



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INVERSIÓN DEL
RESTAURANTE CHICHARRONERÍA PAULINO EN EL DISTRITO
DE LOS OLIVOS AÑO 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autor:

Br. Jeovana Chuquimajo Huaylinos

Asesor:

Ing. Luis Ricardo Cárdenas Torres

Lima – Perú

2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. MARCO TEORICO	17
1.1. ENTORNO Y CONDICIONES GENERALES	17
1.1.1. Entorno Mundial	18
1.1.2. Entorno Nacional.....	18
1.1.3. La realidad Política del Perú	19
1.1.4. La Realidad Económica de Lima	21
CAPÍTULO 2. MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES	24
2.1. ENFOQUE DE LA IDEA DE NEGOCIO	24
2.2. DEMANDA POTENCIAL	25
2.3. EL SEGMENTO DE NUESTRO MERCADO OBJETIVO.....	28
2.3.1. Segmentación geográfica	28
2.3.2. Segmentación demográfica	29
2.3.3. Segmentación socio económico	31
2.3.4. Segmentación Psicográfica	34
2.4. TENDENCIAS ESPERADAS DE LA DEMANDA DEL PRODUCTO.....	36
2.5. TENDENCIAS DEL MERCADO	37
2.6. DIFERENCIAS DE NUESTRO PRODUCTO FRENTE A LA COMPETENCIA	37
2.6.1. Ventajas Comparativas	39
2.6.2. Ventajas Competitivas	39
2.7. ANÁLISIS FODA DE NUESTRO NEGOCIO.....	40
2.7.1. Análisis de Oportunidades	40
2.7.2. Análisis de Amenazas	41
2.7.3. Análisis de Fortalezas	41
2.7.4. Análisis de Debilidades	41
2.8. COMPARACIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA	41
2.9. MEJORAS EN EL TIEMPO INCLUIDAS EN EL NEGOCIO	42
2.10. PLANES PARA EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.....	42
CAPÍTULO 3. INVESTIGACION DE MERCADO	43
3.1. LOS CLIENTES	43
3.1.1. Clientes potenciales	44
3.1.2. Consumidor final	44

3.2.	EL MERCADO POTENCIAL.....	45
3.3.	LA OFERTA EN EL MERCADO	45
3.4.	LA DEMANDA ESPERADA	46
3.5.	HÁBITOS DE CONSUMO	48
3.6.	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS.....	49
3.6.1.	Nuestros Competidores	49
3.7.	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y DE LAS VENTAS	56
3.7.1.	Productos que estimas vender en el primer año	56
CAPÍTULO 4. PLAN DE MARKETING:		57
4.1.	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO	57
4.1.1.	Estrategia de producto	57
4.1.2.	Estrategia de precios	58
4.1.3.	Estrategia de promoción y publicidad	59
4.1.4.	Estrategia de distribución	59
4.2.	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	60
4.3.	PRODUCTO	60
4.3.1.	Marca	62
4.3.2.	Eslogan	63
4.3.3.	Presentación	64
4.4.	BONDADES O VENTAJAS DEL PRODUCTO.....	66
4.5.	POLÍTICA DE PRECIOS	66
4.6.	INICIO DE VENTAS DEL PRODUCTO	67
4.7.	TÁCTICAS DE VENTAS.....	67
4.8.	OBJETIVOS DE VENTAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO.....	68
4.8.1.	Corto plazo.....	68
4.8.2.	Mediano plazo.....	68
4.9.	ESTRATEGIAS PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS.....	69
4.9.1.	Estrategias de crecimiento vertical	69
4.9.2.	Estrategias de crecimiento horizontal	69
CAPÍTULO 5. SISTEMA DE VENTAS Y DISTRIBUCION.....		70
5.1.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN.....	70
5.1.1.	Mayorista.....	70
5.1.2.	Minorista.....	70

5.2.	ESTRATEGIA DE VENTAS	70
5.2.1.	Canales de ventas	71
5.2.2.	Sistemas de Entrega.....	71
CAPÍTULO 6. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN		72
6.1.	INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA.....	72
6.2.	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	72
6.2.1.	Ubicación de centro de operaciones.....	73
6.3.	CARACTERÍSTICAS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN.....	73
6.3.1.	Equipamiento	74
6.3.2.	Maquinarias.....	76
6.4.	DIAGRAMA DE OPERACIONES DE PROCESO	76
CAPÍTULO 7. INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.....		79
7.1.	INVERSIÓN EN EL LOCAL.....	79
7.1.1.	Inversión en Remodelación e implementación del local.....	79
7.1.2.	Inversión en Muebles y Enseres.....	80
7.1.3.	Inversión Maquinaria y equipo.....	81
7.1.4.	Inversión de herramientas	81
7.1.5.	Inversión activos – software.....	83
7.2.	CAPITAL DE TRABAJO	83
7.2.1.	Presupuestos de ingresos y egresos.....	83
7.2.2.	Presupuesto de ingresos de venta	85
7.2.3.	Presupuesto de costos	86
7.2.4.	Mano de obra directa	88
7.3.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	89
7.4.	COSTOS FIJOS – OBLIGACIONES LABORALES	91
7.5.	COSTOS FIJOS – MATERIALES Y EQUIPO.....	93
7.6.	COSTOS FIJOS - SERVICIOS VARIOS.....	93
7.7.	COSTOS FIJOS – PUBLICIDAD.....	94
7.8.	COSTOS FIJOS- MANTENIMIENTO	94
7.9.	DEPRECIACIÓN ANUAL.....	95
CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO.....		96
8.1.	INGRESOS GENERADOS DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	96
8.1.1.	Ingresos Generados durante la ejecución del Proyecto.....	98

8.2.	EGRESOS GENERADOS DURANTE EL PROYECTO.....	100
8.2.1.	Costos de Producción	100
8.2.2.	Costos fijos.....	100
8.2.3.	Costos de variables.....	101
8.2.4.	Costos laborales	101
8.2.5.	Impuesto a la Renta	101
8.3.	FINANCIAMIENTO	101
8.4.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	101
8.5.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	102
8.6.	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	102
8.7.	COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL	103
CAPÍTULO 9. RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO.....		104
9.1.	CONCLUSIONES	104
9.2.	RECOMENDACIONES	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Población del distrito de Los Olivos del año 2017	31
Tabla N° 2	Proyección de la población del Distrito de Los Olivos al año 2027.....	31
Tabla N° 3	Cuadro comparativo frente a la competencia	38
Tabla N° 4	Población de Los Olivos del año 2016	45
Tabla N° 5	Datos de la población del distrito de Los Olivos y el nivel socio económico del año 2016	46
Tabla N° 6	Pregunta de la encuesta realizada a la población del distrito de Los Olivos del año 2017	47
Tabla N° 7	Cuadro de la demanda esperada del distrito de los Olivos.....	47
Tabla N° 8	Análisis de la competencia directa en el mercado del distrito de Los Olivos	49
Tabla N° 9	Línea de producción de los platos a ofrecer en el restaurante chicharronería Paulino	56
Tabla N° 10	Logo de la marca del proyecto de inversión	63
Tabla N° 11	Slogan del proyecto de inversión restaurante chicharronería Paulino	63
Tabla N° 12	Carta de la empresa de proyecto de inversión del restaurante chicharronería Paulino	65
Tabla N° 13	Mapa del centro de producción y atención del proyecto de inversión del restaurante chicharronería Paulino	74
Tabla N° 14	Equipamiento de la cocina.....	75
Tabla N° 15	Equipamiento del comedor	75
Tabla N° 16	Equipamiento de la oficina	75
Tabla N° 17	Maquinaria de la cocina	76
Tabla N° 18	Diagrama de operaciones del comedor en la atención al cliente del proyecto de inversión restaurante Paulino	77
Tabla N° 19	Diagrama de procesos del área de cocina del proyecto de inversión restaurante chicharronería Paulino	78
Tabla N° 20	Inversión del alquiler del local	79
Tabla N° 21	Incremento del alquiler del 10% en años siguientes.....	79
Tabla N° 22	Inversión en la remodelación e implementación del local.....	80
Tabla N° 23	Constitución y permiso de funcionamiento del local.....	80
Tabla N° 24	Inversión de muebles y enseres	81
Tabla N° 25	Inversión de maquinaria y equipos	81
Tabla N° 26	Inversión de utensilios de cocina y comedor.....	82

Tabla N° 27	Inversión de activos y software	83
Tabla N° 28	Capital de trabajo	83
Tabla N° 29	Participación porcentual de las ventas de cada línea de producción.....	84
Tabla N° 30	Precio de venta de la línea de producción y la demanda mensual	84
Tabla N° 31	Presupuesto del ingreso de las ventas del primer año	85
Tabla N° 32	Presupuesto del costo de materiales de publicidad anual	86
Tabla N° 33	Presupuesto del costo de utensilios de oficina	86
Tabla N° 34	Presupuesto del costo de utensilios de limpieza.....	86
Tabla N° 35	Presupuesto del costo de los uniformes del personal	87
Tabla N° 36	Planilla de Mano de obra directa	88
Tabla N° 37	Presupuesto del costo de 1Kg de Chicharrón con sus acompañamientos	89
Tabla N° 38	Presupuesto del costo de ½ Kg de Chicharrón con sus acompañamientos	89
Tabla N° 39	Presupuesto del costo de ¼ Kg de Chicharrón con sus acompañamientos.....	90
Tabla N° 40	Presupuesto del costo de un pan con chicharrón.....	90
Tabla N° 41	Presupuesto del costo de ¼ de porción de relleno con sus acompañamientos.....	90
Tabla N° 42	Presupuesto del costo de un tamal criollo	91
Tabla N° 43	Costo de la producción de la producción en línea	91
Tabla N° 44	Obligación laborales	91
Tabla N° 45	Presupuesto del desembolso del sueldo anual	92
Tabla N° 46	Costos de materiales	93
Tabla N° 47	Costos de servicios básicos	93
Tabla N° 48	Costo Publicidad	94
Tabla N° 49	Costo de mantenimiento	94
Tabla N° 50	Depreciación Anual	95
Tabla N° 51	Flujo de caja financiero.....	96
Tabla N° 52	Flujo de caja económico	97
Tabla N° 53	Evaluación Financiera	98
Tabla N° 54	Ingreso de la venta diaria por línea de producción	98
Tabla N° 55	Ingresos mensuales de las ventas por línea de producción	99
Tabla N° 56	Variación en los años de los ingresos anuales.....	100
Tabla N° 57	Variación del costo de la Materia prima	100
Tabla N° 58	Obtener el WACC.....	102
Tabla N° 59	Calculo del VAN	102
Tabla N° 60	Calculo del Tir	102
Tabla N° 61	Periodo de recuperación de capital	103
Tabla N° 62	Costo de oportunidad de capital.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Comportamiento del PBI mundial	17
Figura N° 2	Evolución mensual de la actividad de restaurante 2013 - 2015	21
Figura N° 3	Evolución mensual de la actividad de restaurantes 2015 - 2017	22
Figura N° 4	Cuadro de los gastos promedio en alimentación de la familia en Lima Metropolitana del año 2016.....	22
Figura N° 5	Comparación de la población Económicamente activa de Lima Norte del año 2011	26
Figura N° 6	Total de hogares de Lima Norte del año 2011	26
Figura N° 7	Nivel educativo de la PEA ocupada del 2007 al 2011.....	27
Figura N° 8	Mapa geográfico del distrito de Los Olivos	28
Figura N° 9	Mapa de la ubicación geográfica del establecimiento.....	29
Figura N° 10	Datos demográficos de la población de Los Olivos del año 2006.....	30
Figura N° 11	Datos de la población de Los Olivos por sexo y edad del año 2006	30
Figura N° 12	Población del Distrito de Los Olivos del año 2016	32
Figura N° 13	Distribución del nivel socio económico del Distrito de Los Olivos del año 2016	32
Figura N° 14	Número de personas por zona geográfica del nivel socioeconómico del Lima Metropolitana del 2016.....	33
Figura N° 15	Hogares y población por sexo y grupo de edad según nivel socioeconómico del año 2016	33
Figura N° 16	Porcentaje de los niveles socio económico del Perú.....	34
Figura N° 17	Porcentajes de los estilos de vida en Lima Metropolitana	35
Figura N° 18	Porcentaje de la clase media en Lima Metropolitana.....	35
Figura N° 19	Día nacional del chicharrón peruano	36
Figura N° 20	Ingresos y gastos de la población de Lima metropolitana según nivel socio económico del año 2016.....	44
Figura N° 21	Ubicación de la chicharronería Nando´s.....	51
Figura N° 22	Plato de chicharrón del Restaurante Nando´s.....	51
Figura N° 23	Carta del restaurante chicharronería Nando´s	52
Figura N° 24	Fachada del restaurante chicharronería Cesar I	53
Figura N° 25	Ubicación del restaurante chicharronería Cesar I.....	53
Figura N° 26	Carta del restaurante chicharronería Cesar I.....	54
Figura N° 27	Carta de los platos del restaurante chicharronería Cesar I	54
Figura N° 28	Ubicación del restaurante chicharronería Kenzo Los Olivos	55
Figura N° 29	Carta del restaurante chicharronería Kenzo	55

Figura N° 30	Información nutricional de la carne de cerdo.....	61
Figura N° 31	Valor nutricional de 100 Gr. de chicharrón de credo preparado.....	61
Figura N° 32	Imagen referencial del plato principal del proyecto de inversión chicharronería Paulino	64
Figura N° 33	Página de facebook del proyecto de inversión del restaurante chicharronería Paulino	71
Figura N° 34	Mapa de la ubicación del proyecto de inversión del restaurante chicharronería Paulino	73

RESUMEN

En el presente estudio de la viabilidad del proyecto de inversión, se analizará e investigará al mercado, el público objetivo del negocio, la demanda y la preferencia de los productos que se ofrecerán en el restaurante chicharronería Paulino. El cual tendrá como sede principal o su único local en el distrito de Los olivos donde se expedirá chicharrones de carne de cerdo en diferentes presentaciones con sus acompañamientos tradicionales para la hora del desayuno. De ese modo, se evaluará la implementación, inversión, producción y financiamiento del proyecto y determinar si es rentable su posterior ejecución.

El mundo gastronómico está en crecimiento y más con la difusión de la comida peruana en el extranjero. Las personas valoran la comida tradicional y desean encontrar un mejor servicio y presentación de estos platillos y se observa que en el distrito de Los Olivos, en el nivel socio económico “C” al cual nos enfocaremos, los restaurantes de chicharrones son pocos en número permitiendo un amplio mercado, el cual captar.

Para la diferenciación de la marca y el servicio del proyecto se realizó un estudio a la competencia directa y determinar sus puntos débiles, de ese modo el proyecto de inversión se diferenciara en cuanto a servicio personalizado, infraestructura moderna. Implementación de sistemas de punto de venta y costo promedio de venta al mercado.

Según el estudio realizado por Natalia Ida de Greco en el 2010 hay una tendencia del 20% de las personas por comer fuera de casa, este dato es aprovechado para determinar las cantidad de personas que podrían ser un cliente potencial en nuestro mercado objetivo y a ellos preguntarles sus necesidades y preferencias en la hora del desayuno.

Al final se tendrá claro las estrategias a utilizar para captar los clientes, sus necesidades y gusto, además de difundir los beneficios de la carne de cerdo para la salud de las personas, punto favorable para la aceptación del negocio.

Por último, al lograr una conexión del negocio y el público será posible cumplir con el objetivo de la investigación, analizando la rentabilidad del negocio y todo lo que incurre llevarlo a cabo.

ABSTRACT

On this viability study of investment project will be analyze and research the market, the aim public of the business, the demand and the preference for the products which offer “Pauline’s chicharronería restaurant”. It will be located or only store in “Los Olivos” district where sell pork meat “chicharrones de cerdo” in different styles with traditional side dish for breakfast. On that way, it will be evaluated the implementation, investment, production and finance project and determine if it is profitable to the following carrying out.

The gastronomical world is expanding and moreover with the diffusion of Peruvian food in the inland provinces and foreign countries. People recognize more the traditional food from their place of origen and they want to find a better service and exhibition from the dishes in Lima in order to avoid far away from house. In Los Olivos we can see in “C” socioeconomic level which focus on it, because there are a few chicharrones restaurant and it will let us to have a big market to attract.

To make difference of the trade mark and the service of the project. We made an analysis of direct competition and determine weak points, on this way the investment project will make difference about his customized service, modern infrastructure. Implementation on points of sale system and the average cost to sell to the market.

According the analysis has been made by Natalia Ida de Greco in 2010, there is a tendency on 20% people eating out, this information is harnessed to determine quantities of people which can be a potential customer in our target market and ask them their needs and preferences for breakfast time.

At the end, we `ll have clearly strategies to use to catch customer, their needs and preferences and spread the benefits of pork meat to be healthy, successful aspects to gained public acceptance.

Finally, to get a connection with the business and the public will be possible to get the goal of the investigation, analyzing the profibility of the business and everything to do it.

Nota de acceso:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

Página web

Arnau, J. (1978). Métodos de Investigación en las Ciencias Humanas. Barcelona: Omega.[en línea] recuperado el 20/09/17, de [ca/faculty/academic/schwarze/meta_e.ht](#)

Carlos Huaicha Espinoza. Asesor del Estudio: S. Américo Pillman Velásquez, diagnóstico local participativo del consumo de drogas en el distrito de los olivos [en línea] recuperado el 20/09/17, de http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/diagnosticofinal/Diagnostico_Final_Olivos.pdf//LIBROS

Datos de encuestas estadísticas INEI, Biblioteca virtual – boletines - sector servicios. [En línea] recuperado el 20/09/17, de <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/encuesta-mensual-del-sector-servicios-8536/1/>

Datos gráficos de estudio de Arellano, Dr. Rolando Arellano C, datos.[En línea] recuperado el 20/09/17, de www.confiep.org.pe/.../ppt_ciudades_de_provincias_modernidad_escondida_roland

Dr. Guido Maggi, Coordinador OSEL Lima Norte, Presidente OΔT, Outlook lima norte 2013, análisis del desarrollo empresarial en lima norte, archivo virtual de la universidad Catoliac Sede Sapientae, 1 de octubre del 2013, [/http://www.ucss.edu.pe/osel/mercado_labo_forma/pdf/analisis-%20desarrollo-empresarial-lima-norte.pdf//](http://www.ucss.edu.pe/osel/mercado_labo_forma/pdf/analisis-%20desarrollo-empresarial-lima-norte.pdf//)

Fernández Vaca, Graciela y Webb, Ricardo (2016) Anuario estadístico - Perú en números, Instituto cuantos. [en línea] recuperado el 20/09/17, de www.Cuanto.org. Lima

INEI, datos de entorno político.[en línea] recuperado el 20/09/17, de <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/negocios-de-restaurantes-aumentaron-en-514-7750/>

INEI, lima tendría 9 millones 111 mil habitantes, Nota de prensa, 18 de Enero del 2017.[en línea] recuperado el 20/09/17, de <http://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-n012-2017-inei-2.pdf>

“Mujica, D. (Miércoles, 24 de junio del 2015) Sazón y negocio en evolución Diario Gestión, .[en línea] recuperado el 20/09/17, de <http://gestion.pe/tendencias/sazon-y-negocio-evolucion-2135569>

Nueve millones de peruanos tienen un ingreso promedio de S/. 1,850 mensual, Miércoles, 07 de agosto del 2013, diario gestión, artículo online .[en línea] recuperado el 20/09/17, de <http://gestion.pe/economia/nueve-millones-peruanos-tienen-ingreso-promedio-s-1850-mensual-2073028//>

Libro

RIQUELME Barrios, Rodrigo (2015) Gastronomía rentable Cómo controlar los costos en alimentos y bebidas. Promotora Miraflores S.A.C. Lima