

XXII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

**“SERVICIO DE RESTAURANT ON LINE PARA JÓVENES UNIVERSITARIOS
EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO CON IMPACTO POSITIVO
CORRIGUIENDO LOS MALOS HABITOS ALIMENTICIOS”**



Integrantes:

N°	Apellidos y nombres	Carrera	Código
1	ESPINOZA BARJA, CELIA MORELIA.	CONTABILIDAD	71586527
2	RUPAY PAITA, WILLIA	ADMINISTRACION Y FINANZAS	45841451
3	RICAPA MORALES JULIO ANGEL	ING. Civil	47857020
4	PAITA SULLUCHUCO, GINO ROLANDO	ING. MECANICA	74708454
5	NUÑEZ VILLEGAS DIEGO VLADIMIR	ING. Civil	45201430
6	DIONISIO DIAZ, CRISTHIAN A.	ING. Civil	70400270
7	RODRIGUEZ MNAUELO JHOELVER	ING. SISTEMAS	47702108

Docente: ALVAREZ HUAMAN José Antonio

NRC: 11235

Descripción de la idea de negocio:

El diario correo publicó el 08 de octubre del 2017 en Huancayo indica que Ocho de cada 10 universitarios con alto riesgo de gastritis por malos hábitos alimenticios, En el último examen médico, realizado a los ingresantes del año 2017, de los mil 825 alumnos, el 75 % de ellos presentaron síntomas de gastritis. nuestra propuesta para solucionar esta problemática darles una opción de comidas saludables que sean agradables para el paladar y reducir el consumo de comidas con chatarras, alimentos con bajo nivel nutritivo que es la principal causante de que sufran esta enfermedad.

- “NUTRIFOOD” brindara una selecta carta de platillos nutritivos a base de productos orgánicos que pertenezca a la región Junín, que serán elaborados por un personal que estará capacitado en el área de gastronomía y nutrición.
- “NUTRIFOOD” acorde con la tecnología actual y estilo de vida de los universitarios emplea una plataforma web de fácil uso e interactivo con “NUTRIFOOD” para realizar la visualización de los platos del día, realizar pedidos y hacer seguimiento a sus órdenes.

Descripción del impacto social positivo:

NUTRIFOOD en favor de la sociedad se propone como meta dar charlas informativas a los principales centros con mayor vulnerabilidad como escuelas, acilos, universidades, que desconozcan de la importancia de llevar un adecuado hábito alimenticio.

Para esto NUTRIFOOD plantea que, por cada 200 ordenes vendidas NUTRIFOOD realizara 1 charla informativa a un punto elegido (escuela, acilo, universidad, etc.)

El objetivo de implementar este impacto social esta basada en Tener una filosofía más ética y solidaria, para que la misión de NutriFood crezca, pasando de ser un negocio que brinda comida a convertirse en una empresa que satisface el placer de vivir experiencias gastronómicas de sus clientes y el placer de ayudar, a construir una sociedad con mejores hábitos alimenticios y así poder evitar y prevenir males como la anemia, gastritis, bulimia entre otros.

Características creativas e innovadoras de la idea

SUSTITUIR

Se sustituyó el menú tradicional por loncheras para universitarios con alimentos que sean nutritivos y deliciosos para su fácil consumo.

COMBINAR

Se combinará por medio de la fusión gastronómica platos agradables, pero a la vez que sean nutritivos.

ADAPTAR

Se adaptó un menú personalizado según los requerimientos del cliente.

ELIMINAR

Se eliminan los envases comunes que contaminan el medio ambiente por los envases biodegradables.

Se eliminan las tiendas físicas, y la venta de nuestro producto se da vía web.

Segmentación de mercado

Formas de segmentar	Descripción	Cantidad	Porcentaje	fuelle
Geográfica	Huancayo	545615	100%	INEI
Geográfica	Universitarios en Huancayo	175688	32.20%	MINEDU
Demográfica	Nivel socio economico A,B Y C	75546	43%	APEIM
Conductual	Compra online	31729	42%	GFK Perú
Conductual	Comida saludable	12374	39%	Datum

Fuentes de
información

-Informática, I. N. (18 de 03 de 2018). INEI. Recuperado el 29 de 09 de 2019, de <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/poblacion-y-vivienda/>

-MINEDU: Educación, M. d. (25 de 07 de 2018). MINEDU. Recuperado el 29 de 09 de 2019, de http://escale.minedu.gob.pe/c/document_library/get_file?uuid=2b382678-7eb8-4cc0-9c47-c73daf82d536&groupId=10156

-APEIM: Mercados, A. P. (07 de 12 de 2017). apeim.com.pe. Recuperado el 10 de 09 de 2019, de <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2018.pdf>

-GFK Perú : GESTIÓN. (15 de 07 de 2018). gestion.pe. Recuperado el 21 de 09 de 2019, de <https://gestion.pe/economia/ventas-online-crecen-44-2-peru-offline-retail-caen-11-273983-noticia/>

-Datum; NIELSEN. (2017 de 06 de 05). nielsen.com. Recuperado el 29 de 09 de 2019, de <https://www.nielsen.com/pe/es/insights/article/2016/el-49-por-ciento-de-los-peruanos-sigue-dietas-bajas-en-grasa/>

La ficha técnica estadística

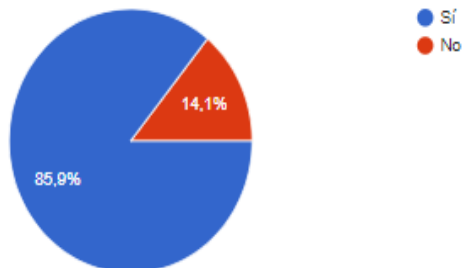
Universo poblacional	• 12374
Ámbito geográfico	• Provincia de Huancayo
Método de muestreo	• Aleatorio simple
Tamaño muestral	• 373
Perfil del encuestado	• Estudiantes Universitarios de la UCCI
Nivel de confianza	• 95%
Error de muestreo	• 5%
Fecha	• 07/10/2019

Resultados de la encuesta

Intención de compra

6 ¿estaría dispuesto a utilizar una plataforma web para hacer el pedido de sus alimentos (menus)?

319 respuestas

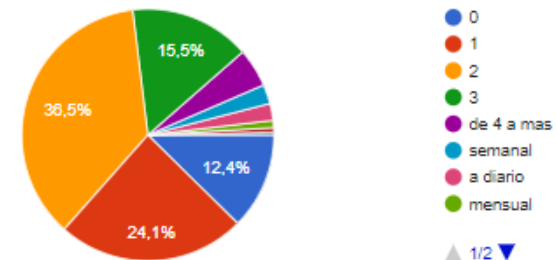


Interpretación: En el presente grafico nos muestra que el 85.9% de los encuestados esta dispuesto a usar nuestra plataforma

Frecuencia de compra

7 ¿ Cuantas veces a la semana harías uso de la plataforma web para realizar tus pedidos?

323 respuestas



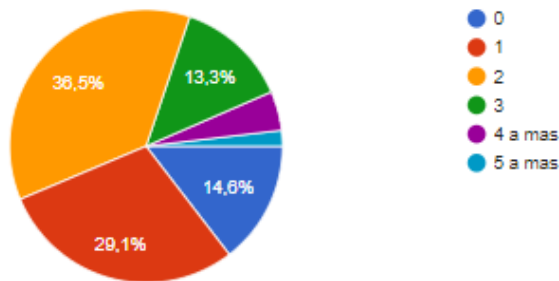
Interpretación: En el siguiente grafico la cantidad de veces que nos harán pedidos es de 2 veces a la semana con un 36.5%.

Resultados de la encuesta

Volumen de compra

8 ¿ Cuantos pedidos realizarías a traves de la plataforma web ?

323 respuestas



Interpretación: En el grafico nos muestra que el 39.5% muestra que harán 2 pedidos por visita a la plataforma.

Características del producto

9 ¿Que características le gustaria que cuente una plataforma web para el pedido de comidas?

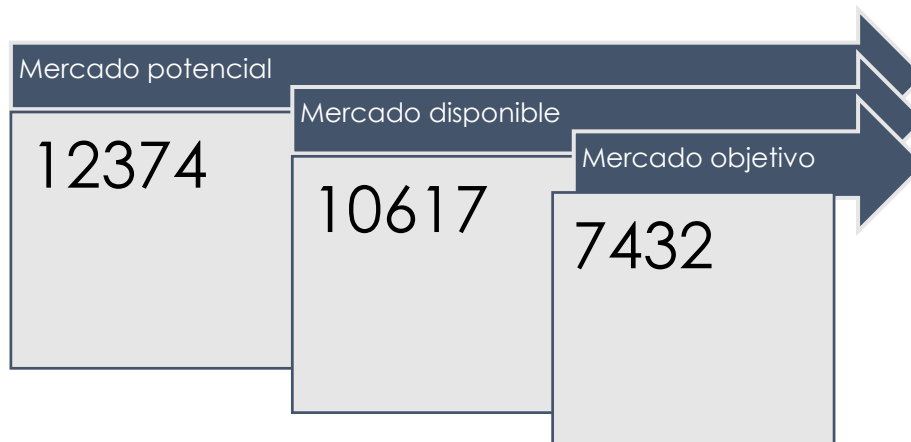
322 respuestas



Interpretación: En el siguiente grafico nos muestra que la característica mas resaltante que buscaran nuestros futuros clientes es "la carta de menús novedosos" con un 30.7%.

Identificación de los mercados y la demanda

Mercados



Demanda

Fórmula de la demanda: Mercado objetivo * frecuencia de compra anualizada * volumen de compra

$$Q = 7432 * 104 * 2$$
$$Q = 1545819$$

Proyección de los ingresos

Ítems	U.M.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de crecimiento	%	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6
Mercado potencial	Nº	12374	12572	12773	12978	13185
Mercado disponible	Nº	10617	10787	10959	11135	11313
Mercado objetivo	Nº	7432	7551	7672	7794	7919
Frecuencia de compra	Nº de veces	104	104	104	104	104
Volumen de compra	Nº de productos	2	2	2	2	2
Demanda	Nº de productos	1545819	1570553	1595681	1621212	1647152
Precio unitario	S/	S/8.00	S/8.00	S/8.00	S/8.00	S/8.00
Ingresos totales	S/	S/12,366,555. 80	S/12,564,420. 69	S/12,765,451. 43	S/12,969,698. 65	S/13,177,213. 83

Fuente de información de la tasa de crecimiento:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0015/cap-52.htm

FICHA TÉCNICA

RECETA: CANELONES DE VERDURAS Y AZAFRÁN	N°
CATEGORÍA: PASTA RELLENA	
AUTOR: Carlos Gracia	Fecha

PRESENTACION PROPUESTA



Cantidades para:	1 Racion
Pasta de canelones 3 obleas	60gr
Berenjena	100gr
Cebolla figueras	75gr
Calabacin	50gr
Queso tipo filadelfia	12gr
Para la salsa	
Caldo de Pollo Gallina Blanca	125gr
Roux Blanco Gallina Blanca	10gr
Azafrán tarina	1/4 und
Decoración	
Sésamo	2.5gr
Cebollino	2.5gr
aceite de oliva	7gr
PESO /LT Total aproximado	350gr
COSTE APROXIMADO:	1.41 €

PREPARACION:

Remojar las placas de canelones en agua fria durante 1 hora,
Limpiar y picar las verduras finamente (pequeños daditos)
Saltear primero la cebolla y a media cocción, añadir el resto de verduras y salpimentar
Ecurrirlas un poco del aceite y mezclar con el queso
Ecurrir y secar las placas
Extenderlas, rellenarlas y enrollarlas
Regenerar el caldo y ligarlo con el roux
Tostar el azafran y el sesamo e incorporarlo a la salsa
Enplatarlos y salsearlos
Por ultimo incorporar el cebollino y el queso rallado

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	1 Racion
Kilo Calorias (Kcal)	418
Proteinas (gr)	14.6
Hidratos de carbono (gr)	53.2
Fibra (gr)	6.4
Grasas totales (gr)	14.9
Colesterol (mgr)	47.4
Alcohol (gr)	0
Agua (gr)	314
Calcio (mg)	112
Hierro (mg)	2.9
Yodo (micro gramos)	16.6
Magnesio (mg)	59.7
Zinc (mg)	1.5
Selenio (micro gramos)	19.5
Sodio (mgr)	1924
Potasio (mg)	611
Fósforo (mg)	306
Carotenos (micro gramos)	201
Ac Fólico (mg)	59.7

NOTAS DE APPCC

CONSUMO: Plato una vez realizado consumo inmediato.
puede resecar.

CONSERVACIÓN: Los canelones de verduras no más de 3 días en nevera y siempre tapados.

ELABORACIÓN: Media.

PELIGROS Y RIESGOS: Que las verduras estén en buen estado.

CONTROLES: Nevera, para que los productos se mantengan en buen estado.

OTRAS NOTAS APPCC: No.

“SERVICIO DE RESTAURANT ON LINE PARA JÓVENES UNIVERSITARIOS EN LA PROVINCIA DE HUANCAYO CON IMPACTO POSITIVO CORRIGIENDO LOS MALOS HABITOS ALIMENTICIOS”





“ Lo rico y saludable en todo momento ”



XXII Feria Virtual de Planes de Iniciativa Empresarial

Centro de Emprendimiento Continental
Av. San Carlos 1980 - Huancayo
Teléfono: 064 - 481430 Anexo 7720
Conti-emprende@continental.edu.pe