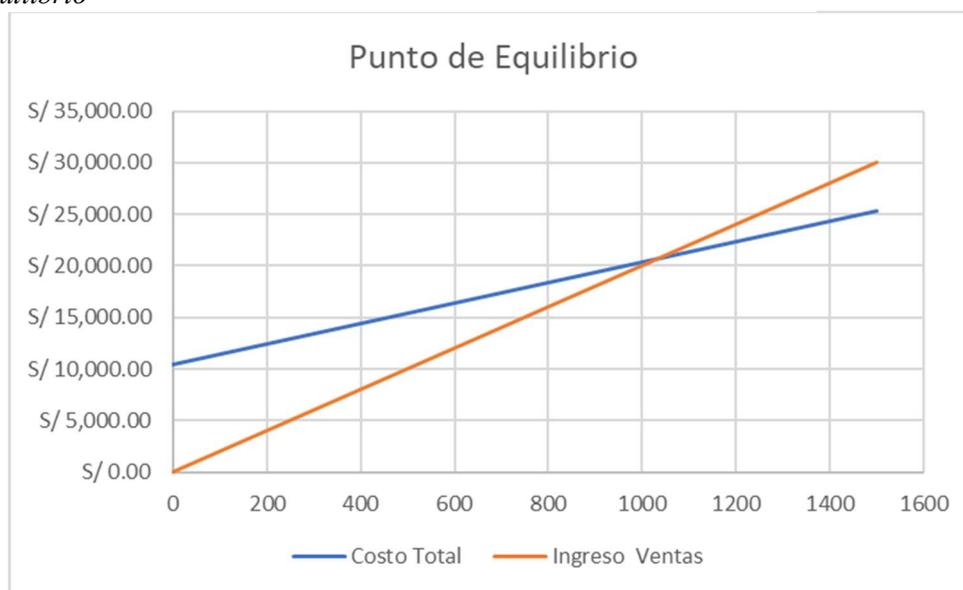
<b>Cantidad de equilibrio</b>	<b>Ingreso equilibrio</b>
1031.8	S/ 20,636.18

<b>Unidades Vendidas</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Ingreso Ventas</b>
0	S/ 10,380.00	S/ 0.00
100	S/ 11,374.00	S/ 2,000.00
200	S/ 12,368.00	S/ 4,000.00
300	S/ 13,362.00	S/ 6,000.00
400	S/ 14,356.00	S/ 8,000.00
500	S/ 15,350.00	S/ 10,000.00
600	S/ 16,344.00	S/ 12,000.00
700	S/ 17,338.00	S/ 14,000.00
800	S/ 18,332.00	S/ 16,000.00
900	S/ 19,326.00	S/ 18,000.00
1000	S/ 20,320.00	S/ 20,000.00
1100	S/ 21,314.00	S/ 22,000.00
1200	S/ 22,308.00	S/ 24,000.00
1300	S/ 23,302.00	S/ 26,000.00
1400	S/ 24,296.00	S/ 28,000.00
1500	S/ 25,290.00	S/ 30,000.00

<b>Unidades Vendidas</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Ingreso Ventas</b>
<b>0</b>	<b>S/ 10,380.00</b>	<b>S/ 0.00</b>
<b>100</b>	<b>S/ 11,374.00</b>	<b>S/ 2,000.00</b>
<b>200</b>	<b>S/ 12,368.00</b>	<b>S/ 4,000.00</b>
<b>300</b>	<b>S/ 13,362.00</b>	<b>S/ 6,000.00</b>
<b>400</b>	<b>S/ 14,356.00</b>	<b>S/ 8,000.00</b>
<b>500</b>	<b>S/ 15,350.00</b>	<b>S/ 10,000.00</b>
<b>600</b>	<b>S/ 16,344.00</b>	<b>S/ 12,000.00</b>
<b>700</b>	<b>S/ 17,338.00</b>	<b>S/ 14,000.00</b>
<b>800</b>	<b>S/ 18,332.00</b>	<b>S/ 16,000.00</b>
<b>900</b>	<b>S/ 19,326.00</b>	<b>S/ 18,000.00</b>
<b>1000</b>	<b>S/ 20,320.00</b>	<b>S/ 20,000.00</b>
<b>1100</b>	<b>S/ 21,314.00</b>	<b>S/ 22,000.00</b>
<b>1200</b>	<b>S/ 22,308.00</b>	<b>S/ 24,000.00</b>
<b>1300</b>	<b>S/ 23,302.00</b>	<b>S/ 26,000.00</b>
<b>1400</b>	<b>S/ 24,296.00</b>	<b>S/ 28,000.00</b>
<b>1500</b>	<b>S/ 25,290.00</b>	<b>S/ 30,000.00</b>

Figura N° 30

Punto de Equilibrio



Según nos muestra el gráfico y los datos, nuestro punto de equilibrio vendría a ser la venta de 1032 platos aproximadamente. Lo que quiere decir que deberíamos vender esa cantidad de platos mensualmente para no perder dinero, pero tampoco estaríamos ganando.

### Evaluación Económica y Financiera

En la Evaluación Económica y Financiera se analizará herramientas para determinar la viabilidad del proyecto como el COK, el WACC la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

Tabla N° 35

Datos para hallar el COK

<b>Rf=</b>	1.90%	Activo libre de riesgo (Bonos del tesoro EE. UU)
<b>β=</b>	0.89	Beta del sector
<b>Rm=</b>	7.19%	Rendimiento del mercado, bolsa de valores S&P500
<b>Rm-Rf=</b>	5.29%	Prima de riesgo
<b>Rp=</b>	2.50%	Riesgo país

Tabla N° 36 Resultados del COK y WACC

$$\text{CAPM (COK)} = R_f + \beta(R_m - R_f) + R_p$$

<b>COK \$=</b>	9.09%
<b>COK S/. =</b>	11.71%
<b>WACC=</b>	25.1%

La Tasa Interna de Retorno (TIR) mide la rentabilidad del proyecto en forma de porcentaje, esta sería la tasa de rendimiento que generaría el negocio si se invierte en el proyecto y se obtienen los ingresos proyectados.

En el caso del proyecto, la TIR (83.00%) es efectivamente mayor que el costo de capital del proyecto (25.1%), por lo tanto, esta herramienta demuestra que se debería aceptar el proyecto. A continuación, se presentan los resultados de la TIR.

**Tabla N° 37**

*TIR Económica*

	<b>COK</b>					<b>25.1%</b>
<b>Inversión</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
-S/ 55,527.00	S/ 9,699.00	S/ 40,939.80	S/ 110,801.88	S/ 114,725.48	S/ 125,855.50	S/ 133,620.23
<b>VAN</b>				<b>TIR</b>		
S/ 157,757.55				83.00%		

## **CONCLUSIONES**

### **Conclusión 1**

Como muestra la investigación podemos afirmar que la ciudad de Ica está lista para la apertura de restaurante de comida saludable, el cual ofrecerá a cada uno de los iqueños una alternativa de alimentación saludable, teniendo como principales puntos de diferenciación un alto valor nutricional, la exquisitez y alta calidad de sus platos, una adecuada atención al cliente y un asesoramiento personalizado en la dieta.

### **Conclusión 2**

Está claro que existe una tendencia creciente debido a un mejor control de los hábitos saludables y la protección de la naturaleza en especial en la ciudad de Ica, ya que actualmente existe un porcentaje aproximado del 30.1% de la población que presenta obesidad y diabetes, esto se convierte en una gran oportunidad para nuestra propuesta de negocio.

### **Conclusión 3**

Podemos ver que de acuerdo a lo tratado en la presente tesis nuestro mercado objetivo resultante del estudio de mercado sería de 131 personas, las cuales tendrían una frecuencia de consumo de 16 veces por mes, lo que nos daría como resultante una variación anual del 2, 10% que viene presentando el rubro de restaurantes según estadísticas del INEI, además de contar con un plan técnico, económico y financiero que avala la viabilidad de la implementación del restaurante de comida saludable que se plantea.

### **Conclusión 4**

En conclusión, se puede deducir que implementar un restaurante de comida saludable en la ciudad de Ica, con servicio de calidad tendría buena acogida.

# RECOMENDACIONES

## **Recomendación 1**

Se sugiere a las futuras empresas del rubro interesadas en implementar locales enfocados en el ámbito de comida saludable realicen una profunda investigación de mercado para ofrecer de manera adecuada productos con el valor nutricional necesario para el cuerpo y el día a día de la población iqueña.

## **Recomendación 2**

Se podría fomentar la diversificación en relación a la promoción y publicidad para que los restaurantes que incursionan en el rubro de la comida saludable que ya existen en la ciudad de Ica puedan unirse para hacer conocer este tipo de comida y sus beneficios para los ciudadanos. De esta forma crecería la demanda.

## **Recomendación 3**

Otra opción para satisfacer la demanda insatisfecha es que los dueños de restaurantes o emprendimientos de comida saludable participen en ferias gastronómicas que permitan que las personas degusten y se enamoren de este tipo de alimentación además de conocer de sus beneficios y a su vez presentar la variedad de platos que se le ofrece a los comensales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(GOB), G. d. (2021). *Reflexiones Constitucionales sobre el Bicentenario*. Fuente:

<https://www.tc.gob.pe/wp-content/uploads/2021/08/Reflexiones-Constitucionales-sobre-el-Bicentenario.pdf>

Angulo Cárdenas, S., Peña Manrique, J., Rivera Muñante, S., & y Rojas Tacuchi, M. (2018). *Servicio de delivery de comida casera y saludable con el sabor de casa “La Tomate”*. Fuente:

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624708/ANGULO\\_CG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624708/ANGULO_CG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Argota Pérez, G., Castillo Romero, P., Chávez Espinoza, J., & A., y. S. (2019). *Consumo Nutricional de frutas y vegetales en Ica, Perú: Estudio Poblacional Piloto*. Fuente:

<https://revistas.unfv.edu.pe/rtb/article/view/297>

BCP. (15 de 05 de 2020). *CREDITO NEGOCIOS Y PEQUEÑA EMPRESA*. Fuente:

[https://www.viabcp.com/wcm/connect/8a1b7ce5-74b9-47e9-9fa4-52ad441c5188/Cr%C3%A9dito+Negocios+y+Peque%C3%B1a+Empresa.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT\\_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE-8a1b7ce5-74b9-47e9-9fa4-52ad441c5188-nO-aULG](https://www.viabcp.com/wcm/connect/8a1b7ce5-74b9-47e9-9fa4-52ad441c5188/Cr%C3%A9dito+Negocios+y+Peque%C3%B1a+Empresa.pdf?MOD=AJPERES&CONVERT_TO=url&CACHEID=ROOTWORKSPACE-8a1b7ce5-74b9-47e9-9fa4-52ad441c5188-nO-aULG)

Cepas, 8. (2021). *Carta de platos del restaurante*. Fuente: <http://www.8cepas.com/carta/>

Cruz, R. (2018). *Estudio de mercado para determinar la creación de un restaurante de comidas saludables en la ciudad de Chiclayo teniendo en cuenta el modelo de un fast food*. Fuente:

[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1620/1/TL\\_RodriguezCruzLuis.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1620/1/TL_RodriguezCruzLuis.pdf)

Curacao, L. (2022). *Smart TV*. Fuente: [https://www.lacuracao.pe/curacao/pantalla-43--android-tv-smart-tv-aw43b4sfg-aw43b4sfg?gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4hu2ZoshvBakLB-Bt1TI07y9C1XiN2L2BSi8qQswiUDDztd4vGq3ghoCFYcQAvD\\_BwE](https://www.lacuracao.pe/curacao/pantalla-43--android-tv-smart-tv-aw43b4sfg-aw43b4sfg?gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4hu2ZoshvBakLB-Bt1TI07y9C1XiN2L2BSi8qQswiUDDztd4vGq3ghoCFYcQAvD_BwE)

Curacao, L. (2022). *Visicooler VENTUS*. Fonte: [https://www.lacuracao.pe/curacao/visicooler-ventus-220-lts-1-puerta-lg-220led?gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4rWjqNepeA-OuEkCrEhKr4LrlBo1\\_OKGv-pgeMxQPSE9xRA8ik7ishoCdQUQAvD\\_BwE](https://www.lacuracao.pe/curacao/visicooler-ventus-220-lts-1-puerta-lg-220led?gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4rWjqNepeA-OuEkCrEhKr4LrlBo1_OKGv-pgeMxQPSE9xRA8ik7ishoCdQUQAvD_BwE)

Electrolux. (2022). *Aire acondicionado ELECTROLUX SPLIT*. Fonte: [https://www.electrolux.com.pe/aire-acondicionado-electrolux-split--easx09a2rsdqw-9000-btu/p?idsku=20&utm\\_source=google&utm\\_campaign=googlepla&utm\\_medium=shopping&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4vJFBNCrBbwiCGq0RLfeIMCPMUcBaMED2E75vwKvNZw5lWKUyC19OhoCl\\_UQAvD](https://www.electrolux.com.pe/aire-acondicionado-electrolux-split--easx09a2rsdqw-9000-btu/p?idsku=20&utm_source=google&utm_campaign=googlepla&utm_medium=shopping&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4vJFBNCrBbwiCGq0RLfeIMCPMUcBaMED2E75vwKvNZw5lWKUyC19OhoCl_UQAvD)

Electrolux. (2022). *Juego de Ollas 9 Pzs*. Fonte: [https://www.electrolux.com.pe/juego-de-ollas-9-pzs-inox-elux/p?idsku=169&utm\\_source=google&utm\\_campaign=googlepla&utm\\_medium=shopping&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4t1MOTgFEgKhd8FZp63\\_TeNgeBSWrHTcamcugD-3t4Ig7qsConaARoC6PQQAvD\\_BwE](https://www.electrolux.com.pe/juego-de-ollas-9-pzs-inox-elux/p?idsku=169&utm_source=google&utm_campaign=googlepla&utm_medium=shopping&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4t1MOTgFEgKhd8FZp63_TeNgeBSWrHTcamcugD-3t4Ig7qsConaARoC6PQQAvD_BwE)

Electrolux. (2022). *Licuada Electrolux*. Fonte: [https://www.electrolux.com.pe/licuada-electrolux-500w-con-tecnologia-truflow-ebs20/p?idsku=297&utm\\_source=google&utm\\_campaign=googlepla&utm\\_medium=shopping&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4r2ftR-KYeOQQc4rsiZJBDB5LSr\\_fbepyMPyN1gaT3TrAQXiy52YgRoCIhQQAvD\\_Bw](https://www.electrolux.com.pe/licuada-electrolux-500w-con-tecnologia-truflow-ebs20/p?idsku=297&utm_source=google&utm_campaign=googlepla&utm_medium=shopping&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4r2ftR-KYeOQQc4rsiZJBDB5LSr_fbepyMPyN1gaT3TrAQXiy52YgRoCIhQQAvD_Bw)

Falabella. (2022). *Congelador dual VENTUS*. Fonte: [https://tottus.falabella.com.pe/tottus-pe/product/114087948/ventus-congelador-dual-394l-bl-ctvd430-42828924/114087949?disp=1&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4hcNQiIRTeO0xmavwTmIZREhULiasZfjEvYXJl6JzeAemlpQvPIrhhoCT90QAvD\\_BwE&kid=shopp6fc&pid=Google\\_w2a](https://tottus.falabella.com.pe/tottus-pe/product/114087948/ventus-congelador-dual-394l-bl-ctvd430-42828924/114087949?disp=1&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4hcNQiIRTeO0xmavwTmIZREhULiasZfjEvYXJl6JzeAemlpQvPIrhhoCT90QAvD_BwE&kid=shopp6fc&pid=Google_w2a)

Fortini, E. B. (Julio de 2021). *Reflexiones constitucionales sobre el Bicentenario - PDF*. Fonte: <https://www.tc.gob.pe/wp-content/uploads/2021/08/Reflexiones-Constitucionales-sobre-el-Bicentenario.pdf>

Gestión, D. (17 de 09 de 2019). *¿Qué tan saludables son los hábitos de los peruanos?* Fonte: <https://gestion.pe/economia/empresas/que-tan-saludables-son-los-habitos-de-los-peruanos-noticia/?ref=gesr>

Gestión, D. (2021). *Fuga de capitales peruanos al exterior: ¿una oportunidad de inversión?* Fonte: <https://gestion.pe/economia/fuga-de-capitales-peruanos-al-exterior-una-oportunidad-de-inversion-nndc-noticia/>

ICA, C. M. (15 de 08 de 2022). *TASAS DE INTERÉS ACTIVAS - Agencia Ica*. Fonte: <https://cajaica.pe/wp-content/uploads/2022/08/AG.-ICA.pdf>

INEI. (s.d.). *Grupo de restaurantes registró un aumento de 2,10%*. Fonte: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/negocios-de-restaurantes-se-incremento-en-425-en-enero-del-presente-ano-12177/>

INFOBAE-América-Perú. (05 de Julio de 2022). *17 millones de peruanos usarían billeteras digitales al cierre del 2022*. Fonte: <https://www.infobae.com/america/peru/2022/07/06/17-millones-de-peruanos-usarian-billeteras-digitales-al-cierre-del-2022/>

J., B. B. (2019). *Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida saludable o vegano en el distrito de San Isidro*. Fonte: [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8696/3/2019\\_Bra%C3%B1ez-Bendezu.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8696/3/2019_Bra%C3%B1ez-Bendezu.pdf)

Perú, L. (2022). *Cocina Industrial con Plancha y Horno*. Fonte: <https://linoxperu.com/linea-caliente/equipos-de-cocina/linea-caliente/cocina-industrial-con-plancha-y-horno/>

Peruano, D. E. (9 de Diciembre de 2021). *Región Ica alcanza inmunidad de rebaño con vacuna*. Fonte: <https://elperuano.pe/noticia/135018-region-ica-alcanza-inmunidad-de-rebano-con-vacuna>

Restaurant, E. C. (2021). *Carta de Platos*. Fonte: <https://es-la.facebook.com/RestaurantElChampignonIca/>

Restaurant, E. V. (2021). *Carta de platos*. Fonte: <https://es-la.facebook.com/EIVegetarianoIcaPeru/>

Ripley. (2022). *Laptop ACER*. Fonte: [https://simple.ripley.com.pe/laptop-acer-nitro-5-intel-core-i5-8gb-ram-512gb-ssd-156-2004292268368p?s=mdco&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4giYOu1WjLdgALCDBPC6E72C6lCEHdPijUoENNLB0A-OrWCObk41phoC6lQQAxD\\_BwE#RRT\\_\\_tabs\\_attDest](https://simple.ripley.com.pe/laptop-acer-nitro-5-intel-core-i5-8gb-ram-512gb-ssd-156-2004292268368p?s=mdco&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4giYOu1WjLdgALCDBPC6E72C6lCEHdPijUoENNLB0A-OrWCObk41phoC6lQQAxD_BwE#RRT__tabs_attDest)

SAGAMA. (2022). *Mesas de trabajo*. Fonte: [https://sagama-inox.com/lg/mesas/?gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4lDR0v3GILaHThNPj9sFvLBP2n6gVCDfM67xhIUwaeaU9tbmj18ZHxoCwxwQAxD\\_BwE](https://sagama-inox.com/lg/mesas/?gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4lDR0v3GILaHThNPj9sFvLBP2n6gVCDfM67xhIUwaeaU9tbmj18ZHxoCwxwQAxD_BwE)

Santiago, D. A. (2022). *SOBREPESO Y OBESIDAD RELACIONADO A LOS ESTILOS DE VIDA DE LOS USUARIOS DEL CENTRO DE SALUD DE PARCONA-ICA*. Fonte: <https://repositorio.unica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13028/3574/SOBREPESO%20Y%20OBESIDAD%20RELACIONADO%20A%20LOS%20ESTILOS%20DE%20VIDA%20DE%20LOS%20USUARIOS%20DEL%20CENTRO%20DE%20SALUD%20DE%20PARCONA-ICA%2C%20SETIEMBRE%20%E2%80%93%20OCTUBRE%202021.pdf>

SCOTIABANK. (30 de 06 de 2022). *PRÉSTAMOS BANCA DE NEGOCIOS PYME*. Fonte: <https://scotiabankfiles.azureedge.net/scotiabank-peru/PDFs/personas/prestamos/82PrestamosBancadeNegocioPYMECAT14.pdf>

Tacama, V. (2021). *Carta de platos del Restaurante*. Fonte: <https://www.tacama.com/restaurante-tambo>

Tiendamia. (2022). *Filtro de agua Potable*. Fonte: [https://tiendamia.com.pe/producto?amz=B01IJFXIWE&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4pyBGeta5Axyopq-\\_1AdDUTNoaxwu0h7mI0w41SlJt0x8yicJsnTixoCNokQAxD\\_BwE](https://tiendamia.com.pe/producto?amz=B01IJFXIWE&gclid=CjwKCAjw-rOaBhA9EiwAUkLV4pyBGeta5Axyopq-_1AdDUTNoaxwu0h7mI0w41SlJt0x8yicJsnTixoCNokQAxD_BwE)

Zamora. (2019). *Oportunidad y rentabilidad de inversión en la creación de un restaurante de comida rápida saludable, basándose en el formato “Fast Food”, en el distrito de Trujillo 2019.*

Fonte: <https://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/14964>

# **ANEXOS**

## **Anexo N°1: Modelo de la encuesta propuesta para el estudio de mercado**

Marque la opción que le convenga

### **Pregunta 1: ¿Qué edad tienes?**

- Entre 15-25 años
- Entre 25-35 años
- Entre 35-50 años
- Más de 50 años

### **Pregunta 2: ¿Género?**

- Hombre
- Mujer

### **Pregunta 3: ¿Lugar de residencia?**

- Ica
- Parcona
- Subtanjalla
- Salas
- Ocucaje
- La Tinguiña
- Pueblo Nuevo
- Pachacútec
- Otro... (Especifique)

### **Pregunta 4: ¿Usted ha consumido comida saludable?**

- Sí
- No

### **Pregunta 5: ¿Usted tiene un estilo de vida saludable?**

- Sí

No

**Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia consumes o consumirías comida saludable?**

- 1 vez a la semana
- 2 veces a la semana
- 3 veces a la semana
- 4 veces a la semana
- 5 veces a la semana
- 6 veces a la semana
- Todos los días

**Pregunta 7: ¿Cuánto es lo que pagarías por un plato de comida saludable?**

- S/.12.00 (menú)
- S/.20.00 (plato a la carta)
- Ambos (diferentes ocasiones)

**Pregunta 8: A la hora de comprar comida saludable, ¿En qué se basa su decisión?**

- Ubicación
- Ambiente agradable
- Precio
- Buena atención
- Calidad de la comida

**Pregunta 9: ¿En qué lugar prefiere comprar comida saludable?**

- Centro comercial
- Cerca de la Plaza de armas de Ica
- Cerca de los mercados
- Cerca del balneario de Huacachina
- Ninguno

**Pregunta 10: Si tuviera la oportunidad de consumir en un restaurante de comida saludable en la que le ofrezcan comida sabrosa y con un excelente servicio, ¿Ud. Compraría allí?**

- Definitivamente sí
- Quizás sí
- Quizás no
- Definitivamente no

**Pregunta 11: ¿Qué restaurante de comida saludable frecuenta?**

- Restaurante “El Vegetariano”
- Restaurante “El Champiñón”
- Restaurante “Edén vegetariano”
- Ninguno

**Pregunta 12: ¿Cómo considera la atención en el restaurante vegano/vegetariano que más frecuenta?**

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

## Anexo N°2: Fichas técnicas de productos a adquirir

- **Licuadaora**

<b>Licuadaora Electrolux</b>	
 <p>39,5 cm</p> <p>19,5 cm</p> <p>19,6 cm</p> <p>2,98 kg</p>	<p>Capacidad útil de 1.5 lt.            Motor de 500W            Cuchillas de acero inoxidable            Tecnología TruFlow™ Experience            Fácil limpieza y ensamblaje            No pierde su color y no capta malos olores.</p>

Fuente: (Electrolux, Licuadaora Electrolux, 2022)

- **Juego de Ollas**

<b>Juego de ollas Electrolux</b>	
	<p><b>Juego de ollas de 9 piezas</b>  <b>Acero inoxidable</b></p>

Fuente: (Electrolux, Juego de Ollas 9 Pzs, 2022)

- **Congelador**

<b>Congelador VENTUS</b>	
	<p><b>Capacidad 300 lt a 399 lt.</b>  <b>Para uso comercial</b>  <b>Medidas: 67x148x83</b>  <b>Peso: 65kg.</b></p>

Fuente: (Falabella, 2022)

- **Cocina Industrial**

<b>Cocina industrial</b>	
	<p><b>Con 6 fogones</b>  <b>1 plancha</b>  <b>Con horno</b>  <b>Acero inoxidable AISI 304</b>  <b>Quemadores de alta presión</b>  <b>Producto peruano</b></p>

Fuente: (Perú, 2022)

- **Purificador de agua**

<b>Purificador de agua</b>	
	<p><b>Eliminna principales contaminantes de hasta 0,5 micrones</b>  <b>Filtra sedimentos, suciedad, partículas de óxido, etc.</b></p>

Fuente: (Tiendamia, 2022)

- **Mesa de acero inoxidable**

<b>Mesa de acero inoxidable</b>	
	<p><b>Acero inoxidable calidad 304</b>  <b>Patas tubulares</b>  <b>Antideslizante</b></p>

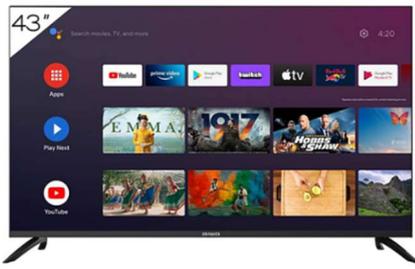
Fuente: (SAGAMA, 2022)

- **Refrigerador**

<b>Refrigerador VENTUS</b>	
	<p><b>Capacidad de 220 lts</b>  <b>1 puerta</b>  <b>Con luces</b>  <b>Parrillas regulables</b>  <b>140W de potencia</b>  <b>Control manual de temperatura</b></p>

Fuente: (Curacao, Visicooler VENTUS, 2022)

- **TV Smart**

Smart TV	
	<p><b>43 pulgadas</b>  <b>Android TV</b>  <b>Resolución Full HD</b>  <b>Pantalla LED</b></p>

Fuente: (Curacao, Smart TV, 2022)

- **Laptop**

Laptop	
	<p><b>8GB RAM</b>  <b>512 GB Disco duro</b>  <b>SSD</b>  <b>Procesador Intel core i5</b>  <b>Pantalla IPS Full HD</b></p>

Fuente: (Ripley, 2022)

- **Aire acondicionado**

Aire acondicionado	
	<p><b>No daña capa de ozono</b>  <b>Tuberías 100% cobre</b>  <b>Filtro catch in</b>  <b>Protege de rayos UV</b></p>

Fuente: (Electrolux, Aire acondicionado ELECTROLUX SPLIT, 2022)