



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE INGENIERÍA

---

CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**“EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE INVERSIÓN  
ECONÓMICA Y FINANCIERA DE UN RESTAURANTE DE  
POLLOS A LA CANASTA EN EL DISTRITO DE SAN  
VICENTE – CAÑETE”**

Tesis para optar el título profesional de:

**Ingeniero Industrial**

**Autor:**

Edder Omar Saman Bendezu

**Asesor:**

Mg. MBA Ing. Alejandro Ortega S

Lima – Perú

2017

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### **CAPÍTULO 1.INTRODUCCIÓN 12**

1.1. Realidad problemática .....	13
1.2. Formulación del problema.....	13
1.3. Justificación.....	13
1.4. Limitaciones .....	14
1.5. Objetivos .....	14
1.5.1. Objetivo General.....	14
1.5.2. Objetivos Específicos .....	14

### **CAPÍTULO 2.ANALISIS DEL SECTOR DE LA INVERSION 15**

2.1. Entorno mundial .....	15
2.2. Entorno nacional .....	16
2.3. Realidad económica local (zona de influencia del proyecto .....	18
2.3.1. Ambiente Externo .....	19
2.3.2. Factores políticos – legales .....	19
2.3.3. Factores económicos .....	19

### **CAPÍTULO 3.ANALISIS DEL MERCADO OBJETIVO PARA EL PROYECTO DE INVERSION 23**

3.1. Análisis del sector .....	23
3.1.1. Matriz de evaluación de los factores internos (EFI) .....	23
3.1.2. Evaluación de la matriz de los factores externos (EFE).....	25
3.2. Análisis FODA del proyecto de inversión.....	26
3.3. Principales participantes en el mercado (ofertantes y demandantes) .....	27
3.4. Tendencias del mercado al nivel nacional .....	27
3.4.1. Tendencias del mercado objetivo.....	28
3.4.2. Diferencias de nuestro producto frente a la competencia .....	29
3.4.3. Ventajas comparativas .....	30
3.4.4. Ventajas competitivas.....	31
3.5. Análisis del mercado objetivo para el proyecto de inversión .....	31
3.5.1. El mercado objetivo .....	31
3.5.2. Variables demográficas .....	32
a) Población y densidad poblacional .....	32
3.5.3. segmentación geográfica .....	33
a) Limites .....	33
b) Población.....	34
c) Clima.....	34
d) Nivel de educación .....	34
e) situación de viviendas .....	34
3.5.4. Descripción del cliente o consumidor final .....	34

a). Consumo de pollo a la brasa fuera de casa.....	35
b). Consumo de pollo a la brasa acompañado con camote frito .....	36
c) Lugar donde acuden a consumir el pollo a ala brasa.....	37
d). Precio que pagan por un ¼ de pollo a la brasa en chincha .....	37
3.5.4.1. Mercado potencial.....	38
3.5.4.2. La demanda esperada .....	40
3.5.4.3. Productos que se estima vender el primer año .....	41
3.5.5. Descripción del Producto o Servicio.....	41
3.5.5.1. Oferta diferenciada de nuestro producto y servicio .....	42
3.5.5.2. Control de calidad de los servicios.....	43

## **CAPÍTULO 4.PLAN DE MARKETING 44**

4.1. Variables del Plan .....	44
4.1.1. Estrategia de Producto .....	44
4.1.2. Estrategia de Precios.....	44
4.1.3. Estrategia de Promoción y Publicidad.....	45
4.1.4. Estrategia de Distribución.....	45
4.2. Objetivos y estrategias de las ventas .....	46
4.2.1. Canales de ventas .....	46
4.2.2. Ventas directas .....	46
4.2.3. Ventas por internet .....	46
4.2.4. Ventas por teléfono .....	46
4.3. Proyecciones de ventas en el corto y mediano plazo.....	46
4.3.1. Corto plazo .....	47
4.3.2. mediano plazo .....	47
4.4. Estrategias para crecimiento de las ventas .....	47
4.4.1. Estrategias de crecimiento vertical.....	47
4.4.2. Estrategias del crecimiento horizontal.....	47

## **CAPÍTULO 5.PLAN DE OPERACIÓN Y PRODUCCIÓN 48**

5.1. Localización geográfica.....	48
5.2. Características del centro de producción o de comercialización .....	49
5.3. Diagramas de Operaciones de los principales procesos (operativos, comerciales) .....	49
5.3.1. Proceso De Producción.....	49
5.3.2. Procesos de atención al cliente.....	51

## **CAPÍTULO 6.PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTO. 52**

6.1. Costos de materia prima plato 1 .....	52
6.1.1. Costo de materia prima plato 2 .....	53
6.1.2. Costo de materia prima para ambos platos .....	54
6.2. Costos de mano de obra directa.....	55
6.3. Costos Indirectos de comercialización.....	55
6.3.1. Gasto administrativo .....	55
6.3.2. Costo indirecto de fabricación .....	56

6.3.3. Gasto de Ventas .....	56
------------------------------	----



6.3.4. Tributos e Impuestos .....	57
-----------------------------------	----

## **CAPÍTULO 7. INVERSIÓN DEL PROYECTO 58**

7.1. Inversiones en activos fijos .....	58
7.1.1. Inversión en máquinas, herramientas y equipos .....	58
7.1.2. Inversión en herramientas .....	59
7.1.3. Inversión en muebles y enseres .....	60
7.1.4. Resumen de inversión de activos tangibles .....	60
7.2. Inversión en activos pre operativos .....	61
7.2.1. Inversión en trámites de licencias de constitución .....	61
7.3. Capital de Trabajo inicial .....	62
7.3.1. Inversión total .....	62

## **CAPÍTULO 8. PLAN FINANCIERO 63**

8.1. Proyección de Ingresos .....	63
8.2. Proyección de egresos .....	63
8.3. Programa de mano de obra .....	66
8.4. Fuentes de financiamiento .....	67
8.5. resupuesto de caja económica .....	69
8.6. Resultados de la evaluación del Proyecto de Inversión .....	70

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Matriz de factor interno EFI .....	24
Tabla N° 2 Matriz de factor externo EFE.....	25
Tabla N° 3 Matriz de factor interno (EFE .....	26
Tabla N° 4 Competencias directas .....	27
Tabla N° 5 Datos para obtener el mercado objetivo (i) .....	38
Tabla N° 6 Datos para obtener el mercado objetivo (II) .....	38
Tabla N° 7 Datos para obtener el mercado objetivo (III) .....	39
Tabla N° 8 Demanda potencial .....	40
Tabla N° 9 Demanda esperada diaria .....	40
Tabla N° 10 Proyección de la demanda del mercado a vender anualmente .....	41
Tabla N° 11 costo de materia prima plato 1 .....	52
Tabla N° 12 costo de materia prima plato 2 .....	53
Tabla N° 13 Costo de materia prima plato 1 y 2 .....	54
Tabla N° 14 Mano de obra directa .....	55
Tabla N° 15 gastos administrativos .....	55
Tabla N° 16 costos indirectos de fabricación .....	56
Tabla N° 17 pago de personales .....	56
Tabla N° 18 Tributos e impuesto .....	57
Tabla N° 19 Inversión en maquinaria y equipos .....	58
Tabla N° 20 herramientas para el negocio .....	59
Tabla N° 21 Muebles y enseres .....	60
Tabla N° 22 Inversión total en activos fijos tangibles .....	60
Tabla N° 23 Inversión en tramites .....	61
Tabla N° 24 Inversión en activos tangibles e intangibles .....	62
Tabla N° 25 Ingreso durante todo el periodo .....	63
Tabla N° 26 Egresos durante el proyecto (I) .....	64
Tabla N° 27 egresos durante el proyecto (II) .....	65
Tabla N° 28 Programa de mano obra directa.....	66
Tabla N° 29 Tasa de referencia .....	67
Tabla N° 30 flujo de caja económica.....	69

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura n°1 PBI real del Perú.....	16
Figura n° 2 consumo anual del pollo a la brasa en el Perú .....	17
Figura n° 3 actividades de comercialización en la provincia de cañete.....	21
Figura n° 4 Actividades de comercialización en la provincia de cañete .....	22
Figura n° 5 valor bruto de la producción de ave en 2016 a 2017 .....	28
Figura n° 6 Producción de ave viva en 2016 a 2017 .....	29
Figura n° 7 Población urbana victima por tipos de hechos delictivos .....	30
Figura n° 8 División geográfica de san Vicente cañete .....	32
Figura n° 9 consumo de pollo a la brasa fuera de casa.....	35
Figura n° 10 consumo de pollo a la brasa con camote frito.....	36
Figura n° 11 lugar donde acuden a consumir pollo a la brasa acompañado con camote frito .....	37
Figura n° 12 precio que pagan por un ¼ de pollo a la brasa .....	37
Figura n° 13 Necesidades Del Consumidor de la provincia de cañete.....	42
Figura n° 14 paquetes diferenciados a brindar al cliente.....	42
Figura n° 15 Estrategias de distribución .....	45
Figura n° 16 Ubicación del negocio .....	48
Figura n° 17 Diagrama de operaciones de proceso (DOP) .....	50
Figura n° 18 proceso de atención al cliente .....	51
Figura n° 19 Tendencia Tipo De Cambio.....	67
Figura n° 20 Tasas De Intereses Por Tipo De Depósito Y Empresa Bancaria.....	68

## RESUMEN

El presente estudio de pre – factibilidad muestra la probabilidad técnica, económica y financiera de implementar un restaurante de pollos a la brasa en la provincia de cañete enfocada en los niveles socioeconómicos A, B, y C a través de cinco capítulos.

El primer capítulo se basó en el estudio estratégico, que a través de ellos se analizaron los factores del macro y micro entorno. Donde se determinó que más del 70% de la población del distrito de san Vicente cañete pertenece a los niveles socioeconómicos son de clase A, B y C. tienen una alta tasa de economía. Así mismo se evaluó un análisis FODA que permitió determinar una estrategia genérica de diferenciación dicha estrategia está basada en el producto o servicio para que sea percibido por los clientes como exclusivo.

En segundo capítulo, se basó en el estudio de mercado, se seleccionó el mercado mediante análisis de variables geográficas y psicográficas escogiendo varias zonas del sector rural y urbano. Tales como san Luis al norte, imperial al este, chincha -herbay alto al sur, y san Vicente oeste. Seguidamente se estudió el perfil del consumidor en cada segmento propuesto, mediante encuestas, para determinar el servicio o producto que se ofrecerá a cada segmento. Dado los resultados de la encuesta se concluyó que los dos factores más importantes al momento de elegir un restaurante de pollos a la brasa, son la buena atención y el buen sabor del pollo a la brasa.

En el tercer capítulo se basó en el estudio técnico para la localización del negocio Luego se fijaron los procesos principales y secundarios, así como los requerimientos de los procesos, tales como insumos y servicios.

El cuarto capítulo se basó en estructura organizacional, describiendo las funciones y requerimientos del personal para cada área tales como: personal que horneara el pollo, cajero, asistente contable, azafatas, jefes de operaciones etc.

En el último capítulo, se basó en el Estudio Económico y Financiero, se determinó el monto total de la inversión, que asciende a **S/. 42,771.44** soles. Además, se definieron los presupuestos de ingresos y egresos, para cada año proyectado. Finalmente, se analizaron los principales indicadores económicos y financieros, obteniendo un VAN de **S/. 336,538** y un TIR aceptable de **24.5%**, esto nos quiere decir que nuestro proyecto es sumamente viable.

## ABSTRACT

The present pre - feasibility study shows the technical, economic and financial probability of implementing a grilled chicken restaurant in the province of Cañete focused on socioeconomic levels A, B, and C through five chapters.

The first chapter was based on strategic study, which analyzed the macro and micro environment factors. Where it was determined that more than 70% of the population of the district of San Vicente Cañete belongs to socioeconomic levels are class B, C, D, and have a high rate of economy. Likewise, a SWOT analysis was evaluated to determine a generic strategy for differentiation. This strategy is based on the product or service so that it is perceived by customers as exclusive.

In the second chapter, it was based on the market study, the market was selected through analysis of geographical and psychographic variables, choosing several zones of the rural and urban sector. Such as St. Louis to the north, imperial to the east, Chinchay to the south, and St. Vincent to the west. Next, the consumer profile was studied in each proposed segment, through surveys, to determine the service or product that will be offered to each segment. Given the results of the survey, it was concluded that the two most important factors when choosing a grilled chicken restaurant are the good attention and good taste of grilled chicken.

In the third chapter it was based on the technical study for the location of the business. Then the main and secondary processes were fixed, as well as the requirements of the processes, such as inputs and services.

The fourth chapter was based on organizational structure, describing the functions and requirements of personnel for each area such as: staff that baked the chicken, cashier, accounting assistant, hostesses, operations managers, etc.

In the last chapter, it was based on the Economic and Financial Study, the total amount of the investment was determined, amounting to S /. 42,771.44 soles. In addition, the budgets of income and expenses were defined for each projected year. Finally, the main economic and financial indicators were analyzed, obtaining a NPV of S /. 336,538 and an acceptable TIR of 24.5%, this means that our project is highly viable.



## **NOTA DE ACCESO**

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

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Solís, G Almonacid, O, (2013) Estudio de pre factibilidad para la implementación de una cadena de restaurantes de pollo a la brasa en tres zonas geográficas de lima metropolitana y callao enfocada en los niveles socioeconómicos C y D (Tesis de ingeniería )Universidad Pontificia Católica Del Perú

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ. Reporte de inflación setiembre 2017  
<https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/carta-mef-bcrp-waldo-mendoza>

Consumo anual del pollo a la brasa <https://elcomercio.pe/.../peru/130-millones-pollos-brasa-consumen-ano-peru>.

SOCIEDAD PERUANA DE GASTRONOMÍA – APEGA. El boom de la *gastronomía peruana, su impacto económico y social*. Lima, 2009.

<http://www.apega.pe/el-boom-de-la-gastronomiaperuana>.

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.  
*Autorizaciones y/o Permisos Especiales de otros sectores*. Lima, 2010  
<http://www.sunat.gob.pe>

[www: SIEA - Sistema integrado de estadísticas agrarias 2016 a 2017](http://www.siea.gob.pe)

Seguridad\_ciudadana en el Perú [INEI - Estadística De Seguridad Ciudadana De 2016 A 2017](http://inec.gob.pe).

Instituto Nacional de Estadística e Informática <http://www.inei.gob.pe>

Ministerio de Agricultura <http://www.minag.gob.pe>

[www.Municipalidad distrital de san Vicente cañete](http://www.municipalidaddistritalsanvicente.org)