



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS
SALUDABLES EN EL DISTRITO DE PIMENTEL 2018
PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autor:

Bach. Aguirre Purizaca Elsa Elvira

Asesor:

Dra. Delgado Wong Sofía Irene

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2019

TESIS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS SALUDABLES EN EL DISTRITO DE PIMENTEL 2018

Asesor (a):

Dra. Sofía Irene Delgado Wong

Presidente (a):

Dra. Cubas Carranza Janet Isabel

Secretario (a):

Dr. Merino Núñez Mirko

Vocal (a):

Mg. Silva Gonzales Liset Sugeily

DEDICATORIA

A mis padres Cesar y Patricia, por ser los pilares más importantes en mi vida, por brindarme su apoyo incondicional, su amor sincero, un hogar cálido y lleno de valores.

A mi hermano menor, Cesar Alejandro, por su compañía y amor fraternal.

AGRADECIMIENTO

A Jehová Dios, por ser mi roca fuerte, permitirme lograr mis metas y estar conmigo siempre, ayudándome a vencer los obstáculos que se me presentan.

A la Dra. Sofía Delgado Wong por su asesoría y por compartir sus conocimientos para que puedan ser plasmados en el presente proyecto.

RESUMEN

La presente tesis titulada “Plan de negocio para la creación de una empresa de catering con productos saludables en el distrito de Pimentel, 2018” tiene el fin de alcanzar el grado académico de Licenciado en Administración de Empresas. Así que, según esto he estructurado mi investigación de esta forma:

Capítulo I: Este capítulo contiene la Introducción, en el cual se explica la realidad del problema a nivel local, nacional e internacional; así mismo las investigaciones que se han desarrollado competentes a la variable de estudio y supuestos que exponen mi tesis. Además, se da a conocer el problema actual, los objetivos y la justificación.

Capítulo II: Este capítulo contiene la Metodología, en el cual se dicta el tipo de investigación que hemos usado, en este caso, descriptivo con diseño propositivo, también, el cuadro de operacionalización de la variable de estudio, población, muestra y métodos para recolección de datos.

Capítulo III: En este capítulo se describen y se muestran a través de tablas y gráficos los resultados que se han obtenido gracias a la ejecución de los instrumentos de recolección de datos, junto con su respectiva interpretación, la Discusión de resultados para conocer si los objetivos planteados en la investigación fueron cumplidos correctamente y el aporte científico que presento.

Capítulo IV: Este capítulo contiene las Conclusiones y Recomendaciones que podamos presentar y aplicar en la futura empresa.

Palabras claves: Plan de Negocio, Catering, Saludable.

ABSTRACT

This thesis entitled "Business plan for the creation of a catering company with healthy products in the district of Pimentel, 2018" is intended to achieve the academic degree of Bachelor of Business Administration. So, according to this I have structured my research in this way:

Chapter I: This chapter contains the Introduction, which explains the reality of the problem at local, national and international levels; Likewise, the investigations that have been developed competent to the study variable and assumptions that expose my thesis. In addition, the current problem, objectives and justification are disclosed.

Chapter II: This chapter contains the Methodology, which dictates the type of research we have used, in this case, descriptive with a purposeful design, also the operationalization chart of the study variable, population, sample and methods for collection of data.

Chapter III: This chapter describes and shows through tables and graphs the results that have been obtained thanks to the execution of the data collection instruments, together with their respective interpretation, the Discussion of results to know if the objectives raised in the investigation were correctly fulfilled and the scientific contribution I present.

Chapter IV: This chapter contains the Conclusions and Recommendations that we can present and apply in the future company.

Keywords: Business Plan, Catering, Healthy.

INDICE

vi

I-INTRODUCCION	12
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	12
1.1.1. INTERNACIONAL	12
1.1.2. NACIONAL	14
1.1.3. LOCAL	16
1.2. TRABAJOS PREVIOS	16
1.2.1. Nivel Internacional	16
1.1.1. Nivel Nacional	20
1.1.1. Local	23
1.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA	12
1.3.1. Plan de Negocio	26
1.4. FORMULACION DEL PROBLEMA	34
1.5. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	34
1.6. HIPOTESIS	35
1.7. OBJETIVOS	35
1.7.1. OBJETIVO GENERAL	35
1.7.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	35
II-MATERIAL Y METODO	35
2.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION	35
2.1.1. Tipo de Investigación:	35
2.2.2. Diseño de Investigación:	35
2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA:	36
2.2.1. Población:	36
2.2.2. Muestra:	36
2.3. VARIABLES, OPERACIONALIZACION	36
2.3. OPERACIONALIZACIÓN	36

2.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	38
2.4.1. TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS	38
2.4.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	38
2.5. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	38
2.6. ASPECTOS ETICOS	39
III. RESULTADOS.....	38
3.1. TABLAS Y FIGURAS.....	39
3.2. DISCUSION DE RESULTADOS.....	61
3.3. APOORTE CIENTIFICO.....	62
3.3.1. RESUMEN EJECUTIVO	62
3.3.2. Idea del Negocio	63
3.3.3. Análisis de la Oportunidad.....	63
3.3.4. Análisis del Mercado.....	63
3.3.5. Planeamiento Estratégico	65
3.3.6. Valores Compartidos	65
3.3.7. Objetivos Estratégicos	66
3.3.8. Estrategia Genérica.....	66
3.3.9. Fuentes de Ventajas Competitivas.....	66
3.3.10. Análisis FODA.....	61
3.3.11. Plan de Marketing.....	67
3.3.12. Plan de Operaciones.....	72
3.3.13. Diseño de la Estructura y Plan de Recursos Humanos.....	75
3.3.14. Política General de Talento Humano	77
3.3.15. Plan financiero:	76
4.1. CONCLUSIONES.....	84
4.2. RECOMENDACIONES.....	84
REFERENCIAS.....	86

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelos de estructura de planes de negocios	29
Tabla 2. Cuadro de Operacionalización.....	37
Tabla 3. Población por sexo.....	40
Tabla 4. Población por grado de instrucción	41
Tabla 5. Población por edad.....	42
Tabla 6. Población sobre el sector de Pimentel donde vive	43
Tabla 7. Población sobre si conoce un servicio de catering en Pimentel.....	44
Tabla 8. Tipo de evento que frecuentemente organiza	45
Tabla 9. Frecuencia con la que realiza este evento.....	46
Tabla 10. Encargado de la organización de sus eventos.....	47
Tabla 11. Contratación de una empresa de catering para algún evento.....	48
Tabla 12. Experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering	49
Tabla 13. Deseo de existencia de una empresa de catering en Pimentel	50
Tabla 14. Cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos	51
Tabla 15. Característica que considera más importante en el servicio de catering.....	52
Tabla 16. Disposición a contratar los servicios de una empresa de catering en Pimentel	53
Tabla 17. Medio por el cual le gustaría encontrar esta empresa.....	54
Tabla 18. Considera importante la alimentación saludable.....	55
Tabla 19. Consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable..	56
Tabla 20. Productos saludables que utiliza a menudo.	57
Tabla 21. Deseo de inclusión de estos productos en un buffet.	58
Tabla 22. Asistir a un evento donde el buffet sea a base de productos saludables.....	59
Tabla 23. Disposición de organizar un evento donde la comida sea hecha con productos saludables.....	60
Tabla 24. Matriz FODA.....	66
Tabla 25. Precio de los productos a ofrecer de "GREEN CATERING".....	70
Tabla 26. Inversiones	77

Tabla 27. Financiamiento	78
Tabla 28. Cuadro de amortización al primer año.....	78
Tabla 29. Proyección de ventas	79
Tabla 30. Presupuesto de materia prima	79
Tabla 31. Presupuesto de mano de obra.....	80
Tabla 32. Presupuesto de costos indirectos de fabricación.....	80
Tabla 33. Cuadro resumen de costos	80
Tabla 34. Estado de Ganancias y Pérdidas de “GREEN CATERING”	81
Tabla 35. Flujo de caja de "GREEN CATERING".....	82
Tabla 36. Cuadro de VANE, VANF, TIRE Y TIRF.....	82
Tabla 37. Matriz de consistencia	108

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de desarrollo del Plan de Marketing	31
Figura 2. Plan de operaciones	32
Figura 3. Población por sexo	40
Figura 4. Población por grado de instrucción.	41
Figura 5. Población por edad.	42
Figura 6. Población sobre el sector de Pimentel donde vive.	43
Figura 7. Conoce un servicio de catering en Pimentel.....	44
Figura 8. Tipo de evento que frecuentemente organiza.	45
Figura 9. Frecuencia con la que realiza este evento.....	46
Figura 10. Encargado de la organización de sus eventos.....	47
Figura 11. Contratación de una empresa de catering para algún evento.	48
Figura 12. Experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering.....	49
Figura 13. Contratación de una empresa de catering en el distrito de Pimentel.....	50
Figura 14. Cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos	51
Figura 15. Característica que considera más importante en un servicio de catering.	52
Figura 16. Disposición a contratar los servicios de una empresa de catering en Pimentel	53
Figura 17. Medio por el cual le gustaría encontrar esta empresa.....	54
Figura 18. Considera importante la alimentación saludable.....	55
Figura 19. Consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable.	56
Figura 20. Productos saludables que utiliza a menudo.....	57
Figura 21. Deseo de inclusión de estos productos en un buffet.....	58
Figura 22. Asistir a un evento donde el buffet sea a base de productos saludables.....	59
Figura 23. Organizar un evento donde la comida sea hecha con productos saludables.	60
Figura 24. Logo de la marca	68
Figura 25. Presentación de productos	68
Figura 26. Visión de presentación de productos	69
Figura 27. Empaques de productos	69
Figura 28. Procesos Generales	744
Figura 29. Organigrama	755
Figura 30. Encuesta aplicada a clientes potenciales en un gimnasio.	110
Figura 31. Encuesta aplicada a clientes potenciales en un gimnasio.	110

I- INTRODUCCION

Un plan de negocios es una herramienta de planificación que se emplea para llevar a cabo y colocar por escrito todo lo que se necesita para iniciar con una empresa, desde las ideas, hasta los datos contables que requiera.

Con un plan de negocios podemos conocer y dar rumbo a lo que queremos implantar y que nuestras ideas se hagan realidad. Así también, gracias a los datos concretos que obtengamos, podremos descubrir qué técnicas y estrategias utilizar para que nuestro negocio tenga éxito.

El catering es un servicio que provee alimentos y bebidas para eventos sociales y corporativos. Con esta modalidad, los interesados podrán hacer un contrato con la empresa para adquirir una variedad de productos acorde a sus gustos e intereses.

En la actualidad, existe un público muy exigente en cuanto a productos y servicios, para lo cual pensamos que es conveniente brindar un servicio personalizado y estandarizado, con múltiples opciones de acuerdo con la ocasión, y así crear un lazo de confianza y seguridad con el cliente.

Mediante esta situación se pretende sustentar el objetivo de la presente tesis, la cual consiste en diseñar un plan de negocio que brinde servicios de catering en el distrito de Pimentel. Para ello se plantea alternativas innovadoras como utilizar insumos saludables para la elaboración de los productos a ofrecer en el sector.

Con el fin de cumplir con las expectativas de servicio y calidad del cliente, trabajamos aplicando técnicas de planificación y control de los procesos, de esa manera lograremos brindar un servicio de calidad.

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

1.1.1. INTERNACIONAL

Martínez (2018) en su artículo “Plan de negocio para montar un bar tradicional” comenta que uno de las empresas más populares y viables en casi cualquier país, es el bar tradicional; ya sea una cafetería, un restaurante o un bar. Es un modelo atemporal, local y que llega fácilmente al cliente. Sin embargo, teniendo en cuenta la fuerte competencia que puede encontrarse incluso en una misma calle, es muy importante

contar con un valor diferencial. Es aquí donde crear un correcto plan de negocio para un bar tradicional puede ser la clave del éxito.

En el artículo escrito por Martínez, aclara que, para llevar a cabo un plan de negocio de un rubro que es popular en nuestra región, considerando la fuerte competencia, se debe contar con un valor diferencial que será el “plus” en nuestro negocio y que lo hará un tanto distinto a los demás. De tal modo que será incluido en el plan de negocio para la posterior ejecución. En nuestro caso, el valor diferencial serán los productos saludables.

Razcon (2017) en su artículo “Cómo describir la empresa al presentar un plan de negocios” nos dice que, todo plan de negocios contiene un inicio y una motivación, ésta puede ser originada propiamente o en grupo. Aun cuando este plan mayormente se realice para una empresa que ya esté en funcionamiento es de gran importancia que en la primera parte del plan se realice una breve descripción del negocio desde sus inicios, así como tomar en cuenta a cada uno de los siguientes ítems: la historia del negocio, análisis del rubro, producto o servicio que se ofrecerá y toda la información económica y financiera que se requiera.

En el artículo elaborado por el autor, se dio a conocer la descripción profunda de una empresa al momento de dar a conocer un plan de negocio. Por tanto, podemos seguir lo que se sugiere y colocar datos históricos de nuestra empresa, ya que, así se podrá tener la información necesaria tanto para nosotros y nuestro equipo, como para los clientes.

Nava (2015) en su artículo “Cómo elaborar un Plan de Negocios que se cumpla” menciona que las empresas de negocios dedican esfuerzos y muchos cuidados al proceso de planeación. Acuden a técnicas elaboradas y a personal capaz para hacerlo. Invierten mucho tiempo y recursos para disminuir los márgenes de error. Sin embargo, hay casos en los que estos planes no llegan a cumplirse con éxito, y son, estadísticamente, mayores a los aciertos. Se debe admitir que las técnicas de planeación han evolucionado en este ámbito.

En el artículo realizado por el autor se determina que para hacer cumplir al pie de la letra un plan de negocios se debe revisar y poner esmero a los procesos de planificación, que serán la base para el negocio que estemos pensando implementar; teniendo en cuenta el mundo actual y la evolución que han tenido los negocios en nuestra era.

Borja (2015) en su artículo “Cree un plan de negocio sólido fácilmente” comenta que, una correcta organización y jerarquización de la información mejora la comprensión. Muchos de los que emprenden no disponen de conocimientos acerca de las empresas. Por este motivo, crea una plataforma llamada “plandempresa”, que continúa el orden lógico para crear el plan de manera fácil e intuitiva, que funciona como un conjunto de ayudas, pasos y ejemplos para asistir a los usuarios en el progreso de su plan de negocio. Así lograrán definir y desarrollar con facilidad su idea de negocio y analizar su viabilidad en todos los aspectos, logrando además, identificar las debilidades que podrán ser corregidas para agrandar las probabilidades de éxito. En el artículo escrito por Borja, podemos acotar que, para complementar nuestro plan de negocio y plasmar completamente nuestras ideas, podemos utilizar una plataforma digital, que puede servir de guía para llevar un orden estructural y nos vaya indicando el camino correcto para disminuir probabilidades de fracaso.

1.1.2. NACIONAL

Bañuelos (2016) en su artículo “Planeando para triunfar: crea tu plan de negocio”, nos dice que, a menudo, los emprendedores creen ingenuamente que tienen toda la información que se necesita en la cabeza, pero esto es igual a tener un rompecabezas dentro de su caja sellada. Muchos piensan que tienen todo el plan organizado en su cabeza, pero es una cosa bastante diferente ponerlo por escrito. Es necesario que hagas un plan de negocio para evitar catástrofes y minimizar riesgos. Es por eso que previo a emprender, se debe realizar un plan de negocio con la asistencia de un profesional en la materia. Este plan es un documento en el cual se detalla la estructura del negocio, la forma que tendrá, cuánto se deberá invertir (presupuestos de operación, publicidad, mano de obra, etc) y los alcances de esta (misión, visión y objetivos).

Bañuelos, en su investigación, nos deja claro que no podemos pensar que ya tenemos un plan perfectamente organizado en nuestra mente. Debemos realizar un plan y plasmarlo en un documento físico, así podremos saber qué tan acertados son nuestros datos y aumentar las probabilidades de éxito.

Arbaiza (2015) en su artículo “¿Cómo elaborar un plan de negocio?”, menciona que el plan de negocios de una organización es como un camino a seguir para

transformar una idea en un hecho. Este instrumento tiene que ser sistemático, manteniendo un orden, algo que por lo general no nos agrada. Así que para iniciar, es necesario analizar el rubro en el que se quiere incursionar, hacer un análisis con un focus group. Continuadamente tendremos el análisis mercadológico: se verá cuál es el grupo al que nos vamos a dirigir, llamado también público objetivo.

En la investigación realizada por el autor, se dio a conocer cómo podemos iniciar nuestro plan, comenzando por realizar un estudio mercadológico y analizarlo. Determinar el sector en el que nos centraremos y buscar estrategias que nos permitan tener la atención de nuestro sector. En nuestro caso, centramos en los consumidores que desean un buen servicio de catering, pero necesitan mantenerse saludables.

Ching (2015), en su artículo “Cuatro consejos para que tu negocio crezca”, nos indica que, a veces, iniciamos un negocio con éxito, pero sin generar la rentabilidad que esperábamos. Es por eso que, podemos realizar un proyecto original, formalizando el negocio y teniendo en claro cuál es nuestro presupuesto. Así tendremos más oportunidades de crecer. Podemos especializarnos, extender nuestro negocio sin necesidad de gastar mucho dinero, sino teniendo creatividad y buena gestión. Además, a muchas personas les genera un malestar el hecho de sacar cuentas y estar a cargo de la contabilidad de la empresa. A menudo, por ignorancia acerca del tema o por desorganización terminamos haciendo gastos mayores a lo que nos corresponde, no sólo en tributos sino en la aplicación del monto presupuestado. Buscar a un contador y contratarlo para que realice ese trabajo es una solución. Otra puede ser llevar cursos de contabilidad.

Gracias a la investigación del autor, podemos decir que, es una ventaja tener conocimientos sobre negocios, empresas y formalidades, ya que, será más fácil hacer nuestro plan de negocio, y si no tenemos la información necesaria sobre contaduría, podemos asesorarnos de un contador para así no desperdiciar dinero.

Galeas (2014), en su artículo “Cómo descubrir tu propio modelo de negocio”, nos dice que el iniciar un nuevo negocio no necesita de contactos y recursos para que logre el éxito. Va a ser mucho más importante lograr explorar y edificar su modelo de negocio; y éste se logra al ingresar al mercado y realizar un piloto a una mínima escala para así comprobar si los supuestos mostrados coinciden con la realidad.

En la investigación realizada por el autor, podemos decir que una vez que tengamos nuestro mercado definido, podemos elaborar un modelo propio de negocio considerando nuestra realidad comercial.

1.1.3. LOCAL

En el Perú existe un mercado con una gran oferta de empresas de catering que brindan servicios de alimentos y bebidas de buena calidad. Para marcar la diferencia, nos concentramos en brindar un servicio de catering elaborado básicamente con productos saludables, considerando que cada vez más personas buscan mantener la buena salud, pero desean tener un servicio donde les ofrezcan variedad de opciones.

Actualmente, podemos decir que en el distrito de Pimentel existe una gran demanda insatisfecha con respecto a empresas que ofrezcan servicios de catering. Por lo general, los ciudadanos de esta localidad se sienten obligados a buscar este servicio en ciudades cercanas a la zona ya que, no hallan empresas confiables en el distrito.

Además, cada día los habitantes de una comunidad se preocupan por continuar ese estilo de vida sano, el cual incluye ejercitarse, descanso y una buena alimentación. Sin embargo, cuando acuden a una reunión social suelen encontrarse con situaciones comprometedoras con respecto al buffet, ya que, están obligados a quebrar el ritmo alimenticio al que están acostumbrados, y eso les impide disfrutar al máximo la reunión.

Ante esto, nos resulta conveniente crear una empresa de catering en el distrito de Pimentel, que cuente con todos los servicios y una variedad de productos saludables con el fin de satisfacer las diversas necesidades y deseos de nuestro público objetivo.

1.2. TRABAJOS PREVIOS

1.2.1. Nivel Internacional

Apolinario y Ruiz (2017) en su tesis para optar el título de Ingeniero en Comercio Electrónico, cuyo título es “Implementación de una página web para compañías o negocios de buffet y servicio de catering en la Ciudad de Guayaquil”, Guayaquil, Ecuador, en cual su objetivo fue emplear una página web que integre proveedores y clientes del negocio de catering. Este estudio de implementación tuvo una muestra de 385 personas y se determinó que en la ciudad de Guayaquil es inexistente una página web que brinde a los negocios de catering conocerse en internet. La mayoría de estos negocios solo cuentan con perfiles de Facebook en donde realizan post publicitarios y otras, simplemente con la publicidad conservadora consiguen clientes.

En base a esta investigación podemos concluir que, el hecho de contar con una página web, en donde nuestros clientes y los futuros puedan beneficiarse de una amplia variedad de productos a elegir y, además, puedan adquirir información acerca de nosotros y lo que hacemos, es un plus que tiene mucha importancia, y más aún en nuestra era tecnológica, en donde todo lo manejamos virtualmente.

Considerando esto, podemos tomar la ventaja de nuestra era digital y crear una cuenta en algunas redes sociales promocionando nuestros productos y haciendo que las personas se enteren de nuestro servicio.

Sierra (2017), en su tesis para lograr el grado de Máster de la Universidad de Palermo en Dirección de Empresas, titulado “Plan de negocios empresa de catering y servicio en Chía – Cundinamarca – Colombia”, Buenos Aires, Argentina, obtuvo como objetivo comprobar la viabilidad económica para la creación de una empresa de catering y servicio cuyo mercado objetivo sean las empresas del Agro ubicadas en Chía – Cundinamarca (Colombia) y alrededores de la sabana de Bogotá. Esta investigación tuvo una muestra de 10 empresas que se encuentran ubicadas en la región Sabana Centro y se determinó que el target definido tiene mucho potencial de crecimiento debido a que hay muy pocas empresas reconocidas en este sector, que se encuentren ubicadas en Chía.

Con esta investigación podemos llegar a la conclusión de que es necesario conocer en qué situación se encuentra nuestro target frente a la competencia. Para eso debemos realizar el estudio de mercado que será el que nos indique qué tan factible será realizar nuestro plan de negocio en determinada ciudad.

Encalada (2016) en su tesis para la obtención del título profesional de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras, titulado “Plan de negocios para la creación de un catering con productos tradicionales”, Quito, Ecuador, tuvo como objetivo diseñar un plan de negocio para la creación de un catering que brinde comida tradicional ecuatoriana, ofreciendo alta calidad de servicio y a un buen precio para eventos sociales y corporativos en la ciudad de Quito. Este estudio tuvo una muestra de 384 personas y, gracias a la encuesta realizada, se obtuvo una gran aceptación del servicio de catering con productos tradicionales ecuatorianos, ya que a la mayor parte de los habitantes les gusta a este tipo de platillos, sin embargo, decidieron no dejar de lado a la competencia directa conformada por restaurantes o servicios de catering que ofrecen servicios y productos variados.

Este proyecto contribuyó con la presente investigación ya que, nos proporciona datos que podemos imitar, por ejemplo, podríamos basar nuestro menú en platos típicos peruanos, para que así, los clientes puedan adquirir el servicio adquiriendo productos tradicionales, pero sin dejar de lado los productos innovadores que podemos proponer.

Marigil (2016) en su tesis para obtener el grado en Administración y Dirección de Empresas, titulado “Plan de Empresa: Empresa de Organización de Eventos”, Valencia, tuvo como objetivo principal realizar un análisis para saber si es viable implementar un negocio de planeación y organización de eventos en el área de actuación de la Comunidad Valenciana. En esta investigación se determinó que siempre se van a celebrar diversos tipos de eventos independientemente a qué hechos esté pasando el país en cuanto a la economía, política y temas sociales. Asimismo, las demás empresas continúan haciendo eventos empresariales, por ende, esta investigación constata que el rubro sigue siendo de nivel alto gracias a la demanda que existe en esta clase de eventos. Además, es claro que la empresa no es la única en el rubro ya que en esa área geográfica hay negocios formales que brindan servicios iguales al de nosotros, para eso se han desarrollado varios servicios originales, que solo se brindan en este negocio como por ejemplo hacer acontecimientos mezclados con deportes de aventura y actividades de recreación que sirven para mejorar las relaciones del trabajo. Estos servicios permitirán que haya una diferencia con la competencia.

Con esta investigación podemos concluir que, es realista conocer que existe una alta competencia en el mercado hacia el rubro al que nos dirigimos, debido a la gran demanda de personas que realizan eventos durante el año y es obligatorio pensar en una diferenciación, que nos hará únicos. En nuestro caso, eso que nos hará únicos en nuestro servicio es que usaremos productos saludables en la elaboración de todos nuestros menús. De esa manera, las personas que busquen mantener un buen hábito alimenticio y disfrutar de un banquete en alguna reunión social sin tener sentimiento de culpa, puede acudir a nosotros.

Arévalo y Véliz (2015) en su tesis para a la obtención del título de Ingeniería Comercial con mención en Finanzas, titulado “Diseño de un plan de negocio para la creación de un negocio de catering con dirección al rubro ejecutivo en la Vía Samborondón como opción gastronómica sana”, Guayaquil, Ecuador, tuvo como objetivo diseñar un plan para crear un negocio de catering con dirección al rubro ejecutivo en la Vía Samborondón como opción gastronómica sana. Esta investigación tuvo una muestra de 370 personas y se determinó que el mercado meta del plan

corresponde al sector económico C+ (alto medio), que son los que eligen un almuerzo con valor nutritivo alto y se les sea enviado al instante a su hogar o centro de labores.

Esta investigación sirvió de gran aporte, ya que, se dio a conocer el sector donde existe mayor demanda de adquirir el servicio de catering como alternativa gastronómica saludable, y, además, se puede implementar el servicio de delivery para las personas que tengan un horario ajustado pero que desean adquirir nuestros productos basados en insumos saludables.

Bernal (2015) en su trabajo de grado para la obtención del título de Ingeniería Comercial, titulado “Diseño de un plan para la creación de un negocio de catering con delivery que se especializa en dietas sanas para personas de la tercera edad y con restricción con algunos alimentos en la ciudad de Quito”, Quito, Ecuador, tuvo como objetivo consolidar y posicionar a “NutriLunch” como una empresa de Catering Especializado en dietas saludables, brindando servicio a domicilio, que cubra las necesidades de personas de la tercera edad y aquellas que tienen alguna restricción con los alimentos en la ciudad de Quito. Esta investigación tuvo una muestra de 384 personas y se determinó que la industria alimenticia en el Ecuador ha tenido un gran auge en los últimos años a pesar de que en otros países el catering y la industria alimenticia en general ya se había desarrollado siglos antes. Sin embargo, en nuestro país ya existen varias empresas creadas dedicadas al catering, y la gran mayoría se dedica atender eventos sociales y banquetes, y otro grupo más pequeño de empresas se dedica a brindar alimentación a empresas y hospitales.

Gracias a esta investigación pudimos observar que también podemos apuntar hacia las personas con restricciones alimentarias, y que no planifican reuniones sociales, simplemente desean un almuerzo rico y saludable. Por tanto, es bueno considerar la idea de tener un servicio a domicilio.

Flores (2014) en su trabajo de grado para la obtención de título Profesional de Ingeniero en Gastronomía, titulado “Plan de Negocios para la creación de un servicio de catering que se especialice en productos dietéticamente equiparados”, Quito, Ecuador, tuvo como objetivo llevar a cabo un plan que se oriente a la creación de una empresa de catering que se especialice en productos dietéticamente equiparados, que cubran la necesidad más importante en cuanto al cuidado de la salud como la correcta elaboración de los productos para el Distrito Metropolitano de Quito. Este trabajo tuvo una muestra de 394 personas, y se determinó que en este rubro hay la necesidad de crear un servicio especializado en productos que sean bajos de calorías, dado que existe la

preferencia de los habitantes que anhelan perfeccionar su salud, equilibrar su peso o verse y sentirse mejor.

Esta tesis sirvió de gran aporte a la presente investigación, ya que, pudimos darnos cuenta que, actualmente las personas buscan mejorar sus hábitos alimenticios, ya sea para bajar de peso, sentirse mejor o verse y sentirse bien; y gracias a esto se puede llegar al cliente con la idea de negocio de un servicio de catering con productos saludables. De esa manera podemos tener satisfecho nuestro nicho de mercado y clientes felices.

1.1.1. Nivel Nacional

Cabrera y Pisfil (2018) en su Tesis para optar el Grado de Maestro en Gestión de Negocios de Nutrición, titulado “Plan de negocios de comida rápida saludable en Lima Metropolitana 2016”, tuvo como fin dar a conocer qué tan viable es la implantación de un fast food de comida sana para quienes busquen una opción sana en el distrito de Surco en Lima Metropolitana, 2016. Esta investigación tuvo una muestra de 317 personas, y se concluyó que, el total de los encuestados recomiendan crear el servicio delivery junto con un local / restaurant para vivir un entorno tranquilo y hospitalario. Además, innovar.

Esta investigación contribuyó con la difusión de la necesidad de las personas en cuanto a la implementación de un servicio delivery. Esta necesidad, se hace cada día creciente, por lo que se considera fundamental según la tendencia actual. Nuestro plan de negocios actuará acorde a la necesidad actual, así que contaremos con un servicio delivery, si necesitan algunos de nuestros productos para algún evento social y/o corporativo.

Castro, Mendoza y Ramírez (2017), en su Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de Empresas, titulado “Catering de comidas saludables para fiestas infantiles”, en Lima, tuvo como fin valorizar la ocasión de triunfo del catering infantil de alimentos sanos con el plan de negocio de producción y comercialización hacia el cliente. Esta investigación tuvo una muestra de 384 personas, y se concluyó que, en el estudio de la demanda del rubro de Catering infantil de comidas sanas, se ha podido encontrar una opción de negocio, ya que el servicio es de amplia aceptación dentro del mercado nacional y se une junto con las nuevas preferencias de consumo, tales como: ingerir productos saludables.

Gracias a esta investigación pudimos conocer una nueva opción de consumo de comida saludable a través de los niños. Siguiendo con la tendencia actual de alimentación saludable, esta tesis propuso brindar un servicio de catering infantil y se tuvo una amplia aceptación, ya que, actualmente los padres, en su afán de cuidar a sus hijos, tienen un buen concepto sobre este proyecto y apoyan todo lo que tenga que ver con la salud de ellos. Es por eso que, en nuestro plan de negocio podemos crear una opción de menú infantil exclusivo para los niños, donde puedan encontrar alimentos que se vean atractivos y sin perder el buen sabor.

Gibaja, Samame y Zavala (2017) en su Trabajo Académico de Suficiencia Profesional para optar al Título de Profesional, titulado “Plan de negocio de un bar temático para Gamers Universe Gaming”, en Lima, tuvo como objetivo desarrollar un centro de entretenimiento para la segmentación de videojuegos en Lima en el plazo de un año y medio en el distrito de Lince. Esta investigación tuvo como conclusión la viabilidad del proyecto ya que, el modelo de negocio desarrollado presenta procesos que están dirigidos netamente al cliente, es decir, se busca que todos los recursos que constituyen la empresa estén vinculados con los videojuegos en línea.

Gracias a esta investigación pudimos observar cómo se puede satisfacer de manera especial los gustos y preferencias del cliente. De ahí se da la importancia de la tendencia a la atención personalizada que, actualmente está en tendencia y el mercado se vuelve cada vez más exigente.

Espinal (2017) en su tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero en Industrias Alimentarias, titulado “Eficiencia de la ejecución del plan HACCP y programas pre – requisitos en el área de producción de alimentos de la empresa Trial Catering” en Huancayo, tuvo como objetivo aplicar los Programas Pre – requisitos y el Plan HACCP y dar a conocer su eficiencia. Esta tesis tuvo una muestra de 1 entrevista con el gerente general de la empresa y se determina que según el resultado obtenido se logra un porcentaje de aceptabilidad de 47.19%, considerado como “NO ACEPTABLE”, los resultados obtenidos manifiestan como probables causas: escasez de buenos hábitos de higiene en el manipulador y contaminación cruzada durante la elaboración de los alimentos.

Esta investigación deja clara la importancia de usar planes de control alimentario, como lo es el Plan HACCP, así que, podemos copiar este modelo e

implantarlo en nuestro negocio y obtener la plena confianza de que estamos brindando un servicio basados en productos de calidad.

Flores, Castillo, Bailon y Hormaza (2017) en su Trabajo de Investigación para optar el grado académico de bachiller en Contabilidad, Administración de Empresas y Negocios Internacionales, titulado “Proyecto de Negocio sobre comida saludable, Good Food”, en Lima, tuvo como objetivo organizacional desarrollar el mercado de comida saludable como aporte a la sociedad e informar sobre los beneficios de comer saludable. Esta investigación concluyó que, hay una tendencia por consumir comida más saludable diariamente y se ha demostrado la necesidad del público objetivo que solicitan comida saludable por delivery y están dispuestos a pagar un precio “Premium” por comida que brinde beneficios a su salud.

Gracias a esta investigación se pudo conocer el interés actual de los que anhelan cambiar su modo de vivir con respecto a su alimentación y nos damos cuenta que el mercado de comida saludable crece cada día más, por tanto, podemos aprovechar el crecimiento de nuestro público objetivo y aplicar técnicas de venta que permitan el aumento de demanda de nuestro negocio.

Condori (2016), en su tesis para obtener el grado académico de Ingeniero de Alimentos., titulado “Plan de Negocio: BETZ - Eventos & Catering”, Ilo, tuvo como objetivo saber qué opinan los clientes, su perfil, gustos, tendencias y deseos para establecer las características del servicio de buffet relacionado con la demanda y sin dejar de lado a los competidores. Este estudio tuvo una muestra de 398 personas y se determinó que en la ciudad de Ilo, el rubro de catering ha conseguido un auge alto, y cambios en la presentación de algunos alimentos que se puedan compartir de forma que se puedan incrementar los productos que sean hechos con creatividad; y un 86% estuvieron dispuestas a contratar los servicios de catering, así que se toman como clientes potenciales, además se concluyó que debido a que los consumidores buscan calidad en el servicio principalmente que sea una empresa seria a la hora de brindar los complementos, y una buena elección para llamar la atención del cliente es por medio de paquetes promocionales, ya que, evitan que se movilicen y hace más fácil su elección.

Este proyecto contribuyó a la investigación porque, además de que pudimos conocer la opinión de una ciudad de nuestro país con respecto a los servicios de

catering, el autor nos reveló una opción para poder llamar la atención del cliente, que también, podremos usar cuando ejecutemos nuestro proyecto y tener alta demanda.

Valverde (2016) en su tesis para optar el grado académico de Maestro en Ingeniería Industrial, titulado “Análisis de pre-factibilidad para instalar un negocio de catering en la provincia de Trujillo”, Trujillo, tuvo como objetivo establecer qué tan viable es según la economía, el financiamiento y aspectos técnicos en la etapa de pre factibilidad de instalar un negocio de catering en Trujillo. Esta investigación tuvo una muestra de 201 familias y se determinó que el desarrollo de producción para elaborar, vender los packs que brindará el negocio de catering va a contar con procesos estandarizados que aseguren un buen servicio.

Esta tesis contribuyó con la presente investigación ya que, se dejó clara la importancia de contar con productos y servicios que cumplan con los estándares de calidad, eso hará que nuestra empresa o negocio tenga la confiabilidad necesaria hacia nuestro público objetivo y poder alcanzar nuestros objetivos.

1.1.1. Local

Capitán y Gines (2018) en su Tesis para optar el Título de Licenciada en Administración y Marketing, titulada “Plan de negocio para la creación de una empresa que produce carne de cuy en la ciudad de Ferreñafe, 2017”, Chiclayo, tuvo como objetivo diseñar un plan de negocio para la creación de una empresa que produce carne de cuy Ferreñafe. Esta investigación tuvo una muestra de 380 personas.

Gracias a esta investigación se pudo tener un análisis contable del plan para que la parte interna de la empresa tenga datos exactos de los costos, flujos proyectados, etc. Esa es la ventaja de tener un plan de manera física, que los datos son concretos y se tiene una idea clara del futuro del negocio.

Mendoza (2017) en su Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración, titulado “Estrategia de diferenciación y calidad de servicio en la empresa de catering Sueños de bodas del distrito de Comas – Lima 2016”, tuvo como objetivo definir la mejor estrategia de diferenciación y calidad de servicio en la empresa de Catering Sueños de Bodas del distrito de Comas – Lima 2016”. Esta investigación tuvo una muestra de 80 individuos y se determinó que dentro de las estrategias de diferenciación de canal para la empresa de catering Sueños de Bodas, el cliente percibe que hace falta automatizar la atención al cliente, personalizar el servicio y aumentar la cartera de servicios, un 49.7% consideran que la publicidad de la competencia es mejor

que de la empresa, y un 34.9% no perciben diferenciación del canal respecto a las competencias.

Gracias a esta tesis se pudo conocer la importancia de la atención personalizada, que pertenece a la tendencia actual del mercado. Así que debemos adaptarnos a dicho mercado y ofrecer un servicio de calidad.

Cadena y Muñoz (2017) en su Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, titulado “Plan de Negocio para la Exportación de Salsa de Mango al mercado de Estados Unidos de la empresa Sami Export S.A.C, Lambayeque 2017” tuvo como objetivo informar cómo un plan de negocios puede permitir que se exporte salsa de mango a Estados Unidos. Esta investigación tuvo una muestra de 10 potenciales compradores de Estados Unidos y se determinó que la propuesta del Plan de negocios muestra que el país destinatario para la salsa de mango es Estados Unidos, además es comercialmente viable, usando un plan estratégico para lograr que se diferencie el producto, así como un plan mercadológico en el cual se evaluará el producto, distribución, plaza y así saber cuál es el precio en el sector.

Esta tesis contribuyó con la identificación del mercado potencial para un producto gracias a la investigación que se realizó y que dio como resultado Estados Unidos para que se exporte la salsa de mango. De ahí la importancia de realizar un estudio que nos permita conocer a qué mercado nos dirigiremos con mayor seguridad de que va a tener viabilidad.

Heredia (2016) en su Tesis para optar el título de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, titulado “Proyecto de Inversión a nivel de Prefactibilidad para una entidad de Artículos Decorativos Personalizados y Catering Temático para eventos infantiles – Chiclayo 2016”, tuvo como objetivo determinar la rentabilidad del negocio. Esta tesis tuvo una muestra de 5 instituciones educativas y se concluyó que la organización interna de la empresa va a contar con un personal conformado por tres miembros: gerente, contador y asistente de decoración; además, cada miembro va a cumplir con una serie de actividades y van a desenvolverse en cuanto a los procedimientos de trabajo organizados para cada una de las áreas del negocio, para asegurar el buen servicio y los productos a ofrecer.

Gracias a esta investigación pudimos conocer la importancia de tener un organigrama especificando las áreas, y puestos de trabajo en el que se involucrará cada colaborador, así como sus funciones específicas y tareas a desarrollar.

Yaipen (2016) en su Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, titulado “Propuesta de un plan de negocio para la creación de una panadería que se especializa en productos nutricionales en la ciudad de Chiclayo – 2016”, tuvo como objetivo diseñar un Plan de Negocio para la creación de una panadería que se especializa en productos nutricionales }

. Esta investigación tuvo una muestra de 383 personas y se demostró que las personas que consumen pan aceptarían nuestros productos hechos a base de granos nutritivos y se dio a conocer que la competencia que está mejor posicionada en este sector es en el centro de Chiclayo.

De esta tesis podemos destacar la importancia de la ubicación geográfica de nuestra empresa, de ser una calle transitada podremos obtener mayores resultados de rentabilidad.

Núñez y Yajahuanca (2016) en su Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, titulado “Plan de Negocios para la exportación de galletas de quinua al mercado de EE.UU de la empresa T&C Procesadora de Alimentos S.C.R.L., Chiclayo 2016”, tuvo como objetivo determinar cómo el plan de negocios hace más fácil que se exporte las galletas de quinua a EE.UU. Esta investigación tuvo unan muestra de 11 personas y se determinó que un plan de negocios hace más fácil que se exporten las galletas de quinua a EE.UU, ya que, es un instrumento que dirige al negocio a la ejecución de la meta propuesta, además permite planear ordenadamente todas las funciones que requieren, iniciando en un análisis mercadológico, plan de marketing, y un análisis económico, el cual va a permitir que se exporte a EE.UU.

Gracias a esta tesis pudimos tener clara la importancia de elaborar un plan de negocio al iniciar un negocio. Teniendo documentos donde se tenga escrito nuestro proyecto tendremos más posibilidades de viabilidad, además de generar confiabilidad intenta y externa.

Quispe (2015), en su Tesis para optar el título de Licenciado en Administración Hotelera y de Servicios Turísticos, titulado “La calidad del servicio de catering, en el sector social, de la ciudad de Chiclayo, 2014” en Chiclayo, tuvo como objetivo conocer la calidad de servicio del catering en el rubro social de Chiclayo. Esta investigación tuvo una muestra de 384 personas y se determinó que, la calidad de servicio de todos los negocios de catering aquí mencionadas, es regular, gracias al desconocimiento con respecto al mercado que se van a dirigir, asimismo, los negocios de catering no realizan capacitaciones a sus empleados, ya que son contratados por temporadas o por un tiempo determinado, y es por eso que hacen sus actividades según lo que crean conveniente.

Gracias a esta tesis pudimos darnos cuenta de cuán importante con las capacitaciones a los empleados de la empresa. Es de suma importancia que los colaboradores estén constantemente preparados para satisfacer cualquier deseo de nuestros clientes.

1.1. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA

1.1.1. Plan de Negocio

Según Weinberger (2009), es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Sirve para guiar un negocio, ya que muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. El plan de negocio tiene dos funciones: una administrativa o interna, y otra financiera o externa.

Función administrativa o interna:

Según Weinberger (2009), el plan de negocios a nivel interno sirve como guía para las operaciones empresariales y como un punto de referencia para la evaluación del desempeño. Algunas funciones son:

Conocer detalladamente el entorno en donde se desarrollarán las actividades empresariales.

Precisar oportunidades y amenazas del entorno, así como fortalezas y debilidades de la empresa.

Prestar atención a los cambios que puedan ser una amenaza para la empresa y poder anticiparse a cualquier contingencia que reduciría la posibilidad de que la empresa tenga éxito.

Difundir cómo se organizan los recursos de la empresa en función a la visión y objetivos del empresario.

Atraer a las personas que se necesiten para el equipo empresarial y ejecutivo.

Elaborar un plan estratégico para la empresa, junto con planes de acción a corto y mediano plazo para cada área funcional. Con esto, se busca delegar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.

Tomar decisiones con información confiable y veraz, y no sólo basándonos en la intuición, lo que disminuye el riesgo del negocio.

Tener un presupuesto maestro y por cada área funcional, lo que permite evaluar el desarrollo empresarial económicamente.

Mostrar la capacidad empresarial del empresario.

Mostrar los probables resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar escenarios, técnicas y estrategias.

Función financiera o externa

Según Weinberger (2009), esta función está orientada a:

Buscar y dar consecución a los recursos del proyecto, en especial los financieros.

Informar a probables inversionistas, ya sean entidades de crédito u otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de inversión.

Vender la idea a socios potenciales, ya sean accionistas, proveedores, clientes, sociedad en general.

Comunicar a los stakeholders (grupos de interés), que la empresa dispone de un producto o servicio excelente con muchos clientes que están dispuestos a adquirirlos; y que cuenta con un equipo empresarial excelente, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.

Tipos de planes de negocios

Según Weinberger (2009), hay muchos planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada inversionista o cada tipo de empresa. A continuación, se muestran sólo los más comunes y representativos en nuestro medio:

Plan de negocios para empresa en marcha

Según Weinberger (2009), el plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de forma independiente y distribuir los costos fijos de la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

Además, es muy común encontrar que a las nuevas unidades de negocios no se les atribuya costos de administración, ya que consideran que dichos costos ya están cubiertos por la empresa que ya está en marcha.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa, además podrá demostrar la capacidad empresarial, algo que una nueva empresa no podría hacer.

Plan de negocios para nuevas empresas.

Según Weinberger (2009), en el caso de las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se vuelve una herramienta de diseño, y se origina de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En esta se debe dar detalle tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos que serán alcanzados, las estrategias que serán aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, se transformará en el futuro en insumo para retroalimentar el negocio, lo cual ayudará a estimar, corregir y /o instituir las posibles variaciones que se van a realizar en el transcurso del desarrollo empresarial.

Plan de negocios para inversionistas

Según Weinberger (2009), el plan de negocios debe estar redactado de una manera que llame la atención del inversionista. Para eso, es importante que el escrito contenga la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha; y los datos sobresalientes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el periodo de retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea planteada.

Plan de negocios para administradores

Según Weinberger (2009), este plan debe contener mayor nivel de detalles, ya que son necesarios para guiar las operaciones de la empresa. Dentro de esos detalles están los objetivos, las estrategias, políticas, procesos, programas y presupuestos de las áreas funcionales de la empresa. Mientras que el plan de negocios para los inversionistas es menos de 30 páginas, el plan de negocios operativo normalmente contiene entre 50 a 100 páginas, dependiendo qué tan complejo sea el negocio.

Tabla 1. Modelos de estructura de planes de negocios

PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRESA EN MARCHA (GERENTE)	PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA NUEVA EMPRESA (INVERSIONISTA O GERENTE)
Resumen ejecutivo	Resumen ejecutivo
Descripción de la empresa:	Formulación de idea de negocio
Historia de la empresa	Análisis de la oportunidad
Análisis de la industria	Presentación del modelo de negocio
Productos y servicios ofrecidos	
Estados financieros	
Equipo gerencial	Análisis del entorno
Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado objetivo.	Análisis de la industria, del mercado y estimación de demanda.
Planeamiento estratégico	Planeamiento estratégico
Análisis FODA	Análisis FODA
Estrategias de crecimiento y expansión	Visión
Alianzas estratégicas	Misión
	Objetivos estratégicos
	Estrategia genérica
	Fuentes de ventajas competitivas
	Alianzas estratégicas
Estrategias de marketing y ventas	Plan de marketing
Análisis de la infraestructura	Plan de operaciones
Rediseño de estructura y cambios en la gestión de la empresa	Diseño de la estructura y plan de recursos humanos
Modelo financiero	Proyección de los estados financieros
Evaluación financiera	Evaluación financiera
Conclusiones y recomendaciones	Conclusiones y recomendaciones

Fuente: Weinberger (2009). Plan de Negocios.

Plan estratégico de la empresa

Según Weinberger (2009), el plan estratégico de una empresa empieza con una relación de las variables que representan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) para ella. Se empieza con una lista de las oportunidades y amenazas que se identificaron en el análisis del entorno, luego se presentan las debilidades y fortalezas de la empresa. Este plan debe contener las siguientes variables:

Visión: lo que la empresa quiere ser en el futuro.

Misión: la razón de ser de la empresa.

Objetivos estratégicos: objetivos que se establecen para toda la organización, de forma permanente y en términos cuantitativos, en la medida de lo posible.

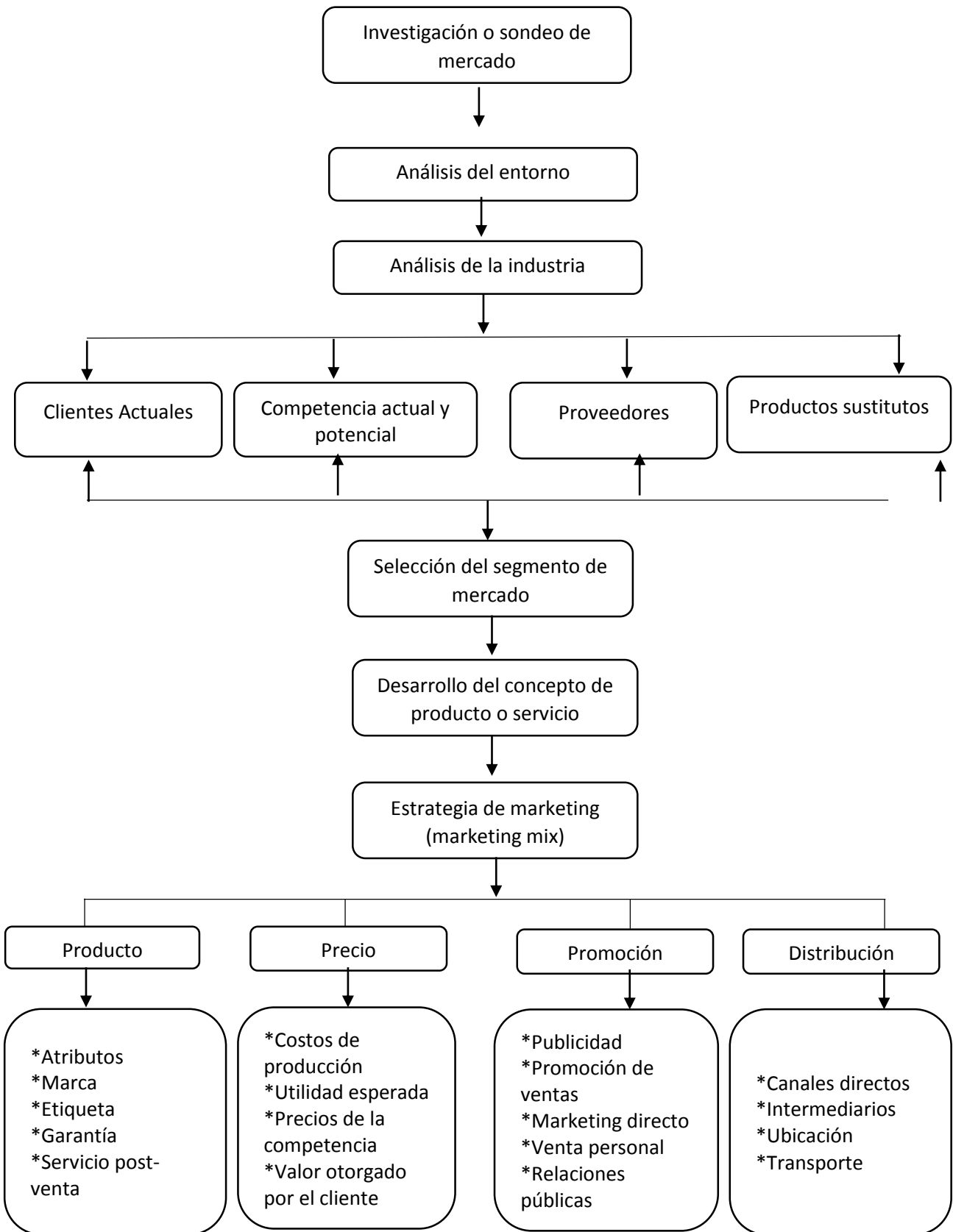
Estrategia del negocio: es la manera en que las organizaciones alcanzan sus objetivos

Fuentes generadoras de ventaja competitiva: es la forma en la que la empresa crea valor para sus clientes.

Plan de marketing

Según Weinberger (2009), el plan de marketing debe empezar con un concepto del segmento de mercado o público objetivo al que se pretende llegar y cuál es el posicionamiento que la empresa quiere lograr, es decir, cómo es que quiere el empresario que la empresa sea vista o recordada.

Figura 1. Proceso de desarrollo del Plan de Marketing



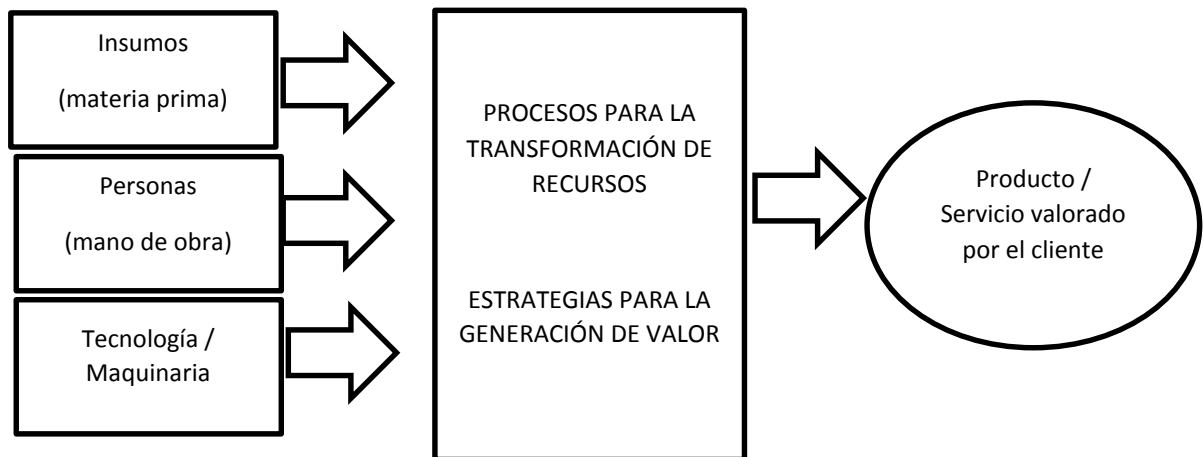
Fuente: Plan de negocios – Karen Weinberger Villarán

Elaboración: Propia.

Plan de operaciones

Según Weinberger (2009), la finalidad del plan de operaciones es establecer los objetivos de producción en función al plan de marketing; los procesos de producción en función a los atributos del producto o servicio; los estándares de producción que van a hacer que la producción sea eficiente; y el presupuesto de inversión para la conversión de insumos en productos o servicios finales.

Figura 2. Plan de operaciones



Fuente: Plan de negocios – Karen Weinberger Villarán

Diseño de estructura y plan de recursos humanos

Según Weinberger (2009), es importante que el empresario elabore un plan de recursos humanos, ya que, las personas con el elemento clave del éxito de la empresa y por esa razón, un recurso humano de calidad puede significar una ventaja en la empresa. Este plan de recursos humanos debe contener:

Las funciones principales que se requieren en el negocio.

Las aptitudes y conocimientos que requiera cada función.

Los cargos que van a ser fijos en la empresa.

Las tareas, que pueden ser realizadas por personas o compañías ajenas a la empresa.

Los puestos claves y del personal propio que realizará las tareas que le permitan a la empresa la diferenciación frente a las demás.

El organigrama, ya que representa la estructura global de la empresa.

Las políticas y estrategias que van a ayudar a administrar el recurso humano.

La planilla de la empresa, o sea el monto destinado a las remuneraciones.

Plan financiero

Según Weinberger (2009), este plan sirve para saber si el proyecto resultará económica y financieramente viable, es decir, que el inversionista reciba una retribución económica a cambio del dinero que ha invertido.

El plan financiero es de suma importancia porque permite:

Determinar los recursos económicos que son necesarios para realizar el plan de negocios.

Determinar los costos totales del negocio, o sea, los costos de producción, ventas y administrativos.

Determinar el monto de inversión inicial que es necesario para dar comienzo al negocio.

Determinar las necesidades de financiamiento.

Determinar las fuentes de financiamiento, además de las ventajas y desventajas de cada alternativa.

Proyectar los estados financieros, los cuales van a servir para guiar las actividades de la empresa cuando se ponga en marcha.

Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocios.

Este plan debe tener en cuenta:

Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.

Plan de ventas de la nueva unidad de negocio.

Análisis de costos.

Punto de equilibrio de la nueva unidad de negocio.

Adquisición de materiales e insumos para la producción.

Inversión inicial.

Capital de trabajo.

Fuentes de financiamiento.

Proyección de flujo de caja.

Análisis de rentabilidad.

Estado de Ganancias y pérdidas proyectado de la empresa.

Balance general proyectado de la empresa en su conjunto.

Análisis de sensibilidad y riesgo de la unidad de negocio.

1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es rentable la creación de una empresa de catering en el distrito de Pimentel?

1.3. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

Este estudio se justifica en la creciente búsqueda relacionada con la contratación de una empresa de catering en el mercado, dado que es un mercado que muestra un gran crecimiento satisfaciendo la demanda en sectores como ferias, festivales, hoteles y particulares. Con ello se establece que existen nuevas oportunidades de poder crear una empresa que brinde dichos servicios.

Es así que este plan de negocio, tras haber realizado un estudio de mercado permitirá obtener un diagnóstico en cuanto a la situación actual en el rubro del catering, determinando aquellos factores que darán un alcance para establecer estrategias que demuestren la viabilidad del proyecto.

Teórica

En cuanto a la justificación teórica de esta investigación, se hace referencia a Weinberger (2009) para la variable de Plan de Negocio, del cual se destacan las (5) dimensiones de este estudio atiendo a los elementos correspondientes de la variable de estudio. Weinberger (2009) menciona que estos elementos son: Análisis de mercado, plan estratégico, mercadológico, de operaciones y financiero.

Metodológica

La presente tesis es de tipo descriptivo dado que se tomó en cuenta la recolección de datos que describen la sinopsis actual. Para lo cual se ha desarrollado un cuestionario de encuesta, de donde se ha obtenido la información correspondiente en cuanto a la variable de estudio. Los resultados obtenidos derivan del uso de programas como el SPSS versión 22 para su representación estadística en tablas en figuras y para reforzar y detallar el aspecto financiero se hizo uso del programa Microsoft Excel.

Social

El plan de negocio de esta investigación busca fundamentalmente marcar una diferencia en el mercado en el rubro de Catering, brindando un servicio centrado en obtener beneficios a partir de la oferta de productos alimenticios saludables en la realización de actividades como ferias, festivales, hoteles y particulares en el distrito de Pimentel.

1.3. HIPOTESIS

El diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de catering con productos saludables en el distrito de Pimentel 2018, es económica, rentable y técnicamente viable.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de Catering en base a productos saludables en el distrito de Pimentel.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la empresa.

Realizar un estudio del campo para conocer nuestro análisis FODA.

Realizar una evaluación económica y financiera del negocio.

II- MATERIAL Y METODO

2.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION

Esta tesis tiene un enfoque descriptivo – propositivo.

2.1.1. Tipo de Investigación:

Descriptivo, ya que en el presente estudio se tomó en cuenta la recopilación de datos que describen la sinopsis actual.

Propositivo, ya que se realizó la propuesta de un plan de negocios para la creación de una empresa de catering con productos saludables.

2.2.2. Diseño de Investigación:

No experimental, ya que en esta investigación no hemos manipulado la variable.

2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA:

2.2.1. Población: En la presente investigación la población total fue de 20,140 personas, que conforman los habitantes que tienen entre 20 y 50 años de edad del distrito de Pimentel, según IMEI.

2.2.2. Muestra: La muestra es no probabilística con tipo de investigación descriptivo con diseño no experimental, donde:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

N: Tamaño de la Población (20,140)

Z: Nivel de confianza deseado (1,96)

p: proporción de la población con la característica deseada (éxito) (0,05)

q: proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (0,05)

e: margen de error (0,5)

n: tamaño de la muestra X

Después de aplicar la fórmula con los datos correspondientes, obtenemos una muestra de 377 personas, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.

2.3. VARIABLES, OPERACIONALIZACION

Variable independiente:

Plan de negocios

Según Weinberger, K. (2009), es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Sirve para guiar un negocio, ya que muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. El plan de negocio tiene dos funciones: una administrativa o interna, y otra financiera o externa.

2.3. OPERACIONALIZACIÓN

Tabla 2. Cuadro de Operacionalización.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
PLAN DE NEGOCIOS	Es un documento, que es el resultado de un proceso de planeación. Sirve para guiar un negocio, ya que muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos	Análisis de mercado	Competencia Mercados externos	Encuesta	Cuestionario
		Planeamiento Estratégico	FODA Táctica del negocio Fuentes generadoras de ventajas competitivas	Encuesta	Cuestionario
		Plan de marketing	Producto Precio Promoción Distribución Clientes	Encuesta	Cuestionario
		Plan de operaciones	Insumos Personas Tecnología	Encuesta	Cuestionario
		Plan financiero	Análisis de costos Proyección de flujo de caja	Análisis documental	

Fuente: Elaboración propia

2.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.

2.4.1. TECNICA DE RECOLECCION DE DATOS

LA ENCUESTA:

Correa y Alvarado (2014), nos dicen que es una técnica de recopilación de datos, donde se logra conocer la información como la necesitamos, preparada y con objetivo estadístico. Permite ver y digitar características en las unidades de análisis de una población o muestra, delimitada en el espacio y tiempo.

Ante lo expuesto, en el presente proyecto se utilizó como técnica la encuesta, con el ánimo de conocer el perfil y hábitos de compra de las personas que adquieren un servicio de catering en el distrito de Pimentel.

2.4.2. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

EL CUESTIONARIO:

Correa y Alvarado (2014), nos dicen que es una herramienta que se constituye por una serie de preguntas sistemáticamente elaboradas, que se formulan al encuestado o entrevistado, con el propósito de obtener los datos de las variables consideradas en la investigación.

Para la presente investigación se recolectó información a través de un cuestionario diseñado previamente, el cual consta de 18 preguntas del tipo de escogencia múltiple. En el cual se proporcionó al encuestado una lista de alternativas para que señale una alternativa de acuerdo con su criterio.

Así pudimos conocer las opiniones y pensamientos de los encuestados con referencia a la creación de una empresa de catering con productos saludables en el distrito de Pimentel.

2.5. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Para el presente proyecto, se utilizó el método de la estadística descriptiva. De esa manera se pudo obtener resultados en términos de porcentajes y frecuencias, que están representados en gráficos y tablas que contienen los resultados de la investigación.

El proceso de los datos obtenidos en las encuestas se llevó a cabo a través del programa estadístico versión 22 y el Microsoft Excel.

2.6. ASPECTOS ETICOS

Siguiendo las teorías de Münch (2014), los criterios que se utilizaron para garantizar la calidad y la ética de la investigación fueron los siguientes:

Credibilidad: se obtiene al declarar lo que se halló como reales por los expertos que intervinieron en la investigación y por quienes han percibido el fenómeno estudiado. Este aspecto se logra porque el investigador en varias veces va a regresar al lugar del estudio para garantizar lo que se halló y ver algunos datos en particular.

Auditabilidad o confirmabilidad: se refiere al equilibrio del estudio de la información, que se obtiene cuando los demás investigadores pueden continuar “el camino” al investigador nato y hallar datos parecidos. Se usará un cuestionario para la recopilación de datos, las que van a ser digitadas en el programa de Microsoft Word, posteriormente, va a describirse preguntas a los que informaron, los contextos físicos, interpersonales y sociales.

Transferibilidad o aplicabilidad: se refiera a la oportunidad de traspasar o ampliar los resultados a otros grupos. Se trata de analizar cuánto se ajustan las respuestas con otro grupo, donde se detalló el sitio y las características de las personas del fenómeno analizado. Por eso, este estudio se realizó con altura científica, confirmando la claridad de este trabajo.

III. RESULTADOS

3.1. TABLAS Y FIGURAS

Tabla 3.

Valoración de la población por sexo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	179	47.5
Femenino	198	52.5
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

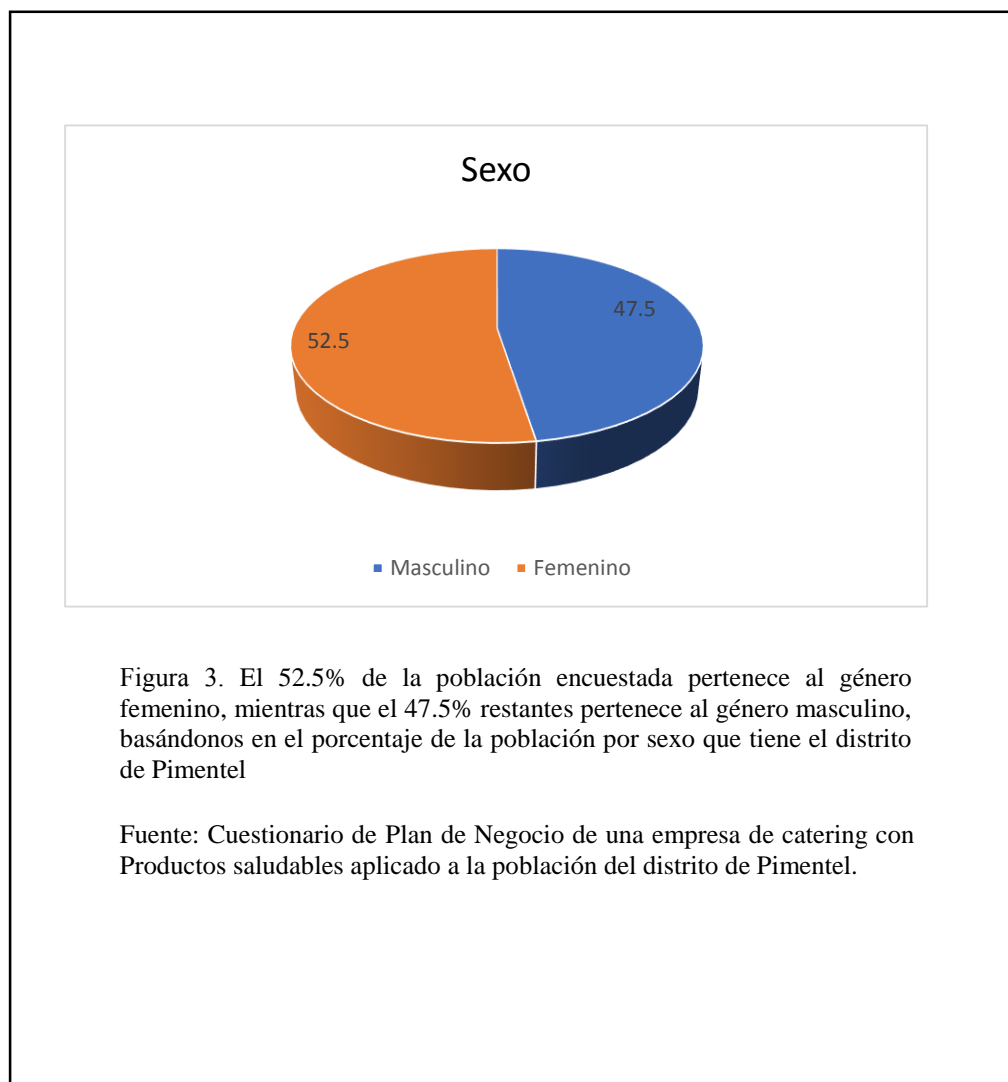


Tabla 4.

Valoración de la población por grado de instrucción.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	22	5.8
Técnico	119	31.6
Superior	236	62.6
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

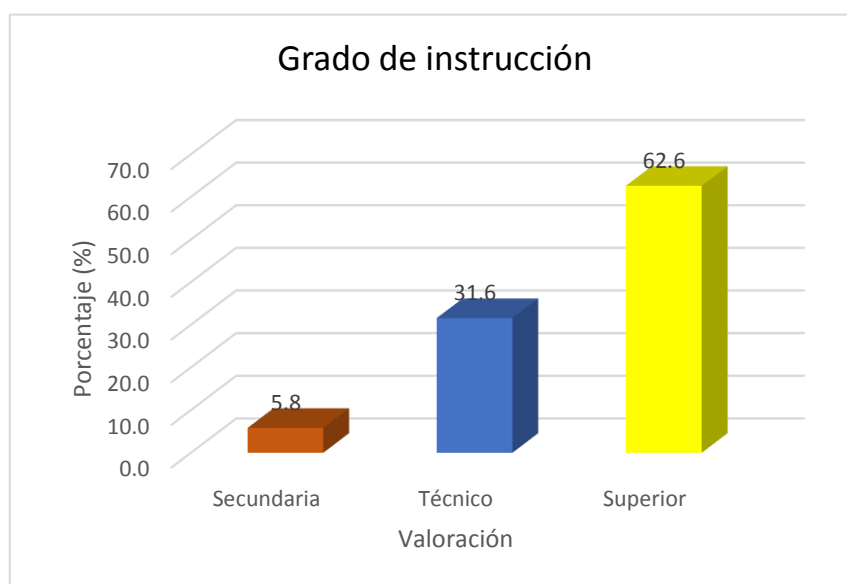


Figura 4. El 94.2% de la población encuestada tiene un grado de instrucción técnico y superior, mientras que los que tienen educación secundaria tienen una participación del 5.8%.

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

Tabla 5.

Valoración de la población por edad.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
20 - 25 años	125	33.2
26 - 31 años	138	36.6
32 - 37 años	65	17.2
38 - 43 años	28	7.4
44 a más años	21	5.6
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel

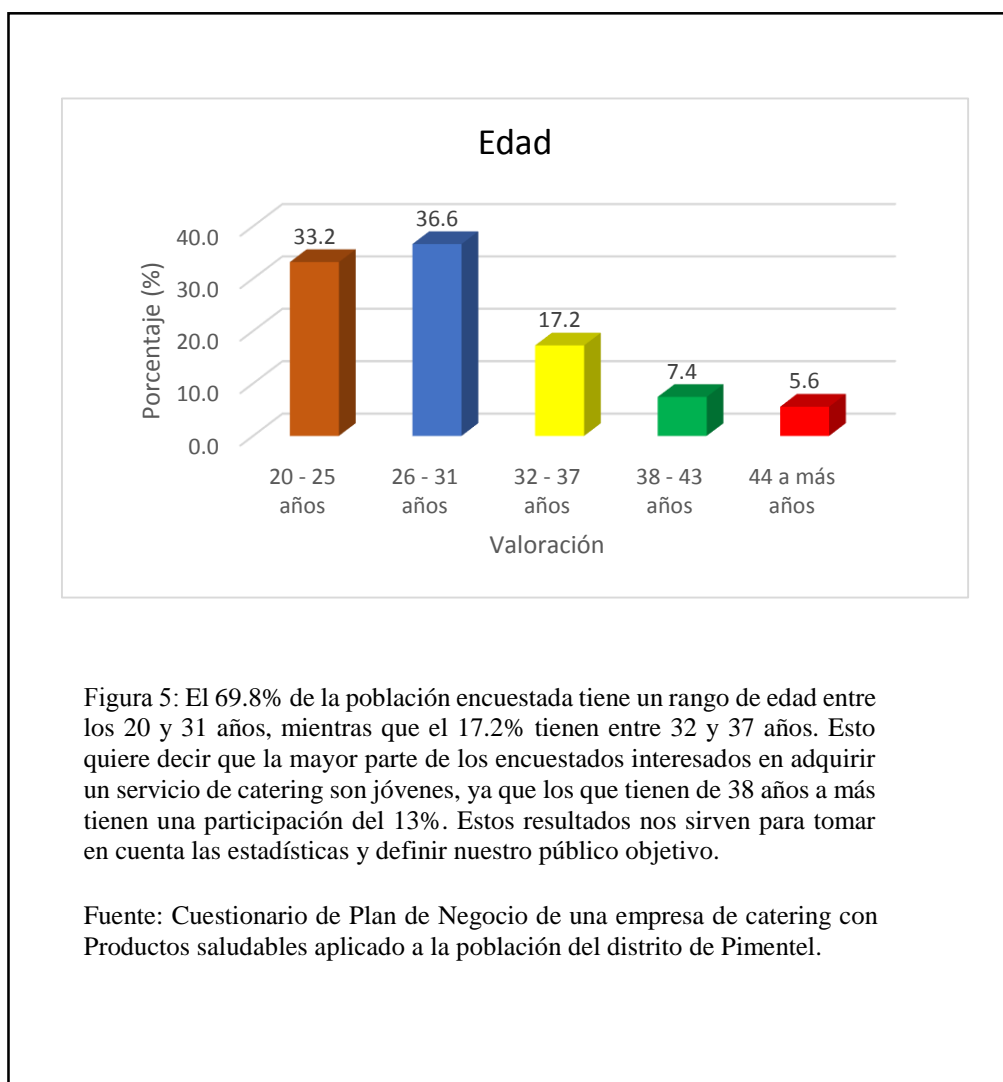


Tabla 6.

Valoración de la población sobre el sector de Pimentel donde vive.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Pro - Vivienda	104	27.6
Centro	156	41.4
Alto Perú	117	31.0
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

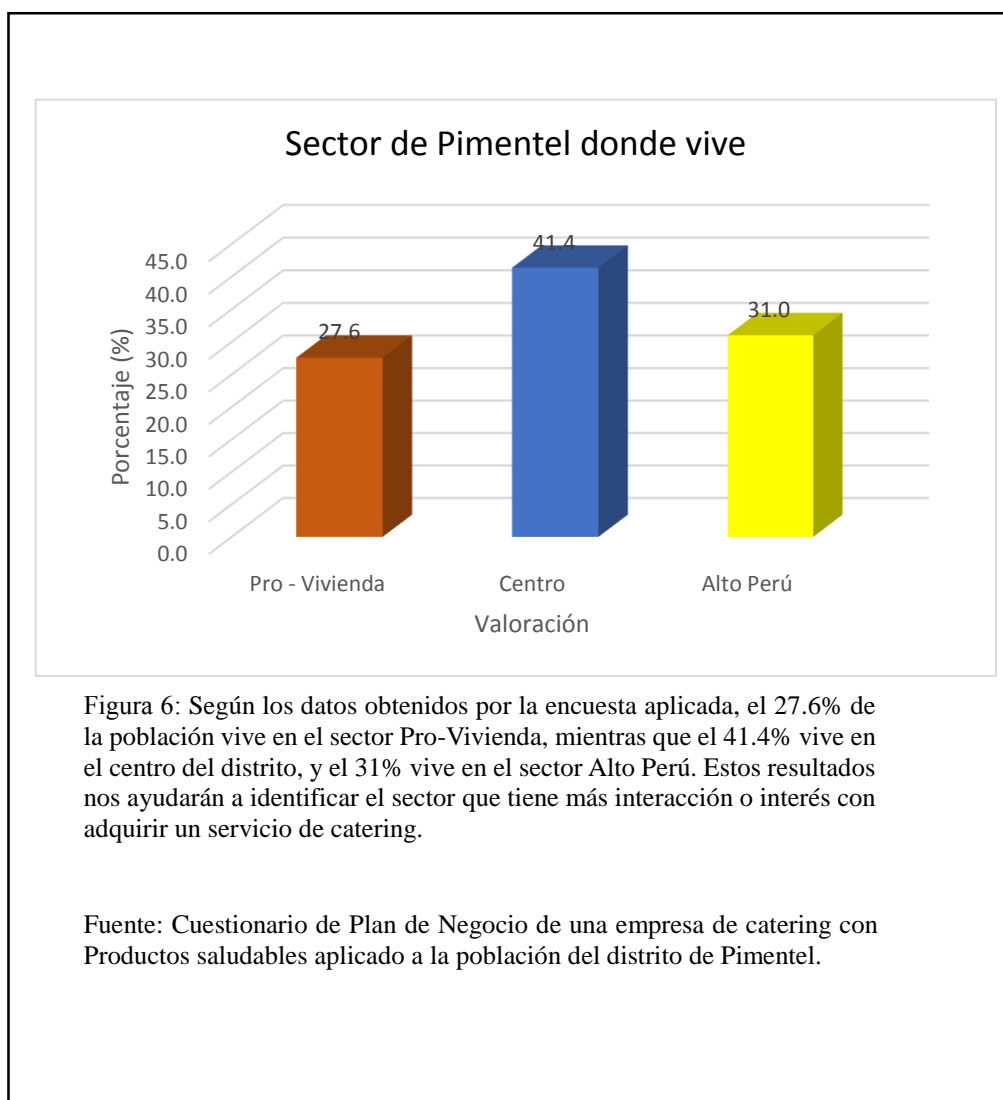


Tabla 7.

Valoración de la población sobre si conoce un servicio de catering en Pimentel.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	153	40.6
No	224	59.4
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

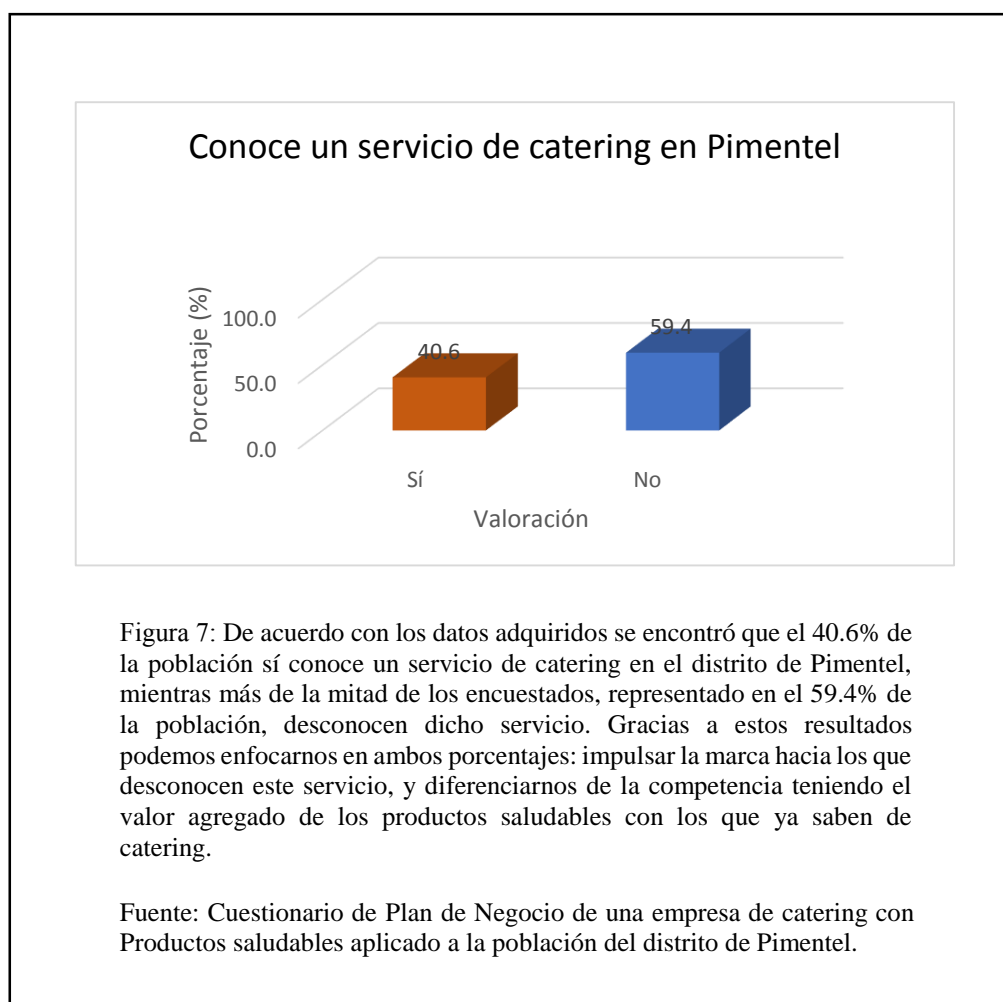


Tabla 8.

Valoración sobre el tipo de evento que frecuentemente organiza

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Reuniones Sociales	124	32.9
Cumpleaños	173	45.9
Reuniones de trabajo	73	19.4
Otro	7	1.9
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

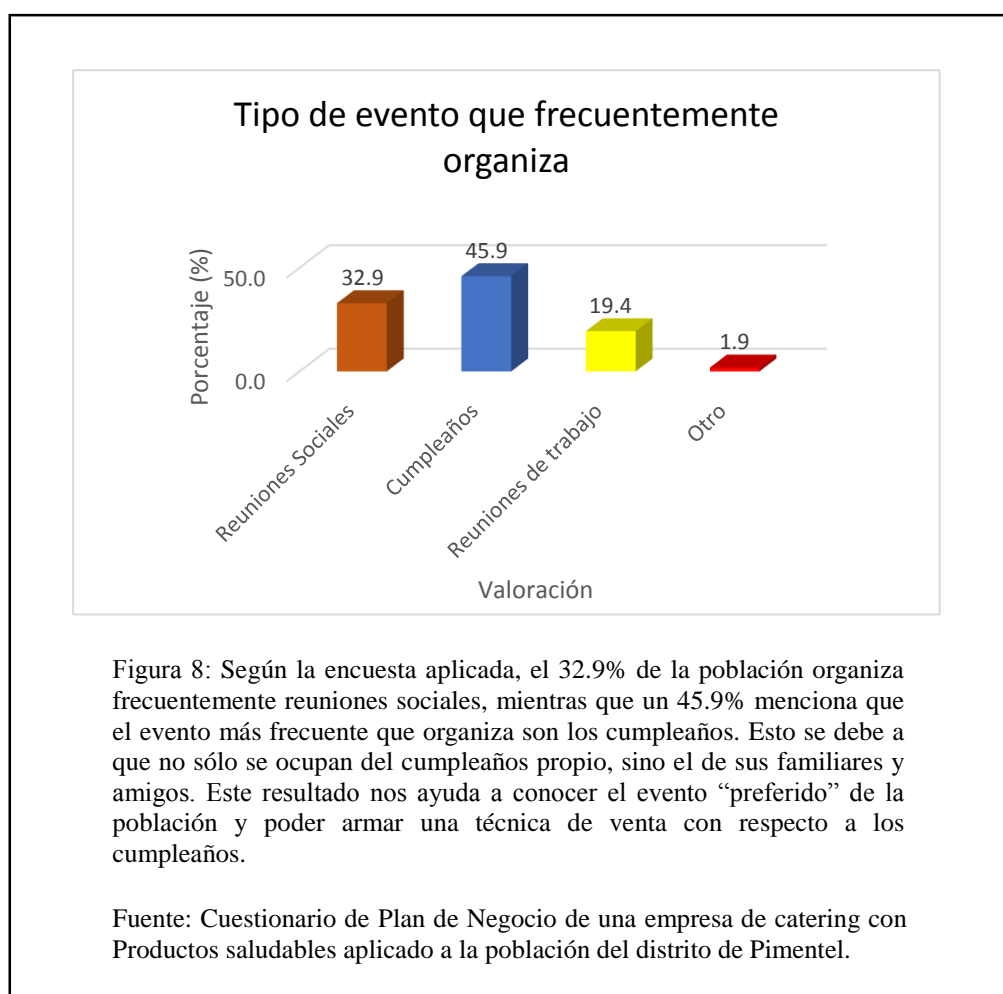


Tabla 9.

Valoración de la población sobre la frecuencia con la que realiza este evento.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Anual	138	36.6
Semanal	33	8.8
Mensual	161	42.7
Otro	45	11.9
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

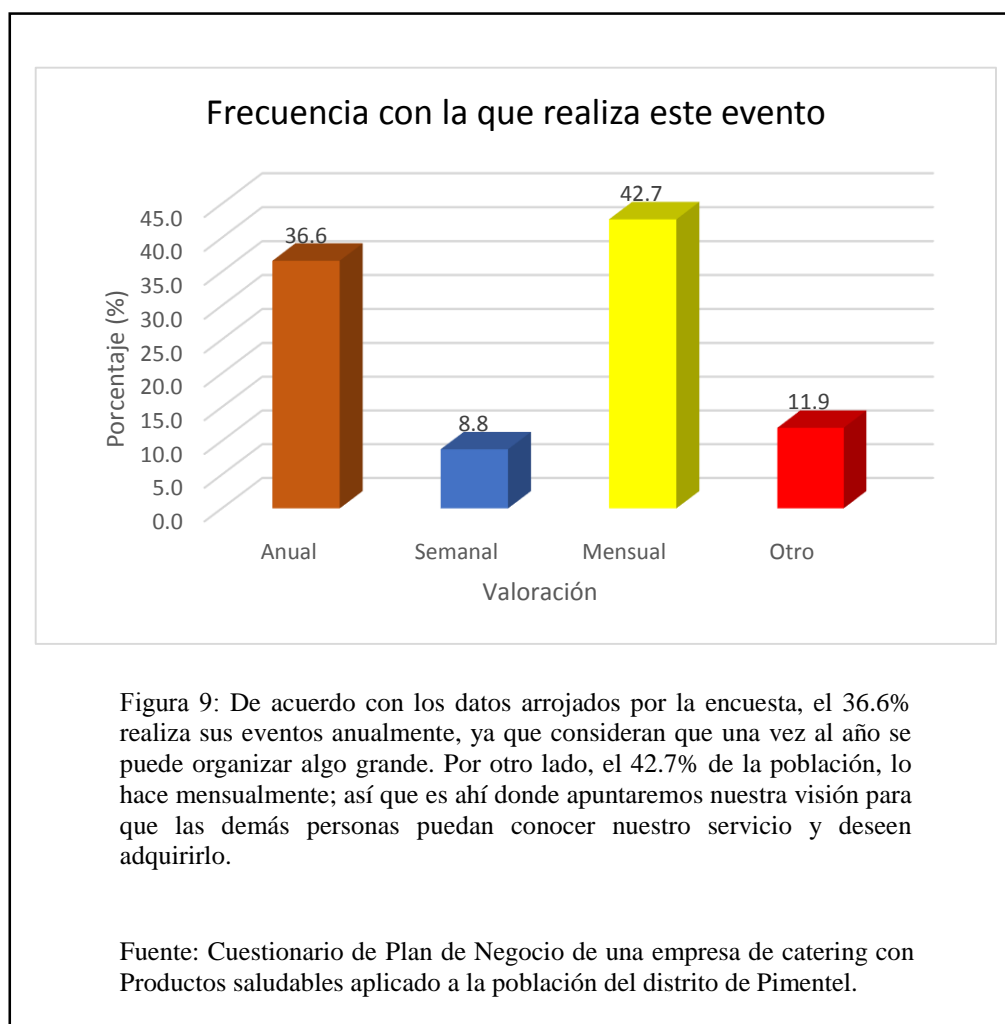


Tabla 10.

Valoración de la población sobre el encargado de la organización de sus eventos.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Padres	54	14.3
Amigos	156	41.4
Familia	115	30.5
Alguien con experiencia	52	13.8
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

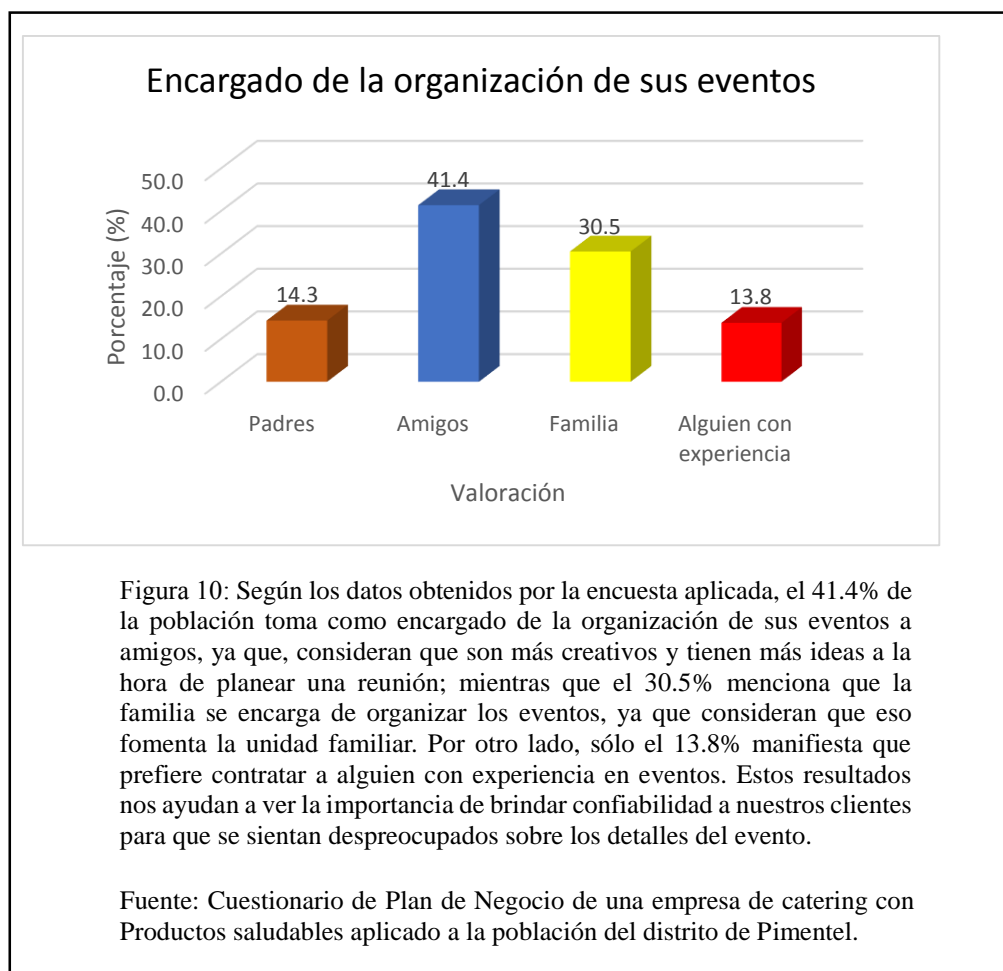


Tabla 11.

Valoración de la población sobre la contratación de una empresa de catering para algún evento.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	204	54.1
No	173	45.9
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

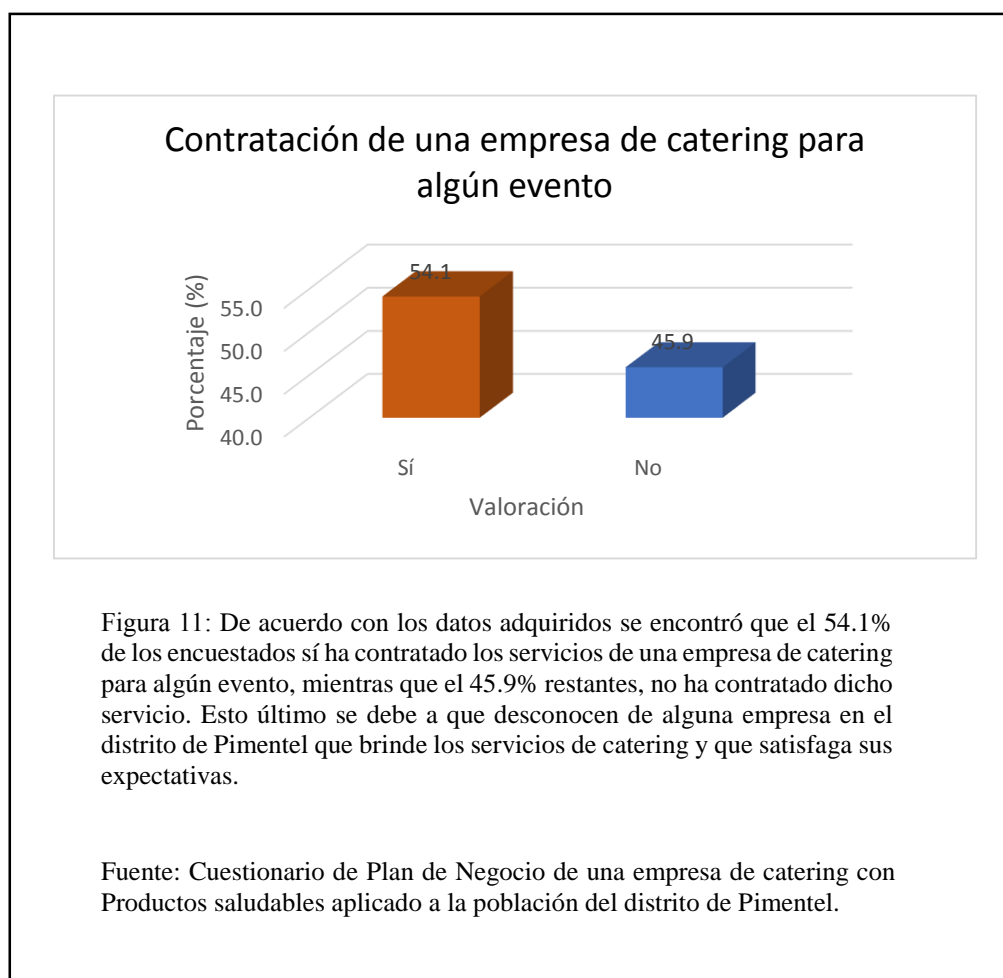


Tabla 12.

Valoración sobre su experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactoria	31	8.2
Satisfactoria	134	35.5
Insatisfactoria	47	12.5
Respuesta negativa	165	43.8
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

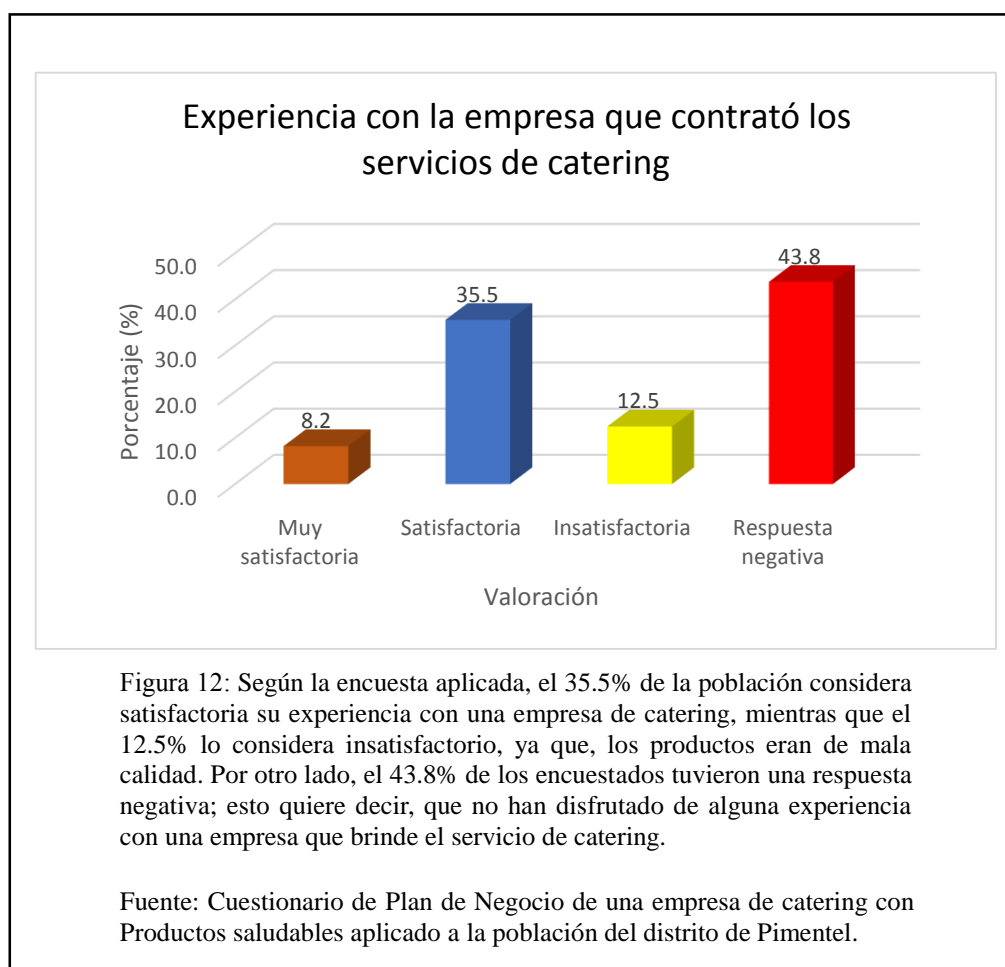


Tabla 13.

Valoración de la población sobre el deseo de existencia de una empresa de catering en Pimentel.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	369	97.9
No	8	2.1
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

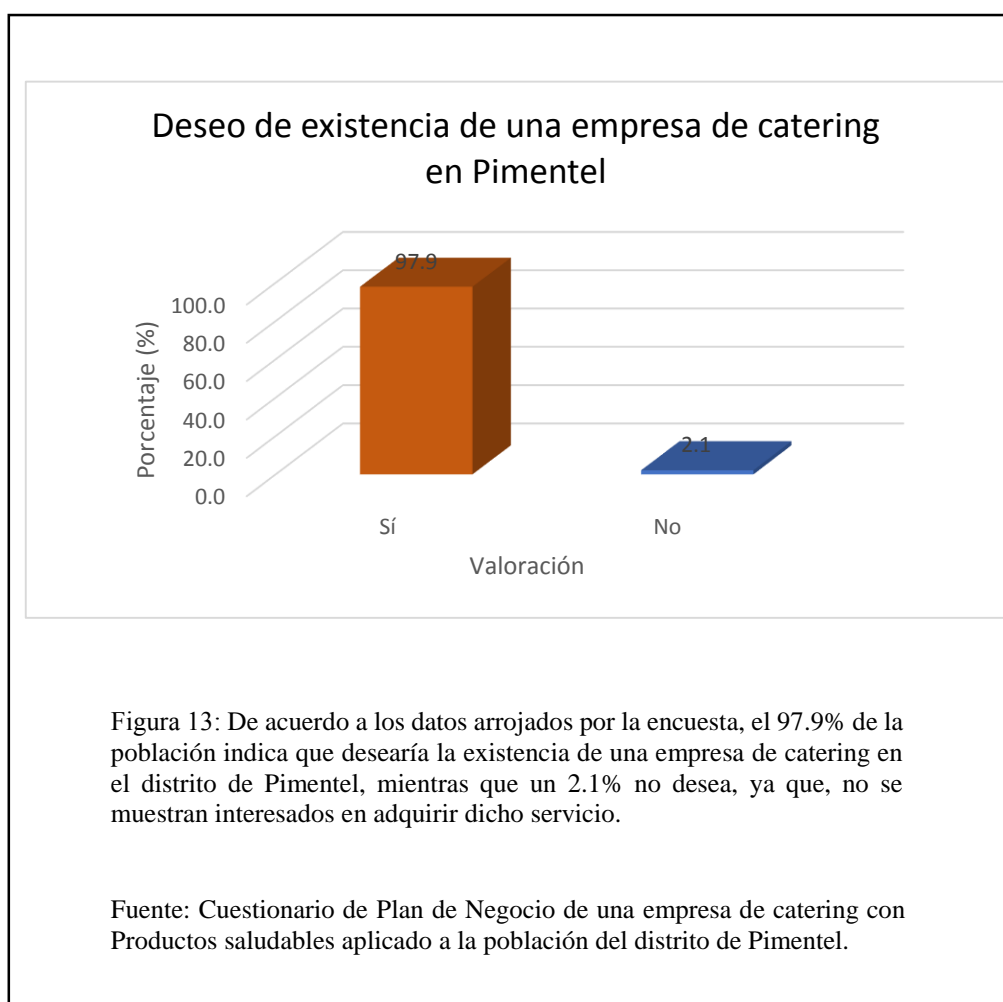


Tabla 14.

Valoración de la población sobre la cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
30 - 40 soles	105	27.9
40 - 50 soles	180	47.7
50 - 60 soles	72	19.1
80 - 100 soles	20	5.3
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

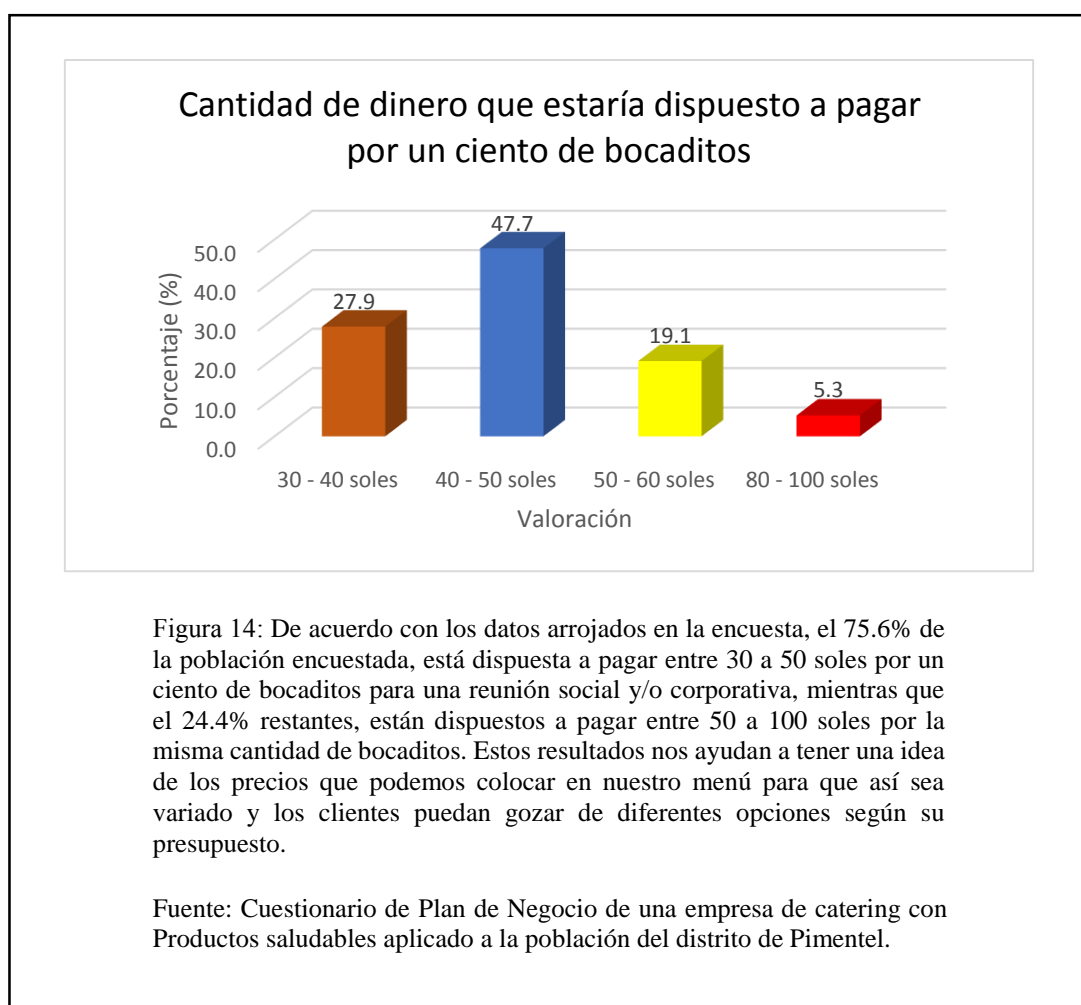


Tabla 15.

Valoración de la población sobre la característica que considera más importante en el servicio de catering.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Formalidad	61	16.2
Calidad	171	45.4
Innovación	82	21.8
Buen sabor	63	16.7
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

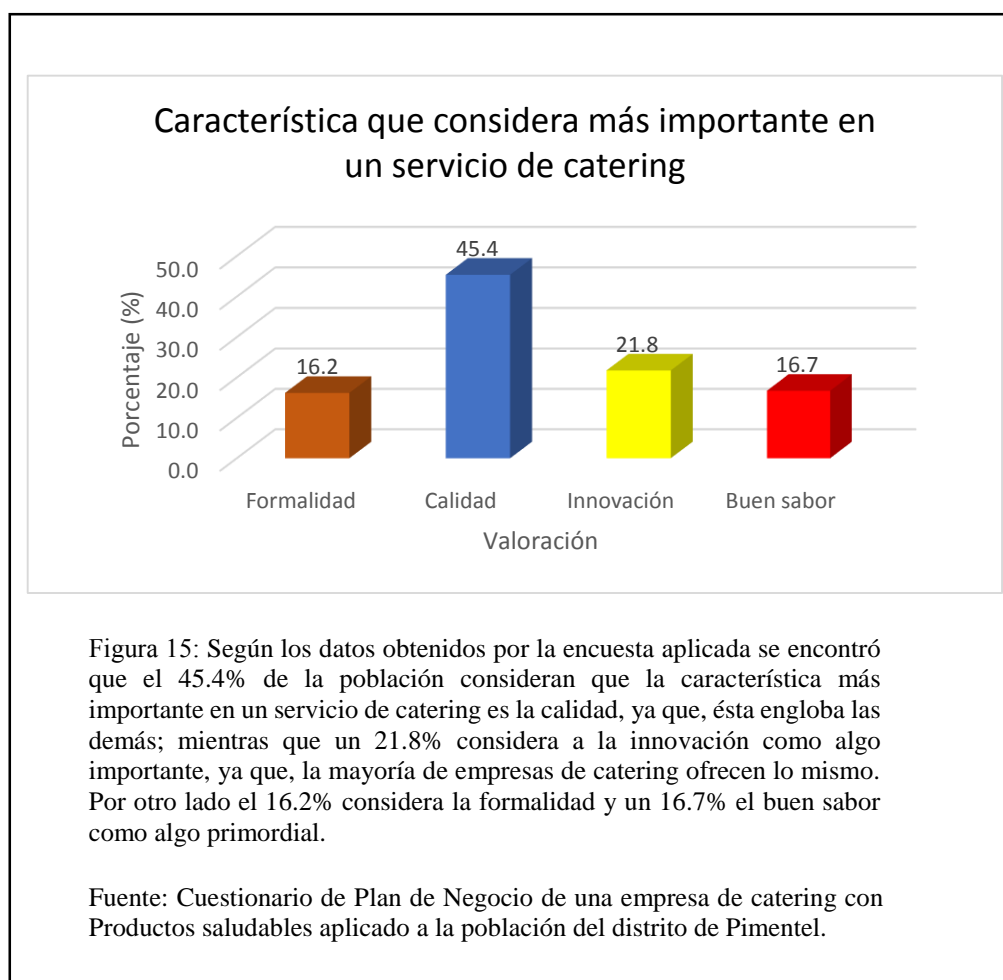


Tabla 16.

Valoración de la población sobre la disposición a contratar los servicios de una empresa de catering en Pimentel.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	367	97.3
No	10	2.7
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

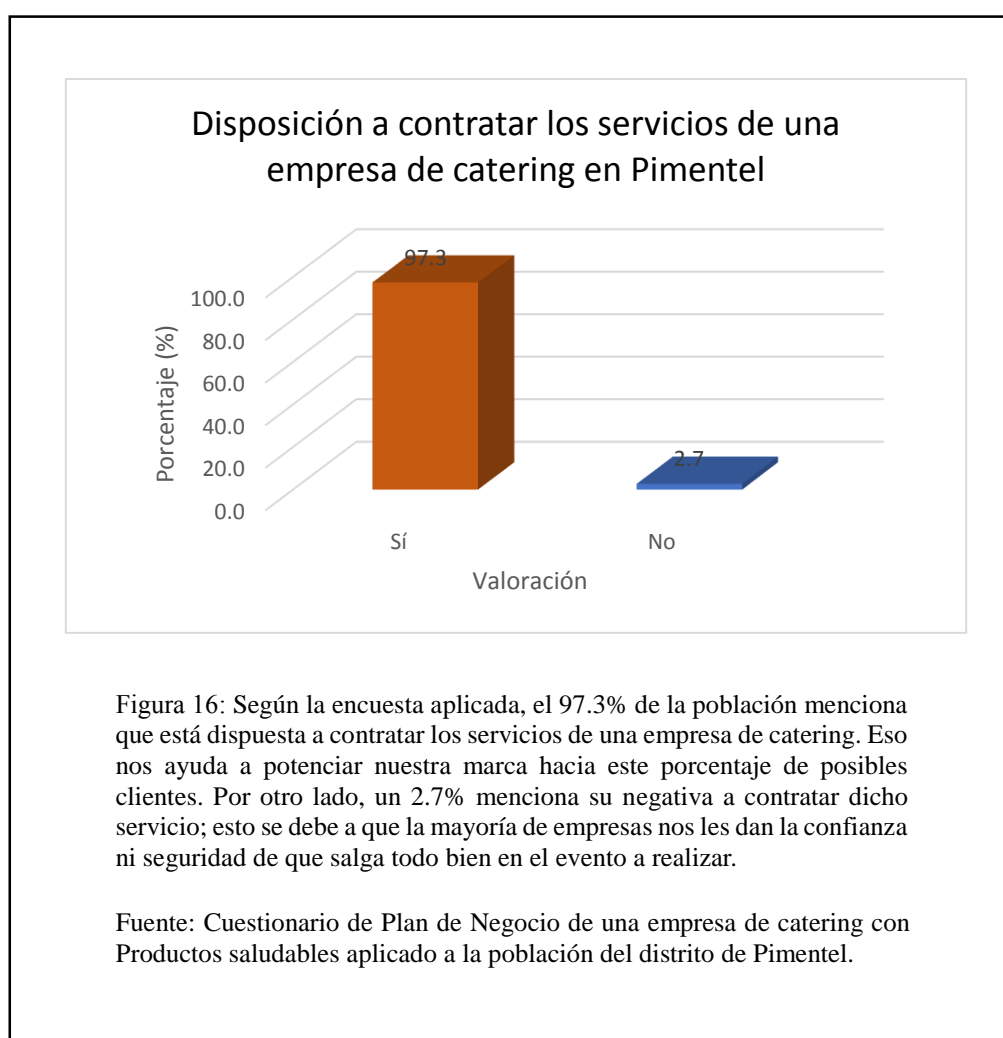


Tabla 17.

Valoración de la población sobre el medio por el cual le gustaría encontrar esta empresa.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Internet (Redes Sociales)	245	65.0
Publicidad Externa	107	28.4
Radio	25	6.6
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

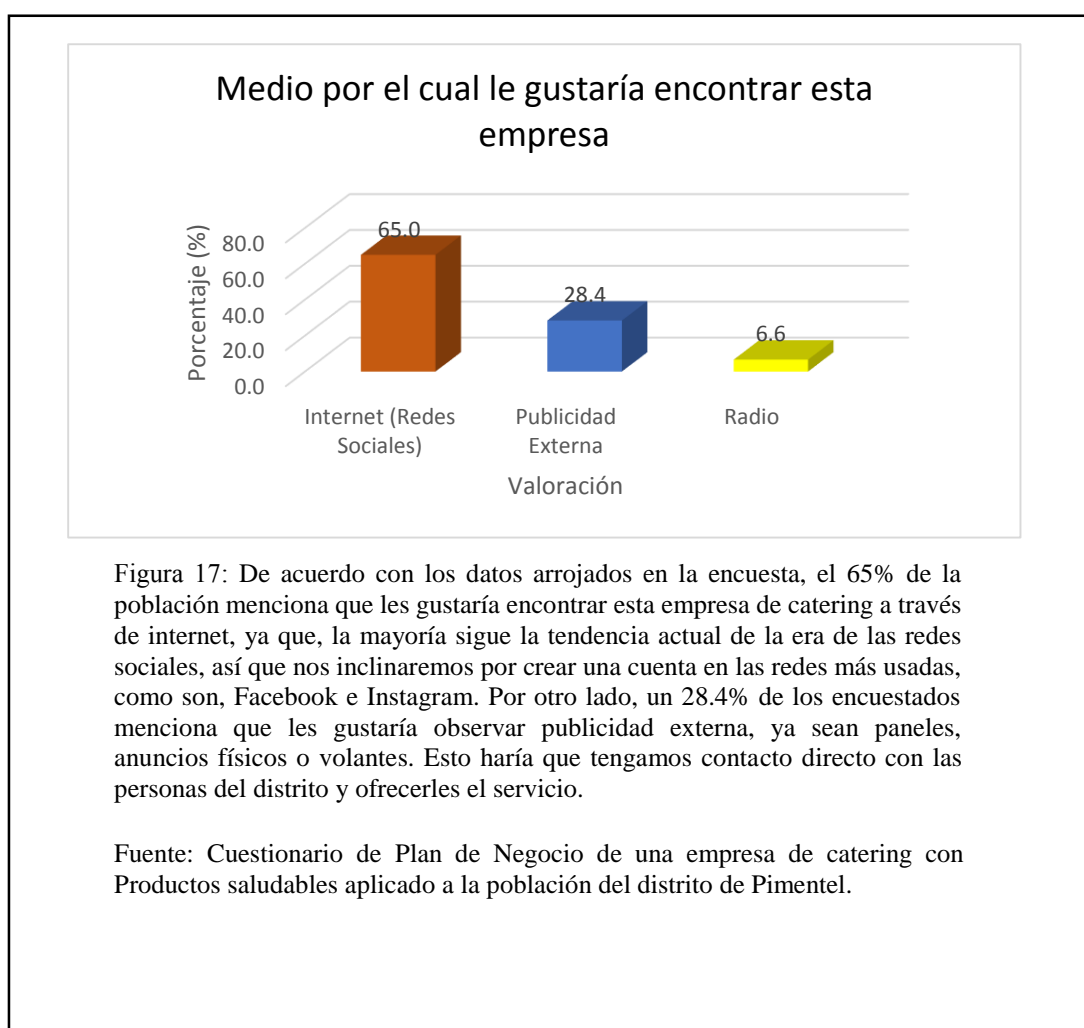


Tabla 18.

Valoración de la población sobre si considera importante la alimentación saludable.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	373	98.9
No	4	1.1
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

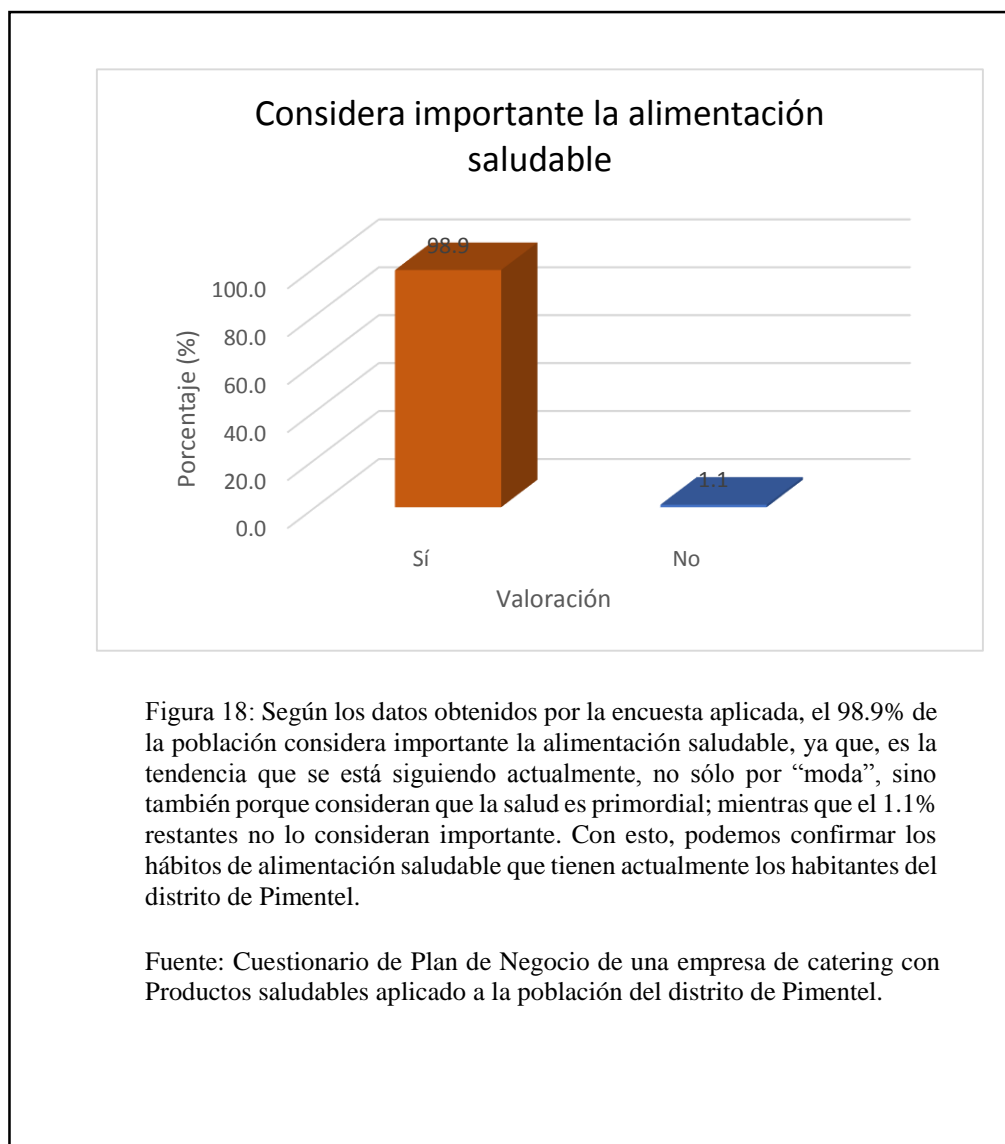


Tabla 19.

Valoración de la población sobre consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	78	20.7
No	299	79.3
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

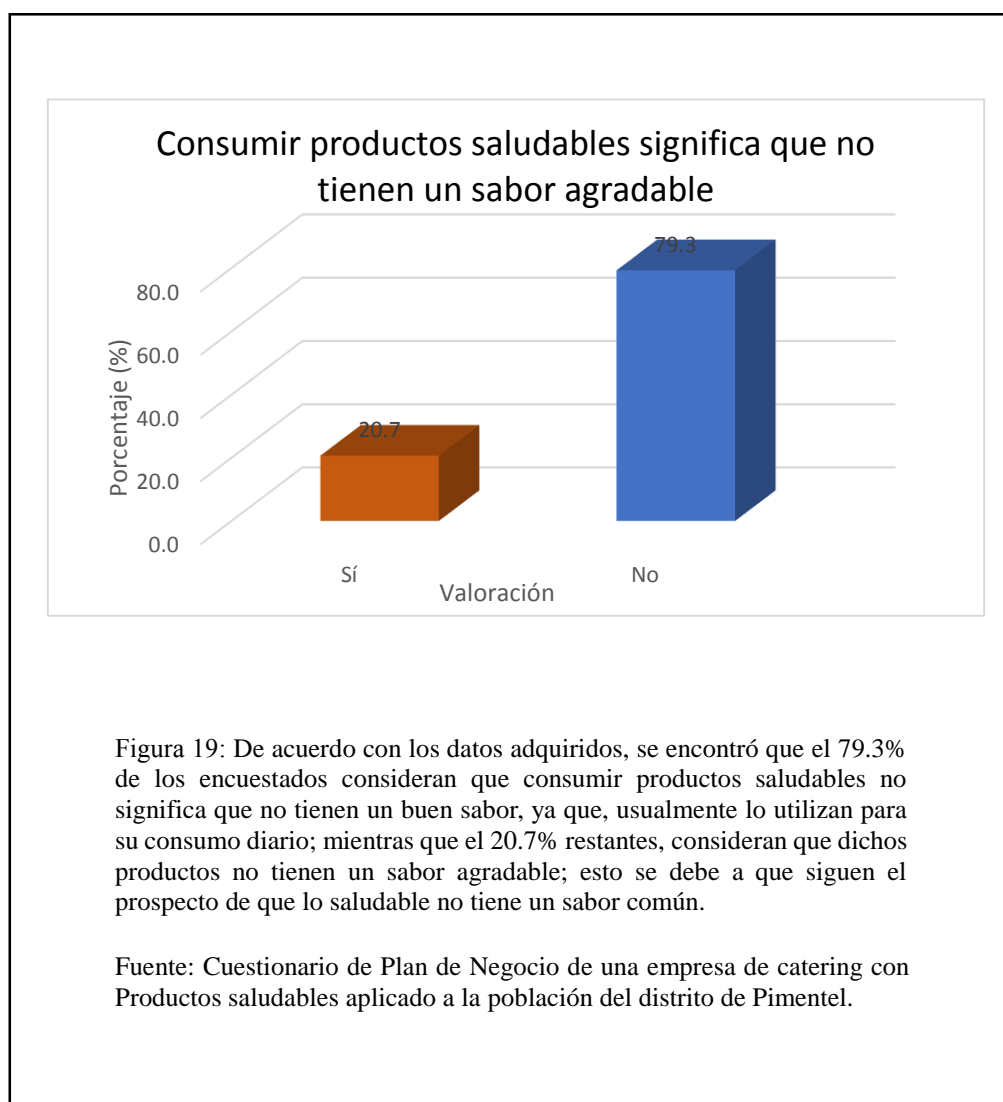


Tabla 20.

Valoración de la población sobre productos saludables que utiliza a menudo.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Pan integral	62	16.4
Avena	90	23.9
Frutas / verduras	182	48.3
Miel	32	8.5
Aceite de Oliva	11	2.9
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

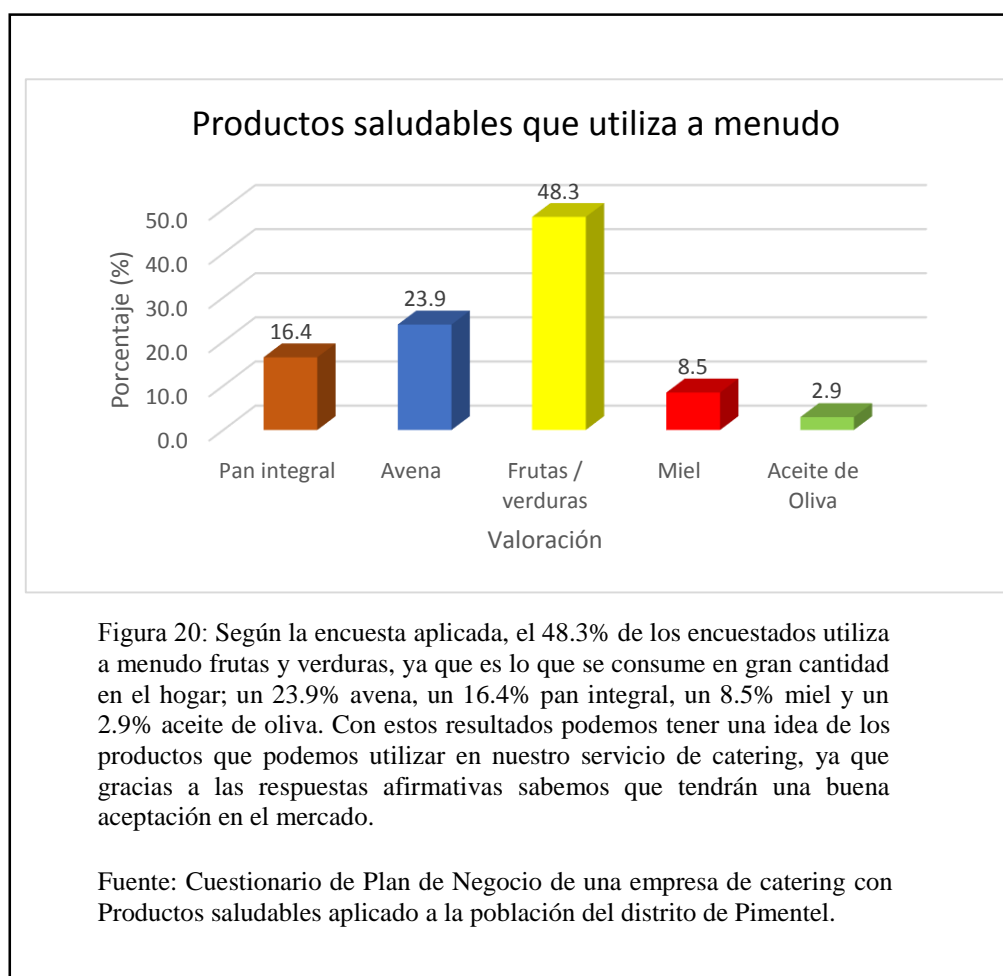


Tabla 21.

Valoración de la población sobre deseo de inclusión de estos productos en un buffet.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	377	100.0
No	0	0
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

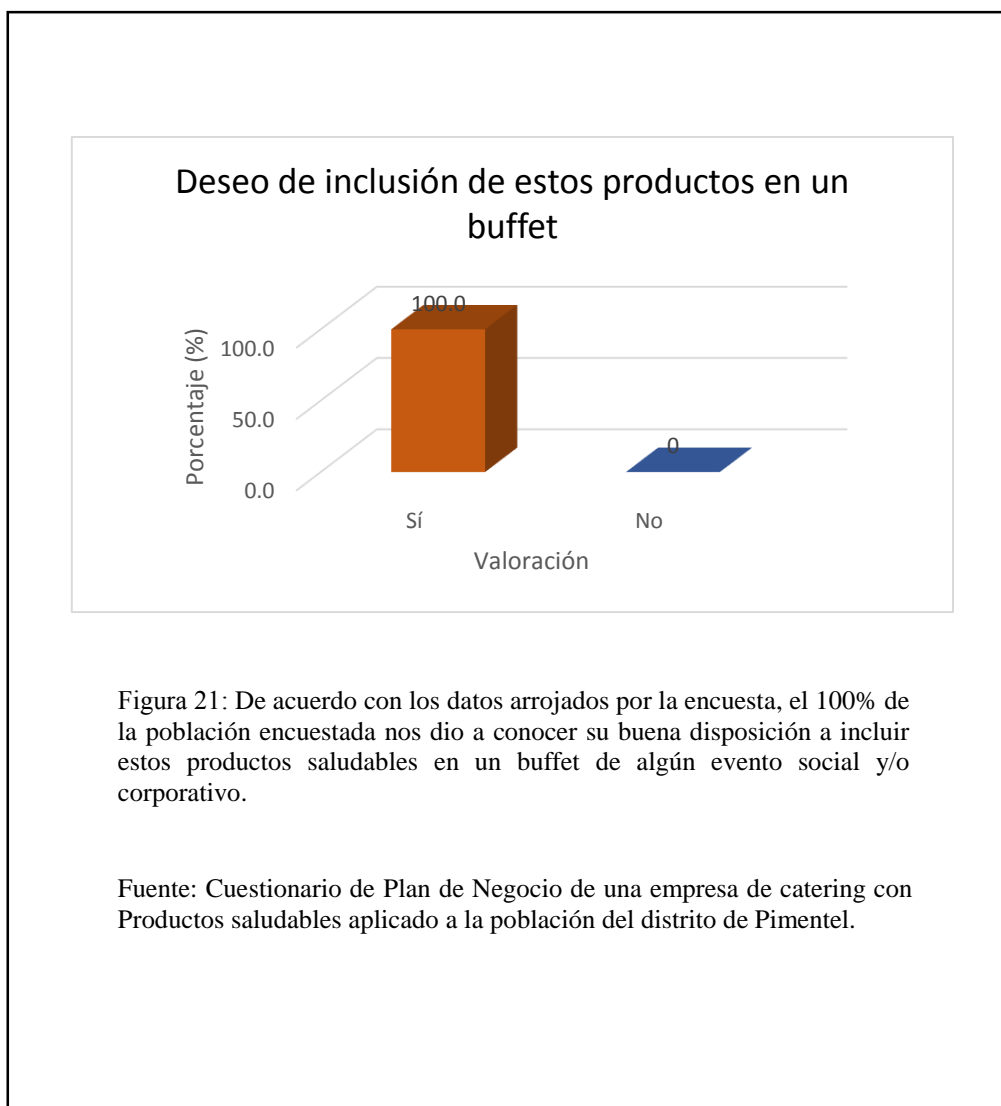


Tabla 22.

Valoración de la población sobre asistir a un evento donde el buffet sea a base de productos saludables.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	377	100.0
No	0	0
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.

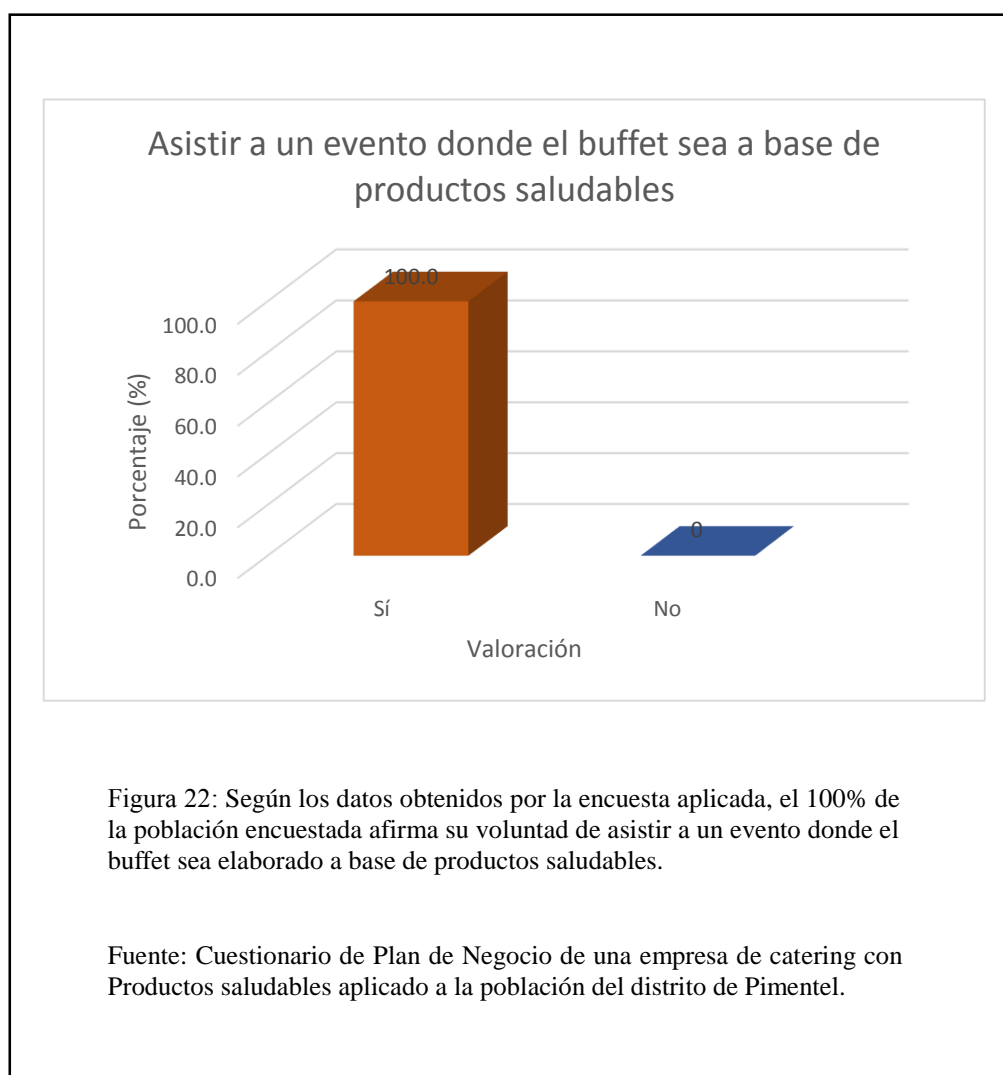
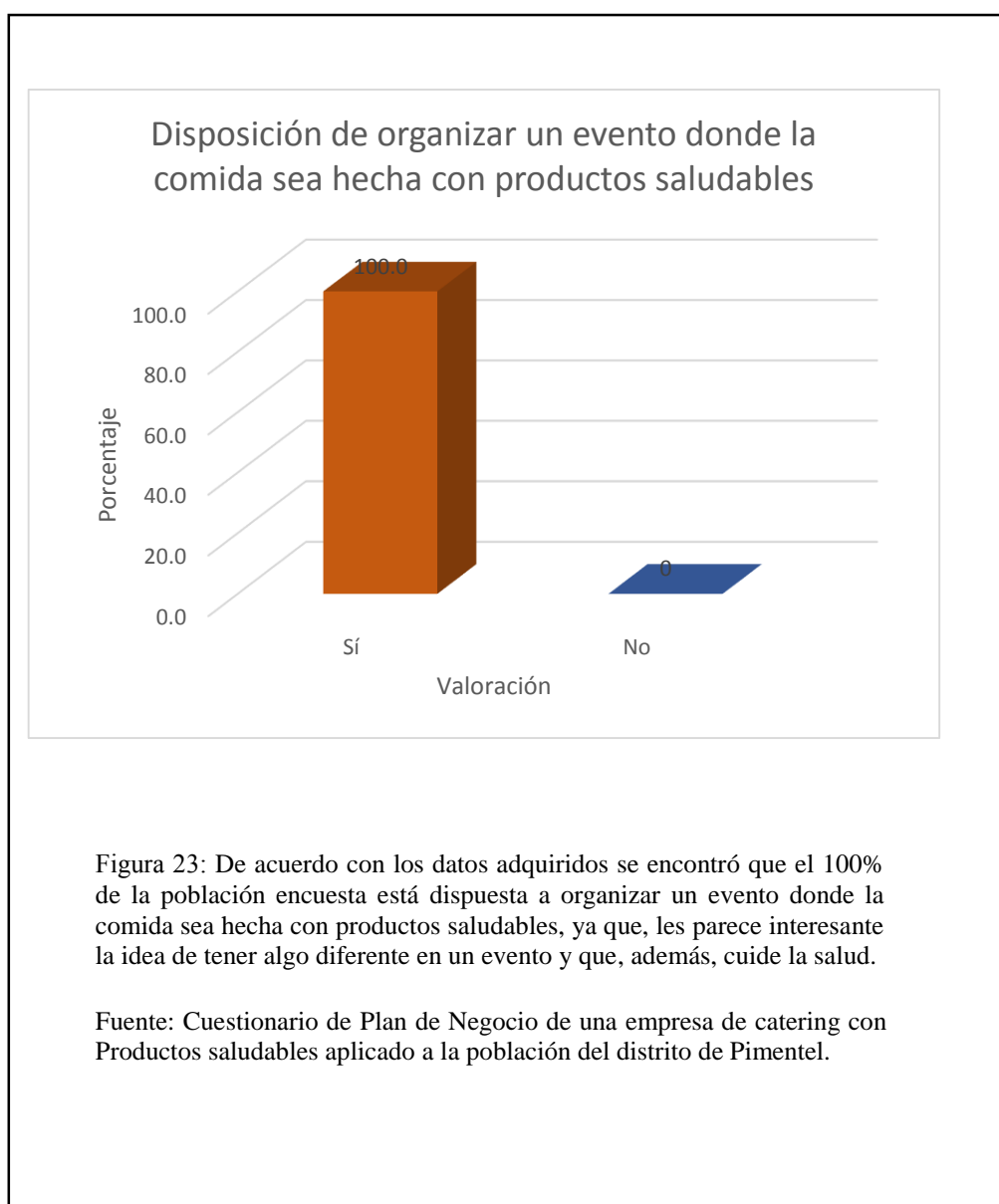


Tabla 23.

Valoración de la población sobre la disposición de organizar un evento donde la comida sea hecha con productos saludables.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Sí	377	100.0
No	0	0
Total	377	100.0

Fuente: Cuestionario de Plan de Negocio de una empresa de catering con Productos saludables aplicado a la población del distrito de Pimentel.



3.2. DISCUSION DE RESULTADOS

Como se pretende diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de catering con productos saludables en el distrito de Pimentel, se han logrado los resultados que mostramos a continuación, los cuáles van a ser discutidos según cada dimensión de la variable.

Al analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la empresa en el distrito de Pimentel, se distingue que, de acuerdo con los datos obtenidos por la encuesta con respecto al conocimiento de alguna empresa de catering en dicho distrito, el 59.4% de la población mencionó que desconoce de algún servicio de catering en Pimentel. Esto conforma más de la mitad de los encuestados, así que, podemos tomar ventaja de estos resultados al dar a conocer masivamente nuestra marca a todos los pobladores del distrito. Existe un porcentaje considerable que menciona que sí conocen negocios o empresas de catering activas en Pimentel, representado en el 46.6% de los encuestados. Así podemos confirmar la presencia de competencia directa e indirecta en el mercado.

Los datos se parecen a los estudios encontrados por Encalada (2016) en su investigación titulada “Plan de negocios para la creación de un catering con productos tradicionales” en Quito, Ecuador; de acuerdo con su investigación, el autor concluye que se obtuvo una gran aceptación del servicio de catering con productos tradicionales ecuatorianos, ya que a la mayoría de los habitantes les gusta este tipo de platillos, sin embargo, decidieron no dejar de lado a la competencia directa conformada por restaurantes o servicios de catering que ofrecen servicios y productos variados.

De manera clara se pudo observar que, se logró identificar las preferencias de la población encuestada, un factor importante en el servicio de comidas y bebidas, de tal modo, se considera que, antes de iniciar con la aplicación del plan de negocio se deberá poner énfasis en los puntos que al cliente le interesa más, para así poder brindarle el servicio que desea.

Un punto fuerte por considerar es la contratación de personal competente y profesional para el rubro de establecimiento de bebidas y alimentos, para que se puedan lograr los objetivos esperados, y, aunque se confirmó la rentabilidad de la empresa, no se deberá dejar de lado a la fuerte competencia que en existe en el servicio de catering.

Ante esto, Weinberger (2009) afirma que, para no descuidar la competencia, ésta se deberá tener en cuenta e incluir en el plan mercadológico, el cual debe empezar con un concepto del público objetivo al que queremos llegar y cuál es el posicionamiento que queremos obtener, es decir, cómo es que el emprendedor quiere que su negocio sea visto o recordado.

Es así como se puede corroborar la importancia de analizar el mercado potencial y objetivo al que se va a dirigir el negocio en el distrito de Pimentel. De esa manera podremos conocer la situación actual del mercado y planificar estrategias que nos permitan conseguir una demanda alta con respecto al servicio que brindamos.

En base a lo mencionado anteriormente podemos decir que el distrito de Pimentel está siendo analizado con respecto al mercado objetivo y potencial al que se va a dirigir la empresa, el cual tiene un gran impacto en los ciudadanos, generando como consecuencias altos índices de rentabilidad y aceptación de los pobladores considerados posibles clientes.

3.3. APORTE CIENTIFICO

3.3.1. RESUMEN EJECUTIVO

“GREEN CATERING” será una empresa de catering cuyo fin es dedicarse a brindar servicios de catering para eventos sociales y/o corporativos utilizando productos saludables que contengan un alto valor nutricional como el pan integral, avena, aceite de oliva, miel, frutas y verduras, entre otros. Así mismo se contará con un personal de alta experiencia en el ámbito, la maquinaria e instrumentos necesarios para la elaboración de los productos finales, además, se tendrá toda la documentación que acredite el higiene y salubridad del negocio, tanto de los colaboradores como lo solicitado por el municipio.

En Pimentel existen pocas empresas de catering que sean conocidas e identificadas por la población, y éstas no satisfacen este tipo de deseos, ya que todos los alimentos que ofrecen son hechos a base de insumos poco saludables y que se utilizan comúnmente en los bufetes; es por ello que nos hemos enfocado en dicha necesidad brindándoles este servicio que hace que mejore y mantenga su estilo saludable por el alto valor nutricional.

“GREEN CATERING” está financiado 40% (19,440.00) por capital propio entre activos tangibles y capital de trabajo y un 60% (29,160.00) financiado mediante un préstamo bancario, haciendo una inversión total de S/ 48,600.00 soles.

Esta empresa, se va a convertir en líder dentro del ámbito del servicio de catering al ofrecer productos basados en insumos saludables que serán diferenciados y sobre todo con un alto valor nutricional, sin embargo, será necesario llevar a cabo un Diseño de Plan de negocio para así guiar al éxito la organización.

“GREEN CATERING” proyecta una evaluación financiera obteniendo un Valor Actual Neto de S/1,508,302.20 y una TIR de 556,60%, VANF de S/ 1,462,618.32, viendo así que este negocio es atractivo y rentable.

3.3.2. Idea del Negocio

La idea del negocio consiste en crear una empresa que brinde servicios de catering con productos saludables para algún evento social y/o corporativo, destacando el valor nutricional de nuestros insumos, en el distrito de Pimentel. Dicho servicio contará con productos como el pan integral, avena, miel, frutas y verduras, entre otros, por lo cual su alto valor nutricional brinda efectos positivos en el organismo de los consumidores y así contribuir a la adquisición de nuevos y buenos hábitos alimenticios hacia nuestros clientes. Además, primará una buena atención en cuanto a la dedicación y compromiso de la empresa, generando valor.

3.3.3. Análisis de la Oportunidad

Hoy en día, se sigue la tendencia de la alimentación saludable. El concepto de lo que se llama “vida saludable” ha estado en estos últimos años en comentarios de muchos peruanos, y eso lo relacionamos con una buena alimentación, llevar una vida ejercitada y placentera junto a la familia. Las madres de familia de hoy cada vez están más conscientes de cuán importante es ofrecer a sus hijos una natural, balanceada y sana alimentación, y qué mejor que mantener ese estilo saludable cuando asistan a una reunión social o laboral. Es por ello por lo que nace la idea de crear una empresa de catering con productos saludables que son beneficiosos para la salud.

Asimismo, esta propuesta de plan de negocio se realizó al ver la realidad de nuestro distrito de Pimentel, ya que no cuenta con negocios o empresas de catering que brinden productos de alto valor nutricional que contribuye a tener mejores hábitos de alimentación de todos nuestros futuros clientes.

Nuestros productos van a beneficiar a la población de Pimentel de los segmentos C y D, que serán consumidos por niños, jóvenes, adultos y ancianos que tengan un estilo de vida saludable y los que quieren iniciarlo, que desean cuidar su salud.

3.3.4. Análisis del Mercado

Los Clientes

El perfil del cliente típico de “GREEN CATERING”, incluye los siguientes factores y estilos de vida.

Factores geográficos:

“GREEN CATERING” tendrá como lugar de acción el centro del distrito de Pimentel.

Factores demográficos:

El mercado potencial está representado por personas de 20 a 50 años de edad.

Personas de sexo femenino y masculino.

Personas que tengan un ingreso al mes de medio a alto, aproximado de S/. 930.00.

Factores psicológicos:

Los futuros clientes de “GREEN CATERING” quieren satisfacer sus necesidades sociales y de relación.

También buscar un buen servicio, con atención personalizada y que garanticen la calidad de sus productos y la buena atención.

La Competencia

La competencia directa:

Son todas aquellas empresas o negocios que ofrezcan un similar o el mismo producto o servicio en un mercado. En el caso de nuestra empresa, sí existe competencia directa en el distrito, entre ellos tenemos: “Da Loren’s”, “Tragodara Catering”.

Da Loren’s

Razón Social: Lorena Suarez Varilas EIRL

Nombre Comercial: “Da Loren’s”

Ubicación: Calle Balta #204 – Pimentel

Servicios: Catering y pastelería

Ventaja competitiva: Años de experiencia y variedad de productos.

Canales de Distribución: directo al consumidor.

“Tragodara Catering”

Razón Social: Tragodara SAC

Nombre Comercial: Tragodara Catering

Ubicación: Calle Nueva Estación #116 – Pimentel

Servicios: Catering y realización de eventos

Ventaja Competitiva: Años de experiencia y posicionamiento en el mercado

Canales de Distribución: Directo al consumidor.

3.3.5. Planeamiento Estratégico

3.3.5.1. Core Business

Mantener y mejorar la calidad de vida de los clientes y sus hábitos alimenticios.

3.3.5.2. Visión

“Al 2021 ser una empresa líder en el rubro del servicio de catering, por la calidad de nuestros productos, teniendo como prioridad la alimentación saludable, en el distrito de Pimentel”

3.3.5.3. Misión

Somos una empresa dedicada al servicio de catering, basado en productos saludables de alta calidad que mejora nuestro organismo sin perder el delicioso sabor, y con una excelente atención personalizada, apoyados en un equipo humano creativo, dinámico y comprometido.

3.3.6. Valores

Respeto. Hacia todas las personas

Compromiso. Por parte de nuestros colaboradores, proveedores y demás que conformen la empresa.

Calidad. Elaboramos productos junto con un servicio de calidad contrastada, ya que, nos preocupamos por la salud de nuestros clientes.

Innovación. Incluir nuevas técnicas con respecto a los platillos o la presentación que usaremos, asimismo con la tecnología.

Orientación hacia el cliente. Los clientes son lo más importante para la empresa, ellos ponen su confianza en nosotros y nos sentimos comprometidos con no defraudarlos.

Actitud positiva. Vemos como oportunidades los problemas que se puedan presentar.

3.3.7. Objetivos Estratégicos

Dentro de 4 años posicionarnos como la mejor empresa de catering del distrito de Pimentel, gracias nuestra calidad de productos y un buen servicio.

3.3.8. Estrategia Genérica

Estrategia de la diferenciación, que está basada en los siguientes aspectos:

Imagen de los productos, por presentar un diseño deseable para la vista del cliente.

Atención personalizada al cliente, gracias al personal calificado que demuestre amabilidad y cordialidad.

Beneficio nutricional, por su alto valor energético gracias a los productos saludables de nuestras opciones de menú.

Calidad / Precio del producto, tomando como referencia los resultados de nuestra encuesta, ofrecemos diversas opciones para que así toda la población tenga oportunidad de adquirir a nuestro servicio.

3.3.9. Fuentes de Ventajas Competitivas

“GREEN CATERING”, tiene como ventaja competitiva el valor nutritivo de los productos, ya que, serán elaborados con insumos saludables usados cotidianamente en los hogares de Pimentel. De esta manera al centrarnos en productos que contengan vitaminas, carbohidratos y proteínas, se convertirán en alimentos con un buen sabor y sobre todo nutritivos. Así mismo ofreceremos una personalizada atención de calidad.

3.3.10. Análisis FODA

Tabla 24. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Productos con alto valor nutricional	Falta de posicionamiento en el mercado, al ser una nueva empresa.
Materia prima e insumos de calidad	Bajo recurso financiero.
Personal especializado para la elaboración de los productos	
Atención personalizada	
Contacto a través de redes sociales	
Servicio delivery	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Poca competencia local	Nuevos competidores en el sector
Créditos financieros a pequeñas y medianas empresas	Variación de costos de materia prima
Tendencia actual de la sociedad de consumir productos saludables	Cambios en estilos y preferencias del consumidor
Redes sociales	Inseguridad ciudadana

Fuente: Elaboración propia

3.3.11. Plan de Marketing

3.3.11.1. Objetivos del Marketing

Ingresar al mercado de servicios de catering como una nueva empresa innovadora por basarnos en productos saludables.

Satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores que se muestran interesados en nuestros productos.

Incrementar el volumen de ventas anual.

3.3.11.2. Estrategias del marketing

Estrategia de diferenciación: “GREEN CATERING”, adoptará la estrategia de diferenciación, por ser exclusivo en el rubro de servicio de catering en el distrito de Pimentel que brinde este tipo de alimentos únicos que serán percibidos por nuestros clientes basados en la buena calidad, saludables, agradable sabor y sobre todo buen servicio.

Productos de calidad, porque emplearemos insumos de calidad con alto valor nutricional.

Saludable: Utilizaremos productos saludables para la elaboración de los bufets, los cuales beneficiarán la salud de las personas que disfrutarán de nuestros productos debido a las propiedades que contienen.

Sabor agradable, ya que, conservamos el sabor natural de los ingredientes sin químicos.

Buen servicio, es decir, una excelente atención e interacción con el cliente.

3.3.11.3. Mezcla del marketing

La mezcla de marketing de la empresa de catering “GREEN CATERING” está basada en las 4P:

Producto

Son hechos a base de ingredientes de buena calidad como avena, aceite de oliva, miel y entre otros, dándole un alto valor nutricional.

El nombre de la empresa de catering será “GREEN CATERING”, haciendo referencia al rubro al que nos dirigimos y la palabra “green” en inglés, que significa “verde”, refiriéndose a nuestros productos saludables.

Figura 24. Logo de la marca



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestran empaques de la presentación de nuestros productos.

Figura 25. Presentación de productos



Fuente: Pinterest

Figura 26. Visión de presentación de productos



Fuente: Pinterest

Figura 27: Empaques de productos



Fuente: Pinterest

Precio

GREEN CATERING coloca los precios de sus productos en base a:

Rentabilidad de la empresa

Costos de producción

Calidad de los productos

Satisfacción de los clientes.

Aunque somos una empresa nueva, nuestros precios serán un poco mayores al de la competencia, debido a la calidad de los productos, pero sin dejar de vista el precio que existe en el mercado ya que, de acuerdo a nuestra investigación, nuestros clientes potenciales están dispuestos a pagar un buen precio por un producto diferenciado.

Los precios de nuestros servicios los podemos visualizar en la siguiente tabla:

Tabla 25. Precio de los productos a ofrecer de “GREEN CATERING”

DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER	PRECIO UNITARIO
DESAYUNOS	30 DIARIOS 30*360 S/ 10,800.00	S/ 12.00
ALMUERZOS	20 DIARIOS 20*360 S/ 7,200.00	S/ 15.00
CENAS	20 DIARIOS 40*360 S/ 7,200.00	S/ 12.00
BOCADITOS	20 DIARIOS 40*360 S/ 7,200.00	S/ 20.00

Fuente: Elaboración propia.

Plaza

El local tendrá una ubicación en el centro del distrito de Pimentel, que será nuestro mercado meta. Se tomó esta decisión gracias a que en la encuesta realizada se pudo confirmar que la mayor parte de nuestros encuestados se encuentran en esa zona y son los más concurridos no sólo por los pobladores locales sino también los visitantes.

Además, decidimos trabajar de forma directa con nuestros clientes a través de las redes sociales con una cuenta en Facebook e Instagram, ofreciendo nuestro catálogo de menú para cada ocasión.

Promoción

Se realizará publicidad a través de las redes sociales, entrega de volantes con promociones alrededor del local y del distrito, también colocaremos afiches en nuestro local.

Participaremos en eventos sociales y culturales donde se expone nuestro servicio, junto con banners.

Brindaremos descuentos de acuerdo con la cantidad de bocaditos, y por temporadas estacionales.

Realizaremos sorteos y concursos para nuestros clientes en fechas especiales o celebraciones importantes como “Día de la Madre”, “Fiestas Patrias”, entre otros.

Participaremos en ferias locales con el fin de promocionar nuestra marca.

Creación de la página en Facebook e Instagram, que son las redes más utilizadas actualmente, para crear un espacio en el que podamos interactuar con nuestros clientes, puedan ver a través de fotos nuestros productos y el servicio en general.

Se brindarán paquetes variados:

Paquete 1: Buffet desayuno

Nuestros clientes podrán escoger un tipo de desayuno por persona, el que podrá escogerse a pedido del cliente o por recomendación de la casa.

Incluye el transporte de la comida, menaje y cubertería.

Asesoría personalizada

Paquete 2: Buffet almuerzo

Nuestros clientes podrán elegir un plato de entrada, uno de fondo y una bebida por persona.

Incluye el transporte de la comida, menaje, cubertería.

Asesoría personalizada.

Paquete 3: Buffet cena

Nuestros clientes podrá disfrutar de 2 cocktails, un plato de entrada y uno de fondo.

Incluye el transporte de la comida, menaje, cubertería.

Asesoría personalizada.

Paquete 4: Bocaditos surtidos

Nuestros clientes podrán elegir entre 4 tipos de bocaditos saludables entre salados y dulces, los cuales podrán estar en nuestra carta o por pedido del cliente.

Incluye el transporte de la comida, menaje, cubertería.

Asesoría personalizada.

3.3.12. Plan de Operaciones

3.3.12.1. Procesos Productivos

La actividad productiva que ejecutará la empresa de catering “GREEN CATERING”, se resume en la siguiente cadena de valor, donde se visualizan 4 etapas: Contrato, Abastecimiento, Producción y Entrega.

FASE 1: Contrato

Es la primera fase donde la empresa “GREEN CATERING” iniciará su actividad productiva, con la interacción directa con el cliente.

Esta fase tiene como objetivo crear un contrato simple con el cliente y que permita que tengamos un acuerdo considerando sus gustos y preferencias, establecer los datos respectivos con respecto a la cantidad de bocaditos, el precio, lo que incluye y la fecha de entrega.

Se deberá ofrecer una muestra de la presentación de los bocaditos para que el cliente observe y deguste el producto final.

Las personas responsables a realizar esta serie de actividades serán aplicadas de forma directa por: Recepcionista y administrador.

Una vez recibido toda la información necesaria y haber cotizado el servicio, procedemos a copiar e ingresar los datos en el sistema con el número de bocaditos a producir y los insumos que se necesitarán.

FASE 2: Abastecimiento

Es la segunda fase del proceso de producción. Aquí la empresa adquiere los insumos necesarios para proceder a elaborar los productos; y dentro de ella encontramos las sub – fases de cotizar, seleccionar la compra y adquirir la materia prima.

Esta fase tiene como objetivo crear un proceso que permita realizar ordenadamente las compras, y este proceso se pueda aplicar para cualquier otra compra extra que se requiera. Para esto, el negocio debe trabajar con proveedores de insumos que van a brindar sus productos a la empresa y así garantizar la calidad de los mismos.

Las personas responsables a realizar esta serie de actividades serán aplicadas de forma directa por: Recepcionista y administrador.

Los principales productos que demandan son: pan integral, miel, aceite de oliva, frutas y verduras, y demás insumos para elaborar bocaditos saludables.

Proceso de obtención de materia prima:

Previo a obtener los insumos, el encargado de cocina revisa el stock de insumos en almacén. Posteriormente de haber verificado lo que necesita, procede a realizar el requerimiento comunicándole al gerente para que éste realice el respectivo pedido.

La recepción de los insumos que se solicitaron se deberá realizar máximo a un día del pedido para poder continuar con la producción.

Una vez recibidos los insumos requeridos, el gerente pasa a ingresar en el sistema cuántas unidades se va a producir y luego la persona a cargo lo realiza.

FASE 3: Producción

Es la tercera fase del proceso. Aquí el negocio aplica las funciones, bajo el proceso de: preparación, cocción, armado y presentación.

Preparación:

Previo a iniciar el proceso, se deben porcionar de acuerdo a las cantidades y pesos de insumos para la producción requerida.

Una vez porcionadas las cantidades de insumos respectivas, se procede a sazonar (según sea el caso)

Cocción: Según sea el caso se procede con este paso que incluye: hornear, freír, congelar, hervir, entre otros.

Cocinar durante un tiempo determinado.

Armado: Una vez cocidos los insumos procedemos a armar nuestros alimentos en el mostrador.

Presentación: Se procede a la decoración de los alimentos de manera que de una buena imagen al consumidor.

FASE 4: Entrega

Una vez lista la preparación, el recepcionista pasa a contactarse con el cliente para comunicar que está listo su pedido.

De acuerdo con el contrato se hace el servicio de delivery o se espera el recojo del pedido. Se deberá dejar una muestra del producto final para exhibición.

Figura 28. Procesos Generales



FASE 1: CONTRATO



FASE 2: ABASTECIMIENTO



FASE 4: ENTREGA

FASE 3: PRODUCCION

Fuente: Elaboración propia

3.3.13. Diseño de la Estructura y Plan de Recursos Humanos

3.3.13.1. Estructura Organizacional

“GREEN CATERING” es una empresa de tipo EIRL, constituida como dueño y representante legal al que denominamos “Gerente General”, y quien tendrá a su cargo a todos los demás trabajadores.

Para “GREEN CATERING”, el capital humano es lo más valioso que posee la empresa, ya que para la elaboración de nuestros productos y la calidad de servicio se requiere dedicación, paciencia y gusto por el trabajo. Para ello, se necesita un personal mínimo compuesto de:

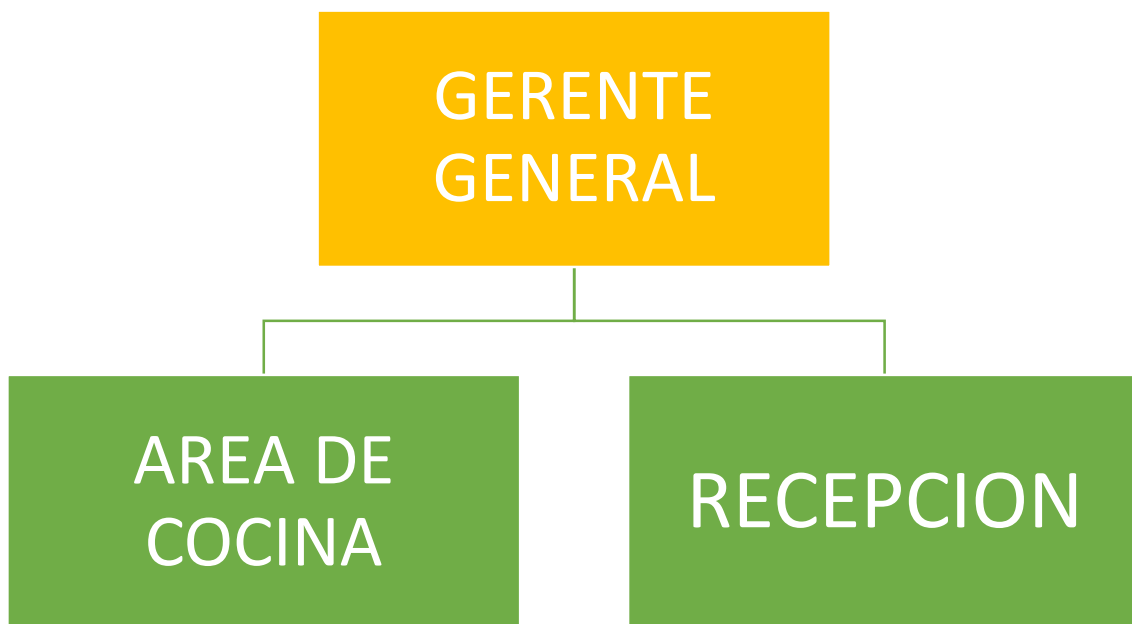
Gerente General (1)

Jefe de cocina (1)

Ayudantes de cocina (1)

Cajero / recepcionista (1)

Figura 29. Organigrama



Fuente: elaboración propia

3.3.13. Perfil del Profesional, Descripción de las funciones

Gerente General: tendrá funciones como:

Planear, dirigir y liderar un correcto manejo de todas las áreas del negocio.

Ser el representante legal y comercial de la entidad.

Cumplir y hacer que se cumplan las normas y disposiciones reglamentarias.

Reconocer al personal ideal para que realice las diversas actividades que se llevarán a cabo.

Controlar el buen manejo de la atención y el servicio que nuestros clientes requieran y que se siga el proceso establecido por la empresa para así lograr la satisfacción de los consumidores.

Perfil: Administrador de empresas, Ciencias contables o afines.

Jefe de cocina:

Coordinar, planear y hacer un programa de todas las funciones que deben tener al momento de la elaboración de los productos.

Revisar el stock de insumos de almacén.

Controlar el procedimiento de producción garantizando la calidad de los insumos.

Perfil: Chef, técnico en gastronomía, aficionado, o afines.

Ayudante de cocina:

Encargado de organizar los insumos para la posterior elaboración de los productos.

Ser de apoyo para el jefe de cocina y acatar sus órdenes.

Perfil: técnico en gastronomía, aficionado o afines.

Cajero / recepcionista:

Encargado de la atención directa con el cliente.

Brindar toda la información necesaria sobre nuestro servicio a los clientes.

Recaudar datos de personas interesadas en adquirir el servicio.

Encargado de cobranza de contratos y productos individuales de tienda.

3.3.14. Política General de Talento Humano

“GREEN CATERING” considera que el talento humano de la empresa es algo primordial; ya que, sin su esfuerzo y dedicación, este proyecto no podría realizarse de la manera correcta.

Una política de Talento Humano es el respeto, responsabilidad, pasión y compromiso con el trabajo.

“GREEN CATERING” está comprometido a mantener una buena calidad de servicio, apoyada en las continuas capacitaciones de nuestros integrantes, y que permita la mejora de la empresa.

Selección

Este proceso es muy importante el progreso de la entidad, el área encargada de esto será Gerencia General, quien coordinará las tareas a realizarse, capacidades humanas y nivel de desempeño que se necesita en cada unidad del negocio.

“GREEN CATERING” apuesta por las personas con espíritu de juventud, dispuestas a trabajar diariamente con una buena actitud que fomente el cálido clima laboral.

Los curriculums de los candidatos serán recibidas en el área de Gerencia General, quien se encargará de realizar la selección, comenzando con una entrevista personal y posteriormente evaluaciones técnicas. Con este proceso garantizamos que el candidato está apto para el puesto y así pueda brindar el mejor servicio.

3.3.15. Plan financiero:

3.3.15.1. Inversiones

Tabla 26. Inversiones

INVERSION FIJA		S/	33,520.00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	S/	2,260.00	
MUEBLES Y ENSERES	S/	1,260.00	
IMPLEMENTACION COCINA	S/	10,000.00	
IMPLEMENTACION ALMACEN	S/	10,000.00	
IMPLEMENTACION LOCAL	S/	10,000.00	
CAPITAL DE TRABAJO (UN MES)		S/	15,080.00
REMUNERACIONES	S/	6,360.00	
MATERIA PRIMA	S/	8,370.00	

ENERGIA ELECTRICA	S/	300.00
AGUA	S/	50.00

TOTAL INVERSION	S/	48,600.00
------------------------	-----------	------------------

Fuente: Elaboración propia

La inversión que se necesita para brindar este servicio de catering con productos saludables es de S/ 48,600.00 soles, cuya distribución se detalla a continuación.

3.3.15.2. *Financiamiento*

Tabla 27. Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
INVERSION TOTAL	S/48,600.00	100%
CAPITAL SOCIAL	S/19,440.00	40%
FINANCIAMIENTO	S/29,160.00	60%

Fuente: Elaboración propia

La financiación de los activos fijos e intangibles, así como el fondo de mano de obra, se realizará a través del aporte de capital propio con un 60%. El 40% restante se financiará mediante la solicitud de un préstamo bancario.

Tabla 28. Cuadro de amortización al primer año.

TASA INTER.		0.0125		
MES	CAPITAL	PAGO CAP.	INTERES	CUOTA
ENE	S/29,160.00	S/. 910.34	S/ 364.50	S/. 1,274.84
FEB	S/. 28,249.66	S/. 921.72	S/ 353.12	S/. 1,274.84
MAR	S/. 27,327.93	S/. 933.25	S/ 341.60	S/. 1,274.84
ABR	S/. 26,394.69	S/. 944.91	S/ 329.93	S/. 1,274.84
MAY	S/. 25,449.77	S/. 956.72	S/ 318.12	S/. 1,274.84
JUN	S/. 24,493.05	S/. 968.68	S/ 306.16	S/. 1,274.84
JUL	S/. 23,524.37	S/. 980.79	S/ 294.05	S/. 1,274.84
AGO	S/. 22,543.58	S/. 993.05	S/ 281.79	S/. 1,274.84
SET	S/. 21,550.53	S/. 1,005.46	S/ 269.38	S/. 1,274.84

OCT	S/. 20,545.07	S/. 1,018.03	S/	256.81	S/. 1,274.84
NOV	S/. 19,527.04	S/. 1,030.76	S/	244.09	S/. 1,274.84
DIC	S/. 18,496.28	S/. 1,043.64	S/	231.20	S/. 1,274.84
TOTAL PRIMER AÑO	S/11,707.36	S/3,590.77			S/15,298.14

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro de amortización de “GREEN CATERING” del primer año. Como cuota al término del primer año tenemos un total de S/15,298.14 soles, que será el monto anual a pagar.

3.3.15.3. Ingresos y Costos

Tabla 259. Proyección de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS						
DESCRIPCION	UNIDADES A VENDER		PRECIO	INGRESO TOTAL		
DESAYUNOS	30 DIARIOS	30*360	S/	12.00	S/	129,600.00
	S/	10,800.00				
ALMUERZOS	20 DIARIOS	20*360	S/	15.00	S/	108,000.00
	S/	7,200.00				
CENAS	20 DIARIOS	40*360	S/	12.00	S/	86,400.00
	S/	7,200.00				
BOCADITOS	20 DIARIOS	40*360	S/	20.00	S/	144,000.00
	S/	7,200.00				
INGRESO ANUAL					S/	468,000.00

Fuente: Elaboración propia.

La proyección de ventas de “GREEN CATERING” es de 30 desayunos diarios, a S/ 12.00 soles por unidad, siendo un ingreso total de S/ 129,600.00 soles al año; 20 almuerzos al día a S/15.00 soles cada uno, siendo en total S/ 108,000.00 soles anuales; 20 cenas diarias, a S/12.00 por unidad, siendo como total S/86,400.00 soles al año; y 20 paquetes de bocaditos diarios, a S/ 20.00 cada paquete, siendo un total de S/ 144,000.00 soles por año. Por tanto, el presupuesto de ventas totales de S/468,000.00 soles anuales.

Tabla 30. Presupuesto de Materia Prima

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA							
INSUMOS	CANTIDAD		PRECIO POR UNIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL		
	DIARIA						
MIEL DE ABEJA	15	S/	15.00	S/	450.00	S/	5,400.00

AVENA	25 S/	2.50 S/	750.00 S/	9,000.00
PAN INTEGRAL	80 S/	15.00 S/	2,400.00 S/	28,800.00
ACEITE DE				
OLIVA	8 S/	30.00 S/	240.00 S/	2,880.00
OTROS	143 ----- S/		4,300.00 S/	51,600.00
TOTAL	271 S/	62.50 S/	8,140.00 S/	97,680.00

Fuente: Elaboración Propia

Se ha considerado como ingredientes principales a la miel de abeja, la avena, el pan integral y aceite de oliva, que, junto a los ingredientes extra que se utilizarán para la preparación de los alimentos de “GREEN CATERING”, hacen un total de S/97,680.00 soles en costo de materia prima al año.

Tabla 31. Presupuesto de Mano de Obra

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA						
DETALLE	COSTO DIARIO		COSTO MENSUAL		TOTAL ANUAL	
JEFE DE COCINA	S/	50.00	S/	1,500.00	S/	18,000.00
AYUDANTE DE COCINA 1	S/	31.00	S/	930.00	S/	11,160.00
AYUDANTE DE COCINA 2	S/	31.00	S/	930.00	S/	11,160.00
TOTAL	S/	112.00	S/	3,360.00	S/	40,320.00

Fuente: Elaboración Propia

El presupuesto de mano de obra para “GREEN CATERING” es de S/40,320.00 soles al año.

Tabla 32. Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION						
DETALLE	COSTO DIARIO		COSTO MENSUAL		TOTAL ANUAL	
DEPRECIACION	S/	7.42	S/	222.54	S/	2,670.48
MANTENIMIENTO	S/	6.67	S/	200.00	S/	2,400.00
SOAT MOVILIDAD	S/	3.33	S/	100.00	S/	1,200.00
COMBUSTIBLE	S/	3.33	S/	100.00	S/	1,200.00
IMPUESTOS VARIOS	S/	1.83	S/	55.00	S/	660.00
LUZ	S/	6.00	S/	180.00	S/	2,160.00
AGUA	S/	1.00	S/	30.00	S/	360.00
TOTAL	S/	29.58	S/	887.54	S/	10,650.48

Fuente: Elaboración Propia

El presupuesto de costos indirectos de fabricación es de S/10,650.48 soles anuales.

Tabla 33. Cuadro resumen de costos

RESUMEN		
PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA	S/	97,680.00
PRESUPUESTO MANO DE OBRA	S/	40,320.00
PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	S/	10,650.48
COSTO DE VENTAS	S/	148,650.48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/	41,310.00
GASTOS FINANCIEROS	S/	4,382.32
TOTAL	S/	194,342.80

Fuente: Elaboración Propia

El total de costos para “GREEN CATERING” es de S/ 194,342.80 soles, considerando los gastos administrativos de S/ 41,310.00 soles y los gastos financieros de S/ 4,382.32 soles.

3.3.15.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 34. Estado de Ganancias y Pérdidas de “GREEN CATERING”

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS		
VENTAS NETAS	S/	468,000.00
COSTO DE VENTAS	S/	148,650.48
UTILIDAD BRUTA	S/	319,349.52
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/	41,310.00
UTILIDAD OPERATIVA	S/	278,039.52
GASTOS FINANCIEROS	S/	4,382.32
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/	273,657.20
IMPUESTO A LA RENTA (30%)	S/	82,097.16
UTILIDAD NETA	S/	191,560.04
RENTABILIDAD		53.71

Fuente: Elaboración Propia

El Estado de Ganancias y Pérdidas de “GREEN CATERING” presenta como ventas netas S/ 468,000.00 soles, que lo calculamos en el cuadro de Proyección de ventas (Tabla 29); el costo de ventas, que es la suma del presupuesto de materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, que hacen un total de S/ 148,650.48 soles. La resta de estos dos ítems, resulta en S/319,349.52 soles considerado como Utilidad Bruta. A dicha utilidad, se le disminuyen los gastos administrativos, resultando la Utilidad operativa de S/ 278,039.52 soles; a su vez, a ello se le disminuyen los gastos financieros, la utilidad antes de impuestos y el impuesto a la renta considerado un 30% y obtenemos como Utilidad Neta S/ 191,560.04 soles, siendo un monto favorable para la empresa.

3.3.15.4. Evaluación

Tabla 35. Flujo de Caja de “GREEN CATERING”

FLUJO DE CAJA					
AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS	S/ 468,000.00	S/ 491,400.00	S/ 515,970.00	S/ 541,768.50	S/ 568,856.93
EGRESOS	S/ 194,342.80	S/ 204,059.94	S/ 214,262.94	S/ 224,976.09	S/ 236,224.89
INGRESOS NETOS	S/ 273,657.20	S/ 287,340.06	S/ 301,707.06	S/ 316,792.41	S/ 332,632.03
IMPUESTO A LA RENTA	S/ 82,097.16	S/ 86,202.02	S/ 90,512.12	S/ 95,037.72	S/ 99,789.61
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	S/ 191,560.04	S/ 201,138.04	S/ 211,194.94	S/ 221,754.69	S/ 232,842.42
SERVICIO DE LA DEUDA	S/ 15,298.14	S/ 15,298.14	S/ 15,298.14	S/ 15,298.14	S/ 15,298.14
FLUJO DE CAJA NETO					
FINANCIERO	S/ 176,261.90	S/ 185,839.90	S/ 195,896.81	S/ 206,456.55	S/ 217,544.29

Fuente: Elaboración Propia

El flujo de caja de “GREEN CATERING” se proyecta a los próximos 5 años, como se muestra en la tabla, obtenemos un flujo de caja económico de S/191,560.04 al cabo del primer año, y S/ 232,842.42 al finalizar el quinto año; y un flujo de caja neto financiero de S/176,261.90 soles al primer año y S/ 217,544.29 soles al finalizar el quinto año.

Tabla 36. Cuadro de VANE, VANF, TIRE Y TIRF

VALOR ACTUAL NETO ECONOMICO	S/1,004,989.59
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	S/ 928,841.91
TASA INTERNA DE RETORNO ECONOMICO	398.994 %

**TASA INTERNA DE RETORNO
FINANCIERO**

367.896%

Fuente: Elaboración Propia

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

A lo largo de la presente investigación, luego de analizar los resultados obtenidos mediante la encuesta para proponer un diseño de plan de negocio para la creación de una empresa de catering con productos saludables en el distrito de Pimentel, podemos concluir lo siguiente:

Al realizar el análisis mercadológico potencial y objetivo en el distrito de Pimentel se encontró la acogida de las personas y la disposición que tienen hacia esta idea de empresa, o sea, de adquirir un servicio de catering basado en productos saludables, que son fuera de lo común en el distrito, demostrando así que se puede considerar como una gran posibilidad de mercado por explotar.

Según el análisis FODA realizado, basados en fortalezas y oportunidades, podemos decir que la estrategia de marketing para dar a conocer la marca en el mercado pimenteño y chiclayano, debe estar concentrado en la diferenciación, que se basará en el valor nutritivo gracias a nuestros productos saludables y la excelente atención al cliente, haciendo que éstos se logren identificar con nuestra agregado de valor.

Asimismo, concluimos que una empresa de catering que brinda servicios de buffets a base de productos saludables en el distrito de Pimentel es viable económica y financieramente rentable, ya que posee valores positivos del VAN ($VANE = S/1,508,302.20$ y $VANF = S/1,462,618.32$), una $TIR = 539,62\%$ y $TIRF = 539,62\%$.

Como conclusión general decimos que el diseño de un plan de negocio para iniciar con una idea empresarial, en este caso, la empresa de catering con productos saludables debe ser económicamente rentable y responsable socialmente.

4.2. RECOMENDACIONES

Ya que la ventaja competitiva de este estudio es el valor nutritivo que proporcionan los productos saludables, es recomendable que el negocio garantice dicha ventaja a los consumidores asegurando que se cumplen con los requisitos sanitarios que se requieren y medidas rigurosas de higiene.

Para que el proyecto logre el éxito, se necesita de un personal adecuado reconociendo la importancia del capital humano para la empresa, ya que, al elaborar nuestros productos es necesario tener paciencia, delicadeza, creatividad y gusto por el trabajo. Estar en constante

búsqueda de opciones que brinden un valor agregado tanto para los productos como para nuestro servicio en general, obteniendo así que nos diferencien de los demás.

Es recomendable que el presente plan de negocio se coloque en marcha, ya que es un negocio rentable y viable.

REFERENCIAS

- Apolinario, K. y Ruiz, J. (2017). Implementación de un sitio web para compañías o negocios de buffet y servicio de catering en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil.
- Arbaiza, L. (2015). ¿Cómo elaborar un plan de negocio? Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/10/26/como-elaborar-plan-negocio/>
- Arévalo, F. y Véliz, M. (2015). Diseño de un plan de negocio para la creación de una empresa de catering direccionada al sector ejecutivo en la Vía Samborombón como alternativa gastronómica saludable. Universidad Politécnica Salesiana. Guayaquil.
- Bañuelos, F. (2016). Planeando para triunfar: crea tu plan de negocio. Recuperado de: <http://perupymes.com/noticias/Planeando-para-triunfar-crea-tu-plan-de-negocio.>
- Bernal, A. (2015). Diseño de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de Catering con servicio a domicilio especializado en dietas saludables para adultos mayores y personas con restricciones alimentarias en la ciudad de Quito. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito.
- Borja (2015). Cree un plan de negocio sólido fácilmente. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/cree-un-plan-de-negocio-solido-facilmente/>
- Cabrera, G. y Pisfil, I. (2018). Plan de Negocios de Comida Rápida Saludable en Lima Metropolitana 2016. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima.
- Cadena, S. y Muñoz, M. (2017). Plan de negocio para la exportación de salsa de mango al mercado de Estados Unidos de la Empresa Sami Export S.A.C, Lambayeque 2017. Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.
- Capitan, V. y Gines, M. (2018). Plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de carne de cuy en la ciudad de Ferreñafe, 2017. Universidad de Lambayeque. Chiclayo.
- Castro, F., Mendoza, E. y Ramírez, A. (2017). Catering de comidas saludables para fiestas infantiles. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima.
- Ching, M. (2015). Cuatro consejos para que tu negocio crezca. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/viu/actitud-viu/cuatro-consejos-negocio-crezca-336563>

- Condori, K. (2016). Plan de Negocio: Betz – Eventos & Catering. Universidad José Carlos Mariátegui. Ilo.
- Encalada, J. (2016). Plan de negocios para la creación de un catering con productos tradicionales. Quito.
- Espinal, A. (2017). Eficacia de la aplicación del plan HACCP y programas Pre – requisitos en el área de elaboración de comidas de la empresa Trial Catering. Universidad Nacional del Centro del Perú. Huancayo.
- Flores, B., Castillo, J., Bailon, C. y Hormaza, N. (2017). Proyecto de Negocio sobre comida saludable, Good Food. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima.
- Flores, M. (2014). Plan de negocios para la creación de un servicio de catering especializado en alimentos dietéticamente equilibrado. Quito.
- Galeas, J. (2014). Cómo descubrir tu propio modelo de negocio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/personal/toma-nota-descubrir-propio-modelo-negocio-311566>
- Gibaja, E., Samame, Y. y Zavala, C. (2017). Plan de Negocio de un bar temático para Gamers Universe Gaming. Universidad Marcelino Champagnat. Lima.
- Heredia, P. (2016). Proyecto de inversión a nivel de prefactibilidad para una empresa de artículos decorativos personalizados y catering temático para eventos infantiles – Chiclayo 2016. Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Marigil, A. (2016). Plan de empresa: Empresa de organización de eventos. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia.
- Martínez, M. (2018). Plan de Negocio para montar un bar tradicional. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/plan-de-negocio-para-un-bar-tradicional/>
- Mendoza, L. (2017). Estrategia de diferenciación y calidad de servicio en la empresa de Catering Sueños de Bodas del distrito de Comas – Lima 2016. Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.
- Nava, C. (2015). Cómo elaborar un Plan de Negocios que se cumpla. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/elaborar-plan-negocios-se-cumpla/>

- Núñez, W. y Yajahuanca, L. (2016). Plan de negocios para la exportación de galletas de quinua al mercado de EE.UU de la empresa T&C Procesadora de Alimentos S.C.R.L, Chiclayo 2016. Universidad Señor de Sipán. Chiclayo.
- Quispe, F. (2015). La calidad del servicio de catering, en el sector social, de la ciudad de Chiclayo, 2014. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Ramírez, B. (2014). Plan de Negocios para la implementación de una empresa de catering en la ciudad de Trujillo. Universidad Privada del Norte. Trujillo.
- Razcon, F. (2017). Cómo describir la empresa al presentar un plan de negocios. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/describir-la-empresa-al-presentar-plan-negocios/>
- Sierra, S. (2017). Plan de negocios Empresa de Catering y Servicio en Chía – Cundinamarca – Colombia. Universidad de Palermo. Argentina.
- Valverde, A. (2016). Estudio de pre-factibilidad para la instalación de una empresa de catering en la provincia de Trujillo. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo.
- Yaipen, M. (2016). Propuesta de un plan de negocio para la creación de una panadería especializada en productos nutritivos en la ciudad de Chiclayo – 2016. Universidad Cesar Vallejo. Chiclayo.
- Weinberger, K. (2009). Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú: Nathan Associates Inc.

ANEXOS

FORMATO N° T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 2018

Señores
 Vicerrectorado de Investigación
 Universidad Señor de Sipán
 Presente.-

El suscrito:
 AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA con DNI 75758315.

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada:

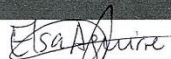
Plan de Negocio para la creación de una empresa de catering con Productos Saludables en el distrito de Pimentel 2018.

Presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar el título de Licenciado, de la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N° 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal Web del repositorio institucional -<http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA	75758315	

ACTA DE ORIGINALIDAD DE INFORME DE INVESTIGACIÓN

Yo, Dra. Sofía Irene Delgado Wong, docente de la asignatura de Investigación II de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N°1199 FACEM-USS 2018, del estudiante AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA autor de la investigación titulada: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS SALUDABLES 2018, puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 13% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva de similitud aprobada mediante Resolución de Directorio N° 016-2019/PD-USS, de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 12 de julio del 2018



Dra. Sofia Irene Delgado Wong
DNI N° 16680531

Urkund Analysis Result

Analysed Document: AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA.docx (D45220567)
 Submitted: 12/7/2018 4:18:00 PM
 Submitted By: sidelgado@crece.uss.edu.pe
 Significance: 13 %

Sources included in the report:

ALARCON ALVAREZ DAVID MIGUEL WILMER ok.docx (D45229319)
 ROMERO SOSA EDGARD ALFONSO.docx (D40588260)
 Zuloeta_Carrasco_Bryan.docx (D45231322)
 FERNÁNDEZ DAVILA, CARLO ANDRÉ.docx (D45220582)
 SILVA URIARTE JELI IVAN.docx (D45223212)
 SALAZAR_SAMAMÉ_GREYSI_YANINA.docx (D45106833)
 ZURITA_CORDOVA_ROSITA_MAGYURI.docx (D45149986)
 MONTENEGRO CHUQUIMARCA CARLOS ALFREDO.docx (D39466688)
<http://190.95.226.74/bitstream/45000/268/1/CREACI%C3%93N%20DE%20UN%20SERVICIO%20DE%20CATERING%20ESPECIALIZADO%20EN%20ALIMENTOS%20DIET%C3%89TICAMENTE%20EQUILIBRADOS%20VERONI.pdf>
<http://www.bibliotecasdelecuador.com/Record/ir-:33000-3273/Description>
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8800>
<http://renati.sunedu.gob.pe/browse?type=author&value=Espinal+Tufino%252C+Aracelly+Maritza>
<https://dspace.palermo.edu/dspace/bitstream/handle/10226/1856/TESIS%20MBA%20SIERRA%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/10/26/como-elaborar-plan-negocio/>
<https://www.emprendices.co/crea-un-plan-de-negocio-solido-facilmente/>
<https://elcomercio.pe/viu/actitud-viu/cuatro-consejos-negocio-crezca-336563>
<https://elcomercio.pe/economia/personal/toma-nota-descubrir-propio-modelo-negocio-311566>
<https://www.emprendices.co/plan-de-negocio-para-un-bar-tradicional/>
<https://www.emprendices.co/elaborar-plan-negocios-se-cumpla/>
<https://www.emprendices.co/describir-la-empresa-al-presentar-plan-negocios/>

Instances where selected sources appear:

61

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA		
Apellidos y nombres		
75758315	2141812414	Presencial
DNI N°	Código N°	Modalidad de estudio
Administración		
Escuela académico y profesional		
Administración		
Escuela académico profesional		
Ciencias Empresariales		
Facultad de la Universidad Señor de Sipán		

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Informe de investigación

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto y/o informe de investigación titulado:

Plan de Negocio para la creación de una empresa de Catering con Productos Saludables en el distrito de Pimentel 2018.

La misma que presento para optar el grado de:

Licenciado en Administración.

2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.



Aguirre Purizaca Elsa Elvira

DNI N° 75758315



INSTRUMENTO DE VALIDACION



INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	Juan Amilcar Villanueva Calderon
PROFESIÓN	Mc. Administración
ESPECIALIDAD	Máster en Administración de Negocios
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	06 años
CARGO	DTC
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS SALUDABLES EN EL DISTRITO DE PIMENTEL 2018	
DATOS DE LOS TESISISTAS	
NOMBRES	AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar la viabilidad económica de crear una empresa de Catering en base a productos saludables en el distrito de Pimentel.
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la empresa. Realizar un estudio del campo para conocer nuestro análisis FODA. Realizar una evaluación económica y financiera del negocio para determinar la viabilidad del plan de negocio.

EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
ANÁLISIS DE MERCADO	
1.-¿Cuál es el sector de Pimentel dónde vive? a) Pro vivienda b) Centro c) Alto Perú	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
2.-¿Conoce usted un servicio de catering en Pimentel? a) Sí b) No	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3.-¿Qué tipo de evento frecuentemente organiza? a) Reuniones sociales b) Cumpleaños c) Reuniones de trabajo d) Otro	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4.- ¿Con qué frecuencia realiza usted este evento? a) Anual b) Semanal c) Mensual d) Otro	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5.- ¿Quién está a cargo de la organización de sus eventos? a) Padres b) Amigos c) Familia d) Alguien con experiencia	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____

<p>6.-¿Ha contratado los servicios de una empresa de catering para algún evento social y/o corporativo?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7.- Si respondió "sí", ¿Cuál fue su experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering?</p> <p>a) Muy satisfactoria b) Satisfactoria c) Insatisfactoria d) Respuesta negativa</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8.-¿Desearía la existencia de una empresa de catering en Pimentel?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>PLAN DE MARKETING</p>	
<p>9.-¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos para un evento?</p> <p>a) 30-40 b) 40-50 c) 50-60 d) 80-100</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10.-¿Cuál de las siguientes características cree usted que es más importante en un servicio de catering?</p> <p>a) Precio b) Calidad c) Innovación d) Buen sabor</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11.-¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de catering en el distrito de Pimentel?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>12.-¿A través de qué medios te gustaría encontrar esta empresa? a)Internet (redes sociales) b)Publicidad externa c)Radio</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>13.- ¿Considera de gran importancia la alimentación saludable? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>14.- ¿Considera que consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>15.- ¿Qué productos saludables utiliza a menudo? a) Pan integral b) Avena c) Frutas / verduras d) Miel e) Aceite de oliva</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>16.- ¿Le gustaría que alguno de estos productos fueran incluidos en un buffet de una reunión social? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>17.- ¿Le agrada la idea de asistir a un evento donde el buffet sea elaborado a base de productos saludables? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>18.- ¿Estaría dispuesto a organizar un evento, donde la comida sea hecha con productos saludables?</p>	<p style="text-align: right;">TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

a) Si	_____
b) No	_____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>18</u> N° TD <u>—</u>
-----------------------	--------------------------------

2. COMENTARIO GENERALES	EL INSTRUMENTO SE JUSTIFICA PARA SU MEDICIÓN
-------------------------	--

3. OBSERVACIONES	
------------------	--


Juan A. Valencia Cabelán
INGENIERO EN GEOMÁTICO Y DE SISTEMAS
REG. CIP. 137308

JUEZ - EXPERTO
DNI: 44400923

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	<i>Georgina Yococa Arce</i>
PROFESIÓN	<i>Lic. Administración</i>
ESPECIALIDAD	<i>M.B. Talento Humano</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	<i>13 años</i>
CARGO	<i>Docente</i>
<p>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS SALUDABLES EN EL DISTRITO DE PIMENTEL 2018</p>	
DATOS DE LOS TESISTAS	
NOMBRES	AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p><u>GENERAL</u></p> <p>Determinar la viabilidad económica de crear una empresa de Catering en base a productos saludables en el distrito de Pimentel.</p>
	<p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la empresa.</p> <p>Realizar un estudio del campo para conocer nuestro análisis FODA.</p> <p>Realizar una evaluación económica y financiera del negocio para determinar la viabilidad del plan de negocio.</p>

EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
---	--

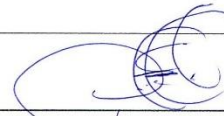
ANÁLISIS DE MERCADO	
1.-¿Cuál es el sector de Pimentel dónde vive? a) Pro vivienda b) Centro c) Alfo Perú	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
2.-¿Conoce usted un servicio de catering en Pimentel? a) Sí b) No	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3.-¿Qué tipo de evento frecuentemente organiza? a) Reuniones sociales b) Cumpleaños c) Reuniones de trabajo d) Otro	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4.- ¿Con qué frecuencia realiza usted este evento? a) Anual b) Semanal c) Mensual d) Otro	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5.- ¿Quién está a cargo de la organización de sus eventos? a) Padres b) Amigos c) Familia d) Alguien con experiencia	TA(✓) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____

<p>6.-¿Ha contratado los servicios de una empresa de catering para algún evento social y/o corporativo? a)Sí b)No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>7.- Si respondió "sí", ¿Cuál fue su experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering? a)Muy satisfactoria b)Satisfactoria c)Insatisfactoria d) Respuesta negativa</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>8.-¿Desearía la existencia de una empresa de catering en Pimentel? a)Si b).No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
PLAN DE MARKETING	
<p>9.-¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos para un evento? a)30-40 b) 40-50 c) 50-60 d)80-100</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>10.-¿Cuál de las siguientes características cree usted que es más importante en un servicio de catering? a)Precio b)Calidad c)Innovación d)Buen sabor</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>11.-¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de catering en el distrito de Pimentel? a)Sí b)No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>12.- ¿A través de qué medios te gustaría encontrar esta empresa? a) Internet (redes sociales) b) Publicidad externa c) Radio</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>13.- ¿Considera de gran importancia la alimentación saludable? a) Sí b) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>14.- ¿Considera que consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable? a) Sí b) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>15.- ¿Qué productos saludables utiliza a menudo? a) Pan integral b) Avena c) Frutas / verduras d) Miel e) Aceite de oliva</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>16.- ¿Le gustaría que alguno de estos productos fueran incluidos en un buffet de una reunión social? a) Sí b) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>17.- ¿Le agrada la idea de asistir a un evento donde el buffet sea elaborado a base de productos saludables? a) Sí b) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>18.- ¿Estaría dispuesto a organizar un evento, donde la comida sea hecha con productos saludables?</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>

a) Sí	_____
b) No	_____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>18</u> N° TD <u>0</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ - EXPERTO
DNI 80270538

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ	<i>Carlos Rey Ruz</i>
PROFESIÓN	<i>Administración</i>
ESPECIALIDAD	<i>Adm. Gestión Pública</i>
EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	<i>5 años</i>
CARGO	<i>Docente</i>
<p>PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS SALUDABLES EN EL DISTRITO DE PIMENTEL 2018</p>	
DATOS DE LOS TESISISTAS	
NOMBRES	AGUIRRE PURIZACA ELSA ELVIRA
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p><u>GENERAL</u></p> <p>Determinar la viabilidad económica de crear una empresa de Catering en base a productos saludables en el distrito de Pimentel.</p>
	<p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la empresa.</p> <p>Realizar un estudio del campo para conocer nuestro análisis FODA.</p> <p>Realizar una evaluación económica y financiera del negocio para determinar la viabilidad del plan de negocio.</p>

EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ÍTEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO El instrumento consta de 20 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.

ANÁLISIS DE MERCADO	
<p>1.-¿Cuál es el sector de Pimentel dónde vive?</p> <p>a) Pro vivienda b) Centro c) Alto Perú</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2.-¿Conoce usted un servicio de catering en Pimentel?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3.-¿Qué tipo de evento frecuentemente organiza?</p> <p>a) Reuniones sociales b) Cumpleaños c) Reuniones de trabajo d) Otro</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4.- ¿Con qué frecuencia realiza usted este evento?</p> <p>a) Anual b) Semanal c) Mensual d) Otro</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5.- ¿Quién está a cargo de la organización de sus eventos?</p> <p>a) Padres b) Amigos c) Familia d) Alguien con experiencia</p>	<p>TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>6.-¿Ha contratado los servicios de una empresa de catering para algún evento social y/o corporativo?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7.- Si respondió "sí", ¿Cuál fue su experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering?</p> <p>a) Muy satisfactoria b) Satisfactoria c) Insatisfactoria d) Respuesta negativa</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8.-¿Desearía la existencia de una empresa de catering en Pimentel?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
PLAN DE MARKETING	
<p>9.-¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos para un evento?</p> <p>a) 30-40 b) 40-50 c) 50-60 d) 80-100</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10.-¿Cuál de las siguientes características cree usted que es más importante en un servicio de catering?</p> <p>a) Precio b) Calidad c) Innovación d) Buen sabor</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11.-¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de catering en el distrito de Pimentel?</p> <p>a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>12.-¿A través de qué medios te gustaría encontrar esta empresa? a)Internet (redes sociales) b)Publicidad externa c)Radio</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>13.- ¿Considera de gran importancia la alimentación saludable? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>14.- ¿Considera que consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>15.- ¿Qué productos saludables utiliza a menudo? a) Pan integral b) Avena c) Frutas / verduras d) Miel e) Aceite de oliva</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>16.- ¿Le gustaría que alguno de estos productos fueran incluidos en un buffet de una reunión social? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>17.- ¿Le agrada la idea de asistir a un evento donde el buffet sea elaborado a base de productos saludables? a) Sí b) No</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>18.- ¿Estaría dispuesto a organizar un evento, donde la comida sea hecha con productos saludables?</p>	<p style="text-align: right;">TA(✓) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/>

a) Sí	_____
b) No	_____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA <u>18</u> N° TD <u>—</u>
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



JUEZ - EXPERTO
17435695

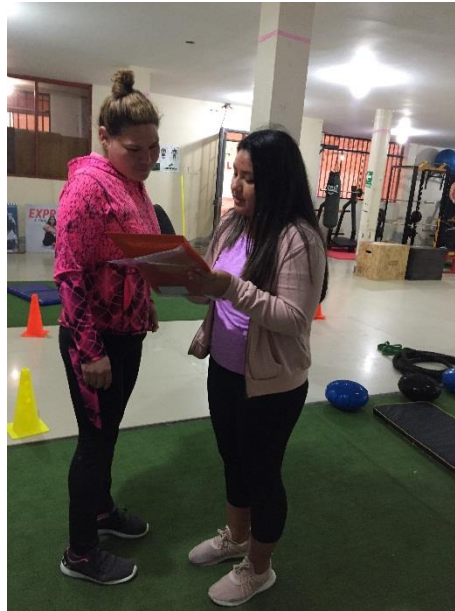
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CATERING CON PRODUCTOS SALUDABLES EN EL DISTRITO DE PIMENTEL, 2018

Tabla 37.
Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
¿Es rentable la creación de una empresa de catering en el distrito de Pimentel?	<p>Objetivo General. Determinar la viabilidad económica de crear una empresa de Catering en base a productos saludables en el distrito de Pimentel.</p> <p>Objetivos Específicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analizar el mercado potencial y el mercado objetivo al que se dirigirá la empresa. - Realizar un estudio del campo para conocer nuestro análisis FODA. - Realizar una evaluación económica y financiera del negocio para determinar la viabilidad del plan de negocio. 	El proyecto de plan de negocio para la creación de una empresa de catering con productos saludables en el distrito de Pimentel 2018, es económica, rentable y técnicamente viable.	<p>Variable Independiente. Plan de Negocios</p>	<p>Tipo de investigación. Descriptiva Propositiva</p> <p>Diseño de investigación. No experimental</p>

Fuente: Elaboración propia

Figura 30: Encuesta aplicada a clientes potenciales en un gimnasio.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 31: Encuesta aplicada a clientes potenciales en un gimnasio.



Fuente: Elaboración Propia

**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPAN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Datos generales:

Sexo: Masculino () Femenino () Edad: ()

Grado de instrucción: _____

Instrucciones: Señale con una X en aquella opción que exprese su conformidad, percepción, sentir o actuar en cada una de las siguientes afirmaciones:

1. ¿Cuál es el sector de Pimentel donde vive?
 - a. Pro-vivienda
 - b. Centro
 - c. Alto Perú
2. ¿Conoce usted un servicio de catering en Pimentel?
 - a. Sí
 - b. No
3. ¿Qué tipo de evento frecuentemente organiza?
 - a. Reuniones Sociales
 - b. Cumpleaños
 - c. Reuniones de trabajo
 - d. Otro
4. ¿Con qué frecuencia realiza usted este evento?
 - a. Anual

- b. Semanal
 - c. Mensual
 - d. Otro
5. ¿Quién está a cargo de la organización de sus eventos?
- a. Padres
 - b. Amigos
 - c. Familia
 - d. Alguien con experiencia
6. ¿Ha contratado los servicios de una empresa de catering para algún evento social y/o corporativo?
- a. Sí
 - b. No
7. Si respondió “sí”, ¿cuál fue su experiencia con la empresa que contrató los servicios de catering?
- a. Muy satisfactoria
 - b. Satisfactoria
 - c. Insatisfactoria
 - d. Respuesta negativa
8. ¿Desearía la existencia de una empresa de catering en Pimentel?
- a. Sí
 - b. No
9. ¿Qué cantidad de dinero estaría dispuesto a pagar por un ciento de bocaditos para un evento?
- a. 30 – 40 soles
 - b. 40 – 50 soles
 - c. 50 - 60 soles
 - d. 80 - 100 soles
10. ¿Cuál de las siguientes características cree usted que es más importante en un servicio de catering?
- a. Precio
 - b. Calidad
 - c. Innovación
 - d. Buen sabor

11. ¿Estaría dispuesto a contratar los servicios de una empresa de catering en el distrito de Pimentel?
- Sí
 - No
12. ¿A través de qué medios le gustaría encontrar esta empresa?
- Internet (redes sociales)
 - Publicidad externa
 - Radio
13. ¿Considera de gran importancia la alimentación saludable?
- Sí
 - No
14. ¿Considera que consumir productos saludables significa que no tienen un sabor agradable?
- Sí
 - No
15. ¿Qué productos saludables utiliza a menudo?
- Pan Integral
 - Avena
 - Frutas/verduras
 - Miel
 - Aceite de oliva
16. ¿Le gustaría que algunos de estos productos fueran incluidos en un buffet de una reunión social?
- Sí
 - No
17. ¿Le agrada la idea de asistir a un evento donde el buffet sea elaborado a base de productos saludables?
- Sí
 - No
18. ¿Estaría dispuesto a organizar un evento, donde la comida sea hecha con productos saludables?
- Sí
 - No