

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROYECTO DE INVERSIÓN PRIVADA PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA APP PARA RESTAURANTES DE
COMIDA CRIOLLA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

MARGOT CRISTINA LAMADRID DEL CASTILLO

ASESOR

MILAGROS CARMEN GAMARRA UCEDA

<https://orcid.org/0000-0002-0533-8559>

Chiclayo, 2020

DEDICATORIA

La presente proyecto está dedicado especialmente a Dios y a mi familia, por haberme brindado el apoyo necesario durante mi preparación profesional en los cinco años de carrera universitaria, incentivándome a lograr mis objetivos y ofreciéndome toda su confianza para poder seguir y salir adelante.

AGRADECIMIENTO

Para aquellas personas que apoyaron y lograron que este proyecto de inversión privada sea posible, agradecer también a mis compañeros, familiares y docentes, especialmente a mi orientadora Milagros Carmen Gamarra Uceda, por brindarme su apoyo, paciencia y orientación en la elaboración de este proyecto.

RESUMEN

El actual trabajo de investigación, es un proyecto de inversión privada para la implementación de una aplicación móvil para restaurantes, enfocado en el sector de comidas criollas, el cual está dirigido para personas del nivel socioeconómico AB y C de la ciudad de Chiclayo.

Debido a ello se hizo una investigación con el fin de conocer si el proyecto era o no viable en su ejecución, es de esa manera que se utilizaron indicadores, tales como, el TIR, VAN, el punto de equilibrio, análisis de sensibilidad y los estados financieros, todo ello, realizado para conocer qué tan rentable es el proyecto de inversión.

El estudio de la factibilidad del presente proyecto de inversión privada, se realizó de acuerdo al objetivo principal en el que se busca la viabilidad de la inversión. Finalmente, se ha comprobado que el presente proyecto de inversión es viable tanto económicamente como financiera, por lo que se cuenta con un VANE de \$ 2,670.09 y un VANF de \$ 6,469.64 por otro lado están las tasa de interés de retorno fueron 22% económico y 36.96% financiero.

Palabras clave: App, comida criolla, restaurantes.

ABSTRACT

The current research work is a private investment project for the implementation of a mobile application for restaurants, focused on the Creole food sector, which is aimed at people of socioeconomic level AB and C of the city of Chiclayo.

Due to this, an investigation was made in order to know if the project was viable or not in its execution, that's why some indicators were used, such as VAN, TIR, break-even point, sensitivity analysis and financial statements, all of this it was made to know how profitable is the investment project.

The feasibility study of the present private investment project was carried out according to the main objective in which the viability of the investment is sought. Finally, it has been proven that the present investment project is financially and economically viable, and because of that, it has an VANE of \$ 2,670.09 and a VANF of \$ 6,469.64 On the other hand, the return interest rates were 22% economic and 36.96% financial.

Keywords: App, Creole food, restaurants

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN	12
1. METODOLOGÍA.....	12
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	16
CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO	20
1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL SERVICIO.....	20
2. PREFIL DEL CONSUMIDOR	21
3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO.....	21
4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA - PROYECCIÓN	22
5. ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN	41
6. BALANCE DEMANDA OFERTA	43
7. PLAN DE MARKETING	43
CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO.....	45
1. TAMAÑO – MERCADO.....	45
2. TAMAÑO – TECNOLOGÍA	45
3. TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES	45
4. TAMAÑO – FINANCIAMIENTO	45
5. TAMAÑO – COSTO UNITARIO	46
6. TAMAÑO – RENTABILIDAD.....	46
7. SELECCIÓN DEL TAMAÑO	46
CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	47
1. FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	47
2. MACRO LOCALIZACIÓN	47
3. MICRO LOCALIZACIÓN	47
4. MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN.....	48
CAPÍTULO V: INGENIERIA DEL PROYECTO	48
1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.....	48
2. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	50
3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO	53
4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	55
5. PROGRAMA DEL SERVICIO APP PARA RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA	55
CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN.....	58
1. ASPECTO LEGAL	58
2. ASPECTO ORGANIZACIONAL	60
CAPÍTULO VII: INVERSIÓN	71
1. INVERSIÓN.....	71
CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO	72

1. Fuentes de Financiamiento	72
2. Evaluación del Préstamo	73
CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	74
1. PRESUPUESTO DE INGRESOS	74
2. PRESUPUESTO DE EGRESOS	74
CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS	76
1. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	76
2. FLUJO DE CAJA	77
CAPÍTULO XI: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	79
1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA	79
2. EVALUACIÓN ECONÓMICA	80
3. EVALUACIÓN FINANCIERA	82
CAPÍTULO XII: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	85
1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA	85
2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA	87
CONCLUSIONES	90
RECOMENDACIONES	91
ANEXOS	92
Anexo 1: Árbol de problemas	92
Anexo 2: Análisis CANVAS	93
Anexo 3: Inversión detallada	94
Anexo 4: Encuesta	96
BIBLIOGRAFIA	101

Lista de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	15
Tabla 2. FODA	18
Tabla 3. Frecuencia de visita a un restaurante de comida criolla	23
Tabla 4. Concurrencia de familias a un restaurante de comida criolla.....	24
Tabla 5. Número de miembros que conforman la familia	25
Tabla 6. Aceptación de una aplicación sobre restaurantes de comida criolla	26
Tabla 7. Aceptación de la App para la búsqueda de información de un restaurante de comida criolla.....	27
Tabla 8. Motivos de búsqueda de referencias sobre restaurantes	28
Tabla 9. Experiencia sobre un restaurante de comida criolla	29
Tabla 10. Desconocimiento de un restaurante de comida criolla	30
Tabla 11. Desconocimiento de un restaurante de comida criolla	30
Tabla 12. Problemas para encontrar restaurantes	31
Tabla 13. Compartiría la experiencia con los demás.....	32
Tabla 14. Importancia de las referencias	33
Tabla 15. Utilización de una App sobre restaurantes de comida criolla	34
Tabla 16. Buscar información de restaurantes de comida criolla por Internet	35
Tabla 17. Una aplicación como incentivo para ir a un restaurante de comida criolla.....	36
Tabla 18. Puntos a incluirse en una App de restaurantes de comida criolla.....	37
Tabla 19. Respuestas sobre referencias pet-friendly en la App.....	38
Tabla 20. Edades para el uso de la App.....	39
Tabla 21: Hogares de Chiclayo	40
Tabla 22. Frecuencia de Tiempo de Concurrencia	40
Tabla 23. Población Proyectada	41
Tabla 24. Demanda Proyectada	41
Tabla 25. Oferta Histórica	42
Tabla 26. Pedidos Chiclayo	42
Tabla 27. Oferta Proyectada	43
Tabla 28. Demanda Insatisfecha.....	43
Tabla 29. Fuente de Financiamiento.....	46
Tabla 30. Selección del Tamaño.....	46
Tabla 31. Macro Localización	47
Tabla 32. Micro Localización.....	48

Tabla 33. Lenguaje de programación	48
Tabla 34. Ubicación del Servicio.....	49
Tabla 35. Análisis de Hosting.....	49
Tabla 36. Descripción de activos.....	54
Tabla 37. Cronograma de Actividades	55
Tabla 38. Requerimiento Administrador	68
Tabla 39. Requerimiento Programador de App.....	69
Tabla 40. Requerimiento Community Manager	70
Tabla 41. Requerimiento de Representante de Ventas	71
Tabla 42 Estructura de la Inversión en dólares.....	72
Tabla 43. Programa de Inversión en dólares	72
Tabla 44. Fuentes de financiamiento en dólares.....	73
Tabla 45. Evaluación del Financiamiento en dólares	73
Tabla 46. Presupuesto de ingresos por Reservas	74
Tabla 47. Presupuesto Económico en dólares	75
Tabla 48. Presupuesto Financiero en dólares	76
Tabla 49. Estado de Pérdidas y Ganancias en dólares.....	77
Tabla 50. IGV a pagar en dólares	77
Tabla 51. Flujo de Caja Económico en dólares	78
Tabla 52. Flujo de Caja Financiero en dólares	79
Tabla 53. Tasa de Descuento Económica	80
Tabla 54. Tasa de Descuento Financiera	80
Tabla 55. Valor Actual Neto Económico	81
Tabla 56. Tasa Interna de Retorno Económico	81
Tabla 57. Relación Beneficio Costo Económico.....	81
Tabla 58. Periodo de recupero de capital	82
Tabla 59. Índice De Rentabilidad	82
Tabla 60. Valor Actual Neto Financiero.....	83
Tabla 61. Tasa Interna De Retorno Financiero.....	83
Tabla 62. Relación Beneficio Costo Financiero	84
Tabla 63. periodo de capital financiero	84
Tabla 64. Índice De Rentabilidad Financiero	85
Tabla 65. Valor Actual Neto Económico_Sensibilidad.....	86
Tabla 66. Tasa Interna De Retorno Económico_Sensibilidad.....	86
Tabla 67. Relación Beneficio Costo Económico_Sensibilidad	86

Tabla 68. Periodo De Recuperación Del Capital_Sensibilidad	87
Tabla 69. Valor Actual Neto Financiero_Sensibilidad.....	87
Tabla 70. Tasa Interna De Retorno Financiero_Sensibilidad.....	88
Tabla 71. Relación Beneficio Costo Financiero_Sensibilidad	88
Tabla 72. Periodo De Recuperación Del Capital_Sensibilidad	88
Tabla 73 Árbol de problema	92
Tabla 74 El lienzo del modelo de negocio.....	93
Tabla 75. Inversión Tangible.....	94
Tabla 76. Inversión Intangible.....	94
Tabla 77. Capital de Trabajo	95

Lista de Figuras

Figura 1. Frecuencia de visita a un restaurante de comida criolla.....	23
Figura 2. Concurrencia de familias a un restaurante de comida criolla	24
Figura 3. Número de miembros que conforman la familia	25
Figura 4. Aceptación de una aplicación sobre restaurantes de comida criolla.....	26
Figura 5. Aceptación de la App para la búsqueda de información de un restaurante de comida criolla.....	27
Figura 6. Motivos de búsqueda de referencias sobre restaurantes	28
Figura 7. Experiencia sobre un restaurante de comida criolla.....	29
Figura 8. Problemas para encontrar restaurantes criollos.....	31
Figura 9. Compartiría la experiencia con los demás	32
Figura 10. Importancia de las referencias.....	33
Figura 11. Utilización de una App sobre restaurantes de comida criolla.....	34
Figura 12. Buscar información de restaurantes de comida criolla por Internet.....	35
Figura 13. Una aplicación como incentivo para ir a un restaurante de comida criolla	36
Figura 14. Puntos a incluirse en una App de restaurantes de comida criolla	37
Figura 15. Respuestas sobre referencias pet-friendly en la App	38
Figura 16. Edades para el uso de la App	39
Figura 17. Diagrama de Operación	50
Figura 18. Diagrama de Recorrido	51
Figura 19. Diseño del Plano de la oficina	52
Figura 20. Prototipo de descarga de la App	56
Figura 21. Registro de Pago	56
Figura 22. Selección de Restaurantes	57
Figura 23. Organigrama.....	67

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1. METODOLOGÍA

1.1.Tipo de Investigación

El presente proyecto de inversión pertenece al tipo de investigación proyectiva de acuerdo a la investigación holística, porque desarrolla una propuesta técnica y económica que soluciona una necesidad de un grupo social determinado, mediante la optimización de los recursos disponibles como: humanos, materiales y tecnológicos en un horizonte de tiempo determinado.

El proyecto de inversión por ser una investigación proyectiva desarrolla fases metodológicas tales como: exploratoria, debido a que se desarrolló con situaciones que ocurrieron en la realidad; es decir en base a información secundaria o registros; descriptiva, porque se refiere la situación real del proyecto justificando e identificando las necesidades de cambio para lo cual se plantea objetivos; comparativa, porque se contrasta con otros proyectos de inversión y teorías; analítica, porque examina las teorías sobre el problema a investigar y los procesos causales de la viabilidad del mercado, tamaño, localización e ingeniería ,organización e inversión; predictiva: en el cual el fin es establecer la viabilidad estratégica, de mercado, técnica, administrativa y por último la viabilidad económico y financiero. Así mismo permite ajustar los objetivos tanto generales como específicos ante posibles dificultades u obstáculos; proyectiva, porque diseña el proyecto, se operacionalizan los procesos, se seleccionan la investigación de mercado, técnico y económico y financiero, y elaborar el instrumento de diagnóstico; interactiva por que aplica instrumentos y recoge datos del contexto del proyecto de inversión, relacionados con los procesos de mercado, tamaño, localización e ingeniería, organización e inversión; confirmatoria porque analiza y concluye con un diseño del proyecto de inversión; evaluativa porque se medirán los indicadores financieros realizando las conclusiones y recomendaciones

1.2.Línea de investigación

Gestión empresarial para la innovación

1.3.Situación problemática

Actualmente, todos los países están pasando por una etapa difícil debido a la propagación exponencial del virus Covid-19, por lo que los mandatarios han tomado ciertas medidas de seguridad, una de ellas es la utilización y empleabilidad de dispositivos tecnológicos, que permitan realizar actividades virtuales, con el fin de disminuir la propagación de este contagioso virus.

Además, las medianas y pequeñas empresas son consideradas como un factor fundamental en la economía peruana, debido a que contribuyen al 24% del Producto Bruto Interno y propician el 85% de empleo en el Perú. Por otro lado, según el Diario Gestión (2015), menciona que las pymes peruanas cuentan con un nivel bajo en cuanto a la virtualización, es decir que solo el 15% de estas empresas hacen uso de aplicaciones y tecnología en sus establecimientos, mientras que el 60% no comprenden la importancia de estos programas y el 25% no lo posee.

Es por eso que en la ciudad de Chiclayo no existe un aplicativo móvil donde tanto el consumidor local como extranjero pueda tener referencias de algún lugar donde pueda consumir o realizar otras acciones con la facilidad de un solo clic. Cabe recalcar, que la era de la transformación digital obliga a las organizaciones a estar más involucradas con la virtualidad y poder estar donde el cliente está, mejorando la calidad de servicio con una tecnología eficiente y eficaz.

Tal como es el caso de los restaurantes de comida criolla puesto que en muchas ocasiones los consumidores han tenido problemas con sus pedidos. Por tal motivo y por la situación actual que está pasando se toma mucho tiempo hacer una solicitud de comida. Es por eso que mediante esta App el usuario podrá realizar reservaciones desde la comodidad de su casa sin que se exponga al contagio o sea rechazado por la falta de capacidad. Además, la gran mayoría de establecimientos han comenzado a reabrir sus instalaciones siguiendo los protocolos de seguridad dispuestos por el Gobierno.

1.4. Formulación del problema

¿Es viable económica y financieramente la implementación de una aplicación móvil sobre restaurantes de comida criolla?

1.5. Determinación de los objetivos

a. Objetivo general

Evaluar la viabilidad financiera y económica para el desarrollo de una App para restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo.

b. Objetivos específicos

1. Determinar la demanda insatisfecha del servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.
2. Determinar el tamaño de la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.
3. Determinar la localización de la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.

4. Determinar el proceso de servicio adecuado para de la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.
5. Determinar el tipo de sociedad a conformar para la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.
6. Estimar los requerimientos de inversión y financiamiento para de la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.
7. Estimar los indicadores económicos y financieros de la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.
8. Estimar la sensibilidad económica y financiera de la implementación de una empresa de servicio de App sobre restaurantes de comida criolla.

1.6. Título

Proyecto de inversión privada para la implementación de una de App sobre restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo

1.7.Operacionalización de variable

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DIFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VIABILIDAD	Se refiere a los estudios técnicos económicos que se desarrollan para evaluar la pertinencia de ejecuta un proyecto determinado.	Mercado	Nivel Socio Económico
			Estilos de Vida
			Servicio
			Demanda del servicio
			Oferta del servicio
			Ingresos
			Población Objetivo
			Tasa de crecimiento poblacional
			Factor de consumo
			Tasa de crecimiento del sector
		Técnica	Factores cualitativos de la localización
			Factores cuantitativos de la localización
			Participación del mercado
			Cantidad de servicio a cubrir
			Tipo de empresa
			Instrumentos de organización
		Económica – Financiera	VANE - VANF
			TIRE - TIRF
			B/C E – B/C F
			COK
PRCE-PRCEF			
IRE – IRF			
PRECIO DEL SERVICIO			

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1. Análisis del entorno económico

a. Político-legal

En el presente proyecto de inversión se han considerado las leyes y normativas que rigen esta investigación, con el fin de poder resguardar la seguridad y bienestar de los usuarios que utilicen este servicio.

Es por ello que según la Ley N° 27309, normativa que rige a los delitos informáticos al Código Penal, al ser TACU TACU EIRL una empresa que recoge datos de los clientes cuando ingresan su información financiera, como lo son sus tarjetas de crédito o débito, es que se debe cumplir esta Ley.

La aplicación requiere que cuando el usuario la descargue e intente reservar en un restaurante debe de ingresar su correo electrónico, por lo que existen otras normas como, la Ley N° 28493, aquella normativa que se encarga de regular el uso del correo electrónico comercial que no es deseado, es decir, mejor conocido como SPAM, por otro lado está también la Ley N° 27291, la cual menciona que se permite el uso de los dispositivos móviles para la comunicación de la manifestación de libre voluntad y la realización de la firma digital para cuando sea requerido.

b. Tecnológico

En los últimos años se ha podido evidenciar el incremento que ha tenido el sector tecnológico, en especial el uso de los aplicativos, todo ello se debe al aumento de personas con acceso a redes de internet y de dispositivos móviles, por lo que se podría decir que, aquella persona con un smartphone u otro aparato móvil con acceso a internet, ha ingresado en cierto momento a una aplicación. Según los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática, en el Perú el 52.5% de la población hace uso de este beneficio (INEI, 2018).

En el Perú se han presentado distintas oportunidades para desarrollar y crear aplicaciones y plataformas digitales, dentro de esas aplicaciones, las más utilizadas son las aplicaciones de música, revistas, noticias, también están las aplicaciones en donde se realizan compras y reservas. Según El Diario Gestión el 20.5% de la población en el país usa internet una vez por semana (Gestión, 2019).

Sin embargo, actualmente en el país debido a la crisis ocasionada por el covid-19 las modalidades de pago digital, según El Diario Gestión (2020), el 58% de las compras se hicieron por medios digitales, debido a una medida de seguridad frente a este virus, por lo que recurrido

a realizar compras mediante Apps, por lo que esta modalidad se ha convertido en una más segura y útil, permitiendo que el consumidor pase de realizar pagos efectivos a pagos digitales (Perú Retail, 2020).

c. Económico

En el Perú se está viviendo un panorama crítico debido a una crisis que fue desatada por el covid-19, tal como lo señala El Banco Central de Reserva Peruano (BCRP) proyecta una caída en el Producto Bruto Interno de -12.5%, una corrección de 11.9% en la demanda interna y una disminución del 30% en lo que respecta a la inversión privada (Gestión, 2020).

Además, el diario El Peruano, menciona que las Mypes tienen un rol fundamental dentro de la economía peruana, debido a que aportan el 40% de producto bruto interno y crean cerca de 85% puestos de trabajo, por lo que debido al covid-19 las Mypes son las más afectadas (El Peruano, 2020).

Sin embargo, en el Perú se goza de muy buena gastronomía, la cual se ha ganado una fama internacional, por lo que meses después del confinamiento producto del covid-19 se han comenzado a reabrir los restaurantes, claro está que su atención solo será de un 40% en su capacidad, la reapertura de los restaurantes busca reactivar la economía (Gestión, 2020).

Es por ello, que la aplicación TACU TACU aprovechará que se están reaperturando los restaurantes y las nuevas formas de pago, para que de esta manera el usuario pueda hacer su reservación con anticipación y realizar el pago de forma digital sin tener un contacto directo con las otras personas.

d. Demográfico

En el Perú existe una tasa de natalidad alta, es por eso que genera oportunidades de requerimiento o solicitudes de compra, puesto a que mientras más grande sea, más poder adquisitivo posee, según su sector socioeconómico.

El Perú está dividido en cinco sectores poblacionales, de los cual están categorizados por sector A, B, C, D y E según su nivel socioeconómico (NSE). Mayormente su población se concentra en los segmentos D y E, siendo segmentos con menor poder adquisitivo. Chiclayo cuenta con 799. 675 habitantes, dicha población está concentrada en toda la ciudad.

2.2.FODA

Tabla 2. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Se centrará en restaurantes que se encuentren a nivel Chiclayo. • Comentarios y referencias de clientes que van usando la App. • Información detallada del tipo de restaurante, platos típicos, ubicación, etc. • Categorización de restaurantes de acuerdo a las preferencias de los usuarios. • Única App enfocada en hacer reservaciones, ofrecer promociones, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de una App, donde se pueda realizar reservaciones, categorización según la preferencia del usuario. • Era de tendencia digital • Aceptación de la App por parte de los restaurantes. • Aumento de restaurantes de comida criolla en Chiclayo. • El consumidor peruano prefiere informarse más antes de adquirir un servicio o producto.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento del uso y diseño de la aplicación • Tamaño de la aplicación para celulares. • Referencias engañosas. • Problemas con las actualizaciones de las Apps. • Poca experiencia en el mercado al ingresar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevas Apps con la misma propuesta de valor. • Sobrecarga de red. • La falta de cumplimiento de las leyes que regulan los aplicativos y la privacidad del consumidor. • Bajo uso de pago electrónico ya sea por temor o desconocimiento. • Falta de costumbre en el uso de la tecnología en restaurantes. • El desarrollo de Apps está en nivel básico en el Perú. • Los restaurantes no están dispuestos en asumir el costo del servicio.

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Justificación

El presente proyecto de inversión de una App de restaurante enfocado en la comida criolla, va a permitir que cada consumidor pueda realizar una reservación con anticipación, leer la información del restaurante, al mismo tiempo pueda visualizar el menú, los precios y compartir su experiencia a través de calificaciones, comentarios con opciones de fotos. De tal manera que tanto las pequeñas, como medianas y grandes empresas puedan digitalizar sus procesos de reservaciones haciendo que no involucre el contacto directo, más aún en esta coyuntura actual en la que se busca no aumentar los contagios.

Además, está hecha para aquellos establecimientos que deseen incrementar sus ventas mediante el uso de un aplicativo móvil o cuyo déficit es la tecnología. Asimismo las empresas que ya posean la aptitud virtual puedan potenciarlo mediante una aplicación de restaurantes y obtener aún más reconocimiento por los consumidores.

Por otro lado, si nos centramos en el comportamiento del consumidor, es aquella que se da a notar cuando la persona investiga, adquiere, emplea, estima o descarta productos y servicios que no complazcan sus exigencias. Debido a ello el usuario mediante este aplicativo móvil podrá encontrar todo en uno, es decir, que facilitará la toma de decisiones en cuanto al lugar donde desea ir a consumir. Además, se tiene que tener en cuenta los recursos disponibles con los que cuenta el usuario, tales como el efectivo, el tiempo y el esfuerzo dedicado en buscar los establecimientos.

En el 2017 las ventas por medio de aplicaciones originaron un promedio de 76 mil millones de dólares. Debido a que el cliente está cerca de cinco horas al día en su teléfono móvil. Es por ello que las empresas deberían tomarlo como un modelo de negocio, ya que les resultara muy rentable y conveniente además de ser una ventaja competitiva y posteriormente ser sostenible en el tiempo, debido a que los usuarios podrán interactuar de manera virtual con el restaurante teniendo en cuenta la seguridad de su privacidad.

2.4. Marco legal

Para el proyecto de inversión, se consideraron las disposiciones y normativas brindadas por el Gobierno peruano, las cuales están enfocadas en asegurar la seguridad y el bienestar de los consumidores, usuarios y clientes.

Es por ello que según la Ley N° 27309, normativa que rige a los delitos informáticos al Código Penal, al ser TACU TACU EIRL una empresa que recoge datos de los clientes cuando ingresan

su información financiera, como lo son sus tarjetas de crédito o débito, es que se debe cumplir esta Ley.

La aplicación requiere que cuando el usuario la descargue e intente reservar en un restaurante debe de ingresar su correo electrónico, por lo que existen otras normas como, la Ley N° 28493, aquella normativa que se encarga de regular el uso del correo electrónico comercial que no es deseado, es decir, mejor conocido como SPAM, por otro lado está también la Ley N° 27291, la cual menciona que se permite el uso de los medios digitales para la comunicación de la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica para cuando sea necesario.

2.5. Clasificación productiva sectorial

Proyecto para la instalación de una App sobre restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo.

El C.I.I.U. Es 5610, actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.

2.6. Unidad Formuladora y Unidad Ejecutora

La unidad formuladora del presente proyecto se encuentra compuesta por Margot Lamadrid del Castillo, egresada de la escuela de administración de empresas de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

Por otro lado la unidad ejecutora según el Registro de Escrituras Públicas de Constitución de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, será denominada “TACU TACU” E.I.R.L

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

1. CARACTERIZACIÓN COMERCIAL DEL SERVICIO

Día a día la tecnología avanza y dentro de ella están principalmente los dispositivos móviles (Smartphones), los cuales han incentivado a que el consumidor realice búsquedas, reservas, pedidos e interaccione con los mismos restaurantes, logrando todo ello a través de buscadores online, lo cual hoy en día es una actividad muy común entre los consumidores, ya que pueden acceder a esta información desde cualquier lugar y momento (Robres, 2017).

Es por ello que el artículo seleccionado trata de la creación de un aplicativo móvil para restaurantes del sector de comida criolla, ya que cuenta con distintas opciones para ofrecer al cliente tales como, el realizar una reserva en el restaurante, hacer el pedido de un producto, visualizar del menú del restaurante, precios, comentarios, referencias y calificaciones por tenedores de los restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo.

El público seleccionado para realizar esta investigación es a nivel ciudad de Chiclayo, enfocado al sector de restaurantes de comida criolla, tomando en cuenta el segmento de la población como los turistas, padres de familia, jóvenes, adultos, y a las personas que disfruten de la gastronomía peruana.

2. PREFIL DEL CONSUMIDOR

La aplicación Tacu Tacu, está dirigido para personas económicamente activos que pertenecen a la:

1. Segmentación demográfica:

La aplicación “Tacu Tacu” está considerando dirigirse a hombres y mujeres, entre el rango de los 18 a 45 años, los cuales tengan capacidad adquisitiva.

2. Segmentación socioeconómica:

El público al que está dirigido este proyecto de inversión se encuentra en el sector AB Y C, y que cuenten con un dispositivo móvil.

3. Segmentación geográfica:

Esta aplicación “Tacu Tacu” está dirigida para las personas que se encuentren en la ciudad de Chiclayo, ya sean turistas o locales.

4. Segmentación psicográfica:

La aplicación “Tacu Tacu” está dirigida principalmente para personas que quieran probar nuevos restaurantes, nuevos platos, que tengan un buen gusto por la comida y quieran experimentar diversas experiencias culinarias. Así como también para turistas, que quieran probar la gastronomía peruana platos criollos típicos del país y de la región y así poder encontrar un restaurante al cual asistir.

3. ÁREA GEOGRÁFICA DEL MERCADO

Se realizará un proyecto de inversión el cual está dirigido a las personas que pertenecen al sector AB y C de la ciudad de Chiclayo, también a los extranjeros para que desean visitar la localidad.

4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA - PROYECCIÓN

4.1. Información Primaria y secundaria

Para desarrollar el presente proyecto de inversión privada fue necesario recurrir a información primaria, la cual fue obtenida por medio de la realización de encuestas, las cuales arrojaron datos necesarios para poder hallar el factor de consumo y también elaborar el tamaño del proyecto.

En cuanto a la recolección de información secundaria se obtuvo a través del portal del Instituto Nacional de Estadística e Información (INEI), con el fin de obtener data sobre la población de la Provincia de Chiclayo, y de esta manera poder realizar una proyección de cinco años sobre su población.

Por otro lado, también se recurrió a datos de reconocidos diarios del país como el Diario El Comercio y Diario Gestión, con el fin de obtener información que permita realizar la oferta histórica y de acuerdo a ello mediante la fórmula de mínimos cuadrados ordinarios obtener la oferta proyectada.

En consecuencia la obtención de todos esos datos necesarios, se pudo realizar el cálculo de la demanda insatisfecha que nos permite ver hacia el mercado que aún puede adquirir el servicio, para luego hacer los cálculos correspondientes que permitan ver cuanta participación se podrá abarcar del mercado.

4.2. Determinación del Tamaño de Muestra

Se seleccionarán a 383 personas para realizar los cuestionarios, las cuales deben contar con las características necesarias para este estudio; las cuales son las personas con visitas frecuentes a restaurantes, jóvenes y adultos, que vivan en la ciudad de Chiclayo.

4.3. La Encuesta

La encuesta de tipo exploratoria se aplicó a un miembro por familia sumando así 383 encuestados que viven en la ciudad de Chiclayo.

4.4. Resultados de la Encuesta

PRIMERA PARTE

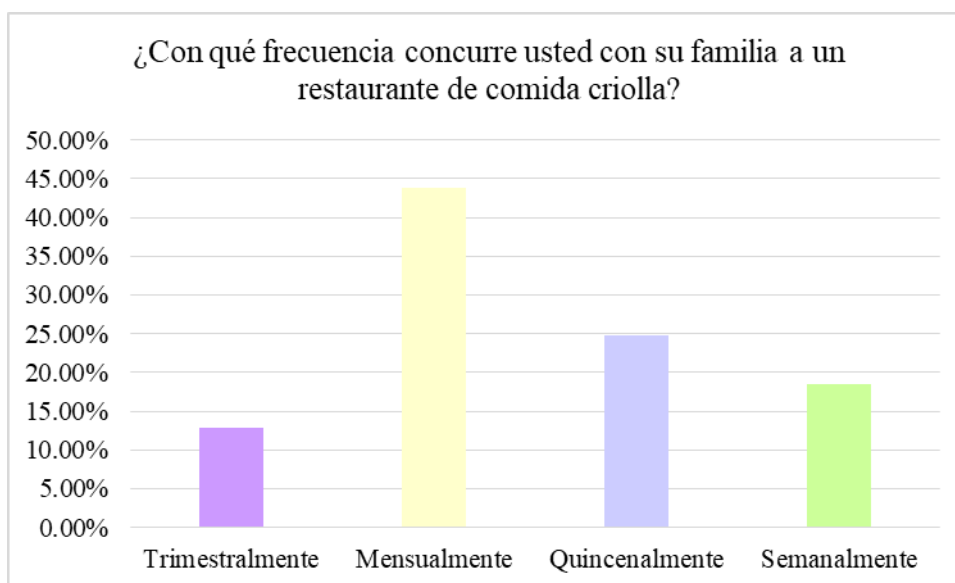
1. ¿Con qué frecuencia concurre usted con su familia a un restaurante de comida criolla?

Tabla 3. Frecuencia de visita a un restaurante de comida criolla

Respuesta	N° Personas	Porcentaje
Trimestralmente	49	12.79%
Mensualmente	168	43.86%
Quincenalmente	95	24.80%
Semanalmente	71	18.54%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Frecuencia de visita a un restaurante de comida criolla



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la encuesta dada a 383 personas refleja que el 46.83% asiste a un restaurante mensualmente como también el 24.80% de personas asiste quincenalmente con su familia.

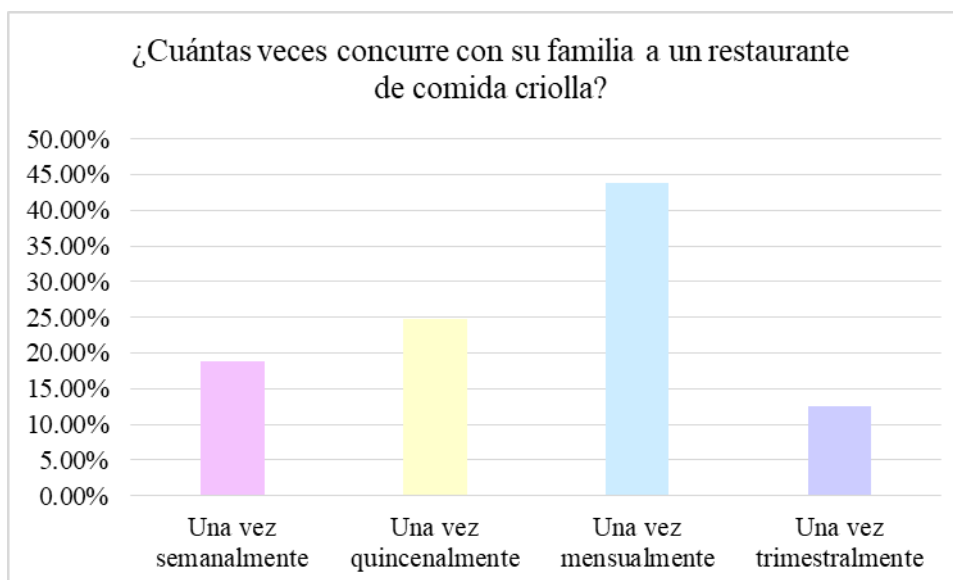
2. ¿Cuántas veces concurre con su familia a un restaurante de comida criolla?

Tabla 4. *Concurrencia de familias a un restaurante de comida criolla*

RESPUESTA	N° Personas	Porcentaje
Una vez semanalmente	72	18.80%
Una vez quincenalmente	95	24.80%
Una vez mensualmente	168	43.86%
Una vez trimestralmente	48	12.53%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. *Concurrencia de familias a un restaurante de comida criolla*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la encuesta dada a 383 personas refleja que para el 43.86% su frecuencia de consumo es una vez por mes así mismo para 24.80% de los encuestados es una vez cada quince días con su familia.

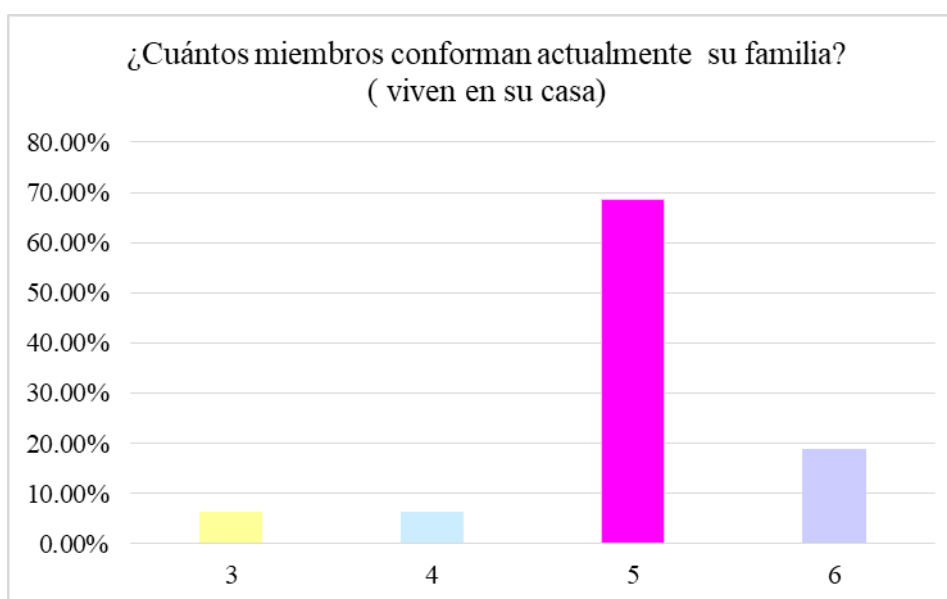
3. ¿Cuántos miembros conforman actualmente su familia?

Tabla 5. Número de miembros que conforman la familia

Respuesta número de miembros	Encuestados	Porcentaje	Total de miembros
3	24	6.27%	72
4	24	6.27%	96
5	263	68.67%	1315
6	72	18.80%	432
Total	383	100%	1915

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Número de miembros que conforman la familia



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la encuesta dada a 383 personas mencionan que su familia está compuesta por cinco integrantes el cual refleja el 68.67% pero para el 18.80% de los encuestados su familia está conformada por seis integrantes.

4. ¿Te sientes seguro al utilizar una App que te brinde información sobre restaurantes de comida criolla o prefieres ir a los mismos establecimientos?

Tabla 6. Aceptación de una aplicación sobre restaurantes de comida criolla

RESPUESTA	N°	%
SI	241	62.92%
NO	142	37.08%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Aceptación de una aplicación sobre restaurantes de comida criolla



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La seguridad de las personas encuestadas que utilizan una App para buscar información sobre restaurantes es de un 63%, mientras que el 38% está dispuesto a asistir a los restaurantes sin tener una información previa.

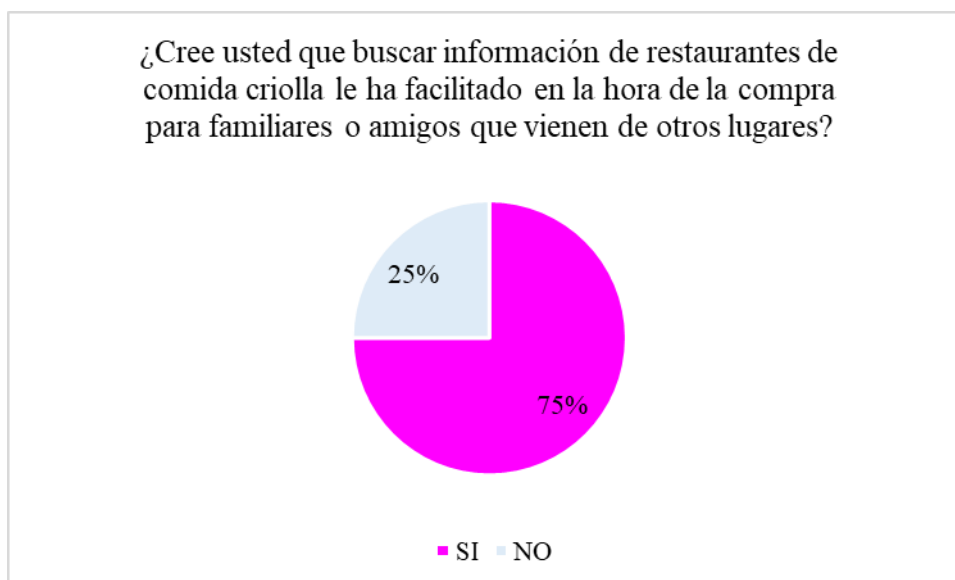
5. ¿Cree usted que buscar información de restaurantes de comida criolla le ha facilitado en la hora de la compra para familiares o amigos que vienen de otros lugares? ¿Por qué?

Tabla 7. Aceptación de la App para la búsqueda de información de un restaurante de comida criolla.

RESPUESTA	N°	%
SI	287	75%
NO	96	25%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Aceptación de la App para la búsqueda de información de un restaurante de comida criolla.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

El 75% de los encuestados menciona que está de acuerdo en buscar información antes de realizar alguna compra, debido a que buscar que ellos y sus familiares o amigos se lleven una buena impresión del lugar, mientras que el 25% restante piensa ir a sitios conocidos o visitados anteriormente.

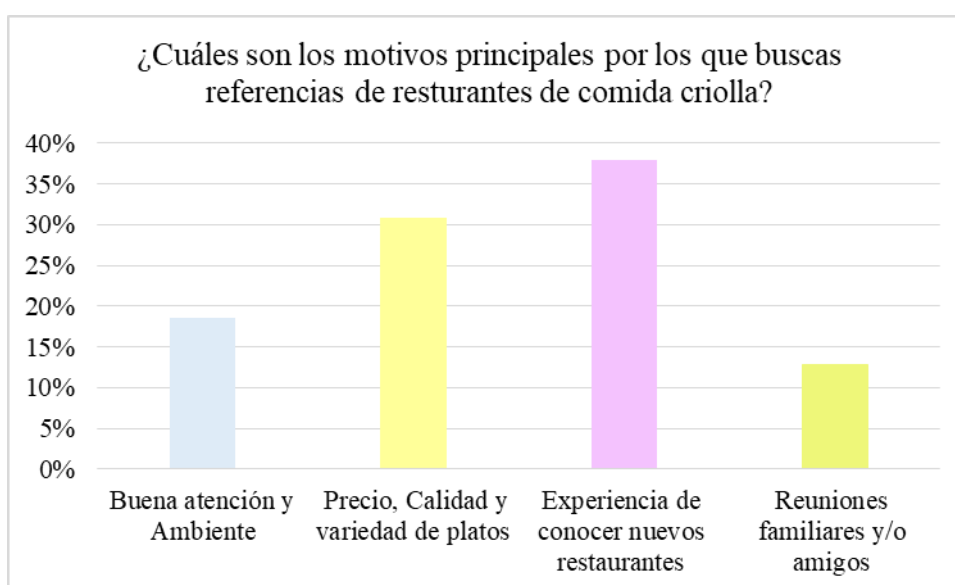
6. ¿Cuáles son los motivos principales por los que buscas referencias de restaurantes de comida criolla?

Tabla 8. *Motivos de búsqueda de referencias sobre restaurantes*

RESPUESTA	N°	%
Buena atención y Ambiente	71	19%
Precio, Calidad y variedad de platos	118	31%
Experiencia de conocer nuevos restaurantes	145	38%
Reuniones familiares y/o amigos	49	13%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. *Motivos de búsqueda de referencias sobre restaurantes*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

El motivo del 38% de los encuestados es buscar información debido a la experiencia de conocer nuevos restaurantes, el 31% menciona que su motivo es el precio, la calidad y variedad del menú, mientras que el 19% hace referencia a la buena atención y el ambiente del restaurante, y por último el 13% lo hace por las reuniones familiares o amicales.

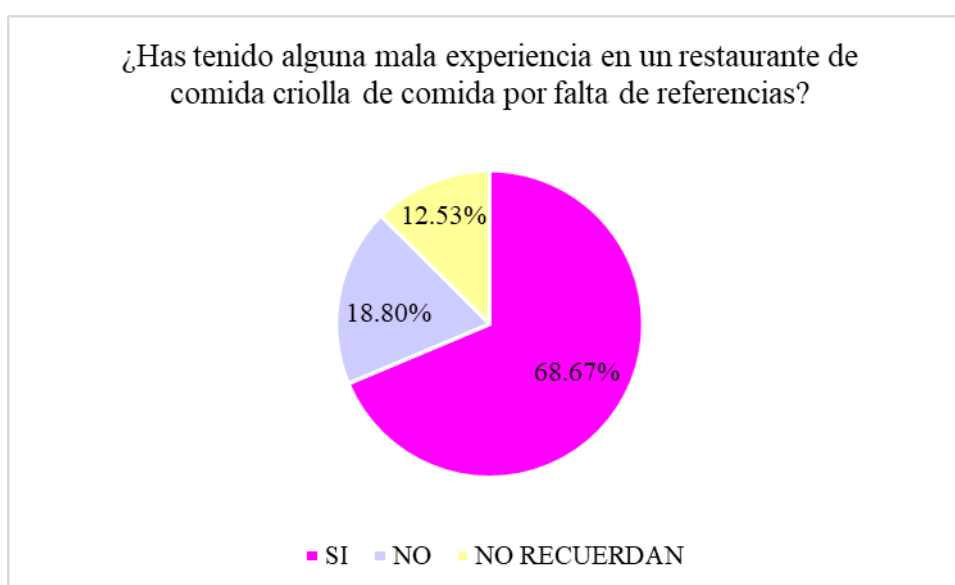
7. ¿Has tenido alguna mala experiencia en un restaurante de comida criolla por falta de referencias? Si o No ¿Por qué?

Tabla 9. *Experiencia sobre un restaurante de comida criolla*

RESPUESTA	N°	%
SI	263	68.67%
NO	72	18.80%
NO RECUERDAN	48	12.53%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. *Experiencia sobre un restaurante de comida criolla*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De los 383 encuestados, solo 72 de ellos no han tenido malas experiencias, mientras que 263 encuestados si han tenido malas experiencias en los restaurantes, debido a problemas con el sabor de la comida, la mala atención y el no encontrar la comida que ellos deseaban, y por último 48 personas no recuerdan.

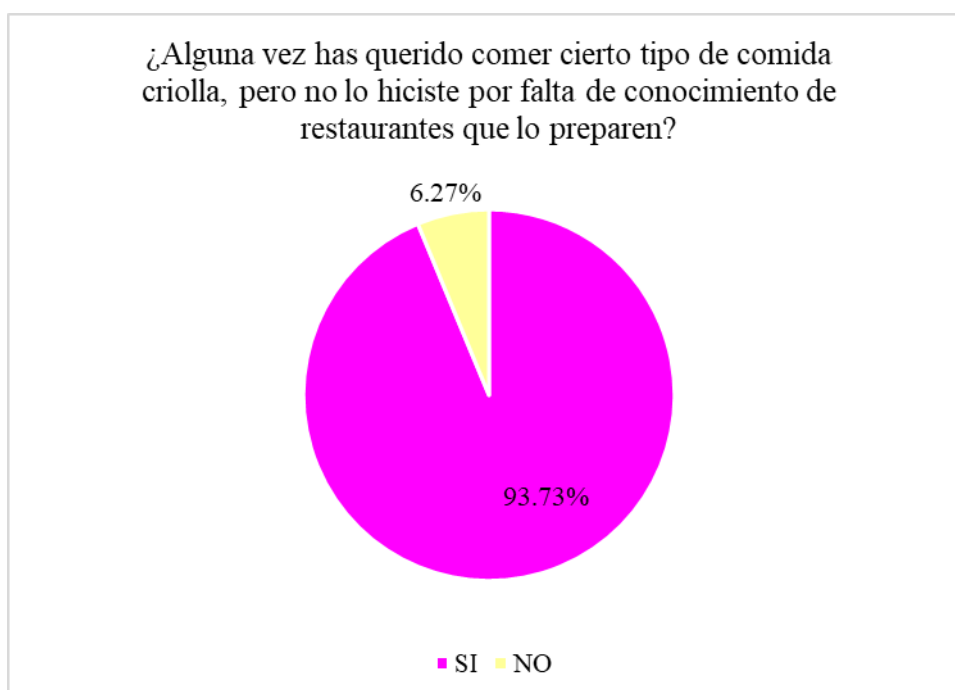
8. ¿Alguna vez has querido comer cierto tipo de comida criolla, pero no lo hiciste por falta de conocimiento de restaurantes que lo preparen? ¿Por qué?

Tabla 10. *Desconocimiento de un restaurante de comida criolla*

RESPUESTA	N°	%
SI	359	93.73%
NO	24	6.27%
TOTAL	383	100.00%

Fuente Elaboración propia.

Tabla 11. *Desconocimiento de un restaurante de comida criolla*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De los 383 encuestados, solo 24 de ellos han intentado probar nuevos tipos de comida, mientras que los otros 359 encuestados no han tenido el debido conocimiento de un restaurante especializado en un tipo de comida, por lo que la solución que encontraron fue la de buscar en Google, o han tenido que escoger otro tipo de comida.

9. ¿Cuándo viajaste a otro lugar has tenido problemas para encontrar restaurantes que preparan comida criolla o referencias de la misma? ¿Cuáles fueron?

Tabla 12. *Problemas para encontrar restaurantes*

RESPUESTA	N°	%
SI	287	74.93%
NO	96	25.07%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. *Problemas para encontrar restaurantes criollos*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De los 383 encuestados, 287 de ellos han tenido problemas con la ubicación, las referencias erradas, la inseguridad de las calles, el desconocimiento sobre la calidad, sabor de la comida y los precios del restaurante, mientras que las otras 96 personas, mencionan que no han tenido ese tipo de problemas debido a que iban con alguien que si conocía el lugar o lo consultaban en los lugares que realizan paquetes de viajes.

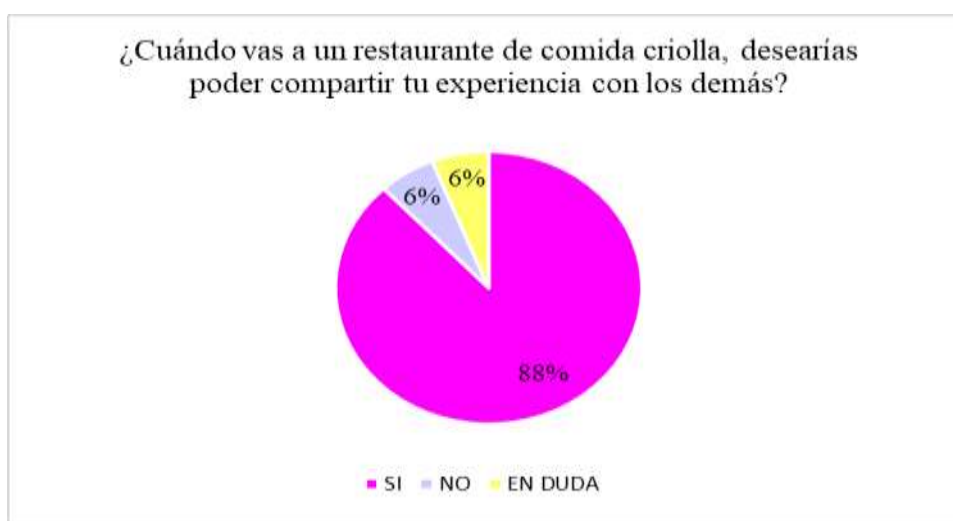
10. ¿Cuándo vas a un restaurante de comida criolla, desearías poder compartir tu experiencia con los demás?

Tabla 13. *Compartiría la experiencia con los demás*

RESPUESTA	N°	%
SI	337	88%
NO	23	6%
EN DUDA	23	6%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. *Compartiría la experiencia con los demás*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

El 88% de los encuestados comentó que si compartiría sus experiencias, debido a que ellos quisieran que otros también las experimenten, que tengan más facilidades al momento de buscar un restaurante, y estén informados sobre la preparación y ambiente del establecimiento, el 6% estaban en duda, porque no tienen la necesidad de comentar a los demás sus experiencias solo con sus allegados y por último el 6% restante dijeron que no es importante compartir sus experiencias debido a que para todos no será la misma experiencia.

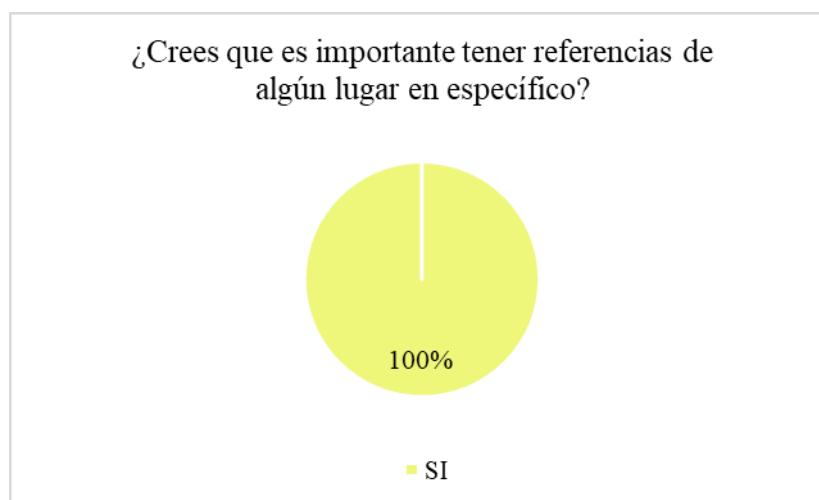
11. ¿Crees que es importante tener referencias de algún lugar en específico?

Tabla 14. *Importancia de las referencias*

RESPUESTA	N°	%
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. *Importancia de las referencias*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De los 383 encuestados el 100% está de acuerdo en que es de suma importancia contar con las referencias del lugar al que desean ir, debido a que consideran que es grato disponer de información sobre un lugar en específico, por lo que les evitaría de malas experiencias.

SEGUNDA PARTE

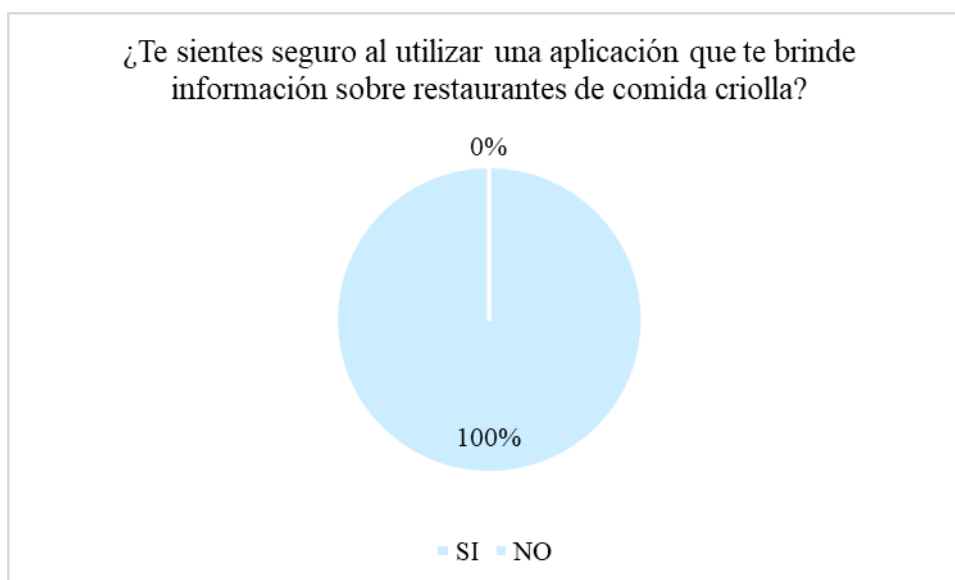
1. ¿Te sientes seguro al utilizar una aplicación que te brinde información sobre restaurantes de comida criolla? ¿Por qué?

Tabla 15. Utilización de una App sobre restaurantes de comida criolla

RESPUESTA	N°	%
SI	383	100%
NO	0	0%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11. Utilización de una App sobre restaurantes de comida criolla



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

El 100% de los 383 encuestados se sienten seguros al utilizar una aplicación que les brinde toda la información necesaria sobre los restaurantes, debido a que se puede observar los comentarios sobre el lugar y su ambiente, sobre la calidad de la comida y también el servicio que brindan, de esta manera le permite al usuario tomar una decisión.

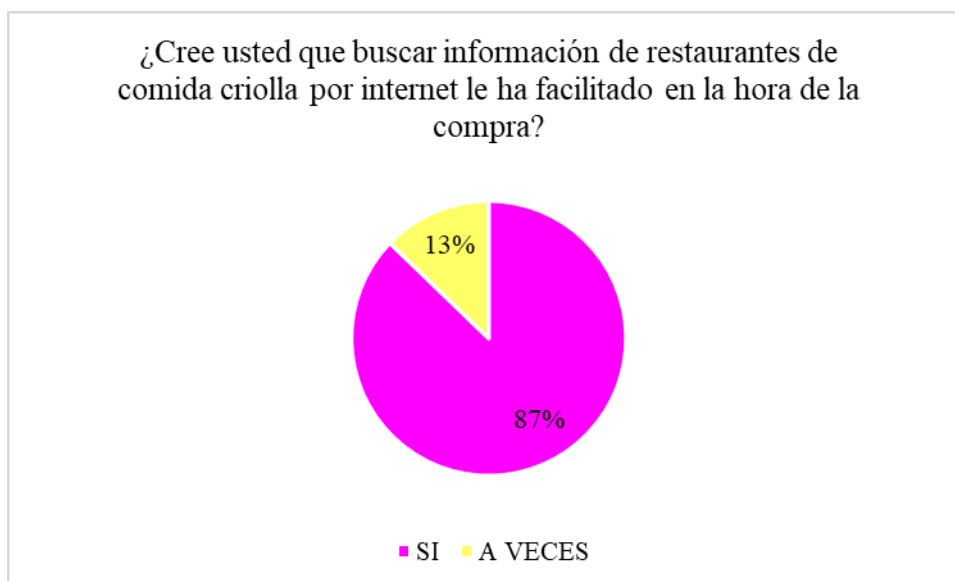
2. ¿Cree usted que buscar información de restaurantes de comida criolla por internet le ha facilitado en la hora de la compra? ¿De qué forma?

Tabla 16. *Buscar información de restaurantes de comida criolla por Internet*

RESPUESTA	N°	%
SI	334	87%
NO	0	0%
A VECES	49	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. *Buscar información de restaurantes de comida criolla por Internet*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De las 383 personas encuestadas, el 87% concuerda en buscar información antes de hacer alguna compra, debido a que es más rápido y cómodo estar revisando el tipo de comida que se busca al alcance de un teléfono móvil, por otro lado el 13% considera que algunas veces no se requiere de buscar información por internet.

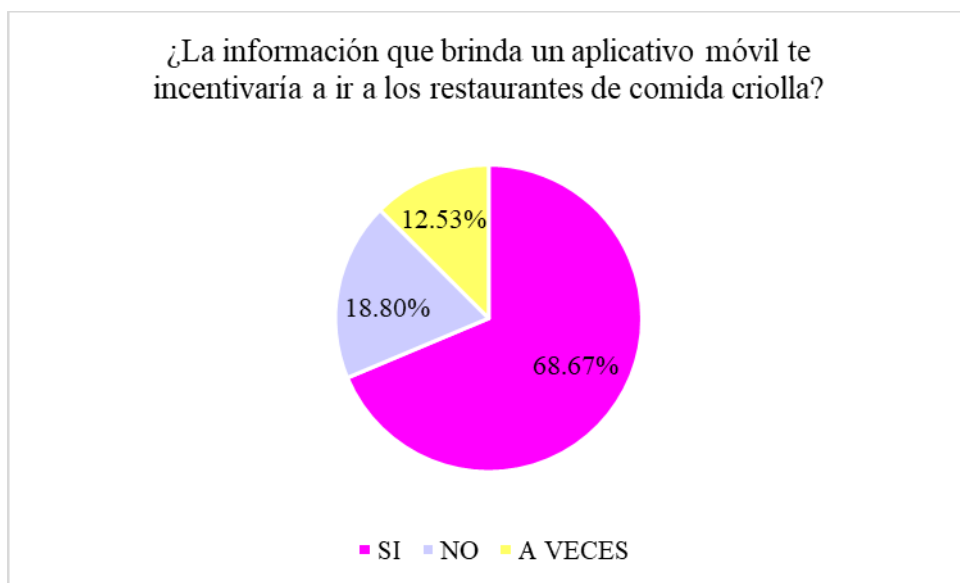
3. ¿Un aplicativo te incentivaría con la información que brinda para ir a los restaurantes? ¿Por qué?

Tabla 17. Una aplicación como incentivo para ir a un restaurante de comida criolla

RESPUESTA	N°	%
SI	263	68.67%
NO	72	18.80%
A VECES	48	12.53%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Una aplicación como incentivo para ir a un restaurante de comida criolla



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De los 383 encuestados, el 69% considera que si se siente incentivado con la información que le brinda una aplicación para asistir a un restaurante, mientras que el 19% comenta que para ellos eso no influye en su decisión de compra, y por último el 13% expresa que solo a veces se sentiría influenciado por la información brindada.

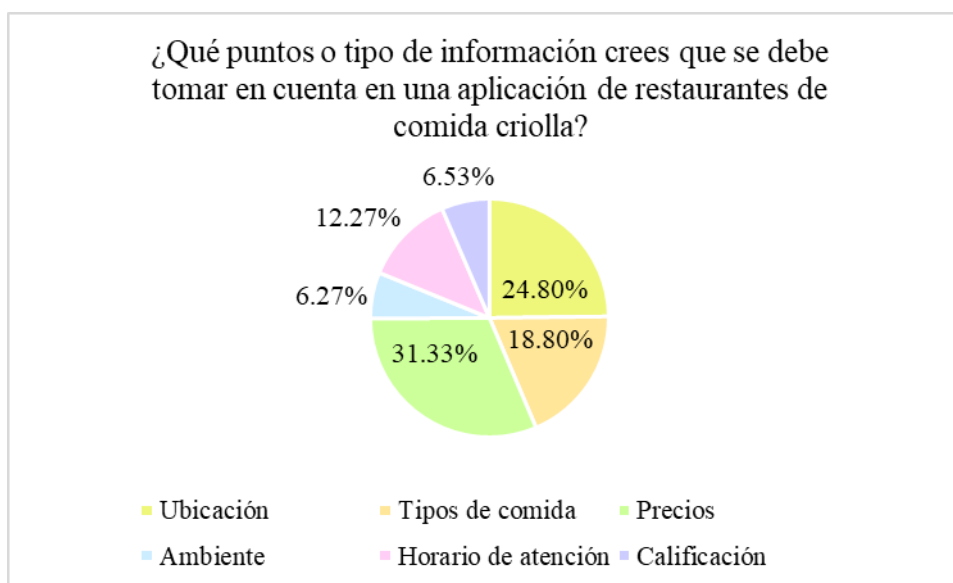
4. ¿Qué puntos o tipo de información crees que se debe tomar en cuenta en una aplicación de restaurantes de comida criolla?

Tabla 18. Puntos a incluirse en una App de restaurantes de comida criolla

RESPUESTA	N°	%
Ubicación	95	24.80%
Tipos de comida	72	18.80%
Precios	120	31.33%
Ambiente	24	6.27%
Horario de atención	47	12.27%
Calificación	25	6.53%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. Puntos a incluirse en una App de restaurantes de comida criolla



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De los 383 encuestados, el 31% de ellos considera que el factor más importante es el precio, seguido por un 25% el cual considera que es la ubicación, luego está el tipo de comida, le continúa el horario de atención, ahí cerca con un 7% que considera la calificación del restaurante y por ultimo está el ambiente del restaurante.

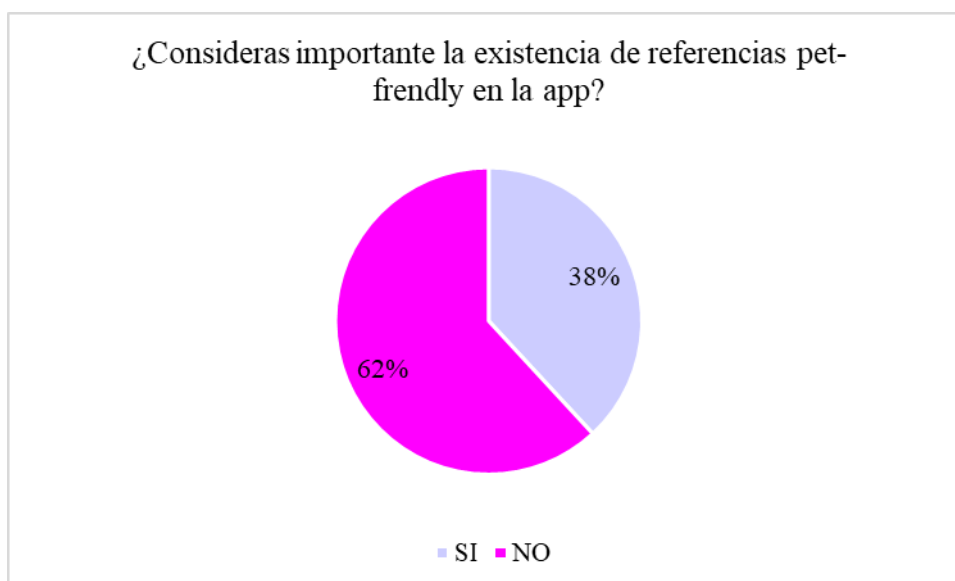
5. ¿Consideras importante la existencia de referencias pet-friendly en la app? ¿Por ué?

Tabla 19. Respuestas sobre referencias pet-friendly en la App

RESPUESTA	N°	%
SI	146	38%
NO	237	62%
TOTAL	383	100.00%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Respuestas sobre referencias pet-friendly en la App



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De las 383 encuestados, el 62% no está de acuerdo debido a que ellos consideran que si un restaurante no tiene esta característica tendría una imagen de irresponsabilidad y de desorden, por lo tanto estarían más cómodos de asistir a un lugar así, mientras que el otro 38% está de acuerdo debido a que ellos consideran a sus mascotas como parte de su familia y es importante para ellos que existan restaurantes así.

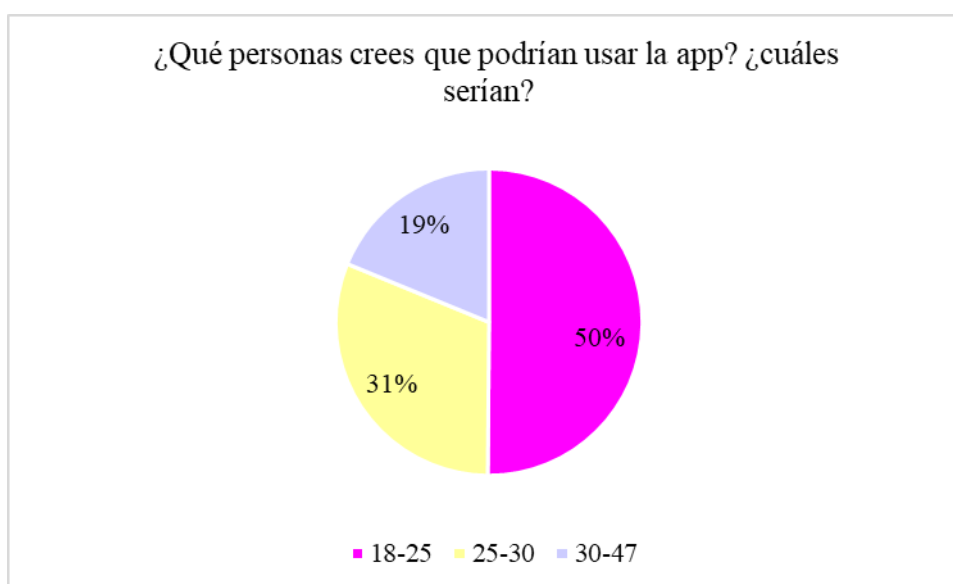
6. ¿Qué personas crees que podrían usar la App? ¿cuáles serían?

Figura 16. *Edades para el uso de la App*

RESPUESTA	N°	%
18-25	192	50%
25-30	119	31%
30-47	72	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20. *Edades para el uso de la App*



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

De los 383 encuestados, el 50% menciona que las personas de 18 a 25 años serían las más óptimas para utilizar una App debido a su capacidad de manejo en las redes sociales, por otro lado el 31% considera a las personas de 25 a 30 años debido a que ellos salen a comer más frecuentemente y por último el 19% menciona a las personas de 30 a 47 años, las cuales las encuentra más óptimas para utilizar una App.

4.5. Proyección de la Demanda

En la elaboración de la proyección de la demanda, se realizó primero una búsqueda en el portal del INEI, con el fin de obtener datos como el número de hogares en la ciudad de Chiclayo, en base a los censos realizados hasta el año 2017, como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 21: Hogares de Chiclayo

Año – CENSOS	NÚMERO DE HOGARES DE CHICLAYO
1981	81072
1993	123057
2005	155803
2007	175953
2017	208 448

Fuente: INEI- Elaboración propia.

Luego de conocer la cantidad de hogares que hay en la ciudad de Chiclayo, se pasó a hacer la muestra, la cual nos arrojó un total de 383 hogares, en el cual se encuestó a un miembro del hogar, por lo que después de procesar la encuesta se pudo encontrar el Factor de Preferencia, en el cual 241 personas estarían dispuestas a utilizar el App Tacu Tacu lo cual representa un 62.85% de los encuestados, por otro lado se tuvo que determinar el Factor de Frecuencia de Compra, ello para conocer cuántas veces es que el encuestado concurre a un restaurante de comida criolla al año, dando como resultado que 21.37 veces.

Tabla 22. Frecuencia de Tiempo de Concurrencia

Frecuencia de tiempo de concurrencia	ENCUESTADOS	Cantidad de veces que concurre	equivalencia de conversión anual	Total de veces concurre / año
trimestralmente	49	1	4	196
	49			
mensualmente	168	1	12	2016
	168			
quincenalmente	95	1	24	2280
	95			
Semanalmente	71	1	52	3692
	71			
Total encuestados	383			8184

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, también se determinó el Factor de Consumo por Familia, para ello primero se determinó el promedio de integrantes por familia la cual es de cinco personas cuya frecuencia de consumo en un restaurante de comida criolla es de 13.43 veces.

Luego se procedió a realizar una extrapolación exponencial, con el fin de proyectar la población en cuanto al número de hogares, y conocer cuál es la tasa de crecimiento, en la cual resulta luego de dividir la población entre el año 2017 y la del año 1981, dando como resultado una tasa de crecimiento del 2.66%, y así proyectar la población.

Tabla 23. Población Proyectada

Año	Población PROYECTADA
2018	213988
2019	219676
2020	225515
2021	231509
2022	237662
2023	243979
2024	250464
2025	257121

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente luego de haber realizado los pasos anteriores, se pudo desarrollar la demanda proyectada, en donde se recogió los datos de lo hallado anteriormente, por lo que la demanda proyectada queda de la siguiente tabla.

Tabla 24. Demanda Proyectada

Año	Factor de consumo	Proyección de la población NÚMERO DE HOGARES	Demanda Proyectada
2018	13.43	213988	2873833
2019	13.43	219676	2950217
2020	13.43	225515	3028631
2021	13.43	231509	3109129
2022	13.43	237662	3191767
2023	13.43	243979	3276601
2024	13.43	250464	3363690
2025	13.43	257121	3453094

Fuente: Elaboración propia.

5. ANÁLISIS DE LA OFERTA – PROYECCIÓN

5.1. Proyección de la Oferta

Para determinarla fue necesario investigar qué empresas también tienen una participación dentro del mercado de Apps como lo son las empresas de Glovo y Rappi entre otras más pequeñas, por lo que se tuvo datos de Lima metropolitana en donde se tomó como datos que para setiembre del año 2019 se tenía proyectado que sus pedidos serían 1, 000,000, además de un crecimiento mensual del 15% se pudo proyectar la cantidad de pedidos en los meses posteriores, como se expone en el siguiente recuadro:

Tabla 25. Oferta Histórica

año / meses	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	Total
2017	1024	1178	1354	1558	11727
2018	4765	5479	6301	7247	47191
2019	22167	25492	29316	33714	210162

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, para conocer la proyección de pedidos en la ciudad de Chiclayo, se tomó como referencia los datos de Lima metropolitana, la cual se tiene información de INEI, en donde se menciona que la población de Lima es de 9, 674, 755 habitantes y representa el 29.7% de la población del Perú, por otro lado también se conoce que en Lima solo el 75.9% tiene acceso a internet, conociendo eso se sabe que de la población total de Lima y el porcentaje de las personas que tienen acceso a internet, se obtuvo un total de 7, 343, 139 de personas que pueden acceder a la red.

Entonces según lo anteriormente citado se deduce que solo el 35.75% de su población tiene conexión a Internet es decir 758 872 habitantes en la ciudad de Chiclayo poseen ese beneficio, así mismo representa el 3.69% en cuanto a la población de Lima. Por ello se determina que solo 271,297 habitantes tienen acceso a Internet con la cual se pudo proyectar 22 167 pedidos hasta setiembre del 2019.

Tabla 26. Pedidos Chiclayo

Chiclayo	758872	35.75%	
Chiclayo representa	3.69%	de lima	
Chiclayo pedidos	22167	pedidos	Setiembre 2019

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, luego de haber hallado los datos anteriores en los otros puntos ya mencionados, se utilizó la técnica de mínimos cuadrados ordinarios para hallar la oferta proyectada, se obtuvo la siguiente tabla:

Tabla 27. Oferta Proyectada

Año	Oferta Proyectada
2020	188911
2021	288129
2022	387346
2023	486564
2024	585782
2025	685000

Fuente: Elaboración propia.

6. BALANCE DEMANDA OFERTA

Luego de determinar la proyección de la demanda y de la oferta para los periodos 2021 hasta el año 2025, se calculó la demanda insatisfecha, tal y como está señalada en la siguiente tabla.

Tabla 28. Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2021	3109129	288129	2821001
2022	3191767	387346	2804421
2023	3276601	486564	2790037
2024	3363690	585782	2777909
2025	3453094	685000	2768095

Fuente: *Elaboración propia.*

7. PLAN DE MARKETING

En este proyecto se elaboró un marketing mix el cual contempla hacer uso de las 4P's, las cuales son el precio, la plaza, el mismo producto y la promoción de la App sobre restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo.

7.1.Estrategias de marketing

a. Estrategia de producto

“Tacu Tacu “, el cual se refiere a un servicio innovador, llamativo, puesto que él es logo de fácil reconocimiento, le permite interactuar con el cliente. Sin embargo, debido al poco conocimiento de nuestro servicio, hemos realizado encuestas con el fin de encontrar o detectar las necesidades de nuestro público objetivo y así manifestar actualizaciones trimestralmente

para mejorar la versión actual y a su vez la experiencia del comensal, puesto que dentro de ella se podrá observar la puntuación del restaurante, descuento de consumo en fechas particulares, como también a categorización la cual estará dada por la reseña de recomendaciones y/o experiencias junto a las publicaciones de fotos.

b. Estrategia de precio

El propósito de establecer precios para restaurantes y comensales, es maximizar la participación en el mercado, lo que demuestra que las ventas más grandes pueden reducir los costos unitarios y aumentar las ganancias a largo plazo. Es por ello que “Tacu Tacu” detalla la cantidad de dinero que cobrará por su servicio basándose en tres tipos de ingresos: por medio de reservas, comisión por la publicidad de los restaurantes si estos lo requieren y preferencia de búsqueda.

c. Estrategia de plaza y distribución

Para la distribución del aplicativo móvil se ha requerido las plataformas de Android e iOS de Apple, mediante los canales Play Store y App Store, debido a que estas predominan en el mercado y las que la gran mayoría de personas utilizan para descargar sus aplicaciones. Por tal motivo se estableció utilizar sistemas para los restaurantes a través de Hosting, donde permitirá almacenar datos operativos del consumidor final.24/7, favoreciendo a las empresas en el transcurso del tiempo pueden implementar la personalización de menús en sus reservas.

d. Estrategia de promoción y publicidad

Para establecer la promoción se hizo uso de tres factores esenciales, los cuales son: informar, persuadir y actuar, a base de una buena comunicación en donde se reflejen los beneficios de la aplicación “Tacu Tacu”, las modalidades de descarga, su funcionamiento y así poder interactuar con los clientes.

Por otro lado, como parte de las estrategias se contará con un Community Manager, el cual estará encargado de postear el contenido creativo e interactivo y también de solucionar cualquier inconveniente que puedan surgir durante las publicaciones.

Otras acciones para fomentar el conocimiento del aplicativo móvil “Tacu Tacu”, será a través del Facebook e Instagram, entre otras. La cual va a permitir que la aplicación sea conocida basándose en sus principales beneficios que esta ofrece.

CAPÍTULO III: TAMAÑO DEL PROYECTO

1. TAMAÑO – MERCADO

En cuanto al tamaño del mercado al cual está dirigido este proyecto de inversión está hecho para abarcar el 2% de la población total de la ciudad de Chiclayo, en el cual están incluidas las familias, jóvenes y adultos, y personas que habitan en esta ciudad, las cuales concurren y consume en restaurantes de comida criolla.

2. TAMAÑO – TECNOLOGÍA

Hoy en día se podría decir que la tecnología forma parte de las personas, en especial el uso los dispositivos móviles que cada vez son más actualizados, puesto que las personas lo usan para interactuar entre si o también permite que las mismas empresas se comuniquen con su consumidor a través de estos aplicativos, es por ello que es importante ofrecer al mercado aplicaciones que tengan características propias, con restricciones y necesidades únicas para cada usuario que la utilice.

La empresa “Tacu Tacu”, es una aplicación, la cual contara con una base de datos en donde estarán incluidos los restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo con la información necesaria, también estarán clasificados reseñas y opiniones.

3. TAMAÑO - DISPONIBILIDAD DE MATERIALES

Se hará uso de software y hardware para la realización de la aplicación, también contar con restaurantes del rubro de la comida criolla, incluidos en la base de datos con la que va a funcionar la App, por otro lado el usuario deberá de contar con un plan móvil, que le permita tener megas y un buen ancho de banda para ingresar a la aplicación.

4. TAMAÑO – FINANCIAMIENTO

La inversión del proyecto estará financiado mediante dos fuentes, una de ellas será a través de la entidad bancaria con un 50%, por lo que se eligió al Banco de crédito del Perú, el cual cobra una tasa de interés anual del 3.47%. El pago se realizara durante el plazo de cinco años, coya cuota fija es de \$. 1,597.80. El otro 50% restante del proyecto será financiado mediante aporte propio, por lo que sería de \$. 7,220.29.

Tabla 29. Fuente de Financiamiento

Fuente	Porcentaje	Monto
Aporte Propio	50%	\$ 7,220.29
Banco- Préstamo	50%	\$ 7,220.29
TOTAL	100%	\$14, 440.58

Fuente: Elaboración propia.

5. TAMAÑO – COSTO UNITARIO

La aplicación “Tacu Tacu”, es un proyecto de inversión el cual está dirigido en brindar un servicio de reservas en restaurantes de comida criolla, por lo que luego del estudio de mercado, la aplicación “Tacu Tacu” hará reservas, las cuales constarán de S/. 5, los cuales tendrán que ser pagados por el usuario cada vez que realice una reserva.

6. TAMAÑO – RENTABILIDAD

Con respecto a los resultados que se obtuvieron, cuando se desarrolló el análisis del proyecto de inversión, se pudo identificar que “Tacu Tacu” cuenta con una tasa de interna de retorno económica 22% y un Van de \$ 5,441.05, también se analizó la parte financiera la cual cuenta con un TIR del 36.96% y un VAN \$ 3, 649.41, por consecuencia el proyecto del aplicativo móvil para restaurantes de comida criolla es rentable tanto económico como financiero, debido a que los resultados obtenidos son mayores a cero, por lo que realizar este proyecto es viable.

7. SELECCIÓN DEL TAMAÑO

El presente proyecto de inversión privada para el aplicativo móvil, cuenta con una participación en el mercado de 2% en la ciudad de Chiclayo, la cual abarca proyecciones que van desde el año 2021 hasta el año 2025, en el que se tiene un promedio de 153 reservaciones diarias, por lo que está representado de la siguiente manera.

Tabla 30. Selección del Tamaño

Año	Demanda Insatisfecha	Participación de Mercado	Tamaño de Mercado	Reservación diaria
2021	2,821,001	2.00%	56,420	155
2022	2,804,421	2.00%	56,088	154
2023	2,790,037	2.00%	55,801	153
2024	2,777,909	2.00%	55,558	152
2025	2,768,095	2.00%	55,362	152
Promedio			55,846	153

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV.- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

1. FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Para la ubicación de la oficina se ha considerado factores cuantitativos como: energía, fluidos, costo de alquiler y la actividad económica; por otro lado, están los factores cualitativos los cuales son el ambiente sociocultural, la disponibilidad y acceso de internet.

2. MACRO LOCALIZACIÓN

En cuanto a determinar la macro localización del proyecto de “Tacu Tacu”, se han considerado los factores mencionados anteriormente, por lo que la ponderación está basado en una escala que va del 0 al 20, la cual está clasificado de la siguiente manera: pésimo (0), mediocre (5), regular (10), bueno (15) y muy bueno (20), de acuerdo a ellos se ha seleccionado el mejor lugar para la oficina.

Tabla 31. Macro Localización

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN	Lambayeque	Chiclayo	Ferreñafe
1. Actividad Económica de la Zona	5	50	100	50
2. Ambiente Sociocultural.	4	60	80	40
3. Energía y fluidos.	4	40	80	40
4. alquiler de local	4	40	20	40
5. disponibilidad y acceso de internet.	5	50	50	50
TOTAL	22	240	330	220

Fuente: Elaboración propia.

3. MICRO LOCALIZACIÓN

De acuerdo al punto anterior, se puede realizar la micro localización, en donde se han propuesto distintos lugares en los que estaría la oficina, eligiendo de esta manera que se instalará la oficina principal de atención al cliente será en la Calle cuzco, Urbanización Miraflores, II etapa, Mz. “B” Lote 24.

Tabla 32. Micro Localización

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN	Chiclayo	Victoria	JLO
1. Actividad Económica de la Zona	5	100	50	50
2. Ambiente Sociocultural.	4	60	40	20
3. Energía y fluidos.	4	60	60	20
4. Disponibilidad de local	4	60	40	40
5. disponibilidad y acceso de internet	5	50	25	25
TOTAL	22	330	215	155

Fuente: Elaboración propia.

4. MÉTODOS PARA DECIDIR LA LOCALIZACIÓN

Para decidir la mejor ubicación del proyecto de inversión se utilizó el Método de Localización Multicriterio, es por ello que cada alternativa de ubicación para la oficina central estaba en base a ciertos factores de localización, los cuales fueron señalados y detallados en el punto anterior. Los puntajes fueron señalados en base al criterio del investigador, por lo que se pudo escoger la mejor opción para este proyecto.

CAPÍTULO V: INGENIERIA DEL PROYECTO

1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

FICHA TÉCNICA

Tabla 33. Lenguaje de programación

Lenguaje de programación	C#
Software de edición y programación	Visual Studio, Xamarin
Formato de empaquetamiento	APK
Software (CMS)	Móvil Fácil
Programa de Preview	Android e IOS
Software de capacitación	Edu Móvil

Fuente: Elaboración propia.

La aplicación es empaquetada en un archivo con extensión y formato APK, el cual contiene la carpeta y archivos de la App, este empaquetado será entregado al usuario para que conserve un respaldo de la aplicación original.

Se trabaja con herramientas procedentes de los sistemas Android y iOS tales como: calendario, galería de imágenes y notificaciones. Así mismo la App podrá acceder a la información del usuario mediante las aplicaciones descargadas en su celular, las cuales son: ubicación, Perfil de

Google, ID de Apple e información del perfil en redes sociales. Además, la plataforma bloquea el acceso a contraseñas que el usuario de la App tenga en alguna de estos ítems.

Velocidad y Estabilidad

Los procesos de la aplicación está garantizada puesto que previo a su exposición han sido verificadas, cabe recalcar que la velocidad del App dependerá de la capacidad del celular y su conectividad, sin embargo algunas funciones no necesitan de conexión a internet ya que son cargadas directamente del APK.

En condiciones normales la aplicación es estable ya que incluye archivos que se almacenan en la memoria del Smartphone, el APK y el Hosting incluido en el Software Móvil Fácil.

Tabla 34. *Ubicación del Servicio*

Latitud	42.7333
Longitud	-84.6378
Ciudad	Chiclayo
País	Perú

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 35. *Análisis de Hosting*

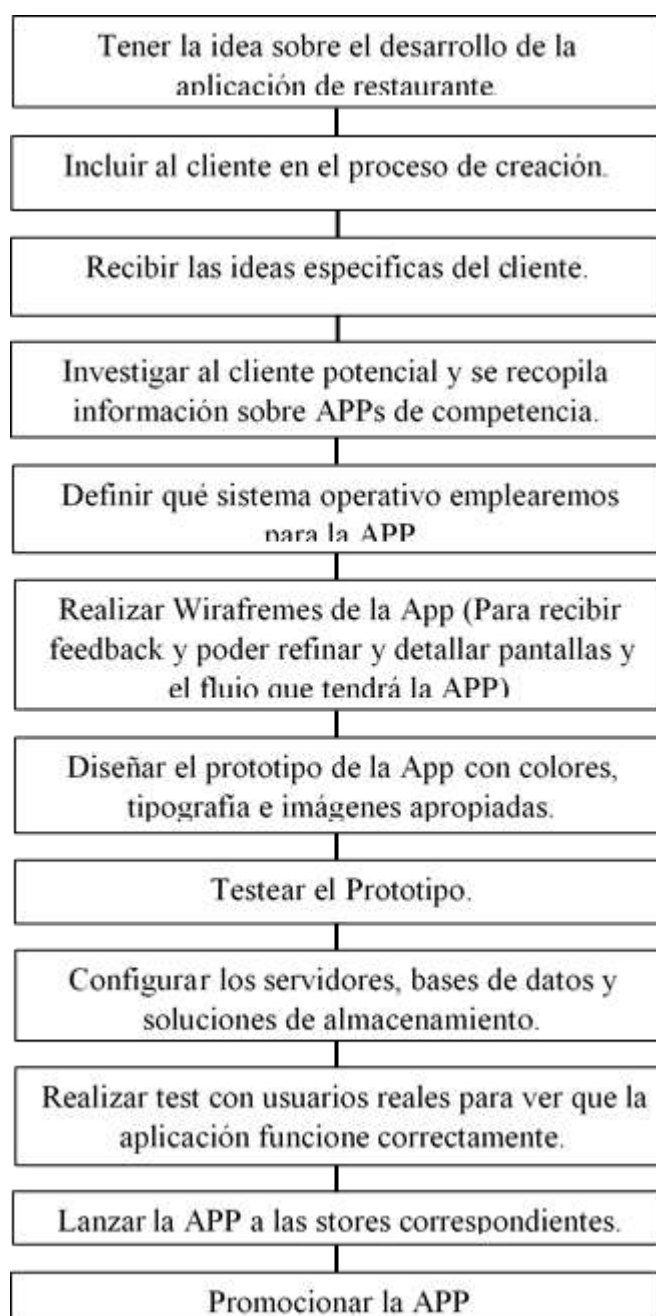
Cantidad de servidores	1
Servidores Costo / Reserva	5 soles
Ancho de banda/ día / usuario	55mb

Fuente: Elaboración propia.

2. SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

a. Diagrama de Operación:

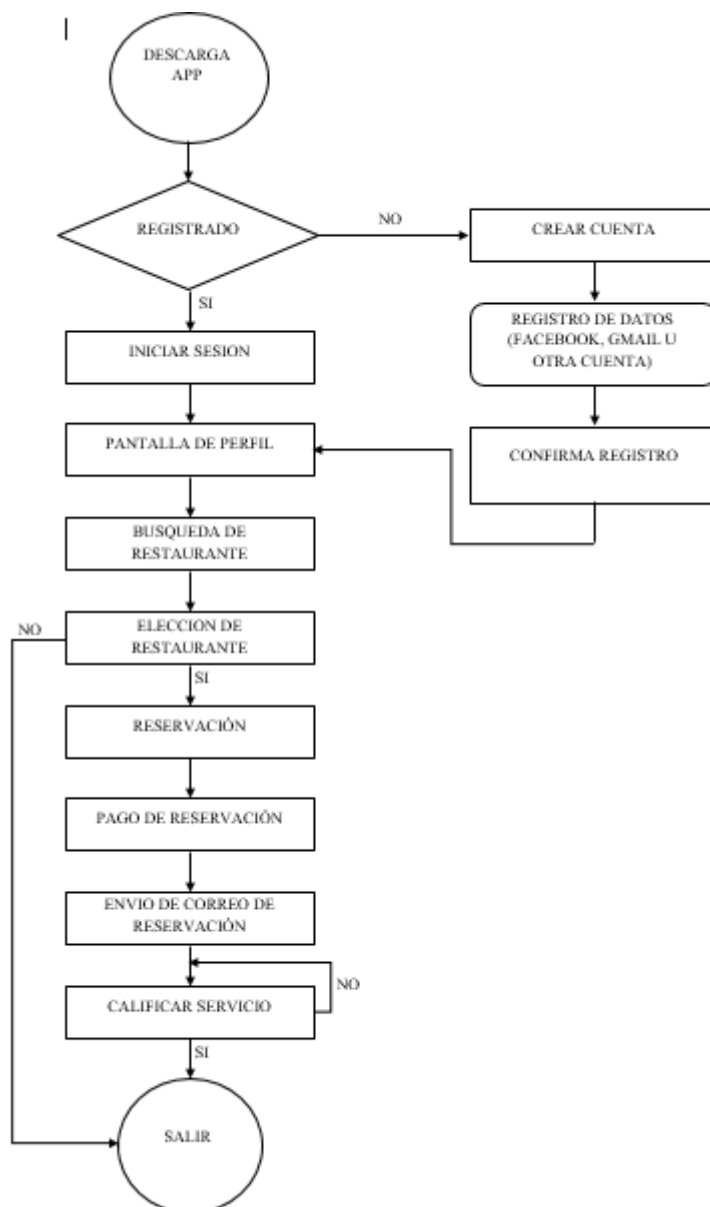
Figura 17. *Diagrama de Operación*



Fuente: Elaboración propia.

b. Diagrama de Recorrido o Flujogramas:

En la siguiente figura se puede observar el proceso del servicio que brinda la aplicación móvil Tacu Tacu, para restaurantes de comida criolla en la ciudad de Chiclayo:

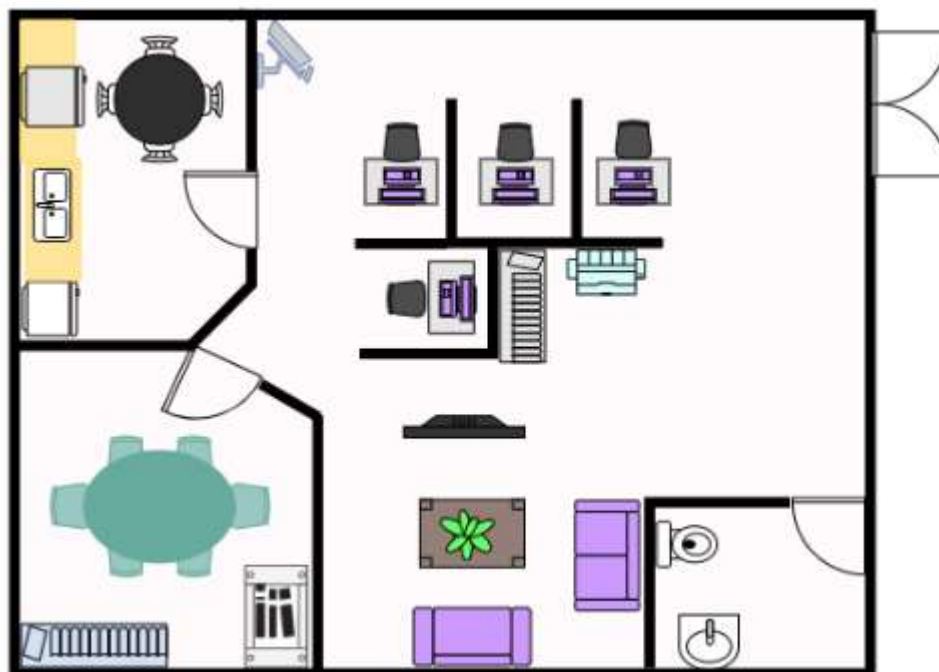
Figura 18. Diagrama de Recorrido

Fuente: Elaboración propia.

c. Distribución de la Planta:

Al ser una aplicación de uso móvil, no es necesaria una planta, sin embargo se contará con una oficina en donde se desarrollará la App, se harán reuniones y se brindarán asesorías a los clientes. La oficina estará distribuida de la siguiente manera

Figura 19. Diseño del Plano de la oficina



Fuente: Elaboración propia.

d. Diseño del Sistema del Proyecto: hardware y software

Para que el aplicativo móvil “Tacu Tacu” se desarrolle de manera eficaz y correcta, se requiere de las siguientes herramientas y sistemas tecnológicos:

- **Cloud Computing:** el cual proporcionará a la empresa mayor flexibilidad en relación a la gestión de la base de datos de clientes y restaurantes, permitiendo su acceso en cualquier hora y lugar.
- **Hosting:** es el servicio que permite a los usuarios de Internet poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.
- **Chatbot:** programa que simula una conversación con una persona a través de respuestas automáticas.
- **Red WLAN:** la cual es una red que permite conectar a uno o más ordenadores dentro de un ámbito pequeño y limitado.
- **Wi-Fi:** tecnología que permite la interconexión de dispositivos electrónicos entre sí o a internet a través de un punto de acceso de red inalámbrica.
- **Microsoft Office:** Excel, Word, Access, Project y Publisher.
- **Plataformas:** Outlook, Red de Display, Red de Búsqueda de Google y Social Media.
- **CRM:** que permitirá la correcta gestión de las relaciones con los clientes.

- **Canales de pago:** Billeteras Móviles (Yape, Plin y Lukita) y tarjetas de crédito o débito.
- **Hardware:** computadoras y equipos POS.

3. REQUERIMIENTO DEL PROYECTO

3.1. Terrenos y Edificaciones:

La oficina central estará ubicada en la Calle Cuzco, Urb. Miraflores II Etapa, Mz. B Lote 24, Chiclayo.

Ilustración 1. *Ubicación oficina*



Fuente: Google Maps.

3.2. Equipos, Muebles y Enseres

Para la implementación de la oficina se utilizarán los siguientes equipos electrónicos, además de muebles y enseres:

Tabla 36. Descripción de activos

Aire acondicionado	1
Impresoras	2
Laptops	3
Escritorios	3
Sillas Giratorias	3
Archivador de madera	2
Sillones	2
Estantes	1
Antivirus	3
Permiso de aplicación (Play Store,iOs)	2
Software	3
Hosting	1
Focos	6
Lámparas	2
Reloj de pared	2

Fuente: Elaboración propia.

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 37. Cronograma de Actividades

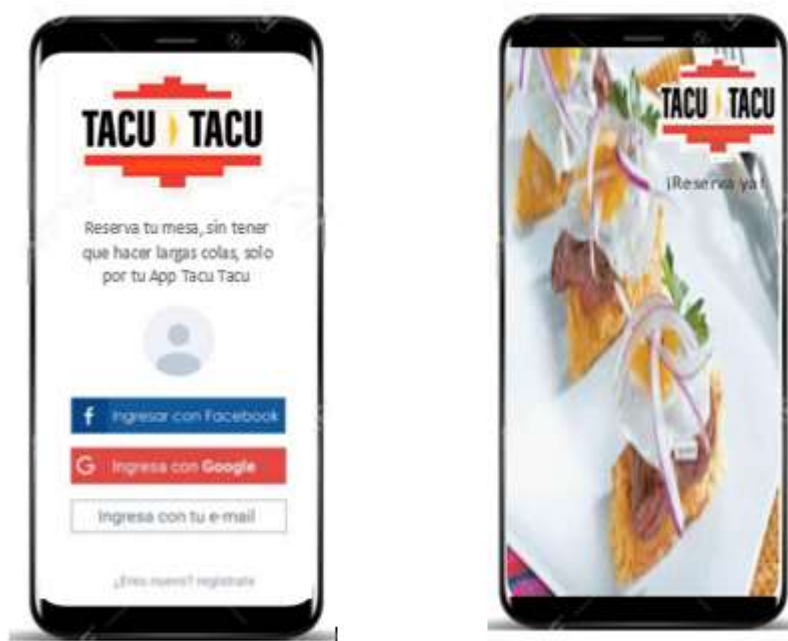
DIAGRAMA DE GANT	
2020	
TIEMPO	A S O N D E F M A M
ACTIVIDADES	
ESTUDIOS, NEGOCIACIÓN Y TRAMITACIÓN	
Nace la idea	■
Estudio de mercado	■
Estudio económico financiero	■
Revisión del proyecto	■
NEGOCIACIÓN Y TRAMITACIÓN	
Trámites de funcionamiento de la empresa	■
Adquirir local para alquiler	■
Adquisición de equipos	■
EJECUCIÓN	
Habilitación del local	■
Montaje de los equipos	■
Capacitación del personal	■
Suministro de sistemas	■
Publicidad	■
OPERACIÓN	
Iniciación de la empresa	■
Prueba de equipo y software	■
Prueba de sistemas	■
Mantenimiento de equipos y software	■
Ajustes del proyecto	■

Fuente: Elaboración propia.

5. PROGRAMA DEL SERVICIO APP PARA RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA

El aplicativo móvil se encontrará disponible en las dos plataformas más grandes del mercado digital como Play Store (Android) y Apple store. El espacio que deberá habilitar el usuario para la descarga de la App será aproximadamente de 50 Mb. El usuario tendrá tres opciones para crear una cuenta, ya sea concediendo permiso para leer los datos de su cuenta de Facebook, Google o ingresar su correo electrónico y una contraseña.

Figura 20. Prototipo de descarga de la App



Fuente: Elaboración propia.

Tras la creación de la cuenta, el usuario podrá ingresar su tarjeta ya sea de crédito o débito, en la opción de métodos de pago, para así poder utilizar la funcionalidad de pagos, pudiendo ingresar tarjetas como: Visa, MasterCard, American Express o Dinners Club.

Figura 21. Registro de Pago



Fuente: Elaboración propia.

La pantalla principal de “Tacu Tacu” se podrá apreciar los diferentes nombres de restaurantes de comida criolla, en la que se podrá visualizar la ubicación, precios, descuentos, información detallada del restaurante, fotos y comentarios acerca del lugar.

Figura 22. Selección de Restaurantes

Fuente: Elaboración propia.

El usuario, podrá efectuar la reserva en el restaurante por la cantidad de personas que asistan, para posteriormente confirmar su elección. El usuario podrá establecer el pedido directamente leyendo el menú del restaurante, esta actividad se realizará con la finalidad de que los platos estén preparados al momento que los asistentes ingresen al restaurante, para realizar las reservaciones en los restaurantes se debe efectuar con 2 horas de anticipación.

La aplicación permitirá, hacer un check-in al momento de ingresar al restaurante, esto con la finalidad, de que el mesero pueda asociar pedidos adicionales a la mesa con la finalidad de que sea reconocido por las personas que asisten al evento.

El mecanismo de control del número de comensales por reserva es una tarea que se ejecutará en el restaurante mediante el check-in, este control funcionará siempre y cuando todos los asistentes cuente con el aplicativo o en el caso de que el usuario que realizo la reserva vaya con más personas al restaurante, este tipo de casos se podrán identificar fácilmente, mediante el análisis de los comentarios de los usuarios y restaurantes.

Al momento de generar la reserva en la App, se cobrará al usuario cinco soles través de los distintos medios de pago que el aplicativo ofrece. Cuando el usuario ingrese al restaurante, el personal solicitará el número de reserva realizada por el usuario a través del aplicativo, para la confirmación de la reserva y evitar confusiones o malos entendidos.

En el caso de que el usuario realice un mal uso del aplicativo, se identificará y enviará una notificación de advertencia. Por otro lado, si es que existiera una confusión en la reserva, el usuario podrá enviar una solicitud detallando los motivos de su problema, lo cual el aplicativo gestionará y evaluará su caso, queja o reclamo procediendo a realizar su desembolso. Por último, el usuario podrá realizar la calificación del restaurante y del producto.

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN

1. ASPECTO LEGAL

1.1. Tipo de Empresa

El aplicativo móvil está registrada como una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L), es decir una organización que busca lucrar por medio de un servicio móvil que reúne en una aplicación la información detallada de restaurantes. Esta entidad cuenta con líneas de autoridad vertical y se caracteriza por tener una estructura y sistema definidos para la correcta toma de decisiones, comunicación y control de la empresa. Conjuntamente con las normas, reglas y procedimientos propios de la organización, permitiendo que cada colaborador conozca sus funciones y obligaciones que deberá cumplir dentro de la empresa.

1.2. Proceso de Constitución de la Empresa

Para el proyecto de inversión sobre la instalación de una aplicación para restaurantes de comida criolla, es necesario conocer que en el Perú está basado en la Constitución de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), por lo que en esta entidad se presentan los siguientes procesos:

1: Reunión del titular y los interesados

1.1. Discutir y presentar los aspectos generales y ventajas sobre la decisión de constituir una E.I.R.L.

2: Identificación de la razón social

1) Seleccionar el nombre

2) Identificar el nombre propuesto

2.1. Tramitar identificación de razón social en la oficina de los Registros Públicos, previo pago.

2.3. Recibir constancia de búsqueda (CERTIFICADO DE BÚSQUEDA MERCANTIL), que señala si hay o no otra empresa con ese nombre.

2.4. Resultado:

Negativo: Nombre procede; Positivo: Escoger otro nombre y reiniciar el trámite.

3: Elaboración de la minuta

3.1. Datos personales del titular, domicilio legal de la empresa, aportes del capital social.

3.2. Discutir el contenido del estatuto, para esto contar con asesoría legal.

3.3. Un abogado redacta la minuta con el fin de entender cada uno de los términos del compromiso.

3.4. Aprobar la minuta.

3.5. Suscribir la minuta, con la firma del abogado.

4: Escritura Pública

4.1. Realizar un depósito bancario en cuenta corriente a nombre de la empresa por el 25% del capital declarado en la minuta.

4.2. Pagar al fondo mutual del abogado el 1/1000 del capital social suscrito. Este pago se deposita en la cuenta del Colegio de Abogados.

4.3. Llevar a la notaria la minuta, los comprobantes de los pagos anteriores para que el notario elabore el testimonio de constitución.

4.4. El titular irá a la notaria para firmar y poner su huella digital.

5: Inscripción SUNAT (RUC)

- ✓ 5.1. Presentar documento de identidad del titular o representante legal.
- ✓ 5.2. Reunir documentos con respecto a la sociedad:
 - ✓ Recibo de agua, luz, teléfono, televisión por cable o declaración jurada de predios.
 - ✓ Contrato de alquiler o cesión de uso de predio con firmas legalizadas notarialmente.
 - ✓ Acta probatoria levantada por el fedatario fiscalizador de la Sunat donde se señale el domicilio.
 - ✓ Testimonio de constitución de la empresa, donde conste la inscripción ante la Sunarp.
 - ✓ Constancia de numeración emitida por la municipalidad.

6: Autorización de impresión de comprobantes de pago Formulario 806

6.1. Régimen Especial

6.2. Régimen General del Impuesto a la Renta.

7: Licencia de funcionamiento municipal

7.1. Formato de solicitud

7.2. Registro Único del Contribuyente (RUC)

7.3. Certificado de compatibilidad de uso.

7.4. Copia certificada notarial o legalizada por el fedatario de la Municipalidad del Testimonio de Constitución de la empresa.

7.5. Declaración Jurada de ser microempresa o pequeña empresa.

7.6. Recibo de pago por los derechos correspondientes.

8: Autorización del libro de planillas ante el MTPS

8.1. Solicitud según formato debidamente llenada.

8.2. Comprar el libro de planillas.

8.3. El mismo libro u hojas sueltas.

8.4. Copia del RUC

8.5. Pago del derecho del trámite

9: Legalización de libros contables ante notario

9.1. Solicitud requiriendo la legalización respectiva

9.2. Copia del RUC

9.3. Copia del DNI del representante legal de la empresa

9.4. Pago por el derecho de trámite

2. ASPECTO ORGANIZACIONAL

2.1. Acta de Constitución de la Empresa:

ACTA CONSTITUTIVA DE TACU TACU



En la localidad de Chiclayo a los 20 días del mes de Julio de 2020 siendo las 5pm horas, se resumen las personas cuyos nombres, domicilios y números de documentos figuran en la planilla adjunta, a fin de constituir una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada con fines de lucro, así como para aprobar el Estatuto social que regirá a la entidad y designar sus autoridades, resolviendo:

1°) Designar Presidente y Apoderado de la empresa a las siguientes personas Margot Cristina Lamadrid Del Castillo y al apoderado: Margot Deliacir Del Castillo Rodríguez, para suscribir la presente ACTA:

2°) Las personas reunidas dejan constituida la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada denominada TACU TACU EIRL con sede en la ciudad de Chiclayo con calle Cuzco, Urbanización Miraflores II etapa Lote 24, provincia de Chiclayo, departamento de Lambayeque.

3°) Se adopta en todo lo fundamental el ESTATUTO modelo de la Dirección Provincial de Personas Jurídicas adoptado por Disposición 29/95.

4°) Acto seguido se procede a elegir a los miembros de la Comisión Directiva y Revisora de Cuentas, que regirán la entidad en el próximo período previsto en los Estatutos aprobados, designándose a las siguientes personas para los cargos citados:

CARGO	APELLIDO Y NOMBRE	FIRMA
PRESIDENTE	MARGOT LAMADRID DEL CASTILLO	
APODERADO	MARGOT DEL CASTILLO RODRIGUEZ	

Los designados aceptan el desempeño de los cargos que respectivamente les han sido conferidos:

5°) Se fija la cuota social para el socio activo en la suma de \$ 7,220.29 y se autoriza a la Comisión Directiva, durante su mandato a elevarla, si fuera necesario, en hasta un 50%.

6°) Se autoriza al presidente y apoderado de la Comisión Directiva electa a realizar las tramitaciones correspondientes para la obtención de Personería Jurídica y para aceptar las observaciones al Estatuto que pudieran efectuarse por la Dirección Provincial de Personas Jurídicas. Las decisiones precedentes han sido tomadas por unanimidad. No siendo para más, previa lectura y ratificación se firma la presente en el lugar y fecha indicados arriba.

PRESIDENTE

SECRETARIO




2.2.Minuta de Constitución

Señor Notario

Sírvase usted extender en su registro de escrituras públicas una de constitución de empresa individual de responsabilidad limitada, que otorga: MARGOT CRISTINA LAMADRID DEL CASTILLO, de nacionalidad peruana, con documento de identidad número 71850853, ocupación: estudiante, estado civil: soltero, señalando domicilio para efectos de este instrumento en CHICLAYO, en los términos siguientes:

Primera. - Por el presente, MARGOT CRISTINA LAMADRID DEL CASTILLO: constituye una empresa individual de responsabilidad limitada bajo la denominación de: “TACU TACU E.I.R.L.”, con domicilio en CHICLAYO, provincia de CHICLAYO, departamento de LAMBAYEQUE, que inicia sus operaciones a partir de su inscripción en el registro mercantil con una duración indeterminada, pudiendo establecer sucursales en todo el territorio nacional.

Segunda. - El objeto de la empresa es: APLICATIVO MÓVIL DE RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA, se entienden incluidos en el objeto, los actos relacionados con el mismo, que coadyuven a la realización de sus fines empresariales. Para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

Tercera. - El capital de la empresa es de \$7,220.29 dólares americanos, constituido por el aporte en efectivo del titular.

Cuarta. - Son órganos de la empresa, el titular y la gerencia. El régimen que le corresponda está señalado en el decreto ley N 21621, artículos 39 y 50 respectivamente y demás normas modificatorias y complementarias.

Quinta. - La gerencia es el órgano que tiene a su cargo la administración y representación de la empresa. Será desempeñada por una o más personas naturales. El cargo de gerente es indelegable. En caso de que el cargo de gerente recaiga en el titular, éste se denominará titular gerente.

Sexta. - La designación del gerente será efectuada por el titular, la duración del cargo es indefinida, aunque puede ser revocado en cualquier momento.

Séptima. - Corresponde al gerente:

1. Organizar el régimen interno de la empresa.
2. Celebrar contratos inherentes al objeto de la empresa, fijando sus condiciones; supervisar y fiscalizar el desarrollo de las actividades de la empresa.
3. Representar a la empresa ante toda clase de autoridades. En lo judicial gozará de las facultades generales y especiales, señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil. En lo administrativo gozará de la facultad de representación prevista en el artículo 115° de la ley N° 27444 y demás normas conexas y complementarias. Teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución. Además, podrá constituir personas jurídicas en nombre de la empresa y representar a la empresa ante las personas jurídicas que crea conveniente y demás normas complementarias. Además, podrá someter las controversias a arbitraje, conciliaciones extrajudiciales y demás medios adecuados de solución de conflicto, pudiendo suscribir los documentos que sean pertinentes
4. Cuidar los activos de la empresa.
5. Abrir y cerrar cuentas corrientes, bancarias, mercantiles y girar contra las mismas, cobrar y endosar cheques de la empresa, así como endosar y descontar documentos de crédito. Solicitar sobregiros, préstamos, créditos o financiaciones para desarrollar el objeto de la empresa celebrando los contratos respectivos.
6. Solicitar toda clase de préstamos con garantías hipotecaria, prendaria y, de cualquier forma, además conocimiento de embarque, carta de poder, carta fianza, póliza, letras de cambio, pagares, facturas conformadas y cualquier otro título valor.
7. Suscribir contratos de arrendamiento y subarrendamiento.
8. Comprar y vender los bienes sean muebles o inmuebles de la empresa, suscribiendo los respectivos contratos.
9. Celebrar, suscribir contratos de leasing o arrendamiento financiero, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados al objeto de la empresa.

10. Autorizar a sola firma, la adquisición de bienes, contratación de obras y prestación de servicios personales.
11. Nombrar, promover, suspender y despedir a los empleados y servidores de la empresa.
12. Conceder licencia al personal de la empresa.
13. Cuidar de la contabilidad y formular el estado de pérdidas y ganancias, el balance general de la empresa y los demás estados y análisis contables que solicite el titular.
14. Solicitar, adquirir, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales conforme a ley, suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.
15. Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del objeto de la empresa.

Octava. - para todo lo no previsto rigen las disposiciones contenidas en el D.L. N.º 21621 y aquellas que las modifiquen o complementen.

Disposición transitoria. – MARGOT CRISTINA LAMADRID DEL CASTILLO, identificado con DNI N° 71850853, ejercerá el cargo de titular gerente de la empresa, peruano, con domicilio señalado en la introducción de la presente.

Así mismo, se nombra como apoderado a MARGOT DELIACIR DEL CASTILLO RODRIGUEZ, identificado con documento de identidad número: 16621992, quien tendrá las mismas facultades que el gerente.

Chiclayo, veinte de junio del dos mil veinte.

2.3. Manual de Organización y Funciones

1. GERENTE:

Objetivo del Puesto:

- Planificar el crecimiento y rentabilidad de la empresa.
- Desarrollar la estrategia y liderar la realización de los objetivos organizacionales

Funciones:

- Generar oportunidades de negocio e incrementar los ingresos.
- Participar de comités comerciales.
- Revisar y analizar los reportes de los resultados de la empresa.
- Garantizar la rentabilidad de la empresa.
- Monitorear el buen desempeño de las diferentes gerencias.

2. AREA DE MARKETING:

Objetivo del puesto:

Desempeña un papel importante en la promoción y misión de la empresa.

Funciones:

- Definir y gestionar la marca.
- Realizar gestión de campaña de marketing
- Crear contenidos de marketing y promoción.
- Crear contenidos que ayuden a la optimización del motor de búsqueda para el sitio web corporativo.
- Producir comunicaciones internas
- Servir como enlace con los medios
- Realizar estudios de mercado

3. AREA LEGAL:

Objetivo del puesto

Es un profesional independiente que asiste como asesor y representante en la defensa de sus derechos e intereses frente a los organismos públicos y el resto de las personas y entidades privadas. Tiene como funciones:

- Proveer mediaciones para inconvenientes con clientes, proveedores o empleados
- Garantizar que se cumpla la ley.
- Representar a la empresa de manera legal ante un tribunal judicial.

4. ÁREA DE ADMINISTRACIÓN:

Objetivo del puesto

Se encarga del funcionamiento de la empresa.

Funciones:

- Encargarse de recibir las facturas de los proveedores y emitir las facturas a los clientes.
- Emitir nóminas de los trabajadores.
- Administrar los recursos humanos y financieros que tienen la empresa.
- Gestionar y liquidar impuestos.
- Controlar los movimientos bancarios de la empresa.
- Asignar recursos disponibles a las diferentes áreas de la empresa.

REPRESENTANTE DE VENTAS:

Objetivo del puesto

Se encarga de vender productos o servicios por una empresa.

Funciones:

- Vender los producto, bienes y servicios para obtener ingresos

- Desarrollar relaciones con los clientes importantes para mantener un alto nivel de servicio y conservar su lealtad
- Cumplir con los clientes respetando el presupuesto establecido, acuerdos de pago y fechas estimas de entrega:
- Elaborar informes sobre las operaciones realizadas y los resultados obtenidos, también los análisis de territorio y las planificaciones mensuales y anuales para entregárselos al Gerente de Ventas.
- Conocer los cambios y tendencias en el mercado
- Monitorear las actividades de los vendedores

PROGRAMADOR DE APP:

Objetivo del puesto

Es la persona especializada en el diseño y desarrollo de programas y aplicaciones informáticas.

Funciones

- Comprender las necesidades de los usuarios
- Crear nuevos programas o aplicaciones
- Probar nuevos programas o aplicaciones
- Probar códigos de nuevo programas o aplicaciones
- Actualiza los programas y aplicaciones.
- Monitorea el desarrollo de los programas y aplicaciones
- Trabaja conjuntamente con otras personas del equipo, gerentes, artistas gráficos, etc.
- Investigar y aprender sobre nuevas tecnologías y tendencias.

5. ÁREA DE TECNOLOGÍA

INGENIERO DE SISTEMAS:

Objetivo del puesto

Es la persona especializado en la búsqueda, diseño y mantenimiento de aplicaciones software, ambientes técnicos, sistemas operativos, software integrado, depósitos de datos y software de telecomunicaciones.

Funciones:

- Investigar, evaluar y sintetizar información técnica para diseñar, desarrollar y probar sistemas computarizados.
- Supervisar y contribuir con todas las fases del proyecto.
- Desarrollar y administrar bases de datos, a los fines de buscar y almacenar cantidades masivas de información al desarrollar software.

- Brindar mejoras y en investigaciones para tecnologías alternas.
- Detectar y arreglar fallas en el software desarrollado luego de su implementación.

COMMUNITY MANAGER:

Objetivo del puesto

Es la persona encargada de crear, gestionar y administrar las redes sociales.

Funciones:

- Crear contenido atractivo y de calidad.
- Decidir cuál es la mejor hora para publicar un contenido.
- Monitorea las publicaciones y novedades del sector de la empresa.
- Sigue y monitorea las publicaciones, analizando su aceptación por parte de los usuarios.
- Conoce al público objetivo.
- Crea relaciones estables y duraderas con los fans para conseguir involucrarlos
- Identifica a los prescriptores.

6. ÁREA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Objetivo del puesto

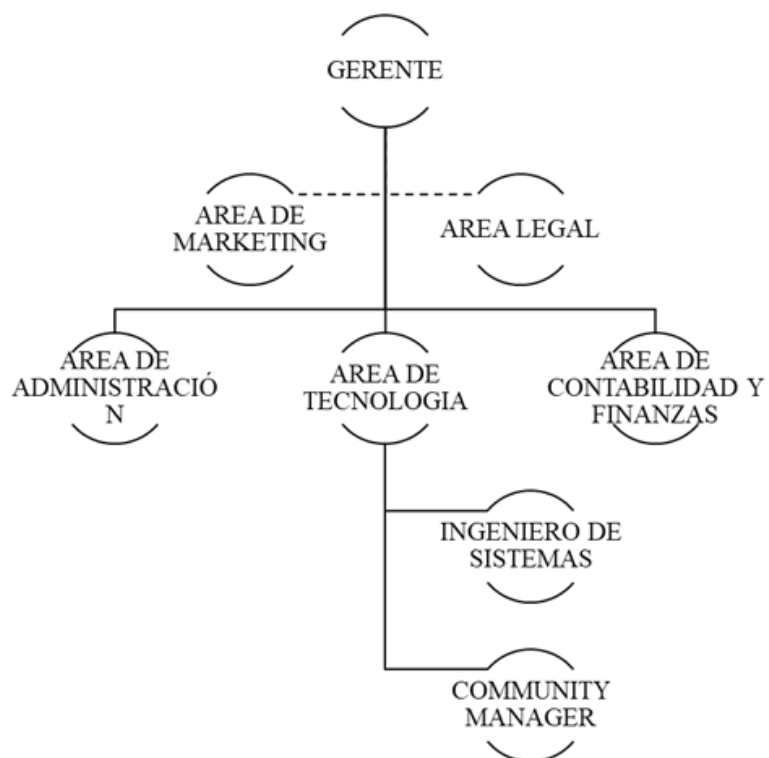
Se encarga de controlar y supervisar los asuntos contables y financieros de la empresa.

Funciones:

- Proporcionar información sobre la situación financiera de la empresa.
- Facilitar la toma de decisiones para la recolección y síntesis de datos económicos.
- Encontrar el capital necesario para hacer crecer el negocio.

1.4. Organigrama.

Figura 23. Organigrama



Fuente: Elaboración propia

1.5.Requerimiento del Personal

Tabla 38. Requerimiento Administrador

ADMINISTRADOR	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente Administrativo
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	Planificar el crecimiento y rentabilidad de la empresa, desarrollar la estrategia y liderar la realización de los objetivos organizacionales
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Administrador de empresas
Experiencia	No menor a 5 años
Otros	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados Visión estratégica
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1 500
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Requerimiento Programador de App

PROGRAMADOR DE APP	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Gerente de Sistemas
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	diseñar y mantener el sistema de software del aplicativo, sistema operativo, software integrado, depósito de datos y software de telecomunicaciones.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Ingeniero de sistemas
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	<p>Dominio de Microsoft Office nivel avanzado</p> <p>Dominio en programas de software y diseño.</p>
Habilidades	<p>Liderazgo</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Orientación a resultados</p> <p>Responsabilidad</p>
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 930.00
Ubicación Fijación	Área de tecnología
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Requerimiento Community Manager

COMMUNITY MANAGER	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Community Manager
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	encargada de crear, gestionar y administrar las redes sociales.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Marketing Digital
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio Dominio en redes sociales y programas de diseño
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados Visión estratégica Puntualidad
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 1,000.00
Ubicación Fijación	Ventas
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41. Requerimiento de Representante de Ventas

VENTAS	
Descripción y perfil del puesto	
Nombre del puesto:	Representante de ventas
Reporta a:	Apoderado
Objetivo:	vender el servicio a las diferentes empresas del mercado de restaurantes.
COMPETENCIAS	
Grado de Instrucción	Título Profesión
Educación superior	Lic. Administrador de empresas
Experiencia	Mínimo 5 años
Otros	Dominio de Microsoft Office nivel intermedio.
Habilidades	Liderazgo Trabajo en equipo Orientación a resultados Visión estratégica Orientación al cliente
CONDICIONES DE PUESTO	
Tipo de contrato	Contrato Indeterminado
Remuneración	S/. 930.00
Ubicación Fijación	Administrativa
Beneficios sociales	Sí
Jornada	Diurna
Horario	10:00 – 13:00 / 16: 00 - 18:00 Horas (L-V) / 10:00 - 13:00 Horas (S)
Tipo de sueldo	Pago fijo mensual

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VII: INVERSIÓN

1. INVERSIÓN

Para el presente proyecto la inversión se desarrolló abarcando la inversión intangible, la inversión tangible y el capital de trabajo, por lo que todos los montos están expresados en moneda americana (dólar), debido a que esta divisa más representativa en el mercado, por otro lado el tipo de cambio que esta registrados hasta el día de hoy es el valor de S/. 3.50 por dólar.

1.1. Estructura de la Inversión

La inversión total del presente proyecto a realizar tiene un monto de \$. 14, 668.11 incluido el IGV, en la cual dentro se encuentra la inversión fija tangible con un \$. 5,597.26, la inversión fija intangible con un \$. 4,778.15 y por último, está el capital de trabajo en el cual se cuenta con \$. 4,292.70. por lo que toda la suma de esos elementos dan como resultado la inversión total del proyecto para la App de restaurantes de comida criolla.

Tabla 42 Estructura de la Inversión en dólares

INVERSIONES		P.SIN IGV (\$)	IGV (\$)	P.CON IGV (\$)
INVERSIÓN	TANGIBLE	4,743.44	853.82	5,597.26
	INVERSION FIJA			
	INTANGIBLE	4,049.28	728.87	4,778.15
	TOTAL DE INVERSION FIJA	8,792.72	1,582.69	10,375.41
	CAPITAL DE TRABAJO	3,820.30	472.40	4,292.70
INVERSION TOTAL		12,613.02	2,055.08	14,668.11

Fuente Elaboración propia

1.2. Programa de Inversiones

El presente proyecto se ha desarrollado con un programa de inversión, el cual está realizado para el año 2021, a partir del mes de enero hasta mayo.

Tabla 43. Programa de Inversión en dólares

CONCEPTO	MESES					TOTAL
	1	2	3	4	5	
INVERSIÓN TOTAL						10,147.88
I. INVERSION FIJA (\$)						10,147.88
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE (\$)						5,597.26
I.1.1 EQUIPOS (\$)			1,642.86	1,642.86		3,285.71
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES (\$)				611.43		611.43
I.1.3. PROGRAMAS (\$)	316.77	316.77	316.77	316.77	316.77	1,583.83
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL (\$)					69.14	69.14
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL (\$)					47.14	47.14
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE (\$)	750.45	750.45	244.29	244.29	2,561.14	4,550.62
II. CAPITAL DE TRABAJO (\$)					4,292.70	4,292.70
TOTAL INVERSIÓN (\$)	1,067.22	1,067.22	2,203.91	2,815.34	7,992.08	14,440.58

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior, la inversión fija tangible representa un 70.27% de la inversión total, mientras que el capital de trabajo 29.73%

CAPÍTULO VIII: FINANCIAMIENTO

1. Fuentes de Financiamiento

En el presente proyecto cuenta con una inversión total, en el cual estará conformado por un 50% financiado por el Banco de Crédito del Perú, y el otro 50% será un financiamiento por aporte propio.

Tabla 44. Fuentes de financiamiento en dólares

CONCEPTO	FINANCIAMIENTO	APORTE	INVERSIÓN
INVERSIÓN TOTAL	(BANCO)	(PROPIO)	TOTAL
I. INVERSIÓN FIJA (\$)	5,073.94	5,073.94	10,147.88
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE(\$)	2,798.63	2,798.63	5,597.26
I.1.1 EQUIPOS(\$)	1,642.86	1,642.86	3,285.71
I.1.2. MUEBLES Y ENSERES(\$)	305.71	305.71	611.43
I.1.3. PROGRAMAS (\$)	791.91	791.91	1,583.83
I.1.4. ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL(\$)	34.57	34.57	69.14
I.1.5. MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL(\$)	23.57	23.57	47.14
I.2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE (\$)	2,275.31	2,275.31	4,550.62
II. CAPITAL DE TRABAJO(\$)	2,146.35	2,146.35	4,292.70
TOTAL INVERSIÓN	7,220.29	7,220.29	14,440.58
PORCENTAJE	50.00%	50.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

2. Evaluación del Préstamo

Con el fin de saber cuál es la mejor opción para financiar el proyecto de inversión, se evaluaron diferentes opciones de financiamientos en dos entidades bancarias, como el Banco de Crédito del Perú y el Scotiabank, en donde se eligió el BCP, debido a que tenía una tasa de costo efectiva de 3.47%, mientras que el Scotiabank poseía una TEA del 4.31%, para un financiamiento por un plazo de 5 años según la Tasa Activa de las operaciones en Moneda Extranjera la cual fue proporcionada por la Superintendencia de Banca, Seguro y AFP (SBS).

Tabla 45. Evaluación del Financiamiento en dólares

Periodo	Saldo inicial(\$)	Abono capital(\$)	Interés(\$)	Cuota(\$)	Saldo Final(\$)
0					7,220.29
1	7,220.29	1,347.26	250.54	1,597.80	5,873.03
2	5,873.03	1,394.01	203.79	1,597.80	4,479.02
3	4,479.02	1,442.38	155.42	1,597.80	3,036.65
4	3,036.65	1,492.43	105.37	1,597.80	1,544.22
5	1,544.22	1,544.22	53.58	1,597.80	-
	22,153.21	7,220.29	768.72	7,989.00	14,932.92

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Determinar las cantidades totales que corresponden a los ingresos que se van a desarrollar en base a la demanda insatisfecha del proyecto y el precio de venta de las reservas, el cual no incluye el IGV, como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 46. *Presupuesto de ingresos por Reservas*

PERIODO DEL PROYECTO	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Precio de venta(\$)	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21
Reserva por año	55,845.85	55,845.85	55,845.85	55,845.85	55,845.85
INGRESOS(\$)	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98

Fuente: Elaboración propia

2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

2.1.PRESUPUESTO ECONÓMICO

En cuanto al presupuesto económico abarca los ingresos que fueron obtenidos durante el plazo proyectado, como los egresos que están conectados con los costos de reservación, costos de operación, depreciación, amortización por cargas diferidas e impuestos y los gastos de operación, obteniendo como resultado un saldo positivo en beneficio de la empresa, como se detalla en la tabla:

Tabla 47. Presupuesto Económico en dólares

INGRESOS					
Ventas (\$)	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98
<u>Egresos</u>					
I.-Costos de Reservación	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93
I.1 Derechos de marca	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93
II.-Gastos de Operación	25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92
II,1.-Gastos de Administración	17,121.98	17,121.98	17,121.98	17,121.98	17,121.98
-Gastos administrativos	10,539.12	10,539.12	10,539.12	10,539.12	10,539.12
-Sueldos administrativos	6,582.86	6,582.86	6,582.86	6,582.86	6,582.86
II,2.-Gastos de Ventas	8,469.94	8,469.94	8,469.94	8,469.94	8,469.94
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
.-Depreciación	757.80	757.80	757.80	757.80	61.67
.-Amortización por Cargas diferidas	809.86	809.86	809.86	809.86	809.86
IV.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	3,922.97	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05
-MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES	34.29	34.29	34.29	34.29	34.29
-Impuesto a la renta	1,324.83	1,381.93	1,441.49	1,503.62	1,568.42
TOTAL EGRESOS	56,375.59	58,487.77	58,547.34	58,609.46	57,978.14
SALDO	11,234.39	9,122.21	9,062.65	9,000.52	9,631.84

Fuente: Elaboración propia

2.2.PRESUPUESTO FINANCIERO

En cuanto al presupuesto financiero, abarcan los factores descritos en el punto anterior, en los que están incluidos los gastos financieros y la amortización de la deuda, obteniendo un saldo positivo que beneficia a la empresa.

Tabla 48. Presupuesto Financiero en dólares

<u>INGRESOS</u>					
Ventas	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98
<u>Egresos</u>					
I.-Costos de Reservación	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93
Derechos de marca	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93
II.-Gastos de Operación	25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92
II,1.-Gastos de Administración	17,121.98	17,121.98	17,121.98	17,121.98	17,121.98
-Gastos administrativos	10,539.12	10,539.12	10,539.12	10,539.12	10,539.12
-Sueldos administrativos	6,582.86	6,582.86	6,582.86	6,582.86	6,582.86
II,2.-Gastos de Ventas	8,469.94	8,469.94	8,469.94	8,469.94	8,469.94
III. Depreciación y amortización por cargas diferidas					
.-Depreciación	757.80	757.80	757.80	757.80	61.67
.-Amortización por Cargas diferidas	809.86	809.86	809.86	809.86	809.86
IV .-Gastos Financieros	345.48	288.38	228.82	166.69	101.88
-INTERÈS PRESTAMO	311.19	254.09	194.53	132.40	67.60
-MANTENIMIENTO,SEGUROS Y COMISIONES	34.29	34.29	34.29	34.29	34.29
V .-Amortización de la Deuda (CK)	1,324.83	1,381.93	1,441.49	1,503.62	1,568.42
VI.- Impuestos					
-IGV A PAGAR	3,922.97	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05
-PARTICIPACIÓN LABORAL	1,847.95	1,847.95	1,847.95	1,847.95	1,903.64
-Impuesto a la renta	6,269.16	6,269.16	6,269.16	6,269.16	6,458.09
TOTAL EGRESOS	64,803.89	66,858.97	66,858.97	66,858.97	66,407.47
SALDO	2,806.09	751.01	751.01	751.01	1,202.52

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS

En este punto se consideran los principales estados financieros a evaluarse en todo el proyecto

1. ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.

En el siguiente recuadro se observa el estado de resultados para los 5 años proyectados respectivamente, por lo que se puede apreciar que desde el primer año se ha obtenido utilidades positivas, lo cual beneficia a la empresa, tal y como se aprecia en el estado de pérdidas y ganancias económico

Tabla 49. Estado de Pérdidas y Ganancias en dólares

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	67,610	67,610	67,610	67,610	67,610
- COSTOS DE RESERVACIÓN	23,934	23,934	23,934	23,934	23,934
UTILIDAD BRUTA	43,676	43,676	43,676	43,676	43,676
- GASTOS DE OPERACIÓN	19,009	19,009	19,009	19,009	19,009
Gastos de Ventas	8,470	8,470	8,470	8,470	8,470
Gastos Administrativos	10,539	10,539	10,539	10,539	10,539
- DEPRECIACIÓN Y AMORT. POR CARGAS DIFERIDAS	1,568	1,568	1,568	1,568	872
UTILIDAD OPERATIVA	23,099	23,099	23,099	23,099	23,795
- GASTOS FINANCIEROS	345	288	229	167	102
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTO	22,754	22,811	22,871	22,933	23,694
PARTICIPACION LABORAL (8%)	1,820	1,825	1,830	1,835	1,895
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	20,934	20,986	21,041	21,098	21,798
- IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	6,175	6,191	6,207	6,224	6,430
UTILIDAD DEL EJERCICIO	14,758	14,795	14,834	14,874	15,368

Fuente: Elaboración propia

Es necesario resaltar que se desarrolló con el Impuesto a la Renta el cual es 29.5%, el cual se obtuvo en base a la utilidad antes del Impuesto y fue fundamental para el cálculo de la utilidad del ejercicio.

2. FLUJO DE CAJA

En este punto se considera vital cuanto será el IGV que se deberá de pagar, el cual se obtuvo al restar el IGV de las ventas menos el IGV de egresos e inversión total. Sin embargo, esa cantidad fue considerada para elaborar el cálculo de los flujos anteriormente señalados.

Tabla 50. IGV a pagar en dólares

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
IGV de Ventas	12,169.80	12,169.80	12,169.80	12,169.80	12,169.80
- IGV de Egresos (compras, contratación de servicios, otros)	6,191.75	6,191.75	6,191.75	6,191.75	6,191.75
Pago de IGV de las ventas menos los egresos	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05
- IGV DE INVERSION	2,055.08	-	-	-	-
IGV A PAGAR	3,922.97	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51. Flujo de Caja Económico en dólares

AÑO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	-	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	71,738.64
I.1 Ingresos por ventas		67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						3,820.30
I.3 Valor Residual						308.35
II. EGRESOS	14,668.11	61,565.93	63,621.01	63,621.01	63,621.01	63,865.63
II.1. Inversión Total	14,668.11					
II.2. Costos de Reservación		23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93
II.3. Gastos de Operación		25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92
II.4 Participación Laboral		1,847.95	1,847.95	1,847.95	1,847.95	1,903.64
II.5. IGV a pagar		3,922.97	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05
II.6. Impuesto a la Renta		6,269.16	6,269.16	6,269.16	6,269.16	6,458.09
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-	6,044.06	3,988.97	3,988.97	3,988.97	7,873.01
APORTE DE CAPITAL	14,668.11					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	-	6,044.06	3,988.97	3,988.97	3,988.97	7,873.01
SALDO DE CAJA ACUMULADA	-	6,044.06	10,033.03	14,022.00	18,010.97	25,883.98

Fuente: Elaboración propia

Tabla 52. Flujo de Caja Financiero en dólares

AÑO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	7,220.29	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	71,738.64
I.1 Ingresos por ventas		67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98	67,609.98
I.2 Recupero de Capital de Trabajo						3,820.30
I.3 Préstamo	7,220.29					-
I.4 Valor Residual						308.35
II. EGRESOS	14,668.11	63,236.24	65,291.32	65,291.32	65,291.32	65,535.94
II.1. Inversión Total	14,668.11					
II.2. Costos de Reservación		23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93	23,933.93
II.3. Gastos de Operación		25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92	25,591.92
II.4 Participación Laboral		1,847.95	1,847.95	1,847.95	1,847.95	1,903.64
II.5. IGV a pagar		3,922.97	5,978.05	5,978.05	5,978.05	5,978.05
II.6. Impuesto a la Renta		6,269.16	6,269.16	6,269.16	6,269.16	6,458.09
II.7 Servicio de deuda		1,670.31	1,670.31	1,670.31	1,670.31	1,670.31
Amortización		1,324.83	1,381.93	1,441.49	1,503.62	1,568.42
Gastos financieros		345.48	288.38	228.82	166.69	101.88
SUBTOTAL DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO		4,373.75	2,318.66	2,318.66	2,318.66	6,202.70
ESCUDO FISCAL DEL GASTO FINANCIERO		101.92	85.07	67.50	49.17	30.06
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-7,447.82	4,475.66	2,403.73	2,386.16	2,367.84	6,232.76
APORTE DE CAPITAL	7,447.82					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	-	4,475.66	2,403.73	2,386.16	2,367.84	6,232.76
SALDO DE CAJA ACUMULADA	-	4,475.66	6,879.40	9,265.56	11,633.40	17,866.16

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO XI: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

En esta parte del proyecto de inversión es necesario calcular la tasa de descuento tanto económica como financiera, por lo que se tomó en cuenta el Costo de Oportunidad, la Tasa de Riesgo, la Tasa de Interés Anual activa la cual fue proporcionada por la SBS y el Impuesto a la renta en el caso de la tasa de descuento financiera, por lo que se detalla en el siguiente recuadro:

1. TASA DE DESCUENTO ECONÓMICA Y FINANCIERA

En cuanto a la determinación de la tasa de descuento económico, se ha utilizado la siguiente fórmula:

Tabla 53. Tasa de Descuento Económica

$$dE = \frac{\text{aporte propio}}{\text{inv. Total}} * (\text{COK} + R)$$

$$dE = \frac{0.1441}{1} = 14.4100\%$$

Fuente: Elaboración propia.

Donde:

- **Kp**: se determina mediante el aporte propio sobre la inversión total
- **Cok**: el 12% es la tasa estimada mayor en comparación a la mejor tasa de interés pasiva según la SBS, 1.12% del Banco Santander, esto debido a poder medir mejor los índices económicos y financieros.
- **R**: es la Tasa de Riesgo, en la que se elige la tasa de riesgo país para las inversiones, la cual es 2.41% según información brindada por el BCR en mayo del 2020.

Sin embargo para determinar la Tasa Financiera se añadió un dato adicional (t), el cual es el impuesto a la renta (29.50%), y la tasa de interés la cual es detallada en la siguiente tabla:

Tabla 54. Tasa de Descuento Financiera

$$dF = \frac{\text{aporte propio}}{\text{inv. Total}} * (\text{COK} + R) + \frac{\text{Préstamo}}{\text{inv. Total}} * Ra * (1-0.29)$$

$$dF = \frac{0.0843685}{1} = 8.4369\%$$

Fuente: Elaboración propia

2. EVALUACIÓN ECONÓMICA

En el siguiente apartado, se detallan los indicadores económicos utilizados en la evaluación de la viabilidad económica del presente proyecto. Los indicadores a analizar son el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Ratio Beneficio/Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión:

2.1. Van

En el presente proyecto de inversión para la instalación de una aplicación de restaurantes de comida criolla, el Valor Actual Neto (VAN), se ha obtenido utilizando el costo de oportunidad de capital (COK) como la tasa de descuento. De esta forma da como resultado el Van Económico \$. 2,670.09, debido a que es mayor que cero, el proyecto es considerado viable.

Tabla 55. Valor Actual Neto Económico

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	
VANE	\$2,670.09

Fuente: Elaboración propia.

2.2.Tir

Para comprobar que el proyecto de inversión privada es factible, se busca hallar la Tasa de Retorno Económica, la cual es aquella que se encarga de hacer que el VAN sea igual a cero, e obtuvo como resultado una tasa interna de retorno de 22%, por lo que se puede decir que el proyecto es rentable, debido a que los resultados obtenidos es mayor a la tasa de descuento económica calculada (14.41%).

Tabla 56. Tasa Interna de Retorno Económico

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
TIRE	22%
TASA DE DESCUENTO (COK)	14.41%

Fuente: Elaboración propia.

2.3.B/C Económico

El indicador de rentabilidad Beneficio/Costo, se obtiene tras descontar los ingresos y egresos del flujo de caja bajo la tasa de descuento económica. En este caso, el resultado es de \$ 1.01. Por ser mayor que 1 el proyecto es viable.

Tabla 57. Relación Beneficio Costo Económico

RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO	
B/CE	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
B/CE	\$231,947.69 -\$229,277.60
B/CE	1.01

Fuente: Elaboración propia.

2.4.Periodo de Recupero de Capital Económico.

Con respecto al Periodo de Recupero de Capital Económico, en la siguiente tabla se observa el flujo de caja económico y el valor actual neto de dicho flujo para un costo de oportunidad de capital 14.41% obteniéndose que en 4 años, 1 meses y 29 días se recuperará el capital invertido.

El proyecto presenta los siguientes FEN:

Tabla 58. Periodo de recupero de capital

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
	\$ -14,668.11	\$ 14,668.11	- 4.080	4.080	0.957	28.710
1	\$ 5,282.80	\$ -9,385.30				
2	\$ 3,047.42	\$ -6,337.88				
3	\$ 2,663.60	\$ -3,674.28				
4	\$ 2,328.12	\$ -1,346.16				
5	\$ 4,016.25	\$ 2,670.09				

tiempos para recuperar el capital en el proyecto es de	4	años	1	meses	29	días
---	----------	-------------	----------	--------------	-----------	-------------

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Índice de Rentabilidad

En este apartado el Índice de Rentabilidad se calcula el valor actualizado de los flujos de caja entre la inversión inicial. En este caso el resultado obtenido es de \$1.18, es decir por cada dólar invertido se obtiene \$1.18 de rentabilidad.

Tabla 59. Índice De Rentabilidad

INDICE DE RENTABILIDAD	
IR =	$\frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$
IR =	$\frac{\$17,338.20}{\$14,668.11}$
IR =	1.18

Fuente: Elaboración propia.

3. EVALUACIÓN FINANCIERA

En cuanto a este punto, se encuentran los indicadores financieros empleados para la evaluación de la viabilidad financiera del proyecto. Los indicadores a determinar son, el Valor

Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el Ratio Beneficio/Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión.

3.1. Van

El Valor Actual Neto Financiero ha sido calculado con el costo de oportunidad (COK), el cual es 8.44%, el cual arroja como resultado un VANF de \$ 6,469.64.

Tabla 60. *Valor Actual Neto Financiero*

VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	
VANF	\$6,469.64

Fuente: Elaboración propia.

Por consecuencia quiere decir, que como el resultado es positivo se concluye que el proyecto debería ejecutarse pues este genera valor para el inversionista; además demuestra su rentabilidad dado a que presenta retornos mayores a la inversión inicial a valor presente.

3.2. Tir

En cuanto a la Tasa Interna de Retorno financiera, permitió medir la rentabilidad del proyecto, como la tasa de descuento en la cual el VAN es igual a cero. Por lo que se obtuvo una tasa interna de retorno financiera de 36.96%, se puede afirmar que el proyecto es rentable, pues los resultados obtenidos son mayores al costo de oportunidad calculado (8.44%).

Tabla 61. *Tasa Interna De Retorno Financiero*

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	
TIRF	36.96%
TASA DE DESCUENTO (COK)	8.44%

Fuente: Elaboración propia.

3.3.B/C Financiero

El indicador de rentabilidad Beneficio/Costo, se obtiene tras descontar los ingresos y egresos del flujo de caja bajo la tasa de descuento financiero. En este caso, el resultado es de \$ 1.02. Por ser mayor que 1 el proyecto es viable.

Tabla 62. Relación Beneficio Costo Financiero

RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO	
B/CF	VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS
B/CF	\$276,841.34
	-\$270,651.25
B/CF	1.02

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Periodo de Recupero de Capital Financiero

En cuanto al periodo de recuperación del capital financiero, se estima que se requerirá un periodo de 2 años, 8 meses y 18 días para recuperar la inversión. Para ello, se presenta el flujo de caja financiero y su valor actual.

El proyecto presenta los siguientes FEN:

Tabla 63. Periodo de capital financiero

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
0	\$ -7,447.82	\$ -7,447.82	2.62	2.62	7.47	14.10
1	\$ 4,129.03	\$ -3,318.79				
2	\$ 2,045.47	\$ -1,273.32				
3	\$ 1,872.31	\$ 598.99				
4	\$ 1,713.16	\$ 2,312.15				
5	\$ 4,157.49	\$ 6,469.64				

Tiempo para recuperar el capital	2	año	7	Meses	14	días
---	----------	------------	----------	--------------	-----------	-------------

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Índice de Rentabilidad Financiero

En este apartado el Índice de Rentabilidad se calcula el valor actualizado de los flujos de caja acumulado entre la inversión inicial. En este caso el resultado obtenido es de \$1.87, es decir por cada dólar invertido se obtiene \$1.87 de rentabilidad.

Tabla 64. Índice De Rentabilidad Financiero

INDICE DE RENTABILIDAD	
IR =	$\frac{\text{FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO ACUMULADO}}{\text{INVERSIÓN TOTAL}}$
IR =	$\frac{\$13,917.46}{\$7,447.82}$
IR =	1.87

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO XII: ANALISIS DE SENSIBILIDAD

A continuación, se analizará un escenario de riesgo que podría presentarse a lo largo del ejercicio del proyecto. Para ello, se ha seleccionado la variación en la demanda como la variable crítica capaz de afectar la rentabilidad de la empresa.

Sin embargo, se aplicó un método de sensibilidad, cuando sólo una variable varía, el cual es llamado análisis unidimensional.

1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA

Para poder realizar el análisis de sensibilidad económica, el escenario de riesgo se asumió que la demanda del proyecto es 3% menor a la proyectada inicialmente, lo cual generó un efecto negativo en el Estado de Ganancias y Pérdidas y en el Flujo de Caja Económico, pues redujo los ingresos percibidos por la empresa. Sin embargo, se asumió que los egresos se mantendrían, a excepción de aquellos que derivan de la demanda como en el caso de las reservas.

A continuación, se presentan los indicadores económicos obtenidos a través del análisis de sensibilidad.

VANE = \$ 613.46

Tabla 65. Valor Actual Neto Económico_Sensibilidad

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	
VANE	\$613.46

Fuente: Elaboración propia.

TIRE= 16%

Tabla 66. Tasa Interna De Retorno Económico_Sensibilidad

TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	
TIRE	16%
TASA DE DESCUENTO (COK)	14.41%

Fuente: Elaboración propia.

B/C = 1.001

Tabla 67. Relación Beneficio Costo Económico_Sensibilidad

RELACIÓN BENEFICIO COSTO ECONÓMICO	
B/CE	$\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$
B/CE	$\frac{\$225,021.92}{-\$224,408.46}$
B/CE	1.00

Fuente: Elaboración propia.

PERIODO DE RECUPERO = 4 años, 10 meses y 27 días

Tabla 68. Periodo De Recuperación Del Capital_Sensibilidad

Inversión total :		\$	
		14,597.50	

PERIODO	FLUJO DE CAJA ECON.	F.A.S	F. caja actualizado
1	\$ 5,419.29	0.874049	\$ 4,736.73
2	\$ 3,374.97	0.763962	\$ 2,578.35
3	\$ 3,374.97	0.667741	\$ 2,253.61
4	\$ 3,374.97	0.583639	\$ 1,969.76
5	\$ 7,199.18	0.510129	\$ 3,672.51

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, los resultados demuestran que a pesar de disminuir la demanda insatisfecha del proyecto en un 3%, este sigue siendo viable; pues la tasa interna de retorno económica sigue siendo mayor a la tasa de descuento. Además, el valor actual neto es positivo y el ratio beneficio costo es mayor a uno. Sin embargo, el periodo de recupero de capital se vería afectado, debiendo ampliarse por un periodo de 4 años, 10 meses y 27 día.

2. ANALISIS DE SENSIBILIDAD FINANCIERA

Con el fin de elaborar el análisis del sensibilidad financiera, el escenario de riesgo se asumió que la demanda del proyecto es 8% menor a la proyectada inicialmente, lo cual generó un efecto negativo en el Estado de Ganancias y Pérdidas y en el Flujo de Caja Financiero, pues redujo los ingresos percibidos por la empresa. Sin embargo, se asumió que los egresos se mantendrían, a excepción de aquellos que derivan de la demanda como en el caso de las reservas.

A continuación, se presentan los indicadores financieros obtenidos a través de este análisis de sensibilidad.

VANF = \$ 49,16

Tabla 69. Valor Actual Neto Financiero_Sensibilidad

VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	
VANF	\$49.16

Fuente: Elaboración propia.

TIRF = 8.67%

Tabla 70. Tasa Interna De Retorno Financiero_Sensibilidad

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	
TIRF	8.67%
TASA DE DESCUENTO (COK)	8.44%

Fuente: Elaboración propia.

B/C = 1.01

Tabla 71. Relación Beneficio Costo Financiero_Sensibilidad

RELACIÓN BENEFICIO COSTO FINANCIERO	
B/CF	$\frac{\text{VALOR PRESENTE DE LOS INGRESOS}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS EGRESOS}}$
B/CF	\$255,261.39
	-\$255,518.67
B/CF	1.00

Fuente: Elaboración propia.

PERIODO DE RECUPERO = 2 años, 6 mes y 7 días

Tabla 72. Periodo De Recuperación Del Capital_Sensibilidad

Inversión total :		\$	7,353.68
PERIODO	FLUJO DE CAJA FINAN.	F.A.S	F. caja actualizado
1	\$ 2,831.46	0.922196	\$ 2,611.16
2	\$ 788.19	0.850445	\$ 670.31
3	\$ 770.55	0.784277	\$ 604.32
4	\$ 752.15	0.723257	\$ 544.00
5	\$ 4,457	0.666984	\$ 2,973.05

Fuente: Elaboración propia.

El proyecto presenta los siguientes FEN:

Años	Proyecto	Recuperación	PRC	Años	Meses	Días
0	\$ - 7,353.68	\$ -7,353.68	8.08	8.08	0.90	27.05
1	\$ 2,611.16	\$ -4,742.52				
2	\$ 670.31	\$ -4,072.21				
3	\$ 604.32	\$ - 3,467.89				
4	\$ 544.00	\$ 2,923.89				
5	\$ 2,973.05	\$ 49.16				

Fuente: Elaboración propia.

En Conclusión, los resultados demuestran que a pesar de disminuir la demanda insatisfecha del proyecto en un 8%, este sigue siendo viable; pues la tasa interna de retorno financiera sigue siendo mayor a la tasa de descuento. Además, el valor actual neto es positivo y el ratio beneficio costo es mayor a uno. Sin embargo, el periodo de recupero de capital se vería afectado, debiendo ampliarse por un periodo de 2 años, 1 mes y 27 días.

CONCLUSIONES

- El proyecto es considerado viable económicamente y financieramente, ya que representa una Tasa Interna de Retorno de 22% por encima del costo de oportunidad del capital y con una Tasa Interna de Retorno Financiera de 36.96% por encima del costo de oportunidad de capital. Así mismo el Valor Presente Neto en ambos flujos de caja obtuvo como resultados un valor mayor a cero.
- La existencia de la demanda insatisfecha genera un brecha del 0.02% por cubrir, siendo un factor decisivo para la viabilidad de la implementación de una App de restaurantes con un enfoque de comida criolla, dado que afecta en forma directa en el cálculo de los indicadores financieros.
- La empresa Tacu Tacu es una App de restaurante con enfoque a la comida criolla, tendrá una capacidad efectiva de 155 reservas diarios.
- El proyecto estará ubicado de manera estratégica en la Calle Cuzco, Urb. Miraflores II etapa, lote 24.
- El proceso de las reservas en la App de restaurantes de comida criolla se encuentra diseñado con las mejores prácticas para cubrir su programación, optimizando costos y tiempos enfocados a la calidad.
- El tipo de sociedad que desarrollara el proyecto será la de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada denominada TACU TACU EIRL, que garantiza la viabilidad administrativa y organizacional del proyecto cuya estructura funcional y jurídica contara con personal especializado.
- El proyecto tiene una inversión total de \$ 14,440.58 siendo su capital de trabajo \$ 4,292.70 y en cuanto el financiamiento se proyecta realizarlo con el Banco de Crédito del Perú (BCP), por un monto de \$ 7,220.29 representando el 50%.
- Para estimar los indicadores económicos y financieros se consideró el COK como tasa de actualización de 12% respectivamente resultando un VANE de \$ 2,670.09 VANF de \$ 6,469.64, TIRE de 22% y TIRF de 36.96%, evidenciando la viabilidad del proyecto.
- Los indicadores se muestran sensibles significativamente a las variaciones en la participación del mercado, cuya variable es la más correlacionada con la rentabilidad de proyecto resultando el VANE \$ 613.46 y la TIRE en 16%, VANF en \$ 4,061.96 y el TIRF en 26.83% por una variación en 3%.

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el presente proyecto en el más breve plazo ya que se evidencia un mercado en crecimiento dándose las condiciones favorables para su implementación creando valor para los clientes, trabajadores e inversionistas; así mismo generando impacto social y económico al país, dentro del cumplimiento del marco legal vigente.
- Evaluar alianzas estratégicas con restaurantes de comida criolla y con empresas de servicios complementarios que generen una mayor participación de mercado.
- Mantener un enfoque continuo en su plan de marketing a fin de garantizar el cumplimiento de las proyecciones realizadas y considerar permanentemente la documentación de los clientes
- Realizar de manera continua capacitaciones y charlas informativas de las nuevas tendencias para potenciar el valor agregado del servicio

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas










Tabla 73 Árbol de problema



Fuente Elaboración propia

Anexo 2: Análisis CANVAS

Tabla 74 El lienzo del modelo de negocio

<p>Asociaciones clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Android • Apple • Software • Restaurantes 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación y diseño de la aplicación. • Actividades promocionales. • Búsqueda y segmentación de restaurantes • Entrevistas periódicas para mejoras 	<p>Propuestas de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Notificación de existencias de descuentos u ofertas. • Actualización de comentarios en la app. • Satisfacción por parte del cliente de comer en un buen restaurante. • Seguridad de poder encontrar y llegar al restaurante deseado. • Ayuda en reducción de tiempo en elegir 	<p>Relaciones con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Espacio de reseña de los mejores restaurantes. • Información de los tipos de comida. • Notificaciones de existencia de ofertas • Ingreso de nuevos restaurantes 	<p>Segmentos de mercado </p> <ul style="list-style-type: none"> • Turistas • Viajeros • Padres de familia • Jóvenes y adultos
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero de sistemas. • Diseñador. • Acceso a play store y app store. 		<p>Fuentes de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Anuncios. • Pago de prioridad de búsqueda hecho por los restaurantes. 		
<p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Base de datos informativos de los restaurantes. • Plataforma tecnológica. 		<p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • App store. • Play store. 		

Fuente Elaboración propia

Anexo 3: Inversión detallada

1. Inversión tangible

Tabla 75. Inversión Tangible

	Precio unitario	Total sin IGV	IGV	Total con IGV
EQUIPOS	1428.57	2784.50	501.21	3285.71
MUEBLES Y ENSERES	308.57	518.16	93.27	611.43
PROGRAMAS	798.23	1342.23	241.60	1583.83
ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	27.71	58.60	10.55	69.14
MATERIAL DE SEGURIDAD DEL LOCAL	36.29	39.95	7.19	47.14
TOTAL DE INVERSIÓN TANGIBLE		4743.44	853.82	5597.26

Fuente: Elaboración Propia

2. Inversión intangible

Tabla 76. Inversión Intangible

	Precio Sin IGV		IGV	Precio Con IGV
GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	\$	749.6	\$ 134.9	\$ 884.5
LICENCIAS Y PATENTES	\$	1,051.2	\$ 189.2	\$ 1,240.4
GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA	\$	256.7	\$ 46.2	\$ 302.9
OTROS GASTOS	\$	1,799.0	\$ 323.8	\$ 2,122.9
TOTAL DE INVERSIÓN INTANGIBLE	\$	4,049.3	\$ 728.9	\$ 4,778.2

Fuente: Elaboración Propia

3. Capital de trabajo

Tabla 77. Capital de Trabajo

Descripción	Precio Sin IGV	18%		Costos y Gastos	
		IGV		ANUAL	MENSUAL
				TOTAL CON IGV MENSUAL	TOTAL CON IGV TRIMESTRAL
RESERVAS	\$ 1,934.66	\$ 348.24		\$ 27,394.78	\$ 2,282.90
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 411.43	\$ -		\$ 6,582.86	\$ 411.43
SUELDOS DE PROGRAMADOR	\$ 255.09	\$ -		\$ 4,081.37	\$ 255.09
SUELDOS DE VENTAS	\$ 529.37	\$ -		\$ 8,469.94	\$ 529.37
MANTENIMIENTO	\$ 113.80	\$ 20.48		\$ 1,611.43	\$ 134.29
REPARACIÓN	\$ 150.00	\$ 27.00		\$ 2,124.00	\$ 177.00
LUZ	\$ 121.40	\$ 21.85		\$ 1,719.02	\$ 143.25
AGUA	\$ 41.58	\$ 7.48		\$ 588.77	\$ 49.06
TELÉFONO	\$ 14.53	\$ 2.62		\$ 205.71	\$ 17.14
ÚTILES DE OFICINA	\$ 25.91	\$ 4.66		\$ 366.82	\$ 30.57
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 17.43	\$ 3.14		\$ 246.79	\$ 20.57
PUBLICIDAD ONLINE	\$ 145.28	\$ 26.15		\$ 2,057.16	\$ 171.43
Total Capital de trabajo	\$ 3,760.47	\$ 461.62		\$ 55,448.67	\$ 4,222.09

Fuente Elaboración Propia

Anexo 4: Encuesta

ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN ACEPTACIÓN DE UNA APP PARA RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA

Introducción

Mi nombre es Margot Cristina Lamadrid Del Castillo, soy estudiante de la carrera de Administración de Empresa de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo. Estoy realizando una encuesta con el objetivo de determinar la aceptación de una App para restaurantes de comida criolla.

A continuación, se le pedirá responder algunas preguntas vinculadas a factores claves de decisión que actúan como facilitadoras para la implementación de una App para restaurantes de comida criolla.

Con las respuestas que usted proporcione se podrá determinar los factores que influyen en la utilización de una App para restaurantes de comida criolla.

La información obtenida en esta encuesta es confidencial y servirá únicamente con el propósito de este estudio de proyecto.

PRIMERA PARTE

1. ¿Con qué frecuencia concurre usted con su familia a un establecimiento de comida criolla?

	Trimestralmente
	Mensualmente
	Quincenalmente
	Semanalmente

2. ¿Cuántas veces concurre con su familia a un restaurante de comida criolla?

	Una vez Trimestralmente
	Una vez Mensualmente
	Una vez Quincenalmente
	Una vez Semanalmente

3. ¿Cuántos miembros conforman actualmente su familia?

	3
	4
	5
	6

4. ¿Te sientes seguro al utilizar una App que te brinde información sobre restaurantes de comida criolla o prefieres ir al mismo local?

	Si
	No

5. ¿Cree usted que buscar información de restaurantes de comida criolla le ha facilitado en la hora de la compra para familiares o amigos que vienen de otros lugares? ¿Por qué?

	Si
	No

6. ¿Cuáles son los motivos principales por los que buscas referencias de restaurantes de comida criolla?

	Buena atención y ambiente.
	Precio, calidad y variedad de platos.
	Experiencia en conocer nuevos lugares
	Reuniones familiares y/o amigos.

7. ¿Has tenido alguna mala experiencia en un restaurante de comida criolla por falta de referencias? **Si o No ¿Por qué?**

	Si
	No
	No recuerdo

-
-
-
8. ¿Alguna vez has querido comer cierto tipo de comida criolla, pero no lo hiciste por falta de conocimiento de establecimientos que lo preparen? ¿Por qué?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

-
-
-
9. ¿Cuándo viajaste otro lugar has tenido problemas para encontrar restaurantes que preparen comida criolla o referencias de las mismas? ¿Cuáles fueron?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

-
-
-
10. ¿Cuándo vas a un restaurantes de comida criolla, desearías poder compartir tu experiencia con los demás?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	En duda

11. ¿Crees que es importante tener referencias de algún lugar en específico?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

SEGUNDA PARTE

1. ¿Te sientes seguro al utilizar una aplicación que te brinde información sobre restaurantes de comida criolla? Si o No ¿Por qué?

	Si
	No

2. ¿Cree usted que buscar información de restaurantes de comida criolla por internet le ha facilitado en la hora de la compra? ¿De qué forma?

	Si
	No
	A veces

3. ¿Un aplicativo te incentivaría con la información que brinda para ir a los restaurantes de comida criolla? ¿Por qué?

	Si
	No
	A veces

4. ¿Qué puntos o tipo de información crees que se debe tomar en cuenta en una aplicación de restaurantes de comida criolla?

	Ubicación
	Tipo de comida
	Precios

	Ambiente
	Horario de atención
	Calificación

5. ¿Consideras importante la existencia de referencias pet-friendly en la App? ¿Por qué?

	Si
	No

6. ¿Qué personas crees que podrían usar la App? ¿cuáles serían?

	18-25
	25-30
	30-47

BIBLIOGRAFÍA

- Perú retail. (2020, 9 junio). *Perú: 58% de las compras en e-commerce son a través de pagos digitales*. Perú Retail. <https://www.peru-retail.com/peru-58-de-las-compras-en-e-commerce-son-a-traves-de-pagos-digitales/>
- Gestión. (2020, 20 julio). *Perú, con gastronomía de fama internacional, reabre los restaurantes*. Gestión. <https://gestion.pe/peru/peru-con-gastronomia-de-fama-internacional-reabre-los-restaurantes-noticia/?ref=gesr>
- Gestión. (2019, 8 diciembre). *Menos del 60% de peruanos usa Internet y 20.5% lo utiliza una vez por semana o menos*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/internet-menos-del-60-de-peruanos-hace-uso-de-internet-y-205-lo-usa-una-vez-por-semana-o-menos-noticia/>
- Gestión. (2020, 8 junio). *E-commerce: 58% de las compras en Perú en 2020 se pagaron a través de medios digitales*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/coronavirus-peru-e-commerce-58-de-las-compras-en-peru-en-2020-se-pagaron-a-traves-de-medios-digitales-nndc-noticia/?ref=signwall>
- Gestión. (2020, 2 julio). *Crisis en la Economía Peruana impactará negativamente en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) y Tipo de Cambio*. | Blogs | NOTICIAS GESTIÓN PERÚ. Gestión. <https://gestion.pe/blog/bullabear-by-ruartes-reports/2020/07/crisis-en-la-economia-peruana-impactara-negativamente-en-la-bvl-y-tipo-de-cambio.html/>