



CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



COMIDA NOCTURNA



REPRESENTANTES:

VALENCIA PEÑALOZA, Juan Pablo cód. 2713449

ARTEAGA ALANIA, Jossell Raúl cod. 2510733

DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

- Lo que se busca con este negocio es implementar un restaurante de comidas variadas como caldos, sopas y chifas pero en el horario nocturno para aquellas personas que trabajan de noche hasta la mañana como. vigilantes, taxistas, etc; que para satisfacer sus necesidades alimentarias consumen en estos lugares donde carecen de algunos servicios y hasta de un local.



SEGMENTACION DEL MERCADO

(censo realizado en el año 2007)

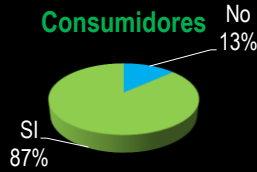
<p><u>Zona geográfica de Huancayo:</u> 466 346 habitantes.</p>	<p><u>Segmentación por edades de 15 a 64 años:</u> 63.1 % 294 264. Debido a que es la edad más acorde a la naturaleza de nuestro negocio se tuvo que segmentar.</p>	<p><u>Segmentación por área de residencia:</u> 88.4% - 260 129. Se ha segmentado a la población Urbana ya que es la que frecuentará en esos horarios al establecimiento.</p>
---	--	---

CÁLCULO DE LA DEMANDA

ITEM	Unidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Mercado Potencial</i>	260129	260129	263770.806	267463.597	271208.088	275005.001
<i>Mercado Disponible</i>	225011	225011	228161.747	231356.012	234594.996	237879.326
<i>Mercado Objetivo (En personas)</i>	67503.4755	67503	68448	69406	70378	71363
<i>Frecuencia de Visita</i>	4.705	56.46	56.46	56.46	56.46	56.46
<i>Mercado Objetivo(En Unidades)</i>	317603.85	3811246.2	3864603.67	3918708.13	3973570.04	4029200.02
<i>Cantidad Demandada</i>						

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1.- ¿Tiene Ud. la necesidad de comer de noche entre las 11 pm a 7 am?

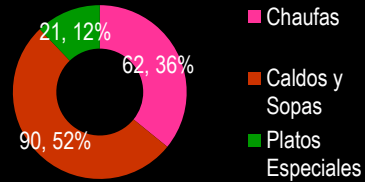


2.- ¿Por qué motivo?

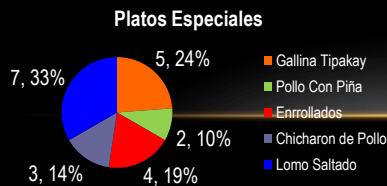
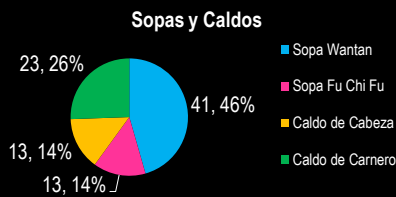
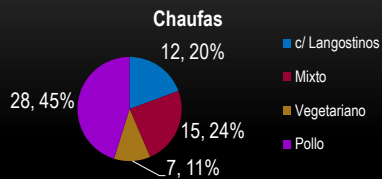
Trabajo	76
Compromiso Social	48
Discotecas	41
Otros _____	8

4.- ¿Qué tipo de comida consume?

Líneas de Comida



5.- ¿Qué platos de estos tipos de comida consume?



6.- ¿Cuáles son las características positivas del lugar en el que consume?

Cantidad y Sabor	92
Atención Adecuada	76
Otros _____	5

7.- ¿Cuáles son las características negativas del lugar en el que consume?

Mal Servicio	58
Infraestructura	69
Sazón	29
Otros _____	17

PLAN DE COMERCIALIZACION

PRODUCTO	Platos con insumos de calidad, seguridad, ambientes acogedores, servicios de primera	Implementación de nuevos platos hechos con insumos de calidad, seguridad, ambientes acogedores, servicios de primera	Implementación de nuevos platos hechos con insumos de calidad, seguridad, ambientes acogedores, servicios de primera	---
PRECIO	De S/4.50 a S/9.00	Aumento del 25% al precio en cada plato	Aumento del 25% al precio en cada plato	---
PROMOCION	Se les ofrecerá un descuento del 10% en sus comidas por apertura(solo los primeros días)	Publicidad de la marca por medios publicitarios como radio y volantes. Variedad de combos y menús para facilitar la venta al cliente	Publicidad de la marca por medios publicitarios como radio y volantes. Variedad de combos y menús para facilitar la venta al cliente, mejoras de interiores y exteriores.	---
PLAZA	Av. Huancavelica 1820	Av. Huancavelica 1820 y Zona céntrica	Av. Huancavelica 1820 y Zona céntrica	----
PERIODO	INTRODUCCION	CRECIMIENTO	MADUREZ	DECLI
TIEMPO	1 año	2 años	2 años	---
ESTRATEGIA	Diferenciación	Diferenciación	Diferenciación	---
VENTAS	3811246.2	7783311.8	8002770.06	---

PUNTO DE EQUILIBRIO

PRODUCTO	PE
Chaufa con Langostino	3114
Chaufa mixto	2898
Chaufa vegetariano	3153
Chaufa con pollo	3748
Sopa wantan	2791
Sopa fuchi fu	2563
Caldo de cabeza	2821
Caldo de carnero	2659
Gallina tipakay	2090
Pollo con piña	2031
Enrollados	2047
Chicharrón de pollo	1834
Lomo saltado	2499

En el cuadro se puede observar el punto de equilibrio por plato para cubrir los costos y gastos de la empresa.



CONTI - EMPRENDE
CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



COMIDA NOCTURNA



INFORMES:
conti-emprende@continental.edu.pe