

## 1. INTRODUCCIÓN

Nutrifood es una rentable oportunidad de negocios al ubicarlo en una de las zonas de mayor crecimiento del cantón Samborondón.

El concepto de servicio de comida nutritiva a domicilio nace con la necesidad de prever comida sana y de acuerdo a los requerimientos alimenticios de cada grupo de personas.

El servicio está orientado al estrato medio-alto y alto de Samborondón como de las personas que laboran en las distintas empresas que se hallan en este sector. Nutrifood proveerá contratos de servicio con anticipación a las empresas del sector.

El presente proyecto ha sido analizado para un período de tres años, asumiendo una tasa de crecimiento del 6% anual, lo cual representa una probabilidad de éxito de crecimiento del negocio bastante conservadora. Esta tasa de crecimiento se basó en la estimación del incremento de habitantes en este sector el cual fue de 15% anual en una nueva urbanización desde el año 2002 al 2005.

Se lo considera como una buena opción que satisface el déficit nutricional conservando los nutrientes acordes al tipo de cliente.

## 2. OBJETIVOS

- Nuestro principal objetivo es ofrecer un servicio de alta calidad.
- Además, la adquisición de un local propio a futuro realizando nuevas ampliaciones en la infraestructura del negocio de acuerdo al crecimiento del mercado.
- Cubrir una demanda de 2000 almuerzos mensuales equivalentes a 67 almuerzos diarios aproximadamente.
- Evaluar la posibilidad de nuevos servicios que incluyan cafetería, platos a la carta, extendiendo las horas de atención a medida que las actividades del sector se incrementen.

## 3. FACTORES DE ÉXITO

1. La tendencia moderna a eliminar el stress, llevar una vida saludable, no sólo basada en ejercicios sino en una alimentación adecuada a un costo moderado.

2. Con ambos miembros de la familia trabajando, la gente apenas tiene tiempo de cocinar. Algunos incluso no tienen tiempo para ir al restaurante. Es por eso que pensamos en proporcionar la entrega a domicilio o a los lugares de trabajo.
3. Negocio dirigido a todo tipo de clientes:
  - Dietas para Ovovetegarianos, lacto vegetarianos, vegetarianos, personas con poca tolerancia a lactosa, diabéticos, hipertensos, personas que necesitan disminuir el colesterol y triglicéridos, es decir un mercado no cubierto por ningún otro tipo de servicio de comida similar.

#### **4. ESTRATEGIA E IMPLEMENTACIÓN**

##### **ESTRATEGIA DE VENTA**

Los clientes se establecerán a través de los siguientes métodos:

- a. Promoción a través del uso de soportes impresos:
- b. Promoción a través de visitas personales
- c. Promoción a través de medios electrónicos

##### **ESTRATEGIA DEL PRECIO**

En base al análisis del mercado, se ha considerado que el precio óptimo del almuerzo sobre una base de contenido genérica es de \$2.50, el cual puede variar de acuerdo a las especificaciones del régimen de dieta necesario para el cliente.

##### **TÁCTICAS DE VENTAS**

La comunicación con los clientes será signo de confianza especialmente en las gestiones de venta.

##### **ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

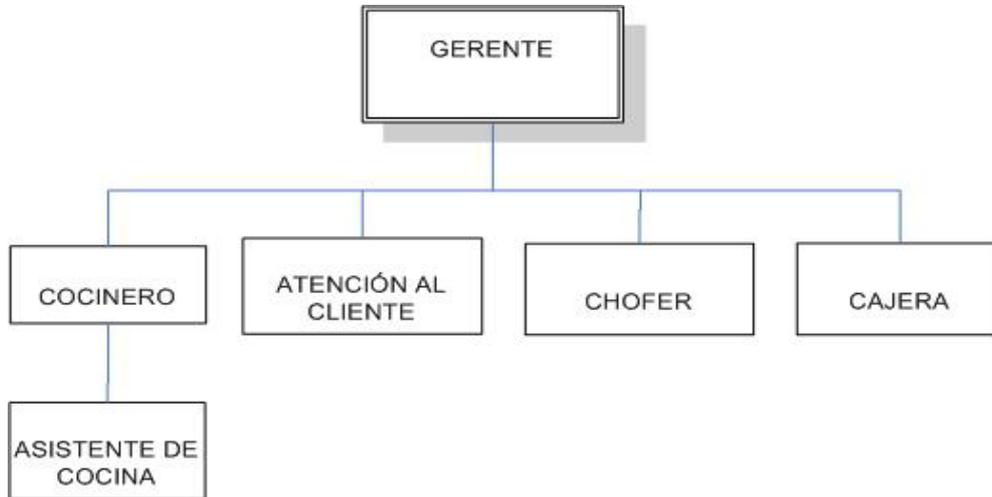
Para el servicio de entrega del almuerzo se transporta los alimentos en bandejas gastronómicas de acero inoxidable. Estas se mantendrán calientes en los chafer con quemadores de alcohol.

#### **5. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO**

La empresa será constituida legalmente como una sociedad anónima, mediante el aporte personal de sus socios y propietarios. La misma estará fundada por tres socios con responsabilidades dentro de la operación de la empresa, su administración estará a cargo de un gerente contratado, quien deberá presentar informes quincenales a los propietarios

sobre el desenvolvimiento de las operaciones de la empresa y estará a cargo de todo el personal.

#### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE NUTRIFOOD



## 6. ANÁLISIS TÉCNICO

### TECNOLOGÍA

El negocio pretende contar con la tecnología apropiada tanto para el mantenimiento como para la manipulación de los alimentos.

Es de restar que los alimentos serán verificados su procedencia y calidad de producto de acuerdo a los estándares establecidos, su mantenimiento contará con la mejor tecnología técnica que permita una buena conservación de los alimentos. La manipulación estará resguardada por las normas de higiene en los establecimientos públicos, salvaguardando el bienestar de los clientes.

### MAQUINARIAS Y EQUIPOS

- Todos los equipos son de tipo industrial
- Las áreas de trabajo y manipuleo de la comida, tales como mesas, lavaderos, línea autoservicio deben ser construidas en acero inoxidable.
- Instalaciones de gas debidamente acondicionadas para este tipo de negocio.
- Debido a la naturaleza del negocio los lavaderos deben ser industriales con su respectiva trampa.
- Nutrifood contará con un local cuya área de construcción es de 100m<sup>2</sup>.

## 7. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Se establece que el punto de equilibrio se alcanzará en el primer trimestre empezando con 50 almuerzos diarios y llegando a 70 almuerzos al final del trimestre, es decir 2000 almuerzos mensuales aproximadamente.

El pronóstico de ventas es favorable a aún cuando nuestras estimaciones son conservadoras, el mercado puede ampliarse progresivamente más allá del 6% calculado para los años subsiguientes.

En cuanto a la inversión, se requiere de un capital de \$15,000 financiados con un préstamo de \$10,000 y un aporte de los socios del capital restante. La mayor inversión corresponde a la adquisición de instalaciones de equipo de cocina, mobiliario, y en menor escala a costos en personal y movilización.

El flujo de caja alcanza un período de estabilidad después del cuarto mes, siendo los siguientes meses positivos en su flujo de neto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 69% y el Valor Actual Neto de la Inversión es \$16,502 como lo demuestran los estados financieros, lo cual permite ver que este negocio si es rentable.