

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
CADENA DE RESTAURANTES DE COMIDA TIPO
RANCHO, UBICADOS EN LOS PRINCIPALES
PARADEROS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA
LOS DISTRITOS DEL DEPARTAMENTO DE
LAMBAYEQUE: CASO AMAPOLAS”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,

AUTORES:

**María Julia Rivera Cortez
Gabriela Estefanía Ugaz Cubas**

Chiclayo, 04 de febrero 2015

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA CADENA DE RESTAURANTES DE COMIDA TIPO RANCHO, UBICADOS EN LOS PRINCIPALES PARADEROS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO PARA LOS DISTRITOS DEL DEPARTAMENTO DE LAMBAYEQUE: CASO AMAPOLAS”

POR:

**María Julia Rivera Cortez
Gabriela Estefanía Ugaz Cubas**

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

Magister Hector Ivan Bazan Tantalean
Presidente de Jurado

Licenciada Marita Cruz Popuche
Secretaria de Jurado

Magister Eduardo Amoros Rodriguez
Vocal/Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2015

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por habernos dado la vida y permitirnos llegar hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional. A nuestras madres, Carmen Cortez Serquén y Yeny Cubas Martínez porque a pesar de todo siempre confiaron en nosotras y nos dieron su apoyo incondicional. A nuestro amigo, asesor y profesor, Eduardo Martín Amorós Rodríguez, a quien queremos y apreciamos, por siempre estar dispuesto a escucharnos y orientarnos en la realización del proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por darnos la fuerza para culminar satisfactoriamente este proyecto. También a nuestros padres, por estar presentes en cada etapa de nuestras vidas y a nuestro Asesor Eduardo Martín Amorós Rodríguez y Co-Asesor Freddy Tuesta Torres gracias por su apoyo, colaboración y guiarnos día a día para culminar este proyecto.

RESUMEN

En este trabajo se presenta un plan de negocio para la creación de una cadena de restaurantes de comida tipo rancho, ubicados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento de Lambayeque: Caso Amapolas; realizándose la viabilidad estratégica, de mercado, técnico-operativo, organizacional y evaluación económica financiera.

Para iniciar esta investigación se entrevistó y encuestó a las personas que transcurren en los paraderos y que por diversos motivos desayunan y/o almuerzan fuera de sus hogares, para saber la acogida de establecer la cadena "Amapolas"; manteniendo el restaurante de la Av. Las Amapolas N°120 Lotización La Primavera - paradero No.1; y considerando adicionalmente cuatro paraderos en la Av. Augusto B.Leguía N°1175 - paradero No.2, Av. Nicolás de Piérola frente Óvalo Iparraguirre: Terminal Epsel - paradero No.3, Av. Pedro Ruiz N°560 -paradero No.4 y el paradero No.5 en la Av. Lora y Lora, costado del Terminal Olano.

En estos paraderos no existen restaurantes de comida tipo rancho como "Amapolas", pero si puestos ambulantes que no cumplen con las normas sanitarias.

Para conocer la afluencia de pasajeros se entrevistó a los directivos de las empresas de transportes de cada paradero, quienes proporcionaron el número de carros por ruta y el número de vueltas que realizaban en horas de desayuno 6am – 10:30 y almuerzo 11.30am – 3.30pm.

La inversión inicial es S/.76,306.00,financiando el 60% y obteniendo un VAN de S/. 202,096 y un TIR de 137%, demostrando que el proyecto generará riqueza para los inversionistas adicional al retorno del capital.

Palabras Claves: Restaurante, Comida Tipo Rancho, Paradero

ABSTRACT

This paper presents a business plan for the creation of a restaurant chain ranch-style food; its located in the main whereabouts of Chiclayo for districts of the department of Lambayeque is presented: Case Poppies; performing strategic viability, market, technical-operational, organizational and financial economic evaluation.

To start this paper were interviewed and surveyed people who pass on the whereabouts and who for various reasons have breakfast and / or lunch outside their homes, to know the host to set the string "Poppies"; keeping the restaurant Av Poppies No. 120 Allotment La Primavera - No.1 whereabouts.; and further considering four stops on Augusto B.Leguía Avenue No. 1175 - whereabouts No.2, Nicholas Piérola Avenue front Oval Iparraguirre. Terminal Epsel - whereabouts No.3, Av Pedro Ruiz No. 560 - whereabouts No. 4 and the whereabouts No.5 in Lora Lora Avenue side of Terminal Olano. These stops are no restaurants ranch-style food like "Poppies" but if stalls that do not meet health standards.

For the influx of passengers to the directors of transport companies each whereabouts, which provided the number of cars per route and the number of turns performed at 6:00 am breakfast hours were interviewed 3:30 pm.

The initial investment is S/. 76,306.00, financing 60% and obtaining a NPV of S/. 202,096.00 and IRR of 137%, demonstrating that the project will generate wealth for investors to return additional capital.

Keywords: restaurant, food type ranch, Whereabouts.

ÍNDICE

Dedicatoria	
Agradecimiento	
Resumen	
Abstract	
I. INTRODUCCIÓN	15
II. MARCO TEÓRICO	19
2.1 Condiciones del entorno	19
2.1.1 Entorno económico	19
2.1.2 Entorno social	21
2.1.3 Entorno político	22
2.1.4 Entorno tecnológico	26
2.1.5 Competencia	27
2.1.6 Proveedores	28
2.1.7 Clientes	29
2.1.8 Glosario de términos básicos	30
III. METODOLOGÍA	31
3.1 Diseño y tipo de investigación	31
3.2 Población, muestra y muestreo	31
3.3 Identificación y operacionalización de variables	32
3.4 Métodos	33
3.5 Recolección de datos	34
3.6 Procesamiento y análisis de datos	34
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
4.1 Análisis estratégico	35
4.1.1 Análisis del macroentorno	35
4.1.2 Análisis del microentorno - Cadena de valor	47
4.1.3 Cinco fuerzas de Porter	50
4.1.4 Análisis FODA - Sector restaurantes	54
4.1.5 Análisis FODA – Restaurante “Amapolas”	63
4.1.6 Axiología de la empresa	68
4.2 Viabilidad de mercado	70
4.2.1 Segmentación de mercado	70
4.2.2 Análisis para determinar el mercado objetivo	70
4.2.3 Operacionalización de variables del estudio de mercado	72
4.2.4 Resultados de la encuesta	73
4.2.5 Plan de marketing	86
4.2.6 Discusión de la viabilidad de mercado	91

4.3 viabilidad Técnica - Operativa.....	93
4.3.1 Localización	93
4.3.2 Tamaño del negocio.....	97
4.3.3 Producto.....	99
4.3.4 Equipo, menaje y mobiliario	104
4.3.5 Procesos	114
4.3.6 Calidad.....	122
4.3.7 Mano de obra	126
4.3.8 Discusión de la Viabilidad Técnica - Operativa	131
4.4 Viabilidad Organizacional – Normativa	134
4.4.1 Aspecto Legal	134
4.4.2 Estructura Orgánica	149
4.4.3 Discusión de la Viabilidad Organizacional	162
4.5 Viabilidad Económica Financiera.....	164
4.5.1 Costos de Materia Prima: 80 desayunos diarios.....	164
4.5.2 Costos de Materia Prima – 150 menús diarios.	169
4.5.3 Costos Mano de Obra Directa y Costos Indirectos de Fabricación .	178
4.5.4 Gastos de Administración	180
4.5.5 Ingresos Desayuno	181
4.5.6 Ingresos Menú	182
4.5.7 Inversión y Depreciación.....	184
4.5.8 Punto De Equilibrio	190
4.5.9 Inversión Total Y Financiamiento	192
4.5.10 Flujo de Caja.....	195
4.5.11. Flujo de Caja Pesimista	197
4.5.12. Flujo de Caja Optimista	199
4.5.13. Discusión de la Viabilidad Económico - Financiera	201
V. CONCLUSIONES	203
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	206
VII. ANEXOS.....	208

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Licencia de apertura definitiva de establecimientos comerciales y/o servicios	25
Tabla 2: Población por Paradero.....	31
Tabla 3: Operacionalización de Variables	32
Tabla 4: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias	35
Tabla 5: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias	36
Tabla 6: Matriz SEPTE- Análisis De Ocurrencias	37
Tabla 7: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias	38
Tabla 8: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias	39
Tabla 9: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	40
Tabla 10: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	41
Tabla 11: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	42
Tabla 12: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	43
Tabla 13: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	44
Tabla 14: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	45
Tabla 15: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias.....	46
Tabla 16: Matriz EFI - Sector Restaurantes	56
Tabla 17: Matriz EFI - Sector Restaurantes	57
Tabla 18: Matriz EFE - Sector Restaurantes.....	58
Tabla 19: Matriz EFE - Sector Restaurantes.....	59
Tabla 20: FODA Cruzado - Parte I.....	60
Tabla 21: FODA Cruzado - Parte II.....	61
Tabla 22: FODA Cruzado - Parte III.....	62
Tabla 23: Matriz EFI - Restaurante "Amapolas"	64
Tabla 24: Matriz EFE - Restaurante "Amapolas"	65
Tabla 25: Matriz EFE - Restaurante "Amapolas"	66
Tabla 26: FODA Cruzado Restaurante "Amapolas"	67
Tabla 27: Población por paradero	71
Tabla 28: Operacionalización de Variables - Estudio de Mercado.....	72
Tabla 29: Competidores por Paradero	82
Tabla 30: Clientes atendidos por los competidores.....	86
Tabla 31: Producto I - Caldo de gallina	87
Tabla 32: Producto II - Platos de desayuno	88
Tabla 33: Producto III - Platos de Menú.....	88
Tabla 34: Productos del Restaurante "Amapolas"	89
Tabla 35: Costo Variable Unitario por Producto	89
Tabla 36: Precio de los Productos	90
Tabla 37: Ficha Técnica Productos I.....	100
Tabla 38: Ficha Técnica Productos II.....	101
Tabla 39: Desayuno Semanal.....	103
Tabla 40: Menú Semanal	103

Tabla 41: Detalle Equipo.....	108
Tabla 42: Detalle Mobiliario por Restaurante.....	110
Tabla 43: Costo Total Mobiliario.....	110
Tabla 44: Detalle Menaje por Restaurante.....	112
Tabla 45: Costo Total Menaje.....	113
Tabla 46: Mano de Obra por Restaurante.....	126
Tabla 47: Remuneración Mano de Obra Directa.....	127
Tabla 48: Remuneración Mano de Obra Indirecta.....	127
Tabla 49: Personal a Contratar.....	153
Tabla 50: Remuneración del Personal.....	154
Tabla 51: Cantidad de Platos Desayuno - Bebidas calientes.....	164
Tabla 52: Costo de Materia Prima Desayuno - Bebidas calientes.....	165
Tabla 53: Cantidad de Platos - Caldo de gallina.....	165
Tabla 54: Costos de Materia Prima Desayuno - Caldo de gallina.....	165
Tabla 55: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Caldo de gallina.....	165
Tabla 56: Cantidad de Platos Desayuno - Pescado Frito.....	165
Tabla 57: Costos de Materia Prima Desayuno - Pescado Frito.....	166
Tabla 58: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Pescado frito.....	166
Tabla 59: Cantidad de platos Desayuno - Pollo mechado.....	166
Tabla 60: Costos de Materia Prima Desayuno - Pollo mechado.....	166
Tabla 61: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Pollo mechado.....	167
Tabla 62: Cantidad de Platos Desayuno - Encebollado de hígado.....	167
Tabla 63: Costos de Materia Prima Desayuno - Encebollado de hígado.....	167
Tabla 64: Costos Paquete Desayuno - Bebida y Encebollado de hígado.....	167
Tabla 65: Cantidad de Platos Desayuno - Lomo Saltado.....	167
Tabla 66: Costos de Materia Prima Desayuno - Lomo Saltado.....	168
Tabla 67: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Lomo Saltado.....	168
Tabla 68: Cantidad de Platos Desayuno- Cabrito.....	168
Tabla 69: Costos de Materia Prima Desayuno - Cabrito.....	168
Tabla 70: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Cabrito.....	169
Tabla 71: Cantidad de Platos - Sopa de res.....	169
Tabla 72: Costos de Materia Prima Menú- Sopa de res.....	169
Tabla 73: Cantidad de Refrescos.....	169
Tabla 74: Costos de Materia Prima Menú - Refresco.....	169
Tabla 75: Cantidad de Platos Menú - Cau cau.....	170
Tabla 76: Costos de Materia Prima Menú - Cau cau.....	170
Tabla 77: Cantidad de Platos Menú - Seco de res.....	170
Tabla 78: Costos de Materia Prima Menú - Seco de res.....	171
Tabla 79: Costo Paquete Menú – Sopa de res, refresco y Seco de res.....	171
Tabla 80: Cantidad de Platos Menú - Tallarines Rojos.....	171
Tabla 81: Costos de Materia Prima Menú - Tallarines Rojos.....	171
Tabla 82: Costo Paquete Menú - Sopa de res, refresco y Tallarines rojos.....	172
Tabla 83: Cantidad de Platos Menú - Estofado de mollejas.....	172
Tabla 84: Costos de Materia Prima Menú - Estofado de mollejas.....	172

Tabla 85: Costo Paquete Menú - Sopa de res, refresco y Estofado de mollejas	172
Tabla 86: Cantidad de Platos Menú - Arroz con pollo	173
Tabla 87: Costos de Materia Prima Menú - Arroz con pollo	173
Tabla 88: Costo Paquete Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con pollo	173
Tabla 89: Cantidad de Platos Menú - Ají de gallina	173
Tabla 90: Costos de Materia Prima Menú - Ají de gallina	174
Tabla 91: Costo Paquete Menú - Ají de gallina	174
Tabla 92: Cantidad de Platos Menú - Ollucos con carne	174
Tabla 93: Costos de Materia Prima Menú - Ollucos con carne	174
Tabla 94: Costo Paquete Menú - Ollucos con carne	175
Tabla 95: Cantidad de Platos Menú - Estofado de gallina	175
Tabla 96: Costos de Materia Prima Menú - Estofado de gallina	175
Tabla 97: Costo Paquete Menú - Estofado de gallina	176
Tabla 98: Cantidad de Platos Menú - Arroz con chancho	176
Tabla 99: Costos de Materia Prima Menú - Arroz con chancho	176
Tabla 100: Costos Paquete Menú - Arroz con chancho	176
Tabla 101: Cantidad de Platos Menú - Arroz con pato	177
Tabla 102: Costos de Materia Prima Menú - Arroz con pato	177
Tabla 103: Costos Paquete Menú - Arroz con pato	177
Tabla 104: Resumen de Costos de Materia Prima	177
Tabla 105: Mano de Obra Directa	178
Tabla 106: Detalle Mensual M.O.D	178
Tabla 107: Detalle Anua M.O.D	178
Tabla 108: Resumen Mensual y Anual M.O.D	178
Tabla 109: Detalle Mano de Obra Indirecta	178
Tabla 110: Detalle Mensual M.O.I	179
Tabla 111: Detalle Anual M.O.I	179
Tabla 112: Resumen Costos Mensuales y Anuales M.O.I	179
Tabla 113: Otros Costos Indirectos	179
Tabla 114: Resumen de C.I y M.O.I	179
Tabla 115: Remuneración Mensual Área de Administración	180
Tabla 116: Remuneración Anual Área de Administración	180
Tabla 117: Resumen Remuneración Área de Administración - Cadena de Rest.	180
Tabla 118: Otros Gastos de Administración - Útiles de oficina	180
Tabla 119: Otros Gastos de Administración - Licencias	180
Tabla 120: Resumen de Remuneración y Otros gastos de Administración	181
Tabla 121: Ingresos Desayuno - Bebida y Caldo de gallina	181
Tabla 122: Ingresos Desayuno - Bebida y Pescado Frito	181
Tabla 123: Ingresos Desayuno - Bebida y Pollo mechado	181
Tabla 124: Ingresos Desayuno - Bebida y Encebollado de hígado	181
Tabla 125: Ingresos Desayuno - Bebida y Lomo saltado	181
Tabla 126: Ingresos Desayuno - Bebida y Cabrito	182

Tabla 127: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Cau cau	182
Tabla 128: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Seco de res	182
Tabla 129: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Tallarines rojos	182
Tabla 130: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Estofado de mollejas	182
Tabla 131: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con pollo.....	182
Tabla 132: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Ají de gallina	183
Tabla 133: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Ollucos con carne.....	183
Tabla 134: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Estofado de gallina	183
Tabla 135: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con chancho.....	183
Tabla 136: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con pato	183
Tabla 137: Resumen Total de Ingresos Desayuno y Menú	183
Tabla 138: Inversión Activos Tangibles - Detalle Menaje por Restaurante	184
Tabla 139: Inversión Activos Tangibles – Costo Menaje Cadena de restaurantes	185
Tabla 140: Depreciación Menaje Cadena de restaurantes	186
Tabla 141: Inversión Activos Tangibles - Detalle Mobiliarios	187
Tabla 142: Costos Mobiliarios	187
Tabla 143: Depreciación Mobiliarios	187
Tabla 144: Inversión Activos Tangibles - Equipos.....	188
Tabla 145: Depreciación Equipos	188
Tabla 146: Resumen Activos Tangibles Cadena de restaurantes.....	189
Tabla 147: Resumen Depreciación Activos Tangibles Cadena de Restaurantes	189
Tabla 148: Inversión Activos Intangibles	189
Tabla 149: Costos Fijos Mensuales - Cadena restaurantes.....	190
Tabla 150: Costos Variables Totales Desayuno – Menú	190
Tabla 151: Punto de Equilibrio	191
Tabla 152: Inversión en Materia Prima por restaurante	192
Tabla 153: Capital de Trabajo	192
Tabla 154: Inversión Inicial y Financiamiento.....	193
Tabla 155: Balance Inicial	193
Tabla 156: Financiamiento	193
Tabla 157: Cronograma de Financiamiento	194
Tabla 158: Cálculo de Tasa de Descuento - Opción 1	195
Tabla 159: Calculo WACC - Opción 1	195
Tabla 160: Calculo de la Tasa de Descuento , WACC - Opción 2	195
Tabla 161: Flujo de Caja Trimestral	196
Tabla 162: Calculo del Van, TIR Económico - Financiero.....	197
Tabla 163: Periodo de Recuperación de Capital.....	197
Tabla 164: Análisis Beneficio - Costo.....	197
Tabla 165: Flujo de Caja Pesimista.....	198
Tabla 166: Calculo VAN, TIR - Flujo de Caja Pesimista	199
Tabla 167: Periodo de Recuperación de Capital.....	199
Tabla 168: Análisis Beneficio - Costo.....	199

Tabla 169: Flujo de Caja Optimista	200
Tabla 170: Calculo VAN, TIR - Flujo de caja Optimista.....	201
Tabla 171: Periodo de Recuperación de Capital.....	201
Tabla 172: Análisis Beneficio - Costo.....	201
Tabla 173: Detalle Paradero No.1	208
Tabla 174: Detalle Paradero No.2.....	208
Tabla 175: Detalle Paradero No. 3.....	209
Tabla 176: Detalle Paradero No. 4.....	209
Tabla 177: Detalle Paradero No.5.....	210

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Cinco Fuerzas de Porter	50
Figura 2: Ubicación de los paraderos en el mapa de Chiclayo	94
Figura 3: Vista Externa del Paradero No.1	95
Figura 4: Vista Externa del Paradero No.2.....	95
Figura 5: Vista Externa del Paradero No.3.....	96
Figura 6: Vista Externa del Paradero No.4.....	96
Figura 7: Vista Externa del Paradero No.5.....	97
Figura 8: Layout (Distribución Interna por Restaurante)	99
Figura 9: Cocina Industrial	105
Figura 10: Refrigeradora	105
Figura 11: Horno Microondas.....	106
Figura 12: Congeladora	106
Figura 13: Televisor LED	106
Figura 14: Reproductor Bluray	107
Figura 15: Licuadora	107
Figura 16: Reloj de pared.....	107
Figura 17: Hervidor Eléctrico.....	108
Figura 18: Exprimidor Eléctrico	108
Figura 19: Mesa y Bancos	109
Figura 20: Proceso de Pedidos de Materias Primas	115
Figura 21: Proceso de Recepción de Materias Primas	116
Figura 22: Proceso de Producción	119
Figura 23: Proceso de Servicio al Cliente	121
Figura 24: Organigrama Cadena de Restaurantes "Amapolas"	150
Figura 25: Vista Externa Restaurante "Las Amapolas"	232
Figura 26: Vista Interna Restaurante "Las Amapolas"	232

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1: Ocupación	218
Grafico 2: Lugar de Residencia.....	218
Grafico 3: Nivel de Ingresos.....	219
Grafico 4: Disponibilidad a Pagar - Desayuno	219
Grafico 5: Disponibilidad a Pagar - Menú.....	220
Grafico 6: Frecuencia de consumo en restaurantes.....	221
Grafico 7: Que espera de los platos de comida	221
Grafico 8: Que espera de los platos de comida - Variados	222
Grafico 9: Que espera de los platos de comida - Sirvan bastante	222
Grafico 10: Que espera de los platos de comida - Precio adecuado	223
Grafico 11: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por Costumbre	223
Grafico 12: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por el precio	224
Grafico 13: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por el tiempo para comer.....	224
Grafico 14: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque está cerca de su trabajo	225
Grafico 15: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque le resulta más barato o económico	225
Grafico 16: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque no tiene otro lugar	226
Grafico 17: Valoración de los atributos de los platos de comida – Sazón.....	226
Grafico 18: Valoración de los atributos de los platos de comida - Precio.....	227
Grafico 19: Valoración de los atributos de los platos de comida - Cantidad ...	227
Grafico 20: Valoración de los atributos de los platos de comida - Calientes y frescos	228
Grafico 21: Valoración de los atributos de los platos de comida - Variedad de menú.....	228
Grafico 22: Percepción del Servicio – Atención	229
Grafico 23: Percepción del Servicio - Comodidad del lugar	229
Grafico 24: Percepción del Servicio - Seguridad del lugar	230
Grafico 25: Percepción del Servicio - Limpieza del lugar	230
Grafico 26: Costumbres de consumo en el Desayuno	231
Grafico 27: Costumbres de consumo en el Almuerzo	231

I. INTRODUCCIÓN

Según Rolando Arellano (2009) en un estudio para la APEGA, la gastronomía peruana vive un boom que trae consigo un inmenso potencial para el desarrollo económico del país, tanto en la generación de empleo e ingresos en el propio sector, como en la demanda que se genera de productos agropecuarios, productos envasados, utensilios de cocina, etc. De esta manera la gastronomía está convirtiendo a nuestro país en un foco para la atracción del turismo, generando trabajo y bienestar a millones de personas, considerando además que aún tiene mucho potencial por explotar.

Este inmenso potencial para el desarrollo económico de nuestro país, “Involucra una cadena de personas, conformando así una red de casi dos millones de peruanos – 5 millones si contamos a sus familias – que dependen del sector de la alimentación”.

Para ello, se analizó los paraderos ubicados en la ciudad Chiclayo cuyo destino son los diferentes distritos del departamento de Lambayeque, encontrando como objeto de la presente investigación a cinco principales, por ser los paraderos más concurridos por trabajadores y personas en general.

Según observaciones propias en el paradero No.1 encontramos tres restaurantes, dos de ellos ubicados en el exterior del paradero y uno dentro del mismo; sin embargo el ambiente en estos locales es reducido contando solo con 4 mesas, cada una de 4 sillas, no existe variedad en el menú que presentan, la atención al cliente es poco amable y de acuerdo a las horas puntas de desayuno y almuerzo según el número de vehículos que realizan el servicio en dicho paradero es de 28 combis con una vuelta cada una; por consiguiente el número de personas que transcurren durante esas horas en este paradero es de 720 personas. (Como se muestra en el anexo No.1, cuadro 1).

A su vez, en el paradero No.2 encontramos un restaurante cuyo ambiente si es amplio, pero no existe limpieza ni orden en el mismo, la comida no es sabrosa y la atención es regular, además basándonos también en las horas puntas de desayuno y almuerzo, el número de vehículos que realizan el servicio en dicho paradero es de 48 entre combis y minivan, con una vuelta cada una; por consiguiente el número de personas que transcurren durante esas horas en este paradero es de 980 personas (Como se muestra en el anexo No.1, cuadro 2).

En el paradero No. 3 si existe dentro del mismo un restaurante el cual no solo ofrece comida, sino también es bodega y locutorio, por lo cual el tamaño es reducido y lo frecuentan pocas personas, sin embargo al exterior de este paradero existen 5 puestos ambulantes (carretillas) los cuales carecen de limpieza, seguridad, comodidad y la comida no es sabrosa. Así mismo, además basándonos también en las horas puntas de desayuno y almuerzo, el número de vehículos que realizan el servicio en dicho paradero es 60 entre combis y minivan, con una vuelta cada una; por consiguiente el número de personas que transcurren durante esas horas en este paradero de 1988 personas. (Como se muestra en el anexo No.1, cuadro 3).

Por otro lado, en el paradero No. 4 encontramos dos puestos ambulantes (carretillas), las cuales al igual que en el paradero anterior, carecen de limpieza, orden, cuentan con un espacio reducido, la atención al cliente es poco amable, comida no es sabrosa, además basándonos también en las horas puntas de desayuno y almuerzo. Además basándonos también en las horas puntas de desayuno y almuerzo, el número de vehículos que realizan el servicio en dicho paradero es de 30 combis, con tres vueltas cada una; por consiguiente el número de personas que transcurren durante esas horas en este paradero es de 720 personas. (Como se muestra en el anexo No.1, cuadro 4).

Y por último paradero No.5 encontramos dos restaurantes ubicados en el interior del mismo, los cuales tienen un espacio reducido además de tener una apariencia descuidada y la comida que ofrecen no es sabrosa, por consiguiente basándonos también en las horas puntas de desayuno y almuerzo, el número de vehículos que realizan el servicio hacia los distritos de Pimentel, Santa Rosa y San José en dicho paradero es de 30 combis, con cuatro vueltas cada una; además el número de carros que realizan el servicio hacia Lambayeque es de 68 combis, con 2 vueltas cada una; por lo tanto el número de personas que transcurren durante esas horas en este paradero es de 1680 personas, no cubriendo estos negocios su demanda ni sus necesidades. (Como se muestra en el anexo no.5, cuadro 5).

Por ende, de acuerdo al volumen de personas que transcurren en los paraderos -objeto de nuestro estudio- en las horas puntas de un restaurante (desayuno y almuerzo) y según entrevistas realizadas a nivel exploratorio, en las cuales las personas manifestaron su insatisfacción hacia los restaurantes y puestos ambulantes existentes por no ofrecer las características propias de esta clase de negocios como son limpieza, buena atención, agradable sazón, seguridad y comodidad; concluimos que hay una demanda insatisfecha, la que se espera satisfacer con la creación de una cadena de restaurantes de comida tipo rancho en los ya mencionados paraderos de la ciudad de Chiclayo.

Actualmente, El restaurante “Amapolas” se ubica al costado de uno de los paraderos de la ciudad de Chiclayo (Paradero No.1) y según las entrevistas realizadas a sus clientes, se concluyó que estas personas si están satisfechos con la existencia de este restaurante, principalmente por la buena atención y agradable sazón; es decir, la comida que ofrece es sabrosa y de tipo rancho, satisfaciendo de esta manera su necesidad de alimentarse. Por tanto “Amapolas” se caracteriza por ser un lugar limpio, cómodo y seguro para las

personas que viajan constantemente, los trabajadores de dicho paradero y de las empresas cercanas a éste; motivo por el cual ha sido conveniente la idea de un plan de negocio para la creación de una cadena de Restaurantes de comida tipo rancho ubicados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento de Lambayeque.

Es por ello, que nuestra tesis resuelve la interrogante sobre si será viable generar una cadena de restaurantes de comida tipo rancho, ubicados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento de Lambayeque: Caso Amapolas.

En el que nuestro objetivo general, es determinar la viabilidad de un Plan de Negocio para la Creación de una cadena de Restaurantes de comida tipo rancho, ubicados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento de Lambayeque. A través de objetivos específicos, con el fin de determinar la viabilidad de Mercado, la viabilidad técnica operativa, la viabilidad organizacional normativa y por último nos permite determinar la viabilidad económica – financiera del Proyecto.

Asimismo, cabe resaltar que esta investigación es importante porque sirve como antecedente para investigaciones posteriores relacionadas con este plan de negocio, no solo para los estudiantes de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, sino también para estudiantes de otras universidades y a su vez puede ser utilizado como información valiosa para los restaurantes localizados en el departamento de Lambayeque, ya que podrán conocer cuál es su posición actual dentro de este sector y así diseñar estrategias para alcanzar el posicionamiento deseado, es decir, podrán conocer cuáles son sus fallas y en caso sea necesario, mejorar brindando un servicio de calidad; superando sus expectativas y permitiéndoles ser más competitivos en el sector.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Condiciones del entorno

2.1.1 Entorno económico

La situación económica del país, de una u otra manera afecta directamente la prosperidad y el bienestar; cuanto mejor esta la economía mejor va nuestro negocio. “En el caso del restaurante el entorno económico será decisivo, tanto en el establecimiento de precios como en la elección del consumidor por un local en particular. Este negocio es sensible al precio por lo cual se deberá ser muy cuidadoso al momento de definir un valor al servicio que se ofrece” (Turismo & Tecnología, R., 08 de 03 de 2013).

Durante los últimos cinco años, el Perú ha logrado grandes avances en su desarrollo como tasas de crecimiento altas, baja inflación, estabilidad macroeconómica, reducción de la deuda externa y de la pobreza, y avances importantes en indicadores sociales y de desarrollo. Desde principios de los 90, el país se ha embarcado en una serie de reformas, de las cuales la consolidación fiscal, la apertura comercial, la flexibilidad cambiaria, la liberalización financiera, la mayor atención a las señales del mercado, y una política monetaria prudente, inclusive con una fuerte acumulación de reservas, han sido componentes clave. La prudencia fiscal ha sido reforzada en años recientes por los altos precios de las materias primas.

“Las políticas macroeconómicas prudentes y un entorno externo favorable permitieron que el país tuviera un crecimiento promedio del 6,4% entre 2002 y 2012. El crecimiento se mantuvo en un 5% en 2013. Este sólido desempeño ha permitido que el ingreso per cápita crezca más del 50% durante esta década, después de casi 30 años de estancamiento” (Gestion, D.,16 de 03 de 2013).

La inflación en 2013 fue del 2.9%. En 2012, la deuda pública fue del 19,8% del PBI, incluyendo la deuda de los Gobiernos locales. Las principales clasificadoras de riesgo, Standard & Poor's, Fitch y Moody's, han otorgado a la deuda soberana peruana el grado de inversión.

Estos avances en políticas y un marco macroeconómico estable están ayudando al Perú a afrontar sus retos de desarrollo. Entre estos destaca una distribución más equitativa de los beneficios creados por la rápida expansión. El impacto del fuerte crecimiento ha dado como resultado una importante disminución de la pobreza: la tasa nacional pasó del 48,5 % en 2004 al 23,9% en 2013. Sin embargo, las disparidades a lo largo del país siguen siendo altas, particularmente entre las áreas rurales y urbanas. Mientras que solo el 1.4% de la población urbana vive por debajo de la línea de pobreza (2012) esta cifra se incrementa al 19.7% en la población rural. A pesar de la reducción en la última década, la desigualdad permanece alta en 0.45 según el índice GINI.

El programa actual del Gobierno del Perú apunta a proporcionar igualdad de acceso a los servicios básicos, empleo y seguridad social; reducir la pobreza extrema; prevenir conflictos sociales; mejorar la supervisión de los daños potenciales al medio ambiente; y llevar a cabo una reconexión con el Perú rural mediante una extensa agenda de inclusión.

Sector restaurantes

“En el marco de la VI edición de Mistura, Apega estimó que el sector gastronómico peruano crecerá este año entre 7% y 8%: esto debido a que el crecimiento de dicho sector ha sido impulsado por la consolidación de la gastronomía peruana a nivel nacional e internacional en los últimos años.

La entidad prevé que los restaurantes peruanos registran ventas por S/.50, 000 millones y hay cerca de 100,000 establecimientos gastronómicos (debidamente censados) que generan aproximadamente 400 mil empleos” (Peru21, D., 01 de 09 de 2013)

2.1.2 Entorno social

Los peruanos tienen un buen paladar y les gusta disfrutar de las variedades de sabores que existen, y esta característica debe ser aprovechada. Para poder entender mejor al consumidor es necesario realizar un estudio sociocultural, a fin de conocer algunas características y tendencias de compra. Es decir, permitirá conocer como es el comportamiento de los consumidores.

La cultura del consumidor denota un apego social en el cual las relaciones entre cultura vivenciada y recursos sociales son medidas a través de los mercados. Según un estudio realizado en el Perú existen nueve estilos de vida, en consecuencia, identifica nueve diferentes estilos de consumo: las conservadoras, las tradicionales, los progresistas, los sobrevivientes, las trabajadoras, los adaptados, los afortunados, los emprendedores y los sensoriales.

Chiclayo representa la cuarta ciudad más importante del Perú, tanto por su crecimiento demográfico como por su desarrollo económico; es una ciudad comercial por excelencia, los fuertes flujos de personas que se mueven diariamente entre Chiclayo y los centros menores de alrededor hacen que el centro urbano incremente por tres sus habitantes durante las horas diurnas. Los habitantes de esta ciudad se caracterizan por ser personas muy simpáticas, amigueras, así como alegres y fiesteras en épocas de fiestas tradicionales y otros eventos que se puedan dar. Además, Chiclayo se caracteriza también por su arte culinario, reconocido en todo el país, siendo

uno de los elementos de integración en toda reunión social, por platos especiales como el cebiche, arroz con pato, el inigualable cabrito, sudados, chinguirito, humitas, tamales, causa, entre otros; y en dulces el King Kong, las natillas y para calmar la sed, un complemento nutricional de las épocas pre incas: la chicha.

2.1.3 Entorno político

La inestabilidad política tiene un efecto negativo en el negocio de restaurantes turísticos. En la actualidad no existe una ley propia que regula a los restaurantes, sólo las normas municipales, destacándose las que regulan el diseño del restaurante (Licencia de Funcionamiento, derechos de publicidad) y las que garantizan la calidad en la cocina (autorización sanitaria).

La licencia municipal de funcionamiento:

- Sólo permitirá la realización de actividades económicas, legalmente permitidas, conforme a la planificación urbana y bajo condiciones de seguridad.
- Permite acreditar la formalidad de su negocio, ante entidades públicas y privadas, favoreciendo su acceso al mercado.
- Garantiza el libre desarrollo de la actividad económica autorizada por la municipalidad.

El plazo máximo para el otorgamiento de la licencia es de dos (2) días laborables para giros automáticos (según la municipalidad) y quince (15) días para giros de negocio que requieran inspección previa.

Para el otorgamiento de licencia de funcionamiento se aplica el silencio administrativo positivo.

La licencia de funcionamiento es a plazo indeterminado y sólo válido para la jurisdicción donde se otorga y por el establecimiento por el cual se ha solicitado. Al abrir el mismo negocio en otro distrito, se tendrá que tramitar otra licencia de funcionamiento en la nueva jurisdicción. Asimismo, si lo que se quiere es cambiar de local o abrir otro en el mismo distrito, se requerirá tramitar una nueva licencia de funcionamiento.

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la municipalidad evaluará los siguientes aspectos:

Zonificación y compatibilidad de uso.

Condiciones de seguridad en Defensa Civil, cuando dicha evaluación constituya facultad de la municipalidad. Cualquier aspecto adicional será materia de fiscalización posterior.

Para el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento son exigibles, los siguientes requisitos:

Solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya:

- Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
- DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
- Vigencia de poder del representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
- Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda.

Adicionalmente, de ser el caso, serán exigibles los siguientes requisitos:

- Copia simple de título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
- Informar sobre el número de estacionamientos, de acuerdo con la normativa vigente, en la Declaración Jurada.
- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que, conforme a ley, la requieran de manera previa al otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento.
- Copia simple de la autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación.
- Recibo de pago por derecho de trámite.

Tabla 1: Licencia de Apertura Definitiva de Establecimientos Comerciales y/o Servicios

TIPO: Automático				
FINALIDAD: Solicitar una licencia de apertura definitiva de establecimientos comerciales y/o servicios.				
BASE LEGAL:		TUO de la Ley de tributación Municipal Decreto Supremo No.156 2004-EF		
		TUO de Código Tributación. Decreto Supremo No. 135 99-EF		
PROCEDIMIENTOS		LICENCIA DE APERTURA DEFINITIVA DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y/O SERVICIOS		
MAPRO				
Requisitos:	N°	Unidad Orgánica	Acciones	Duración
1. Formato de Tramite Interno N° 4207 (FTI)	1	Caja	1° Administrado paga tramite	10 min
2. Certificado de Inspección conjunta, según O.M. 009-2006-GPCH	2	Tramite Documentario	1° Administrado: Presenta solicitud. 2° Técnico de Registro: recepciona, verifica requisitos, registra, entrega de copia de recepción de administrado. 3° Jefe emite proveído, remite a Departamento de Licencias.	10 min
3. Certificación de la Autorización Sectorial para los casos específicos, según Ley de la materia.	3	Departamento de Licencias	1° Jefe: Toma conocimiento y deriva a Emisiones.	10 min
4. Copia de DNI	4	Emisiones y Notificaciones	1° Notifica a Urbanismo	1 d
5. En caso de ser persona Jurídica, copia de certificado de la Partida Registral donde conste la inscripción, la vigencia del poder y del Representante Legal expedido por SUNARP.	5	Urbanismo	1° Jefe: evalúa y deriva. 2° Técnico: revisa, analiza y emite certificado. 3° Jefe; Firma de certificado.	
6. Copia literal de Dominio de Propiedad expedido por SUNARP o Contrato de Arrendamiento con firmas Legalizadas Vigentes o documento que acredite la posesión legítima.	6	Tramite Documentario	1° Administrado: Presenta Solicitud. 2° Técnico: Proyecta resolución y certificado definitivo.	10 min
7. Copia de RUC.	7	Departamento de Licencias	1° Jefe: evalúa y deriva 2° Técnico: Proyecta resolución y certificado definitivo	10 min
8. Recibo de pago único.	8	Gerencia de Operaciones	Da visto bueno a la resolución.	20 min
	9	Asesoría Legal	Da visto bueno a la resolución	20 min
	10	Jefatura	Firma resolución y certificado	20 min
	11	Departamento de Licencias	1° Jefe: deriva a Emisiones	10 min
	12	Emisiones y Notificaciones	1° Entrega de resolución y certificado a administrado 2° Administrado firma cargo	1 d
	13	Departamento de Licencias	1° Recibe cargo de notificación 2° Anexa a expediente y archiva	10 min
			TOTAL	2 d

Nota: La duración máxima para obtener la licencia de apertura definitiva de un establecimiento comercial y/o servicios es de 2 días hábiles.

Fuente: TUO de la Ley de tributación Municipal Decreto Supremo No.156 2004-EF. TUO de Código Tributación y Decreto Supremo No. 135 99-EF.

2.1.4 Entorno tecnológico

“No es un secreto que actualmente más que una simple ayuda, la tecnología se ha convertido en una necesidad. La mayoría de los trabajos que hoy se realizan requieren de una u otra forma el apoyo de esta importante herramienta, y los restaurantes no son la excepción. Hoy en día algunos procesos se apoyan en la tecnología para ahorrar tiempo y dinero, pero aunque aquella viene creciendo rápidamente, aún queda mucho por explorar. Por ejemplo la gran mayoría de los restaurantes en el mundo dividen la tecnología de sus establecimientos en dos grandes campos:

- “Back of the house”, que abarca aquellos programas o software relacionados con la parte administrativa.
- “Front of the house”, que se refiere a los sistemas POS (Point of Sale, por sus siglas en inglés), y tiene que ver con el software que usa el establecimiento y los aparatos inalámbricos” (Calaña Gonzales, C., 01 de 07 de 2011).

Además, existen restaurantes donde los mozos cuentan con un reloj de pulsera que les indica exactamente desde donde los llaman. Es realmente una nueva era en el servicio relacionado con la comida, incluso en algunos países los restaurantes trabajan sin meseros, por ejemplo el “Restaurante ’s Baggers”, en Alemania, tiene un nuevo modelo de relación cliente-restaurante, uno mismo elige su pedido en pantallas táctiles situadas en las mesas y la comida llega a través de rieles hasta la mesa.

Otro caso más innovador es el “Restaurante Inamo” en Londres, donde el menú puede verse en las mesas; sobre un plato se proyectan imágenes de la comida y el cliente solo debe poner los dedos en las opciones al lado de este plato. Cada uno viene acompañado de información sobre los ingredientes y el valor nutricional.

2.1.5 Competencia

“Actualmente hay 557 locales de comida rápida en Perú, 482 son de grandes cadenas, por lo tanto para los restaurantes es fundamental ofrecer más que comida rica para diferenciarse de la competencia, deberán tener un servicio autentico, con calidez y rapidez. Dado que tener una buena sazón no es el único factor a considerar para tener éxito” (Arellano Cueva, 2009).

Hasta hace un tiempo, el Perú era un mercado casi sin competidores, por eso la idea de iniciar un nuevo negocio resultaba muy atractiva. Sin embargo, esto ha cambiado. Actualmente, existen muchos negocios que ofrecen los mismos productos. Para que un negocio sobreviva debe ser competitivo, pero ¿cómo hacerlo?, ¿cómo captar más y mejores clientes que los demás? Por lo general, la mejor opción es diferenciarse y ofrecer una propuesta atractiva.

Los restaurantes creen que centrar toda su atención en cocinar bien es suficiente. El principal inconveniente es que tal vez haya otros restaurantes cercanos que también cuenten con buenos cocineros. Por lo tanto, encontrar una buena sazón será un aspecto considerado como mínimo para todos.

Entonces, será importante que tome en cuenta que, para diferenciarse, deberá mejorar otros aspectos que no necesariamente se relacionan con la expectativa básica del cliente (en este caso, la comida), sino también tener un mayor cuidado con la experiencia que ofrece a quien visita su local. Detalles como dar una atención cordial, servir rápido o mostrar una buena actitud hacia los comensales podría convertirse en sus principales aliados.

Un delicioso platillo, sumado a todo lo anterior, podría conquistar a sus clientes y hasta logrará que lo recomienden entre sus amigos y familiares.

Se puede tener al mejor cocinero del país, pero si su comida llega tarde o fría, nadie querrá comerla. La diferencia está en ofrecer un producto mejorado, es decir además de servir buena comida, que se dé una atención rápida. O un producto aumentado, haciendo que los meseros sean proactivos, amables y sepan explicar el menú.

Actualmente, en la dirección actual del Restaurante “Amapolas” ubicado en Las Amapolas N° 120 – Lotización La Primavera (Av. Leguía y Raimondi), se encuentran también varios restaurantes que forman parte de la competencia, estos son:

Restaurante “Rico’s”- ubicado en Av. Leguía N°124

Es un local amplio, cuenta con cinco mesas de cuatro sillas cada una, sin embargo el ambiente es lúgubre y sin mucha iluminación. En cuanto a los platos de comida estos no son sabrosos, y tampoco existe variedad en el menú. Por otro lado, los clientes no son atendidos con amabilidad y demoran en servir el pedido de los clientes.

Restaurante “Jose’s” – ubicado en Av. Raimondi N°162

Es un local pequeño de cuatro mesas de cuatro sillas cada una, el ambiente tiene con buena iluminación, pero también funciona como bodega reduciendo aún más el espacio. Los platos de comida no son sabrosos pero tampoco son tan desagradables al paladar del cliente, por lo cual es relativamente frecuentado por ellos.

2.1.6 Proveedores

Existe una gran diversidad de proveedores para todas las necesidades del negocio, sin embargo elegir entre uno u otro dependerá siempre de lo que se desea obtener; es decir un producto de calidad a un buen precio y cuya localización geográfica sea la más cercana al establecimiento.

Para obtener el mejor precio en productos perecibles se deberá comprar en el mercado mayorista Moshoqueque o en el mercado Modelo, en cuanto a productos no perecibles de primera necesidad en MAKRO Supermayorista S.A.C, para carnes y sus derivados, a través de una distribuidora avícola, y para la compra de arroz se puede hacer directamente en un molino pudiendo en los dos últimos casos obtener ciertas líneas de crédito.

Así mismo, para poder lograr un sistema efectivo de compras, se debe propiciar que exista una relación donde ambos (restaurante – proveedor) se beneficien, la cual sea de preferencia a largo plazo, así mismo es importante que se tenga menos pero mejores proveedores, ya que se trata de un proceso basado en la calidad de los productos.

2.1.7 Clientes

El cliente de la cadena de Restaurantes “Amapolas”, son las personas que concurren en los cinco principales paraderos de la ciudad, entre los que encontramos a trabajadores de las empresas de transportes y empresas cercanas al paradero, tales como farmacias, hoteles, ferreterías, tiendas de repuestos entre otros.

Pero ¿Qué busca el cliente peruano? Arellano, R (2010):

- Calidad y bajo precio.
- Quiere que le ofrezcas entusiasmo como valor agregado.
- Le gusta ser sorprendido.
- Busca encontrar creatividad e inventiva.
- Sensibilidad en la comodidad e higiene.

El Restaurante “Amapolas” está dirigido al goce de un momento agradable, con el sabor y calidad exquisita de sus comida; para lo cual utiliza la fuerza de ventas (mozos) como el canal de comunicación que lograra satisfacer las necesidades de los consumidores, con lo cual conseguirán proveer un alto grado de satisfacción al cliente. Estos son los trabajadores y Personas en

general, que transcurren los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo en horas de desayuno (6 a.m-10 a.m.) y almuerzo (11.30 a.m-3.30pm), cuyo destino son los diferentes distritos del departamento de Lambayeque.

2.1.8 Glosario de términos básicos.

- **Restaurante:** es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar.
- **Comida tipo rancho:** es la comida que se caracteriza por la gran cantidad que se sirve en un plato.
- **Sazón:** es el gusto y sabor de un plato de comida.
- **Precio:** es la cantidad de dinero que se paga por la obtención de un bien o servicio.
- **Paradero:** es el lugar o sitio donde paran los vehículos de transporte público.

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño y tipo de Investigación

El estudio de nuestra investigación sigue el siguiente procedimiento para analizar la información recopilada y realizar así sus conclusiones: No experimental, transversal.

3.2 Población, muestra y muestreo

Para lograr cumplir con el fin del proyecto, la población con la que se trabajará es con las personas que concurren en los 5 principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, de ambos sexos, con disponibilidad económica para pagar. Es decir, de los niveles socio económicos D, E; y que además concurren a ellos en horas de desayuno (6a.m - 10a.m) y almuerzo (11.30a.m - 3.30pm).

En ese sentido se procede bajo unos estándares numéricos a calcular la muestra. En esta se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Nivel de confianza (z): 95%,
- Margen de error (E): 5 %
- Variabilidad positiva (p): 50%
- Variabilidad negativa (n): 50%
- Tamaño de la población: 720 – 980 – 1988 – 720 – 1680

$$n = \frac{NpqZ^2}{e^2(N-1) + pqZ^2}$$

Tabla 2: Población por Paradero

PARADEROS	POBLACIÓN	PROPORCIÓN	NÚMERO DE ENCUESTAS
Paradero No.1	720	0.12	29
Paradero No.2	980	0.16	44
Paradero No.3	1988	0.33	105
Paradero No.4	720	0.12	29
Paradero No.5	1680	0.28	86
Total	6.088	1	293

Nota: El total de encuestas a realizar en los cinco principales paraderos según población en horas punta es de 293. Fuente: Elaboración propia.

3.3 Identificación y Operacionalización de Variables

Tabla 3: Operacionalización de Variables

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES
Modelo de Negocio	Modelo sistemático o guía en la cual la persona o empresario va a saber invertir un capital con el fin de disminuir riesgos.	Viabilidad Estratégica	Análisis del Entorno
			Análisis Estratégico (Macro y Microentorno)
			Fuerzas de Porter
			Análisis FODA
			Axiología de la empresa
		Factibilidad del Mercado	Análisis de la de demanda
			Análisis de la oferta
			Análisis de precios
			Gestión empresarial
			Estudio de comercialización
		Factibilidad Organizacional y de personas	Condiciones del entorno. Para la construcción del proyecto
			Diseño de la estrategia competitiva
			Agentes y fuerzas que participan en las estrategias competitivas
		Factibilidad técnico – operativo	Proceso tecnológico
			Restricciones en relación al medio – Impacto Ambiental
			Inversiones
			Características de tecnología.
			Programa de construcciones
			Restricciones para las obras civiles
		Factibilidad financiera-económica.	Disponibilidad de RRFF
Mercados financieros			
Gestión financiera			
Análisis de sensibilidad y escenarios			
Aceptación del proyecto			
Rechazo del proyecto			

Nota: Operacionalización de variables según las dimensiones de Factibilidad de mercado, organizacional y de personas, técnico operativo y financiero económico. Fuente: Elaboración propia.

3.4 Métodos

Para determinar, si el proyecto se puede llevar a cabo se cree por conveniente realizar una encuesta que permita conocer la aceptación de las personas de ambos sexos, que concurren en los principales paraderos para los distritos del departamento de Lambayeque, en horas de desayuno y almuerzo.

- En cuanto al de estudio de mercado, se aplicara una encuesta a las personas que concurren en los principales paraderos para los distritos del departamento de Lambayeque, y a su vez se aplicaran entrevistas a los clientes del Restaurante “Amapolas” para conocer sus necesidades a satisfacer.
- En el objetivo de organización y personas analizaremos todas las condiciones del entorno, para lo cual se tendrá que realizar entrevistas, preguntando a las personas que concurren en los principales paraderos; además de realizar observaciones a los competidores existentes y las oportunidades para nuestro negocio.
- Para el objetivo técnico – operativo se tendrá que buscar la infraestructura para los restaurantes, observarla detalladamente, inspeccionando el tamaño del lugar en donde se ubicara nuestro negocio.
- En el objetivo de viabilidad económica y financiera, analizaremos el costo total del proyecto y los medios de financiamiento que utilizaremos; buscando las mejores tasas de bancos, mediante los resultados ya obtenidos, se analizara la viabilidad del proyecto.

3.5 Recolección de datos

La recolección de datos se da a través de:

- Revisiones de diversos documentos e informes obtenidos vía internet y algunos libros.
- Encuestas y Entrevistas.
- Observación.

3.6 Procesamiento y análisis de datos

Por medio de la muestra se hará un estudio con el fin de generar resultados, con el cual tendríamos que analizar, agrupar y ordenar la información recopilada.

A partir de ello se realizara un análisis de los objetivos, el proceso de la información se hará por medio del uso de herramientas estadísticas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis estratégico

4.1.1 Análisis del Macroentorno

En esta sección se presentara un análisis de los factores principales del Macroentorno del sector restaurantes, mediante la matriz SEPTE. La siguiente evaluación incluirá los cinco factores; el demográfico, económico, sociocultural, tecnológico y ambiental.

Tabla 4: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias

MATRIZ SEPTE – ANÁLISIS DE OCURRENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
OCURRENCIAS	<p>Evolución del PBI: En los últimos 14 años el PBI ha tenido un crecimiento consecutivo y gracias a esto ha mejorado el bienestar de la sociedad.</p> <p>Crecimiento económico del PBI: Acumula una expansión del 6.11%, interanual en el primer semestre, Consolidándose como una de las economías de mayor crecimiento en Latinoamérica a pesar de la incertidumbre en el mundo desarrollado.</p>	<p>Estilos de vida: según Rolando Arellano, son “Formas de ser, tener, querer y actuar compartidas por un grupo significativo de personas”:</p> <p>Los afortunados (6%): Hombres y mujeres jóvenes y de mediana edad, Pertenecen a los NSE A/B/C y se ubican en: Huancayo, Cuzco, Ica, Trujillo, Cajamarca y Lima.</p>	<p>Evolución de la población total del Perú: En la actualidad la población total del Perú es de 29 462 933 habitantes</p>	<p>La gran mayoría de los restaurantes en el mundo dividen la tecnología de sus establecimientos en dos grandes campos: “Front of the house”, que se refiere a los sistemas POS (Point of Sale, por sus siglas en inglés), y tiene que ver con el software que usa el establecimiento y los aparatos inalámbricos.</p>	<p>Todo restaurante debe considerar en sus estrategias, el entorno empresarial e insertar un análisis del medioambiente. Garantizando la satisfacción de sus clientes a través de una oferta compuesta por recursos con bajo o ningún impacto sobre el medioambiente. Los problemas medioambientales actuales han ocasionado la aparición de un nuevo segmento de consumidores: “los consumidores verdes”,</p>
			<p>Evolución de la población total de Lambayeque: El departamento de Lambayeque tiene una población de 1 207 589 habitantes, el 43.5% del Perú.</p>		

Nota: Análisis de ocurrencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 5: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias

MATRIZ SEPTE – ANÁLISIS DE OCURRENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
OCURRENCIAS	<p>Crecimiento económico del PBI: En el sector pesquero: creció un 17.91% en junio en comparación al año pasado, resultado de la mayor captura de especies para consumo humano indirecto (39.85%) y directo (10.74%), este último destinadas al consumo en estado fresco (24,06%).</p>	<p>Los Progresistas (23%): Hombres de carácter activo, pujante y trabajador. Se encuentran en los NSE B/C/D/E y se ubican en: Pucallpa, Tacna, Lima, Chiclayo, Cuzco y Huancayo.</p> <p>Las modernas (23%): Mujeres de carácter pujante y trabajador. Pertenecen a los NSE B/C/D/E y se ubican en Huancayo, Piura, Chiclayo, Cuzco, Pucallpa, Tacna.</p>	<p>Déficit Habitacional de la población asciende a 2 millones de viviendas a nivel nacional. El 25% del déficit habitacional posicionado en Lima y el resto en provincias. Al año fabrican 50 000 viviendas y existe una demanda real de 1 millón 500 mil viviendas.</p> <p>Ciudades principales: Al 30 de junio del año 2012, el 55.1% de la población vive en 32 ciudades principales del país. Aquellas de mayor incremento entre 2011-2012 son: Cajamarca (3.52%), Puerto Maldonado (3.34%), Moyobamba (3.31%) y Huaraz (2.61%).</p>	<p>“Back of the house”, que abarca aquellos programas o software relacionados con la parte administrativa.</p> <p>En un restaurante de Carolina del Norte (EE.UU), se combina la tecnología con una variedad de platillos Combinan platos de comida saludables en porciones reducidas y variadas al estilo español de las tapas.</p>	<p>Los consumidores verdes se preocupan por conservar el medioambiente y demandan productos con un mínimo o ningún impacto sobre este. Tomando medidas básicas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Establecer política de compra amigable. - Capacitar al personal en cuanto a la clasificación de los desechos y formas de reciclaje. <p>Se puede contribuir al cuidado del medio ambiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evitar el desperdicio de alimentos. - Tratar que los proveedores sean locales. - Usar productos biodegradables. <p>Utilizar equipos que gasten menos energía eléctrica.</p>
	<p>Valoración del PBI: El año 2012 el PBI creció en 6.29% haciendo que la economía peruana sea la más estable de América Latina.</p>				

Nota: Análisis de ocurrencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 6: Matriz SEPTTE- Análisis de Ocurrencias

MATRIZ SEPTTE – ANÁLISIS DE OCURRENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
OCURRENCIAS	<p>Tasa de Inflación: Con el choque de la oferta; se ubica por encima del rango meta del BCR (1-3%) en 3.2%, aunque no debería crear temores en el mercado ya que debería normalizarse en el corto plazo.</p>	<p>Los Adaptados (16%): Hombres menos ambiciosos y con menores aspiraciones. Se encuentran en todos los NSE y se localizan en: Puno/ Juliaca, Arequipa, Iquitos, Ica, Pucallpa.</p>	<p>Envejecimiento de la población: En el año 2012, la edad mediana de la población peruana se sitúa en 25.2 años. Hace veinte años era 20.5 años, lo que indica que hay más población en edades mayores. Las personas octogenarias superan los 317mil y la mayoría son mujeres (58.4%). La población adulta mayor, 65 y más edad representa el 6.1% de la población total. Los mayores porcentajes se presentan en los departamentos de Arequipa (7.2%), Lima (7%), Ancash y Moquegua (6.9% cada una), Callao (6.8%) e Ica y Lambayeque (6.7% cada una).</p>	<p>Menú en pantalla digital: T1 Tapas es el primer restaurante en instalar una especie de cabina de conexión tecnológica en las mesas de comida, donde pueden comer, beber y al mismo tiempo conectar sus dispositivos electrónicos.</p> <p>Mesas con pantallas digitales de simple toque, tienen en vez de menús de papel, unos electrónicos.</p> <p>Menú digital: Contiene una explicación de los ingredientes de las comidas preparadas con productos orgánicos, cultivos en granjas locales.</p>	<p>– Buscar envases biodegradables. – Separar los desechos apropiadamente. – Hacer porciones menos abundantes, de un tamaño razonable para el comensal; y si no se termina el alimento que se lo lleve a casa.</p>
	<p>Tasa de Inversión: Crece 13,5% en el segundo trimestre de este año, mostrando por segundo trimestre continuo una expansión de dos dígitos, informó hoy el Banco Central de Reserva (BCR).</p>	<p>Las conservadoras (20%): Mujeres pacíficas y calmadas. Se encuentran en todos los NSE y se ubican en: Puno/Juliaca, Trujillo, Iquitos.</p>			<p>– Para la comida para llevar, se pueden usar cajas de cartón y otras opciones más amigables con el medioambiente. – Separar los desechos apropiadamente y si es posible, entregarlos directamente en plantas recicladoras.</p>

Nota: Análisis de ocurrencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTTE.

Tabla 7: Matriz SEPTE - Análisis de Ocurrencias

MATRIZ SEPTE – ANÁLISIS DE OCURRENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
OCURRENCIAS	<p>Tasa de Inversión: Crece 13,5% en el segundo trimestre de este año, mostrando por segundo trimestre continuo una expansión de dos dígitos, informó hoy el Banco Central de Reserva (BCR). En el sector industria al q está dirigido nuestro proyecto la PEA ocupada es en la actualidad de 16.9%.</p>	<p>Los Modestos (12%): Hombres y Mujeres, la mayoría de ellos migrantes, de raza mestiza o andina. Están presentes en los NSE C/D/E y se localizan en Arequipa, Lima y Tacna.</p> <p>Tasa de crecimiento demográfico Anual: Total: 1.14%; en Hombres un 1.13% y en Mujeres un 1.15%. - En la actualidad; la población del país, al 30 de junio del presente año, sería de 29 millones 132 mil 013 personas.</p>	<p>Población joven: se observa un ligero predominio de la población masculina; sin embargo, se mantiene el equilibrio entre los sexos. En 2012, los hombres llegan a 4 millones 163 mil 102 y representan el 50,6% de la población joven, mientras que las mujeres alcanzan los 4 millones 64 mil 777 y representan el 49,4% de la población total de este grupo. Para el año 2021, los hombres serán 4 millones 317 mil 380 y las mujeres 4 millones 195 mil 384.</p>	<p>Zona de conexión: Se puede enchufar la cámara digital y ver las fotos de alta definición y resolución, conectas iPods, MP3 players. Además pueden seleccionar entre escuchar la música que sale de parlantes localizados en los asientos, ver los avances de películas de moda o escoger su programa favorito.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Separar la basura, según su tipo. - Opcional: plantar tus hierbas y hortalizas, hoy en día hay excelentes proyectos de jardinería vertical o en azoteas.
				<p>Otro ejemplo es “Inamo”: Restaurante de platillos de estilo oriental, ubicado en Soho (centro de Londres, Inglaterra), donde los comensales ordenan su mesa, la cual tiene un “mousepad” que se convierte en una pantalla de computadora gigante, con unos cuantos clicks, los comensales pueden ordenar de un menú ilustrado, pagar su cuenta, pedir un taxi, jugar juegos interactivos con sus compañeros de mesas e incluso cambiar la apariencia de la mesa.</p>	

Nota: Análisis de ocurrencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 8: Matriz SEPTTE - Análisis de Ocurrencias

MATRIZ SEPTTE – ANÁLISIS DE OCURRENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
OCURRENCIAS	<p>Población económica activa PEA –miles de personas: Total: 21 939 858 personas; con una variación promedio anual de 1.71%; Y destacando en la zona Urbana (Mercado Objetivo) 12 062 186 personas.</p>	<p>Ingreso Per Cápita: US\$ 5.200, crecimiento 2,5 veces del 2000 (US\$2.263) y estaría representada por la población urbana en un 74% y población rural en un 26%.</p> <p>Hábitos de Compra: Por el precio, ya que sería señal de la calidad del producto. Por la marca, pues es un símbolo de diferenciación y de pertenencia. Por motivos de patrocinio, su ubicación y prestigio del establecimiento. Por motivos emocionales que le brinde el producto: confort y orgullo.</p>	<p>Tasa de analfabetismo: La población joven tiene promedios de escolaridad más altos con respecto a la generación de sus padres. En el 2011, 1.9% de jóvenes 15 a 29 años no sabe leer ni escribir. Se presenta con mayor frecuencia en mujeres que en hombres.</p>	<p>Un círculo hundido en la esquina de la mesa funciona como mouse, permitiendo analizar las opciones del menú y proyectando fotos de dichas opciones antes de dar doble click en el platillo de su elección. Una señal de bluetooth es enviada a la cocina y con una cámara se puede ver el proceso de preparación sobre la pantalla de la mesa. Pero la comida es servida por un mesero.</p>	<p>Tener un triturador de alimentos. Utilizar alimentos orgánicos y libres de pesticidas. Cambia tu menú según la temporada (alimentos de la estación). Buscar usar productos biodegradables, como por ejemplo jabones, limpiadores, empaques para la comida para llevar. Evitar el desperdicio de alimentos: buscar cortes que no generen mucha merma. Tratar de aprovechar los alimentos al 100%.</p>
	<p>Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).</p>	<p>Fuente: INEI: “Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población 1950-2050</p>	<p>Promedio de años de estudio: Encuesta Nacional de Hogares (ENAHG 2011), el grupo de 15 a 29 años de edad alcanzó el promedio 10.6 años de estudios, al menos culminaron el cuarto de secundaria. Mujeres residentes en zonas rurales 8.3 años frente a 11.2 años de las mujeres urbanas.</p>		

Nota: Análisis de ocurrencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTTE.

Tabla 9: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTE – ANALISIS DE TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Crecimiento Económico PBI: Se proyecta será un 5.8% en promedio debido a la crisis que afecta a las grandes economías y su impacto negativo en las exportaciones, aunque los precios de los commodities podrían recuperarse a fines de este año, ubicando al país entre los tres mejores de América Latina, detrás de Panamá y República Dominicana.</p>	<p>Tasa de crecimiento demográfico Anual: El crecimiento del país por año, según INEI sería de 325 mil personas; por lo tanto la proyección para Junio-2017 es de 30 millones 757 mil 013 personas</p>	<p>Expectativa de crecimiento de población en el Perú: Se proyecta un crecimiento del 11% para el 2017.</p> <p>Expectativa de crecimiento de población de Lambayeque: Se espera un crecimiento del 8.4% para el 2017</p>	<p>Nuevas tecnologías para la cocina: Luces incluidas en la grifería destinada a indicar cuando el agua está caliente o fría. Por ejemplo: -El Heat Sink, en el cual se prende una luz para el agua caliente, mientras que si el agua esta fría la misma luz se podrá de color azul. - Up+Down Sink, accesorios que sirven para ajustar la altura de los fregaderos permitiendo acomodarlo de acuerdo a las necesidades de cada usuario.</p>	<p>Implantar medidas de ahorro de los recursos escasos o en veda y usar adecuadamente los recursos naturales.</p> <p>Activos del Restaurante: Conocer el ciclo de vida útil de los activos para darles mantenimiento y reponerlos cuando sea necesario. Analizar el proceso de compra de los activos (consumo energético, suministros de repuestos, servicios de postventa ,garantía y facilidad de uso).</p>
	<p>Tasa de Inflación: La moderación prevista del gasto privado mantendrá las eventuales presiones de demanda acotadas. Además, se espera que las cotizaciones internacionales de insumos agrícolas y del petróleo se mantengan relativamente estables.</p>	<p>Ingreso Per Cápita: Llegaría a US\$ 7800 si se implementan medidas para propiciar los conglomerados y la asociatividad entre productores (principalmente pequeños),</p>	<p>Expectativa del déficit habitacional: Reducción del 25% del déficit habitacional para el año 2017.</p>		

Nota: Análisis de tendencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 10: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTE – ANÁLISIS DE TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Perú, tendrá la menor tasa de inflación de América Latina, según un análisis de latín Business Chronicle Y en promedio su tasa será de 2.1% en mejoría. En este contexto, la inflación se ubicara en 2.8% al cierre del 2013 y durante el 2014, en ausencia de choques de oferta, tendera a dirigirse hacia el centro del rango meta del banco Central (2.0%+/- 1.0 punto porcentual).</p> <p>Política Monetaria: En la medida que no se prevén presiones inflacionarias, el Banco Central cuenta con un amplio espacio para adoptar un rol estabilizador que le dé mayor soporte al gasto privado, en caso que sea necesario.</p>	<p>Hábitos de Compra: Por el costo/beneficio que el producto le generará (racionalidad).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por la información previa que haya adquirido por mérito propio o por medios de comunicación - Por la percepción de riesgo que le ofrezca los productos nuevos o desconocidos. - Por productos naturales y nutritivos, pues sentirán una preocupación por la salud. 	<p>Indicadores de la dinámica demográfica:</p> <p>Se proyecta en el año 2050 que la proporción de niños menores de 15 años se habrá reducido a casi la mitad, de 30.4% a 18.5% y la de personas adultas mayores casi se habrán triplicado (de 8.4% a 21.8%), de modo que hacia mediados de este siglo, uno de cada cinco peruanos será una persona adulta mayor.</p>	<p>El tenedor inteligente:</p> <p>Detecta si la comida se está haciendo al gusto de cada uno con tan solo pincharla, este muestra en la pantalla situada en el mango si está muy cocido, poco cocido, casi crudo o en su punto justo. Además este cubierto, es capaz de determinar la temperatura exacta que tiene la comida en su interior.</p>	<p>Cocina y Bar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mantener las ollas y sartenes tapados para conservar el calor. - Emplear ollas de presión pues reduce el tiempo de cocción dado la alta temperatura que producen. - Revisar las llaves de agua para evitar fugas.

Nota: Análisis de tendencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 11: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTE – ANÁLISIS DE TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Tasa de Inversión: Se estima que la inversión privada bruta crezca 11.6%, mientras que la inversión privada suba 4.5%; cálculo que sería más moderado en el primer trimestre en este año (12.5%).</p> <p>Población económicamente trabajadora PET – Miles de personas En el sector industria Se proyecta crecimiento anual de 1-2%. Para junio-2017 la PEA Ocupada 16.18%</p>	<p>Hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los medios publicitarios más conocidos son los de las vías públicas (paraderos, afiches en postes y folletos y volantes). - Mayormente, las personas miran publicidad mientras se moviliza en los vehículos. - La publicidad de mayor agrado son las de pantalla electrónica (en el punto de venta), volantes repartidos en hogares, videos y prueba de producto. - La publicidad de mayor desagrado son los afiches en postes y paredes o en exteriores del punto de venta, y las actuaciones y volantes repartidos en las calles. 	<p>Pirámide de Población 2012 y 2021: Muestra una tendencia al envejecimiento relativo de la población, aunque en términos absolutos la población joven y en edad de trabajar seguirá siendo la más numerosa. Asimismo, se advierte un aumento en la proporción de personas mayores, la cual se incrementa más rápidamente que el conjunto de la población, creciendo a un ritmo continuo como consecuencia del aumento de la esperanza de vida en todas las edades. Por ello, cada vez es mayor la proporción de las personas de cada generación que superan el umbral de los 60 años</p>	<p>La Sartén inteligente: Se programa en función de la comida que se va a elaborar, avisando cuando el aceite está listo para freír y cuando el alimento ya está hecho al gusto de cada uno. Además, incorpora una pequeña pantalla digital en el mango, desde la cual se selecciona el tipo de alimento a freír de entre 10 programas distintos; y en todo momento se puede ver la temperatura a la que se encuentra la sartén, así como los grados que le faltan para alcanzar en punto deseado</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Evitar la apertura innecesaria de hornos y neveras para evitar la fuga de calor o frío. - Priorice la compra de productos en envases de vidrio retornable, pues no impactan sobre el medioambiente; además que son reciclables. - Apagar la cocina o el horno antes de que la comida esté lista para aprovechar el calor de los discos y ahorrar la fuente de energía.

Tabla 12: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTE – ANÁLISIS DE TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Población económicamente activa PEA–miles de personas: La Proyección sería de 23 034245, la zona urbana en 12967899 personas.</p> <p>Recuperación de la economía global y el inicio de la etapa extractiva de proyectos mineros (Toromocho y Las Bambas en 2014, La granja y Constancia en 2015, y Quellaveco y la Ampliación de Cerro Verde en 2016) darán un impulso adicional a las exportaciones, que estimamos crezcan a una tasa cercana al 10% promedio anual entre 2014 y 2016.</p>	<p>Hábitos, actitudes y usos hacia internet: El internauta peruano promedio es un joven de 26 años, estudiantes, del NSE C.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 11'412000 de los peruanos son internautas. (37% de la población total del Perú). - 1 de cada 2 internautas tiene internet en el hogar. - Los que no tienen internet en casa se debe a: falta de una PC 41% o por el servicio costoso 35%. 	<p>En el año 2021: Seremos más de 33 millones, crecimiento medio anual de 335 mil habitantes superando los 33 millones de población en el año 2021 (Bicentenario de la Independencia).</p> <p>Al año 2050: Superando los 40 millones. Según las proyecciones de población a largo plazo (hipótesis media), la población al 2050 aumentara a 40'111 mil personas.</p>	<p>Refrigeradores Inteligentes: Identifican que hay dentro de él, y con esta información sabe que receta puedes usar para cocinar, mostrándola en una pantalla táctil que está en la puerta.</p> <p>Hornos Inteligentes: Identifican el tamaño y peso de las piezas que se llevaran a cocción, el tipo de cocción, tiempo y temperatura con tan solo indicar en la pantalla táctil como se desea obtener la elaboración final.</p>	<p>Neveras y Refrigerantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desconectar equipos que no se estén utilizando. - Revisar que las puertas estén totalmente cerradas. - No colocar alimentos calientes. - Realizar al menos 2 veces al año limpiezas generales interna para generar el flujo de aire necesario. - Cubrir comidas y líquidos para evitar la emisión de humedad lo cual incrementa el trabajo del equipo.

Nota: Análisis de tendencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 13: Matriz SEPTE - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTE – TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Para el 2014: Proyectan una mayor expansión fiscal por el desarrollo de grandes obras de infraestructura, atenuando en alguna medida el menor impulso de la demanda del sector privado. Como resultado del mayor gasto público y mejoras más acotadas en los ingresos fiscales; proyectando reducción de los superávits públicos a partir de este año, y eventualmente déficit moderados al 2015.</p>	<p>Hábitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 de cada 5 internautas cuenta con internet móvil. - Las computadoras las utilizan principalmente para actividades académicas. <p>Usos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los dispositivos portátiles los utilizan principalmente para conectarse a redes sociales. - El 90% de internautas entra a YouTube. (15% tiene una cuenta). - 8 de cada 10 internautas utiliza Google Chrome como navegador. 	<p>Al año 2050: La proporción de menores de 15 años decrecerá de 29.1% en 2012 a 18.5% en 2050, y la de 65 años y más pasará de un 6.1% en 2012 a 16.1% en el 2050. El número de mujeres de 65 y más al de edad, seguirá siendo superior al de varones.</p> <p>Población joven: el ritmo de crecimiento y peso relativo de los jóvenes respecto de la población total está descendiendo, pero no en términos absolutos.</p>	<p>CartaPad.: en lugar de ofrecer una carta tradicional, ofrecen una tableta para navegar por una aplicación interactiva con toda la información. Se puede personalizar los textos, imágenes y precios de todas las secciones. Solo se necesita acceso a Internet. Tiene un menú digital interactivo. Fácil de usar. Información detallada de sus platos y bebidas. Recomendaciones y sugerencias. Fácil de administrar y configurar.</p> <p>Conceptic: Empresa israelí creadora del menú interactivo, donde a través de un iPad se piden los platos, ingredientes que lleva la información sobre cómo se cocina, ver fotografías y la letra (con zoom); se puede avisar a los camareros (someliers) y pedir la cuenta</p>	<p>Higiene y Limpieza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consumir equipos de limpieza ecológicos. - Reducir la utilización de lejías y sustituirlas por detergentes biodegradables. - Utilizar jabón líquido en vez de barras de jabón para el lavado de manos o servilleta, manteles, etc.

Nota: Análisis de tendencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTE.

Tabla 14: Matriz SEPTe - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTe – TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Desde 2015: el crecimiento tendrá un soporte adicional debido a la aceleración temporal de las exportaciones por la entrada en operación de diversos proyectos mineros. La mejora en volúmenes exportados de metales permitirá empezar a cerrar los déficit en cuenta corriente (como % del PIB) que, en un entorno de cotizaciones esperadas más bajas para los minerales que Perú exporta se ampliarían este y el próximo año a niveles cercanos al 5.5% del PIB.</p>	<p>Compras y Ventas Online: 9 de cada 10 no ha comprado ni vendido por internet, principalmente por desconfianza o falta de conocimiento del servicio.</p> <p>Actitudes: Dos de cada 5 internautas sin dispositivos de conexión propios, lo hace desde cabinas públicas.</p> <p>Redes Sociales: Más del 80% de internautas pertenece a alguna red social.</p>	<p>Población joven: Desde el punto de vista demográfico, el futuro presenta opciones muy distintas a las del pasado y la actualidad. Entre 1980 y el año 2012, el número de jóvenes prácticamente se duplicó, paso de 4 millones 774 mil 371 a 8 millones 227 mil 879.</p> <p>Población Adolescente y Joven: Según las proyecciones de población, la cifra de población adolescente y joven del Perú en el año 2025 aumentará hasta alcanzar los 8 millones 527 mil 290 personas. Sin embargo, la proporción de población adolescente y joven (15 a 29 años) decrecerá pasando de un 27,3% en 2012a un 24,8% en 2025</p>	<p>OpenTable: Una red social de restaurantes. Es una web mediante la cual uno a través de una aplicación en el ordenador o móvil puede reservar mesa, en miles de restaurantes en todo el mundo- fundamentalmente EE.UU- Se reserva hora y número de comensales del restaurante a escoger pudiendo ver las diferentes opiniones de los demás usuarios e incluso la carta. Mediante esta misma <i>App</i> el cliente pulsa el botón <i>pagar</i> y el pago se efectúa sin necesidad de escanear nada ni de costosas inversiones en equipos. Esta web no cobra por el proceso, pero le factura a los restaurantes una pequeña comisión por cada comensal y una cantidad fija mensual mediante la cual descarga la responsabilidad de buena parte de las reservas de su local.</p>	<p>Iluminación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar al máximo la luz natural empleando los tragaluces. - Reemplazar las luces incandescentes por fluorescentes. - Usar colores claros en los ambientes para aprovechar la luz natural.

Tabla 15: Matriz SEPTe - Análisis de Tendencias

MATRIZ SEPTe – TENDENCIAS					
FACTOR	ECONÓMICO	SOCIOCULTURAL	DEMOGRÁFICO	TECNOLÓGICO	AMBIENTAL
TENDENCIAS	<p>Proyecto Olmos: El Perú podrá contar con 43500 hectáreas adicionales para cultivos de agro exportación, incrementando así su volumen en 1,000 millones de dólares en los próximos tres años: esto con la puesta en marcha del proyecto de irrigación de Olmos. Lo cual podría convertir a la agricultura en el motor de la economía, conjuntamente con la minería.</p>	<p>Perfil del adulto joven: 2'624 mil adultos jóvenes solo en Lima Metropolitana.</p> <p>Perfil Laboral: Ingreso promedio s/. 1,154.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 43% ahorra (en promedio 16% de su sueldo). - 62% no tienen ningún producto bancario. <p>Perfil del consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supermercados: metro 40%, Tottus 31% - Tiendas por departamentos: Saga Falabella 50%, Ripley 36% 	<p>Distribución de personas en zonas urbanas por niveles, en porcentaje (2012)</p> <p>NSE A: 2.5 NSE B: 12.5 NSE C: 31.5 NSE D: 33.3 NSE E: 20.2</p> <p>Población por área de residencia en % Año 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> - Area Rural: 23.8 -Area Urbana: 75.2 	<p>Como evitar que los clientes se vayan sin pagas: el sistema se está probando con éxito en un número limitado de restaurantes, pero al ser tan rápido todo el proceso como se asegura el camarero que una determinada mesa ya efectuó el pago. Por tal motivo se está trabajando con un sistema de notificaciones que evite situaciones embarazosas reconoce Matthew Roberts, CEO de OpenTable.</p>	<p>Reciclaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - No todos los productos que se emplean en el restaurante son reciclables o el grado en que puedan serlos es muy bajo; por eso. <p>Capacitar al personal en cuanto a la clasificación de los desechos y formas de reciclaje</p>
	<p>Fuente: INEI – Análisis Económico BBVA Research Perú – Diario Gestión</p>	<p>Fuente: INEI- IPSOS</p>	<p>Fuente: INEI - APEIM</p>	<p>Fuente: Calaña Gonzales, Chais Esvety. (Gestión de restaurantes) – El Confidencial.com.</p>	<p>Fuente: http://www.gestionrestaurantes.com</p>

Nota: Análisis de tendencias en el sector restaurantes mediante una evaluación de los cinco principales factores de la matriz SEPTe.

4.1.2 Análisis del Microentorno - Cadena De Valor

Actividades Primarias

1. Logística Interna

La logística interna en este sector, que está conformado por restaurantes y snack que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, se da con valor agregado, a partir del proceso de recepción de la materia prima para agilizarlo, y el correcto almacenaje de estos, manteniéndolos en condiciones adecuadas para su conservación.

2. Operaciones

En el sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, brindan un valor agregado a cada una de las operaciones que comprenden las actividades de preparación y cocción de los alimentos, logrando así a partir de la buena sazón, transformar las materias primas en platos deliciosos.

3. Logística externa

El sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque. Cuenta con proveedores que le dan valor agregado a la venta a partir de la correcta distribución del producto desde punto de origen hasta donde se almacena los insumos y materia prima en el

restaurante o snack, y se encargan de que estos productos lleguen en correctas condiciones para su posterior consumo.

4. Mercadotecnia y Ventas

En el sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, se hace publicidad a partir de la experiencia de servicio, que permite la reiterada visita del cliente.

5. Servicios

El sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, está dirigido a trabajadores de los medios de transporte, empresas cercanas y personas en general, que transcurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, en horas de desayuno y almuerzo, de acuerdo a las expectativas del cliente, brindándoles lo mejor para el logro de su satisfacción.

Actividades de Apoyo

1. Infraestructura

En el sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, cuentan con infraestructura adecuada para la ubicación de estos, la cual es accesible a las personas que requieran este servicio. En la ciudad de Chiclayo, se verifican además los temas legales y fiscales

relacionados con el funcionamiento, por lo que es necesario tener en orden las licencias.

2. Administración de los recursos de apoyo

En el sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, dirigido por personas que tienen experiencia cocinando para este rubro y buena sazón a pesar de no tener estudios técnicos. En cuanto al personal de atención la calidad en el trato es regular.

3. Desarrollo de la tecnología

En el sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, cuentan con establecimientos que se preocupan por tecnología básica para la correcta conservación de alimentos.

4. Abastecimiento

En el sector que está conformado por restaurantes y snacks que se encuentran dentro de las agencias de transporte ubicados en Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, cuenta con mercados proveedores “Mercado Mayorista de Moshoqueque”, “Mercado Modelo”, “Mercado Mayorista Macro”, que permiten obtener productos calidad en grandes cantidades y a bajo costo los cuáles son cuidadosamente seleccionados y en las mejores condiciones posibles.

4.1.3 Cinco fuerzas de Porter

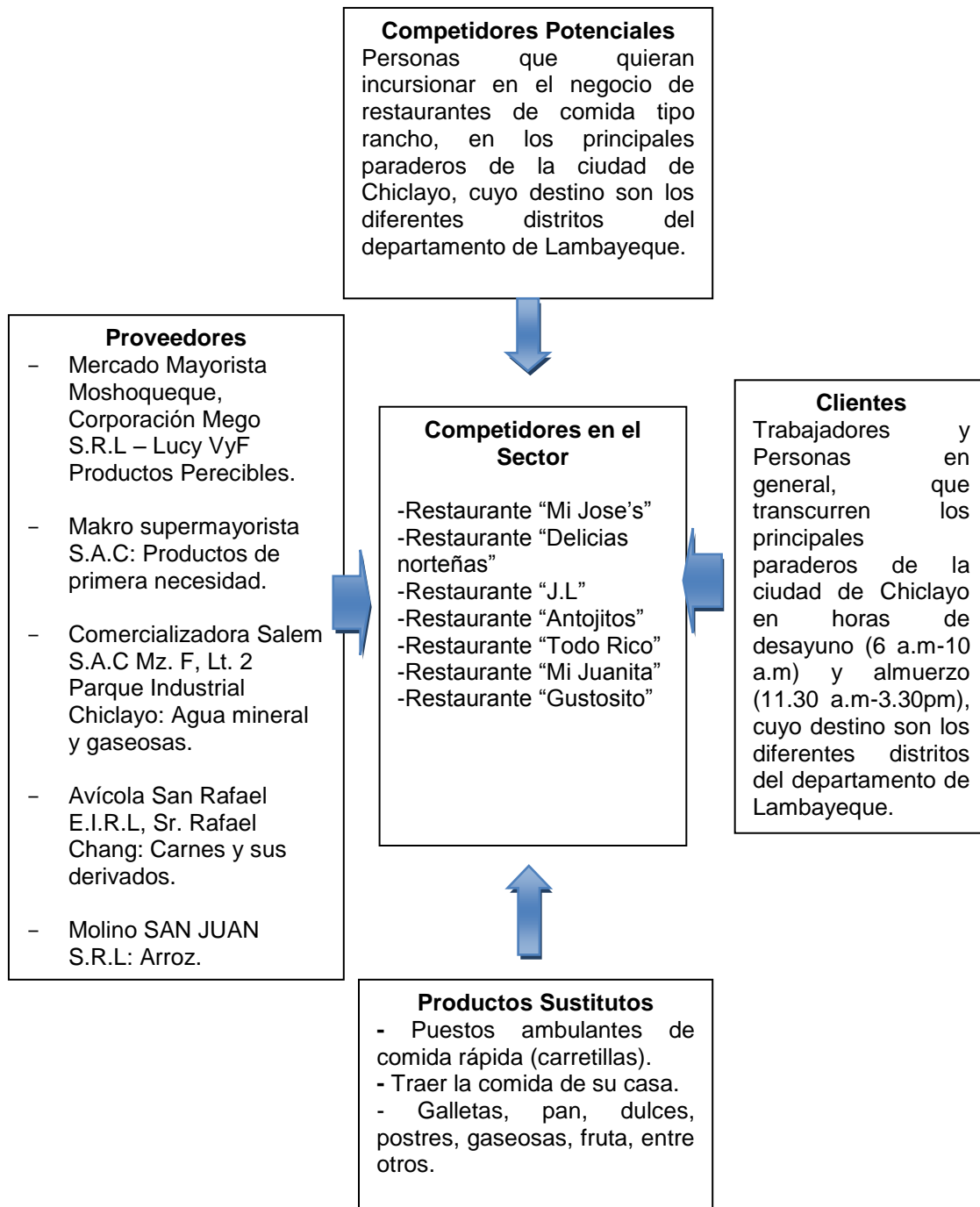


Figura 1: Cinco Fuerzas de Porter

Poder de negociación con Proveedores

La elección entre un proveedor y otro dependerá de varios factores a tomar en cuenta, entre ellos la localización geográfica, debido a que mientras más cercano se ubique de los locales de la cadena “Amapolas” más frescos llegaran los productos requeridos; además de los precios y calidad de los productos que ofrece. Lo ideal siempre sea crear alianzas estratégicas con los mismos.

Es así que la compra de los productos perecibles se realiza en el mercado mayorista Moshoqueque, en la Corporación Mego S.R.L y en Negocios Lucy V y F se compra las verduras, hortalizas, legumbres, queso, mantequilla, Pan, huevos, cereales, entre otros. En cuanto a productos no perecibles como fideos, azúcar, aceite, harinas, vinagre, entre otros, estos se compran en MAKRO Supermayorista S.A.C,

La compra de carnes y sus derivados se realiza en Avícola “San Rafael”, distribuidora que desde tempranas horas del día, nos hacen llegar el producto con el peso exacto y de la mejor calidad, además nos ofrece la posibilidad de pagarle (crédito) en horas de la tarde, lo cual es favorable dado que se podrá hacer el pedido del día siguiente. Los pescados y mariscos se compran en el mercado mayorista Modelo; la compra de agua mineral y gaseosas se hace en la Comercializadora Salem S.A.C Mz. F, Lt. 2 Parque Industrial Chiclayo; y por ultimo para la compra de arroz se hace directamente en el molino “San Juan” SRL, de 6 sacos hacia delante, con el fin de obtenerlos a un menor precio pero de la misma calidad.

Por lo tanto, es importante propiciar una relación cordial donde ambos (restaurante – proveedor) se beneficien, no solo a corto plazo sino también para crear alianzas y fidelización en un largo plazo, no descuidando el proceso del restaurante, basado en la calidad de sus insumos.

Poder de negociación con Clientes

El Restaurante “Amapolas” está dirigido a clientes que desean pasar un momento agradable, con el sabor y calidad de un plato de comida; para lo cual utiliza la fuerza de ventas (mozos) como el canal de comunicación que lograra satisfacer las necesidades de los mismos con el fin de convertirlos en clientes leales al restaurante en horas de desayuno (6 a.m-10 a.m) y almuerzo (11.30 a.m-3.30pm), cuyo destino son los diferentes distritos del departamento de Lambayeque; es por ello que teniendo en cuenta el grado de poder de negociación que tienen los clientes, estamos dispuestos a proveer su máxima satisfacción, a través de la técnica AIDA:

- **ATENCIÓN** del cliente: Atraer la atención del comprador hacia lo que se está ofreciendo, lo que implica romper una barrera llamada “indiferencia”. El encargado de las ventas es quien considera cual es el momento oportuno para ayudar al cliente a decidirse por la comprar y persuadirlo para que actúe sin demora.
- Crear y retener el **INTERÉS** del cliente: los platos que se ofrecen en “Amapolas” permiten que el consumidor se sienta satisfecho y confiable de consumirlos.
- Crear, despertar el **DESEO** por adquirir lo que se está ofreciendo: en “Amapolas” el servicio que se brinda es realmente de calidad.
- Llevar al cliente hacia la **ACCIÓN** y cerrar la venta: el encargado de las ventas (mozo) es quien brinda las ventajas del producto que “Amapolas” ofrece, lo cual implica que dicho producto es realizado y supervisado por su chef especialista en platos criollos.
- Con el objetivo de fidelizar a los clientes y posicionarse en el mercado, ofreciéndoles los atributos que buscan en un restaurante, es decir, cubriendo sus expectativas; y de esta manera, satisfacer la demanda existente en los paraderos.

Rivalidad entre competidores actuales

Actualmente, existen tres restaurantes, “Mi Jose’s” y “Rico’s”, aledaños al restaurante “Amapolas”, que se ubica en el paradero No. 1

Sin embargo, para “Amapolas” no son competencia, pues aunque el público objetivo es el mismo, el servicio que ellos ofrecen no se compara. Esto debido a que en “Amapolas” además de generar utilidades, busca la satisfacción de los clientes que frecuentan cada local de la cadena de restaurantes.

Pero, a la competencia que debemos enfocarnos para conocer sus fortalezas y/o debilidades será a los cuatro restantes principales paraderos de Chiclayo, ya que la cadena de restaurantes “Amapolas” será un nuevo plan de negocio que sufrirá de dichas amenazas. A continuación detallamos los principales restaurantes en dichos paraderos:

- Paradero No.1: Restaurante “Mi Jose’s” y “Ricos”
- Paradero No.2: Restaurante “Mi Lucia”.
- Paradero No.3: Restaurante “Delicias” y 5 puestos ambulantes.
- Paradero No.4: Restaurante “Todo Rico” y 2 puestos ambulantes;
- Paradero No. 5: Restaurante “Gustosito” y Restaurante “Mi Juanita

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Al entrar nuevos competidores al sector e intentar obtener participación en el mercado, puede existir una reducción de precios, favoreciendo al consumidor. Además, la apertura para este tipo de negocio, sugiere una regular inversión, los trámites para su funcionamiento y puesta en marcha, no son tan complicados y existen pocas barreras de entradas para crear una cadena de restaurantes de comida tipo rancho, en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, cuyo destino son los diferentes distritos del departamento de Lambayeque.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Se consideran productos sustitutos aquellos que satisfacen la misma necesidad, dentro de estos se encuentran los puestos ambulantes (carretillas), los mercados aledaños a los paraderos, los supermercados; es decir todos los lugares donde se puede comprar alimentos para satisfacer su necesidad. Siendo estos productos de un precio relativamente menor comparado con el producto que ofrecemos en nuestro restaurante, pero que no ofrece el mismo valor nutricional.

4.1.4 Análisis FODA - Sector Restaurantes

Fortalezas

F1: El boom gastronómico.

F2: El crecimiento de la población.

F3: Disminución de la pobreza.

F4: En el 2012, el sector restaurantes aportó 0.38 puntos porcentuales al crecimiento de la producción nacional.

F5: La gastronomía peruana es una mezcla de emprendedurismo, habilidad profesional y milenario legado culinario.

Oportunidades

O1: El financiamiento permite la apertura de nuevos establecimientos (restaurantes).

O2: El financiamiento bancario al sector restaurantes siga aumentando al similar ritmo del 2012, cuando creció 19.70%

O3: Mayor afluencia de público, tanto nacional como extranjero; apoyados en acertadas estrategias publicitarias y la participación en festivales gastronómicos.

O4: Las diferentes Ferias Gastronómicas realizadas en nuestro país, entre las que destacan la Feria Gastronómica Tacna Mucho Gusto, Las Ferias

Agropecuarias y Gastronómicas y Artísticas en las provincias de Huancayo y Jauja en Junín y el Primer Festival Gastronómico Ayacucho Sabor y Tradición en la provincia de Huamanga (Ayacucho), entre otras.

O5: Los restaurantes no solo atienden a la población con mayor poder adquisitivo –en promedio gastan S/.62 por visita-, sino también a la clase D que acude a un restaurante al menos 1.8 veces al mes e invierte alrededor de S/. 10.50 cada vez.

O6: El sector restaurantes mantendrá un sólido crecimiento por el dinamismo en el empleo, los niveles de ingreso y consumo privado; además de la llegada record de más de tres millones de turistas del exterior. (Según Asbanc).

O7: Las riquezas naturales, culturales y gastronómicas, entre otras, continúan atrayendo la atención e personas de todas partes del mundo.

O8: El mayor dinamismo de la economía peruana ha permitido que la capacidad adquisitiva de los peruanos se eleve, permitiéndoles dirigir esos excedentes a diversos sectores, como el de Hoteles y Restaurantes.

Debilidades

D1: Existencia de personal con algunas falencias que no ayudan a brindar un buen servicio a los clientes.

D2: Desconocimiento del mercado objetivo en el cual se enfocaran los inversores.

D3: Alta rotación del personal.

D4: Incremento de establecimientos de comida rápida.

Amenazas

A1: Aparición de nuevos competidores con precios más atractivos.

A2: Dificultad de acceso al crédito financiero.

A3: Alza de precios de los productos por parte de los proveedores.

A4: Inflación en el mercado.

A5: Aumento en el número de puestos ambulantes.

A6: Alto número de competidores e importantes con nombres ya posicionados en el mercado.

A7: Incremento de la inseguridad ciudadana.

A8: Precios relativamente bajos de productos sustitutos.

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores internos utilizada para dar ponderación a las fortalezas y debilidades más importantes del sector restaurantes.

Tabla 16: Matriz EFI - Sector Restaurantes

MATRIZ EFI – Evaluación de Factores Internos			
Fortalezas	Peso	Calificación	Total Ponderado
F1: El boom gastronómico.	0.12	4	0.48
F2: El crecimiento de la población.	0.11	4	0.44
F3: Disminución de la pobreza.	0.11	4	0.44
F4: En el 2012, el sector restaurantes apporto 0.38 puntos porcentuales al crecimiento de la producción nacional.	0.08	3	0.24
F5: La gastronomía peruana es una mezcla de emprendedurismo, habilidad profesional y milenario legado culinario.	0.08	3	0.24

Nota: Evaluación de las fortalezas del sector restaurantes según la Matriz EFI. Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 17: Matriz EFI - Sector Restaurantes

MATRIZ EFI – Evaluación de Factores externos			
Debilidades	Peso	Calificación	Total Ponderado
D1: Existencia de personal con algunas falencias que no ayudan a brindar un buen servicio a los clientes.	0.1	1	0.1
D2: Desconocimiento del mercado objetivo en el cual se enfocaran los inversores.	0.1	1	0.1
D3: Alta rotación del personal.	0.15	2	0.3
D4: Incremento de establecimientos de comida rápida.	0.15	2	0.3
Total	1		2.64

Nota: Evaluación de las debilidades del sector restaurantes según la Matriz EFI con un total ponderado de 2.64. Fuente: Elaboración Propia.

Los valores de las calificaciones son los siguientes:			
1 = debilidad mayor	2 = debilidad menor	3 = fortaleza menor	4 = fortaleza mayor

Teniendo en cuenta el ponderado total de 2.64 de la matriz EFI nos muestra que el sector restaurantes, se encuentra en una posición interna medianamente fortalecida ya que el boom gastronómico junto al crecimiento de la población son favorables para la prestación de este tipo de negocios, sin embargo, al ser un restaurant nuevo se habrá que poner mayor ímpetu en dar a conocer la marca y su posicionamiento, además, las personas reflejaran incertidumbre financiera al ser este, aun no conocido.

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores externos utilizada para dar ponderación a las oportunidades y amenazas más importantes del sector restaurantes.

Tabla 18: Matriz EFE - Sector Restaurantes

MATRIZ EFE – Evaluación de Factores Externos			
Oportunidades	Peso	Calificación	Total Ponderado
O1: El financiamiento permite la apertura de nuevos establecimientos (restaurantes).	0.05	4	0.20
O2: El financiamiento bancario al sector restaurantes siga aumentando al similar ritmo del 2012, cuando creció 19.70%	0.06	4	0.24
O3: Mayor afluencia de público, tanto nacional como extranjero; apoyados en acertadas estrategias publicitarias y la participación en festivales gastronómicos.	0.05	4	0.20
O4: Las diferentes Ferias Gastronómicas realizadas en nuestro país, entre las que destacan la Feria Gastronómica Tacna Mucho Gusto, Las Ferias Agropecuarias y Gastronómicas y Artísticas en las provincias de Huancayo y Jauja en Junín y el Primer Festival Gastronómico Ayacucho Sabor y Tradición en la provincia de Huamanga (Ayacucho), entre otras.	0.05	3	0.15
O5: Los restaurantes no solo atienden a la población con mayor poder adquisitivo –en promedio gastan S/.62 por visita-, sino también a la clase D que acude a un restaurante al menos 1.8 veces al mes e invierte alrededor de S/. 10.50 cada vez.	0.08	4	0.32
O6: El sector restaurantes mantendrá un sólido crecimiento por el dinamismo en el empleo, los niveles de ingreso y consumo privado; además de la llegada record de más de tres millones de turistas del exterior.	0.08	4	0.32
O7: Las riquezas naturales, culturales y gastronómicas, entre otras, continúan atrayendo la atención e personas de todas partes del mundo.	0.05	3	0.15
O8: El mayor dinamismo de la economía peruana ha permitido que la capacidad adquisitiva de los peruanos se eleve, permitiéndoles dirigir esos excedentes a diversos sectores, como el de Hoteles y Restaurantes.	0.08	4	0.32

Tabla 19: Matriz EFE - Sector Restaurantes

MATRIZ EFE – Evaluación de Factores Externos			
Amenazas	Peso	Calificación	Total Ponderado
A1: Aparición de nuevos competidores.	0.05	1	0.05
A2: Posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar características propias.	0.08	2	0.16
A3: Alza de precios de los productos por parte de los proveedores.	0.06	1	0.06
A4: Aumento en el número de puestos ambulantes.	0.06	1	0.06
A5: Alta fiscalización de entidades reguladoras que puedan poner trabas o implementar normas que nos perjudiquen.	0.07	2	0.14
A6: Alto número de competidores e importantes con nombres ya posicionados en el mercado.	0.05	1	0.05
A7: Bajo costo de cambio de los consumidores.	0.8	2	0.16
A8: Precios relativamente bajos de productos sustitutos.	0.05	1	0.05
Total	1		2.63

Nota: Evaluación de las amenazas del sector restaurantes según la Matriz EFE con un total ponderado de 2.63. Fuente: Elaboración Propia

Los valores de las calificaciones son los siguientes:			
1 = amenaza mayor	2 = amenaza menor	3 = oportunidad menor	4 = oportunidad mayor

Teniendo en cuenta el ponderado total de 2.63 de la matriz EFE nos muestra que el sector restaurantes se encuentra en un contexto competitivo y favorable para nuestra futura cadena de restaurantes, debido a la existencia de un crecimiento en el financiamiento bancario; permitiendo la apertura de un establecimiento y la afluencia de público no solo de un nivel socioeconómico alto, sino también, de niveles inferiores por el gran dinamismo en el empleo. Sin embargo las amenazas están latentes en este tipo de negocios, principalmente por la aparición de nuevos competidores.

Análisis del FODA: Cruce

Tabla 20: FODA Cruzado - Parte I

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1: El boom gastronómico.	D1: Existencia de personal con algunas falencias que no ayudan a brindar un buen servicio a los clientes.
	F2: El crecimiento de la población.	D2: Desconocimiento del mercado objetivo en el cual se enfocaran los inversores.
	F3: Disminución de la pobreza.	D3: Alta rotación del personal.
	F4: En el 2012, el sector restaurantes apporto 0.38 puntos porcentuales al crecimiento de la producción nacional.	D4: Incremento de establecimientos de comida rápida.
	F5: La gastronomía peruana es una mezcla de emprendedurismo, habilidad profesional y milenario legado culinario.	
Oportunidades:		
O1: El financiamiento permite la apertura de nuevos establecimientos (restaurantes).		
O2: El financiamiento bancario al sector restaurantes siga aumentando al similar ritmo del 2012, cuando creció 19.70%	Buscar un financiamiento para aperturar la cadena de restaurantes. (F1, O1).	Realizar un estudio de mercado para identificar el mercado objetivo al cual se dirige el negocio. (D2, O3).
O3: Mayor afluencia de público, tanto nacional como extranjero; apoyados en acertadas estrategias publicitarias y la participación en festivales gastronómicos.	Ingresar a nuevos mercados potenciales, es decir tener como mercado objetivo segmentos C, D y E (F3, O8)	Capacitación constante al personal para que brinden un servicio de calidad con respeto y orientado a que el cliente siempre regrese al restaurante. (D1, O5)
O4: Las diferentes Ferias Gastronómicas realizadas en nuestro país, entre las que destacan la Feria Gastronómica Tacna Mucho Gusto, Las Ferias Agropecuarias y Gastronómicas y Artísticas en las provincias de Huancayo y Jauja en Junín y el Primer Festival Gastronómico Ayacucho Sabor y Tradición en la provincia de Huamanga (Ayacucho), entre otras	Participar en festivales gastronómicos con una propuesta diferente de un restaurante especializado en un tipo específico de comida, ya sea de algún a región o algún tipo de fusión.(F2, O3	

Nota: Análisis del FODA cruzado entre las oportunidades, fortalezas y debilidades para determinar la estrategia del estudio de mercado y técnico operativo respectivamente. Fuente: elaboración propia.

Tabla 21: FODA Cruzado - Parte II

	Fortalezas	Debilidades
MATRIZ FODA	F1: El boom gastronómico.	D1: Existencia de personal con algunas falencias que no ayudan a brindar un buen servicio a los clientes.
	F2: El crecimiento de la población.	D2: Desconocimiento del mercado objetivo en el cual se enfocaran los inversores.
	F3: Disminución de la pobreza.	D3: Alta rotación del personal.
	F4: En el 2012, el sector restaurantes apporto 0.38 puntos porcentuales al crecimiento de la producción nacional.	D4: Incremento de establecimientos de comida rápida
	F5: La gastronomía peruana es una mezcla de emprendedurismo, habilidad profesional y milenario legado culinario.	
Oportunidades:		
O5: Los restaurantes no solo atienden a la población con mayor poder adquisitivo –en promedio gastan S/.62 por visita-, sino también a la clase D que acude a un restaurante al menos 1.8 veces al mes e invierte alrededor de S/. 10.50 cada vez.		
O6: El sector restaurantes mantendrá un sólido crecimiento por el dinamismo en el empleo, los niveles de ingreso y consumo privado; además de la llegada record de más de tres millones de turistas del exterior. (Según Asbanc).		
O7: Las riquezas naturales, culturales y gastronómicas, entre otras, continúan atrayendo la atención e personas de todas partes del mundo.		
O8: El mayor dinamismo de la economía peruana ha permitido que la capacidad adquisitiva de los peruanos se eleve, permitiéndoles dirigir esos excedentes a diversos sectores, como el de Hoteles y Restaurantes.		

Nota: Análisis del FODA cruzado entre las oportunidades, fortalezas y debilidades para determinar la estrategia del estudio de mercado y técnico operativo respectivamente. Fuente: elaboración propia.

Tabla 22: FODA Cruzado - Parte III

MATRIZ FODA	Fortalezas	Debilidades
	F1: El boom gastronómico.	D1: Existencia de personal con algunas falencias que no ayudan a brindar un buen servicio a los clientes.
	F2: El crecimiento de la población.	D2: Desconocimiento del mercado objetivo en el cual se enfocaran los inversores.
	F3: Disminución de la pobreza.	D3: Alta rotación de personal.
	F4: En el 2012, el sector restaurantes aporó 0.38 puntos porcentuales al crecimiento de la producción nacional. F5: La gastronomía peruana es una mezcla de emprendedurismo, habilidad profesional y milenarismo legado culinario.	D4: Incremento de establecimientos de comida rápida.
Amenazas	Realizar alianzas con algunos proveedores, es decir contratos por un periodo mayor de tiempo para garantizar no solo la calidad de los productos, sino también el precio, debido a que se comprara en cantidad. (F5,A3)	<p>Estudiar a profundidad las características del mercado objetivo al cual se decide satisfacer e ir innovando constante para ofrecerles lo que desean. (D2,A1)</p> <p>Realizar una cuidadosa selección del personal, basándose en lo que se quiere ofrecer en cuanto a servicio, se considerando además de la experiencia las recomendaciones u opiniones de sus anteriores empleadores.(D1, A6)</p>
A1: Aparición de nuevos competidores.	Buscar que ingresen a nuevos mercados dirigiéndose a segmentos diferentes o dirigirse al mismo mercado pero con un producto diferente al que ya ofrecen.(F3, A6)	
A2: Posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar características propias.	Diferenciarse de la competencia y ofrecer el paquete completo, más allá de un buen producto, este debe estar acompañado de un excelente servicio y un ambiente agradable.(F1,A2)	
A3: Alza de precios de los productos por parte de los proveedores.		
A4: Inflación en el mercado.		
A5: Alta fiscalización de entidades reguladoras que puedan poner trabas o implementar normas que nos perjudiquen.		
A6: Alto número de competidores e importantes con nombres ya posicionados en el mercado.		
A7: Bajo costo de cambio de los consumidores.		
A8: Precios relativamente bajos de productos sustitutos.		

Nota: Análisis del FODA cruzado entre las oportunidades, fortalezas y debilidades para determinar la estrategia del estudio Financiero y organizacional respectivamente. **Fuente:** elaboración propia.

4.1.5 Análisis FODA – Restaurante “Amapolas”

Fortalezas

F1: Alta calidad en los productos que ofrece.

F2: Precios accesibles.

F3: Localización estratégica por ubicarse cerca a los paraderos más concurridos de la ciudad de Chiclayo.

F4: Buena atención al cliente en comparación con la competencia.

F5: Adecuada infraestructura del local.

Debilidades

D1: Atención deficiente del público en horas punta.

D2: Falta de Seguridad dentro y fuera del establecimiento.

D3: Bajo Posicionamiento del producto en el mercado.

D4: Ser restaurante nuevo.

Oportunidades

O1: Apertura nuevas sucursales.

O2: Mercado en crecimiento (demanda). Mayor afluencia de público, tanto nacional como extranjero; apoyados en acertadas estrategias publicitarias y la participación en festivales gastronómicos.

O3: Desarrollar fidelidad en los clientes.

O4: Introducir nuevos productos.

O5: La gran facilidad que existe en el mercado de obtener un financiamiento en entidades financieras

Amenazas

A1: Incremento de los precios de los insumos.

A2: Realización de obras de alcantarillado y saneamiento.

A3: Fenómeno de la niña.

A4: Alta fiscalización de entidades reguladoras que pueden poner trabas o implementar normas que nos perjudiquen.

A5: Precios relativamente bajos en productos sustitutos.

A6: Incremento de la competencia que imiten las características.

A7: Si el dueño del local no quiera continuar con el contrato de alquiler.

Matriz De Evaluación De Factores Internos (EFI)

A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores internos utilizada para dar ponderación a las fortalezas y debilidades más importantes del restaurante "Amapolas".

Tabla 23: Matriz EFI - Restaurante "Amapolas"

MATRIZ EFI – Evaluación de Factores Internos			
Fortalezas	Peso	Calificación	Total Ponderado
Alta calidad en los productos que ofrece.	0.12	4	0.48
Precios accesibles.	0.11	4	0.44
Localización estratégica.	0.11	4	0.44
Buena atención al cliente en comparación con la competencia.	0.08	3	0.24
Adecuada Infraestructura del local	0.08	3	0.24
Debilidades			
Atención deficiente del público en horas punta.	0.15	1	0.15
Falta de Seguridad dentro y fuera del establecimiento.	0.15	1	0.15
Bajo Posicionamiento del producto en el mercado.	0.1	2	0.2
Ser restaurant nuevo	0.1	2	0.2
Total	1		2.54

Nota: Evaluación de los Factores Internos de la Matriz EFI del Restaurante Amapolas con un total ponderado de 2.54. Fuente: Elaboración Propia

Los valores de las calificaciones son los siguientes:			
1 = Debilidad	2 = Debilidad	3 = Fortaleza	4 = Fortaleza

Mayor	Menor	Menor	Mayor
--------------	--------------	--------------	--------------

Teniendo en cuenta el ponderado total de 2.54 de la matriz EFI nos muestra que el sector restaurantes, se encuentra en una posición interna medianamente fortalecida ya que el boom gastronómico junto al crecimiento de la población son favorables para la prestación de este tipo de negocios, sin embargo, al ser un restaurant nuevo se habrá que poner mayor ímpetu en dar a conocer la marca para lograr posicionarse rápidamente en las personas que reflejan mayor incertidumbre financiera.

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

A continuación, se presenta la matriz de evaluación de factores externos utilizada para dar ponderación a las oportunidades y amenazas más importantes del restaurante Amapolas.

Tabla 24: Matriz EFE - Restaurante "Amapolas"

MATRIZ EFE – Evaluación de Factores externos			
Oportunidades	Peso	Calificación	Total Ponderado
Apertura de nuevas sucursales	0.13	4	0.52
Mercado en crecimiento (demanda). Mayor afluencia del público tanto nacional como extranjero.	0.11	4	0.44
Desarrollar fidelidad en los clientes.	0.05	3	0.15
El incursionar en ferias gastronómicas realizadas a nivel regional.	0.05	4	0.2
Introducir nuevos productos.	0.08	4	0.32
La gran facilidad que existe en el mercado de obtener un financiamiento en entidades financieras.	0.08	4	0.32

Nota: Evaluación de las oportunidades de la Matriz EFE del Restaurante Amapolas. Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25: Matriz EFE - Restaurante "Amapolas"

MATRIZ EFE – Evaluación Factores Externos			
Amenazas	Peso	Calificación	Total Ponderado
Incremento en los precios de los insumos.	0.08	1	0.08
Realización de obras de alcantarillado y saneamiento.	0.07	1	0.07
Fenómeno de la niña	0.06	1	0.06
Alta fiscalización de entidades reguladoras que puedan poner trabas o implementar normas que nos perjudiquen.	0.07	2	0.14
Precios relativamente bajos en productos sustitutos.	0.05	1	0.05
Incremento de la competencia que imiten las características.	0.05	2	0.1
Que el dueño del local no quiere continuar con el contrato de alquiler.	0.07	1	0.07
Total	1		2.52

Nota: Evaluación de las amenazas de la Matriz EFE del Restaurante Amapolas con un total ponderado de 2.52. Fuente: Elaboración Propia

Los valores de las calificaciones son los siguientes:			
1 = amenaza mayor	2 = amenaza menor	3 = oportunidad menor	4 = oportunidad mayor

Teniendo en cuenta el ponderado total de 2.52 de la matriz EFE nos muestra que el sector restaurantes, se encuentra en un contexto competitivo y favorable para una futura cadena de restaurantes, ya que cada año, hay un crecimiento tanto en el financiamiento bancario, permitiendo la apertura de un establecimiento, así como, de la afluencia de público no solo de un nivel socioeconómico alto, sino también, de niveles inferiores por el gran dinamismo en el empleo; sin embargo, las amenazas están latentes en este tipo de negocios, principalmente por competidores ya posicionados en el mercado.

Análisis del FODA: Cruce

Tabla 26: FODA Cruzado Restaurante "Amapolas"

	Fortalezas:	Debilidades:
Matriz FODA	F1: Alta calidad en los productos que ofrece.	D1: Atención deficiente en horas punta
	F2: Precios accesibles.	D2: Falta de seguridad.
	F3: Localización estratégica.	D3: Bajo posicionamiento.
	F4: Buena atención al cliente.	D4: Ser restaurante nuevo.
	F5: Adecuada infraestructura del local.	
Oportunidades:	Realizar alianzas estratégicas con los paraderos, con la finalidad de obtener mayor clientela. Por ejemplo por cada 20 clientes se les puede brindar el almuerzo al chofer y cobrador (F4, O1). Se debe presentar un medio de distracción (música, tv), que permita al cliente distraerse en las horas punta, con la finalidad de brindar un mejor servicio.(F4,O2).	Capacitar al personal para que brinden un servicio de calidad, con respeto y sobre todo orientado a que el cliente siempre regrese al restaurante. (D1,O2). Innovar en recetas, nuevos platos, menús, sugerencias, bebidas; nuevos sabores, y postres. Según las posibilidades que se tengan, atraerá un cierto número de clientes con ganas de probar propuestas distintas a las que ofrecen la generalidad de nuestros competidores. (D4,O4)
O1: Apertura de nuevas sucursales.		
O2: Mercado en crecimiento (demanda).		
O3: Desarrollar fidelidad en los clientes.		
O4: Introducir nuevos productos.		
O5: La gran facilidad que existe en el mercado de obtener un financiamiento en entidades financieras		
Amenazas:	Realizar alianza con algunos proveedores para obtener un buen precio en base a la cantidad que se le compra, sin sacrificar calidad por precio (F1, A1). Si los clientes no pueden llegar al local porque las obras se lo impiden, se puede hacer delivery y llevarles la comida al paradero en el que se encuentran. (F5,A2)	Buscar diferenciarse, si se ofrece un plato de comida sabrosa, acompañarlo de una excelente atención al cliente y un ambiente limpio y agradable. Esto se lograra capacitando al personal en prácticas de higiene y atención. (D3,A6)
A1: Incremento de los precios de los insumos.		
A2: Realización de obras de alcantarillado y saneamiento		
A3: Fenómeno de la niña.		
A4: Alta fiscalización de entidades reguladoras que pueden poner trabas o implementar normas que nos perjudiquen.		
A5: Precios relativamente bajos en productos sustitutos		
A6: Incremento de la competencia que imiten las características.		
A7: Que el dueño del local no quiera continuar con el contrato de alquiler.		

Nota: Análisis del FODA cruzado del restaurante "Amapolas" para determinar la estrategia de mercado, técnico operativo, organizacional normativa y económica financiero para la operatividad de nuestra cadena de restaurantes. Fuente: Elaboración propia.

4.1.6 Axiología de la empresa

Misión y Visión de la empresa

Visión

“Ser reconocidos como una cadena de restaurantes líder en la ciudad de Chiclayo, distinguiéndonos por brindar un servicio y atención de calidad a nuestros más exigentes clientes”.

Misión

“Somos una empresa que nos centramos en ofrecer la mejor opción de comida tipo rancho y un servicio de calidad, con el propósito de satisfacer a los más exigentes clientes”.

Valores De Los Colaboradores Y Dueños De “Amapolas”

La práctica de estos valores mejorará el desempeño de tu trabajo.

- **Respeto**, a las personas en cuanto a sus valores, derechos, credos y convicciones individuales.
- **Calidad**, de los productos que se ofrecen, aptos para el consumo humano, cumpliendo con todas las normas sanitarias. Además del servicio brindado, diferenciándose por la amabilidad y calidez de los colaboradores del restaurante.
- **Responsabilidad**, con el medio ambiente en cuanto a su preservación y cuidado, con los colaboradores cumpliendo puntualmente con sus pagos y con los clientes ofreciéndoles un producto y servicio de calidad.
- **Lealtad**, manifestar fidelidad y congruencia con la misión, filosofía y valores de la empresa en el desempeño cotidiano y cumplir con las funciones dadas. Demostrar hacia el interior y exterior de nuestro trabajo un sano y franco sentimiento de identificación, orgullo y defensa del nombre, prestigio e intereses de la cadena de restaurantes, como muestra de fidelidad y sentido de pertenencia laboral y profesional.

- **Empatía**, pensar y adecuar los actos buscando la satisfacción del cliente como propia. Ponernos en los zapatos de nuestros comensales y a hacer las cosas como deseamos sean hechas para nosotros.
- **Honestidad**, ser transparentes con los clientes y colaboradores, no prometer si no se puede cumplir lo acordado.
- **Trabajo en equipo**, convivencia cordial, de colaboración y apoyo en el trabajo.

Objetivos estratégicos competitivos del negocio

- Brindar un mejor servicio a los clientes, satisfaciendo sus necesidad de alimento y que se sientan acogidos e identificados con nuestra empresa a través de la atención que le brindamos y la comida que le ofrecemos.
- Atraer a nuevos clientes por nuestra buena calidad de servicio y la buena comida, y así poder fidelizarlos.
- Fortalecer nuestras alianzas estratégicas con nuestros proveedores.
- Crear un clima de confianza con nuestro personal y clientes para lograr el bienestar de ambas personas.
- Realizar capacitaciones a nuestro personal en servicio al cliente.

MENSAJE DE BIENVENIDA AL EQUIPO

Eres muy afortunado(a) de formar parte de nuestro equipo, en él encontrarás un ambiente acogedor, agradable y un buen equipo de trabajo.

Estamos felices de que te hayas unido a nosotros. Durante las próximas semanas aprenderás las técnicas de nuestro negocio, todos los programas y las oportunidades de ascenso que te ayudarán a triunfar.

Esperamos que puedas tener una grata experiencia con nosotros y esperamos que tu estancia sea larga ya que ahora eres parte esencial de nosotros.

¡RECUERDA! Tu esfuerzo y cooperación son esenciales en nuestra empresa.

4.2 Viabilidad de mercado

El objetivo general de esta viabilidad de mercado es determinar la oferta y demanda de la cadena de Restaurantes “Amapolas” de comida tipo rancho ubicada en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los distritos del departamento Lambayeque: Caso Amapolas.

Objetivos específicos

- Especificar el tipo y las características del producto que ofrecerá la cadena de Restaurantes de comida tipo rancho.
- Determinar la Oferta de la cadena de Restaurantes de comida tipo rancho.
- Identificar la demanda que atenderá la cadena de Restaurantes de comida tipo rancho

4.2.1 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado se realiza con el fin de dividir el mercado total del servicio de restaurantes tipo rancho en un grupo más pequeño e internamente homogéneo. Para segmentar el mercado proyectado propuesto se tomara en cuenta ciertos parámetros que defina el mercado objetivo, como el ingreso promedio de cada persona.

4.2.2 Análisis para determinar el Mercado Objetivo

Mercado Potencial: este tipo de mercado está dado por hombres y mujeres de 15 a 65 años de edad de los principales distritos del departamento de Lambayeque, lo que representa una población de 774 mil, 607 habitantes, según el censo del INEI 2007. Este es el conjunto de consumidores que no forman parte de nuestro mercado efectivo, pero en ocasiones pueden formar parte del mercado disponible.

Mercado disponible: está integrado por todos los consumidores que tienen la necesidad de disponer de este servicio de restaurantes tipo rancho y que cuentan con las características necesarias para consumirlo y/o poder disfrutarlo. Está delimitado según sus estilos de vida. Ipsos Perú (2013), señaló que los niveles socioeconómicos en el Perú son:

- Nivel Socioeconómico A: S/. 10,622.00
- Nivel Socioeconómico B: S/. 5,126.00
- Nivel Socioeconómico C: S/. 3,261.00
- Nivel Socioeconómico D: S/. 1,992.00
- Nivel Socioeconómico E: S/. 800.00

De acuerdo a esta clasificación y los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los cinco paraderos objeto de la investigación, se concluye que el 48.81% de las personas que concurren en dichos paraderos pertenecen al nivel socioeconómico D, y el 38.23% al nivel socioeconómico E.

Mercado Efectivo: está dado por personas pertenecientes al NSE D y E, considerados como clientes que pueden consumir en uno de los restaurantes de la cadena “Amapolas”. Son hombres y mujeres entre los 15 a 65 años de edad quienes consumen y hacen uso de los servicios de los restaurantes tipo rancho mientras transcurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo en horas del desayuno (6am – 10am,) y almuerzo (11.30am – 3.30pm), cuyo destino son los diferentes distritos del departamento de Lambayeque.

Tabla 27: Población por paradero

Paraderos	Paradero No.1	Paradero No.2	Paradero No.3	Paradero No.4	Paradero No.5
Población	720	980	1988	720	1680
Total					6088

Nota: Población por paradero según número de vueltas por vehículo en las horas de desayuno (6am – 10am,) y almuerzo (11.30am – 3.30pm), cuyo destino son los diferentes distritos del dpto de Lambayeque.

Mercado Objetivo: sabiendo que los restaurantes existentes solo cubren en su total a 2,900 personas de 6,088 personas de nuestro mercado efectivo; el mercado objetivo está dado por aquella demanda insatisfecha del mercado de comida tipo rancho ubicados en los cinco principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque.

4.2.3 Operacionalización de Variables del Estudio de Mercado

Tabla 28: Operacionalización de Variables - Estudio de Mercado

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES
Estudio de Mercado	El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales.	Producto	Definición
			Características
			Atributos
			Beneficios
			Sustitutos
		Oferta	Cantidad Ofertada
			Costos de Producción
			Precio
			Puntos de Venta
			Publicidad
			Competidores cercanos
	El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales	Demanda	Comunicación
			Edad
			Sexo
			Ocupación
			Zona de Residencia
			Disponibilidad a pagar.
			Grado de Instrucción
			Grupos de Influencia
Segmentos			
Motivaciones			
Percepciones			
Experiencias pasadas.			
Actitudes			
Costumbres			

Nota: Operacionalización de las variables del estudio de mercado según las dimensiones de producto, oferta y demanda para la identificación de indicadores de nuestro plan de negocio.
Fuente: Elaboración propia.

4.2.4 Resultados de la encuesta

Al aplicar las 293 encuestas distribuidas proporcionalmente entre los cinco paraderos objeto de estudio, se descubrieron aspectos que actualmente no son atendidos por los dueños de los restaurantes y puestos ambulantes aledaños; ocasionando una insatisfacción en las personas que transcurren en dichos paraderos, quienes se ven obligadas a alimentarse en estos establecimientos.

Características del producto que ofrece el restaurante

En su mayoría las personas que concurren en los principales paraderos deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante por diversos factores, el primero de ellos es la falta de tiempo. Por ejemplo en el caso de que quisieran ir a sus hogares para desayunar y/o almorzar volverían tarde a su trabajo. Otro de los factores es por costumbre o hábito, cercanía del restaurante a su lugar de trabajo y finalmente pero no menos importante por el dinero extra que significaría el gasto de pasajes de ida y vuelta a sus hogares.

En el caso de los choferes y cobradores que laboran en las empresas de transportes de los paraderos de estudio, deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante principalmente porque está cerca a su lugar de trabajo, siendo más cómodo y fácil, considerando que pueden alimentarse sin preocuparse de perder el turno de salida que les corresponde; esto debido al poco tiempo del cual disponen.

De igual modo, para aquellas personas que provienen de otros distritos les resulta más económico alimentarse en un restaurante cercano a sus paraderos que irse a comer a sus casas, debido a las distancias existentes entre los distritos y porque no tienen otro lugar donde poder satisfacer su necesidad.

Con respecto a las personas que laboran en empresas cercanas a los paraderos, estas deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante por la ubicación de éste, y por ser las “horas punta” donde se genera mayor tráfico en la ciudad, volviéndose la movilidad escasa. Por lo cual les resulta incómodo y apresurado ir a sus casas a alimentarse y regresar rápido para llegar a tiempo a su lugar de trabajo.

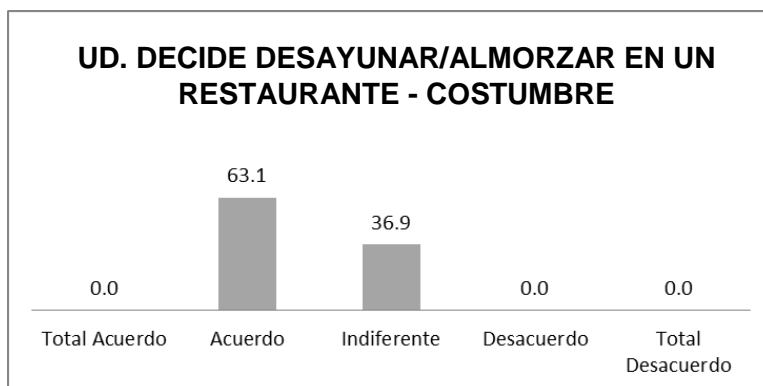


Grafico 1: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por Costumbre

El grafico N° 11 el 63% de los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo deciden desayunar y/o almorzar por costumbre en un restaurante ubicado en su paradero, puesto que, han transcurrido, transcurren y seguirán transcurriendo diariamente por cada uno de los paraderos, principalmente por motivos laborales y de estudio.

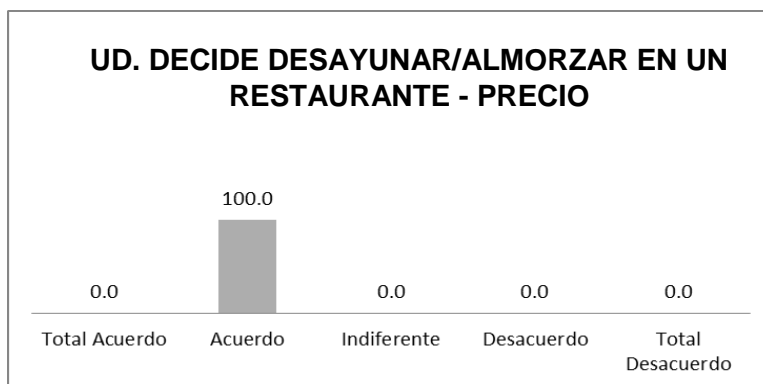


Grafico 2: Ud. decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por el precio

El grafico N°12 el 100% los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante ubicado en su paradero por el precio adecuado de los platos de la comida (desayuno o menú) que ofrecen en comparación a lo que les costaría ir hasta sus casas (transporte y tiempo).

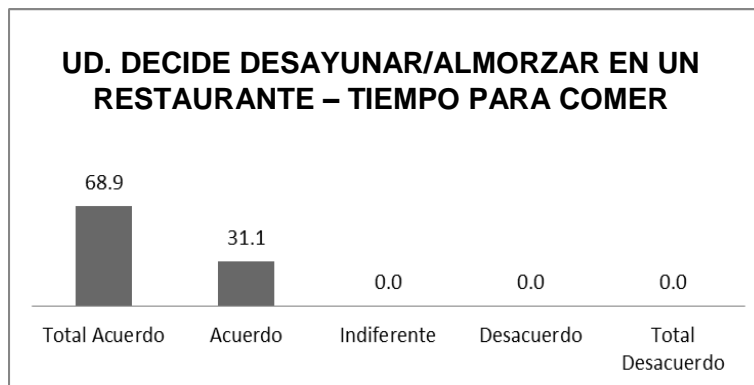


Grafico 3: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por el tiempo para comer

En el grafico N°13 el 69% de los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante ubicado en su paradero por el poco tiempo del que disponen para comer, además del ahorro de tiempo para hacer otras cosas que si viajasen hasta sus casas a hacerlo.

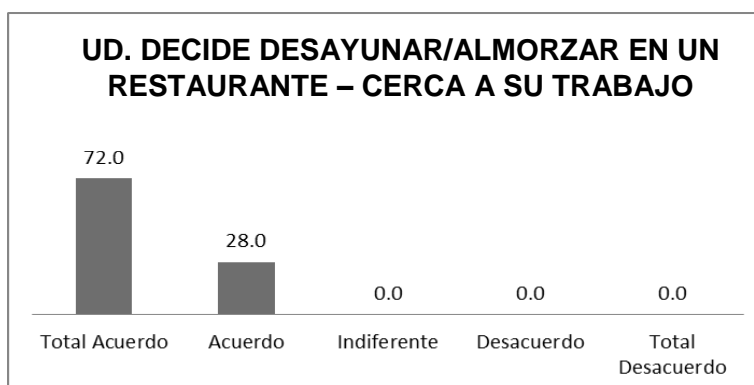


Grafico 4: UD. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque está cerca de su trabajo

El grafico N°14 nos indica que las personas que concurren en los principales paraderos deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante porque está cerca de su trabajo; esto debido a que estas personas en su mayoría provienen de los diferentes distritos del departamento.

Por otro lado consideran que los platos de comida y el servicio que se ofrece en los restaurantes están estrechamente relacionados. En el caso de los platos de comida valoran que sean hechos con ingredientes frescos y sabrosos, motivos por los que frecuentarían el restaurante.

La variedad de menú es otro punto importante a tener en cuenta, ya que a estas personas les gusta disfrutar de un plato de comida diferente todos los días, y así sentirse como en casa; es decir lo que quieren es un menú variado, sabroso y tipo rancho pero a un precio acorde con su disponibilidad económica y la calidad de plato ofrecido.

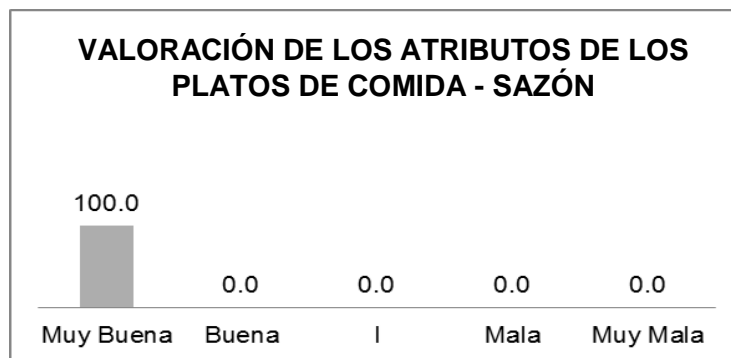


Grafico 5: Valoración de los atributos de los platos de comida - Sazón

El grafico N°17 nos indica que el 100% de las personas que concurren en los principales paraderos valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida sabrosos y exquisitos.

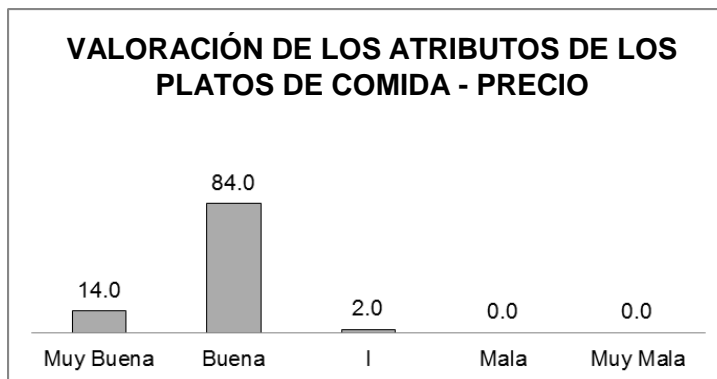


Grafico 6: Valoración de los atributos de los platos de comida - Precio

El grafico N°18 nos indica que el 84% de las personas que concurren en los principales paraderos valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida a un precio acorde con su disponibilidad económica y la calidad del mismo.

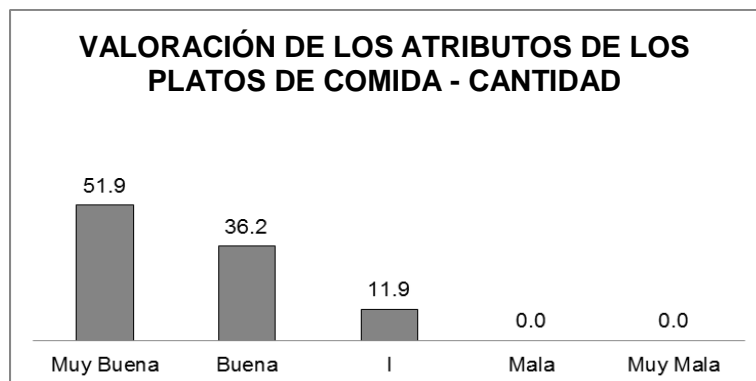


Grafico 7: Valoración de los atributos de los platos de comida - Cantidad

El grafico N°19 nos indica que el 52% de las personas que concurren en los principales paraderos valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida tipo rancho debido al desgaste físico de sus diversos trabajos y lugar de procedencia.

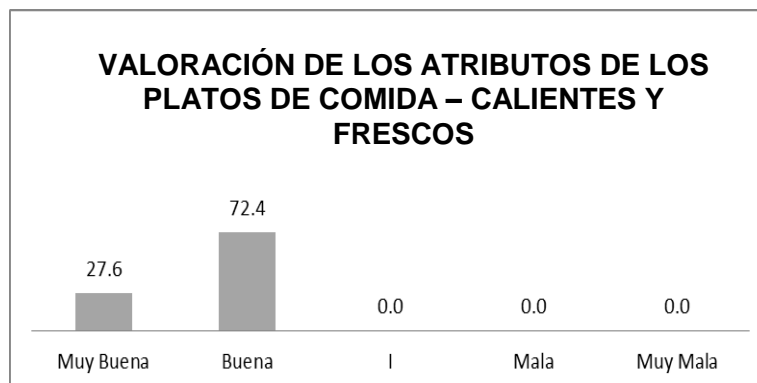


Grafico 8: Valoración de los atributos de los platos de comida Calientes y frescos

El grafico N°20 nos indica que el 72% de las personas que concurren en los principales paraderos valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida calientes y preparados con ingredientes frescos.

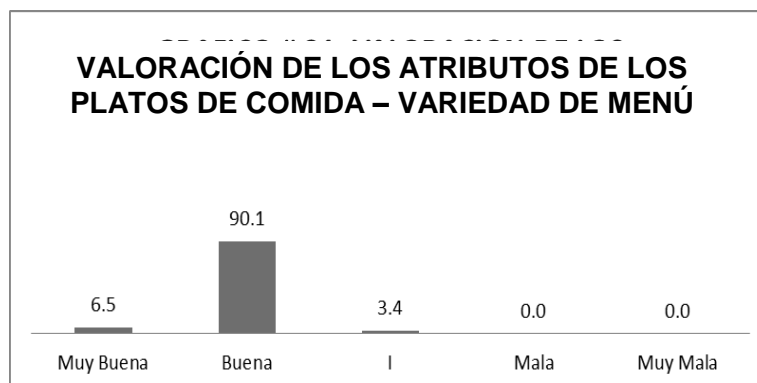


Grafico 9: Valoración de los atributos de los platos de comida - Variedad de menú

El grafico N° 21 nos indica que el 90% de las personas que concurren en los principales paraderos valorarían un restaurante que les ofrezca un menú variado diario para que les haga sentir como en casa.

En cuanto al servicio lo más importante es la limpieza del local (interna y externa), ya que actualmente los establecimientos que frecuentan para satisfacer su necesidad de alimento carecen de esta cualidad.

Asimismo la comodidad en el espacio y la atención brindada en el restaurante son aspectos que las personas valoran, pues no están dispuestos a frecuentar un restaurante donde no se les atiende amablemente ni con el respeto que se merecen. A su vez, la seguridad es otro atributo a considerar pues al tener poco tiempo para desayunar y/o almorzar, y debido a la ubicación de los paraderos, desean hacerlo con la mayor tranquilidad posible para disfrutar de su comida.

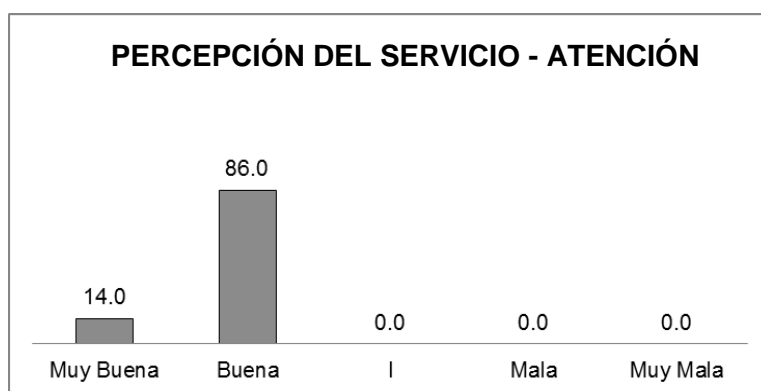


Grafico 10: Percepción del Servicio – Atención

El grafico N°22 nos indica que el 86% de las personas que concurren en los principales paraderos frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la atención es bueno.

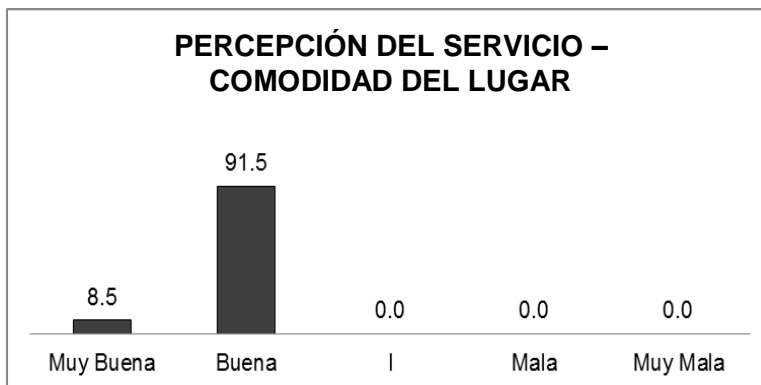


Grafico 11: Percepción del Servicio - Comodidad del lugar

El grafico N°23 nos indica que el 92% de las personas que concurren en los principales paraderos frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la comodidad del lugar es bueno.

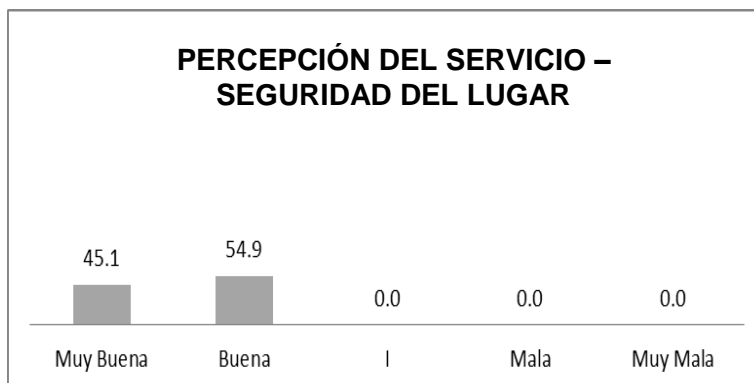


Grafico 12: Percepción del Servicio - Seguridad del lugar

El grafico N°24 nos indica que el 55% de las personas que concurren en los principales paraderos frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la seguridad del lugar es bueno.

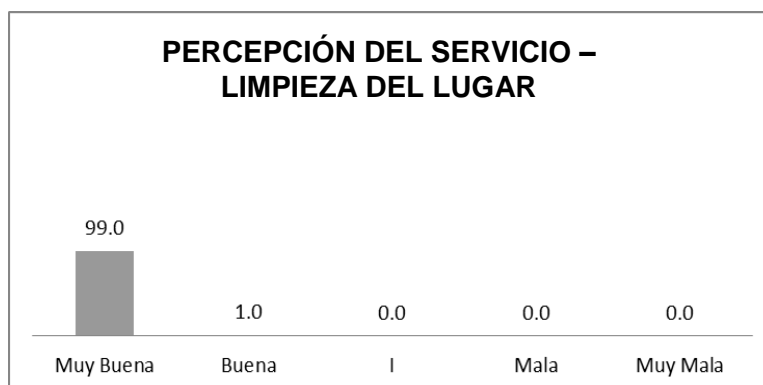


Grafico 13: Percepción del Servicio - Limpieza del lugar

El grafico N°25 nos indica que el 99% de las personas que concurren en los principales paraderos frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la limpieza del lugar es muy bueno.

Características de la Oferta

En cuanto al precio de los platos de comida tipo rancho que ofrecerá la cadena de restaurantes “Amapolas” según la disponibilidad económica de los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo oscilará de S/.4.00 a S/.5.00 por el desayuno y almuerzo respectivamente, pudiendo sufrir variaciones por fluctuaciones de mercado (costos de producción, costos de mano de obra y precios promedio de la competencia).

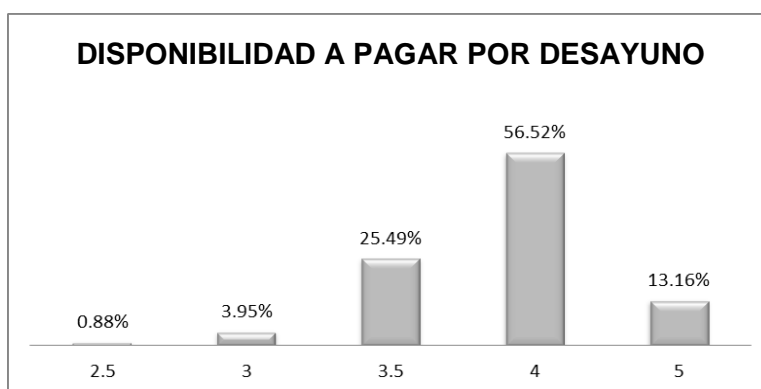


Grafico 14: Disponibilidad a Pagar - Desayuno

El grafico N°4 nos muestra que el 57% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo están dispuestas a pagar S/.4.00 por el desayuno en cada uno de los restaurantes.

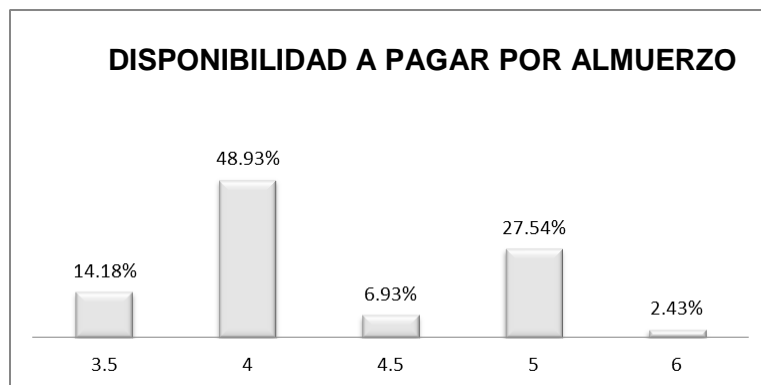


Grafico 15: Disponibilidad a Pagar - Menú

El grafico N°5 nos muestra que el 49% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar s/.4.00 por el almuerzo seguido de un 28% de personas que están dispuestas a pagar s/.5.00 por almuerzo en cada uno de los restaurantes de los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo.

Con respecto a los Competidores, en este mercado encontramos competencia directa e indirecta que tratan de crear transacciones con clientes del mismo segmento de mercado.

Tabla 29: Competidores por Paradero

N° Paradero	Competidores Directos
Paradero No.1	Restaurante “Mi Jose’s” y “Ricos”
Paradero No.2	Restaurante “Mi Lucia”.
Paradero No.3	Restaurante “Delicias” y 5 puestos ambulantes.
Paradero No.4	Restaurante “Todo Rico” y 2 puestos ambulantes.
Paradero No.5	Restaurante “Gustosito” y Restaurante “Mi Juanita”.

Competencia Directa: funciona en el mismo mercado ofreciendo los mismos productos. Actualmente cerca al **Paradero No.1** Prolongación La Primavera N°124 encontramos dos restaurantes, pero estos no ofrecen el servicio diferenciado como se ofrecerá en “Amapolas”, dos se ubican en el exterior del paradero y uno dentro del mismo. El ambiente de estos locales es reducido contando solo con 4 mesas, cada una de 4 sillas, no ofrecen un menú variado, ni brindan una buena atención al cliente.

A su vez, en el **Paradero No.2** encontramos un restaurante cuyo ambiente si es amplio, pero no existe limpieza ni orden en el mismo, la comida no es sabrosa y la atención es regular.

En el **Paradero No.3** encontramos dentro del mismo un restaurante, el cual no solo ofrece platos de comida, sino también funciona como bodega y locutorio, lo cual hace que el ambiente se reduzca y la afluencia de personas sea menor. Sin embargo al exterior de este paradero existen 5 puestos ambulantes (carretillas) que ofrecen platos de comida pero no son sabrosos, además carecen de características inherentes a todo restaurante como limpieza, comodidad, buena atención y seguridad.

En el **Paradero No.4** encontramos 1 restaurante y dos puestos ambulantes (carretillas), las cuales al igual que en el paradero anterior, los platos de comida no son sabrosos, carecen de limpieza, comodidad, buena atención y seguridad.

Y en el último **Paradero No.5** encontramos dos restaurantes ubicados en el interior del mismo, los cuales tienen un espacio reducido, de apariencia desaliñada, la comida que ofrecen no es sabrosa, cuentan con 4 mesas de 4 sillas cada una y la atención no es buena.

Con respecto a la **competencia Indirecta**, encontramos varios competidores como las bodegas, snack, supermercados, o algún otro establecimiento que ofrezca aperitivos pequeños que puedan satisfacer en menor proporción su necesidad de alimento.

Características de la Demanda:

Las principales características de las personas que concurren a los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque, son las siguientes:

Un gran número de los choferes y cobradores que laboran para las empresas de transportes de dichos paraderos, residen en los diferentes distritos del departamento de Lambayeque; por tanto suelen acudir a diario a los

restaurantes o puestos ambulantes cercanos a sus respectivos paraderos para satisfacer su necesidad de alimento. De esta manera pueden vigilar sus vehículos y estar pendientes de su turno de salida para su próximo viaje.

En el caso de los profesionales independientes que laboran en empresas cercanas a estos paraderos como hoteles, mecánicas, ferreterías, boticas, bodegas entre otras; también se alimentan en los restaurantes ubicados en los alrededores. Estas personas tienen un ingreso mensual entre s/.1500.00 y s/.3000.00 nuevos soles en promedio, por lo que están dispuestos a pagar entre s/. 5.00 y s/. 6.00 nuevos soles por el desayuno y almuerzo respectivamente. Por lo tanto, no frecuentarían puestos ambulantes (carretilas), snack u otros. Por ser establecimientos informales que no se caracterizan por la buena sazón ni mucho menos por la limpieza, atención, comodidad y seguridad.

De otro lado, los profesionales dependientes y estudiantes que tienen que viajar a diario a la ciudad de Chiclayo desde su distrito por trabajo y/o estudios, satisfacen su necesidad de alimento en sus respectivos paraderos por no disponer del tiempo suficiente para regresar a su distrito; por lo que frecuentarían los restaurantes cercanos si estos ofrecen platos de comida agradables a su paladar, además de otros atributos como una buena atención, limpieza, comodidad y seguridad.

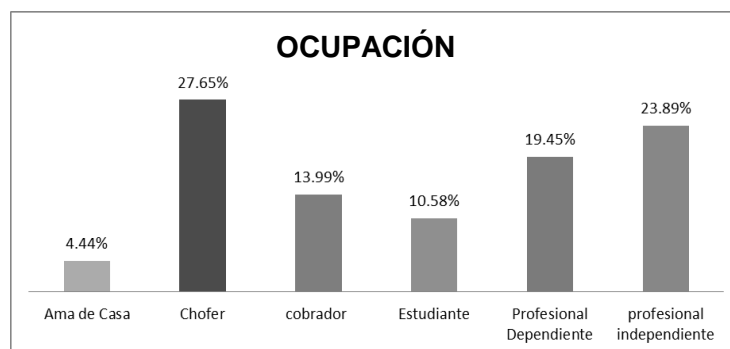


Grafico 16: Ocupación

El grafico N°1 indica que las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo en su mayoría son profesionales dependientes e independientes (43%), seguidos de los choferes que laboran diariamente en las diferentes empresas de transporte pertenecientes a dichos paraderos (28%).

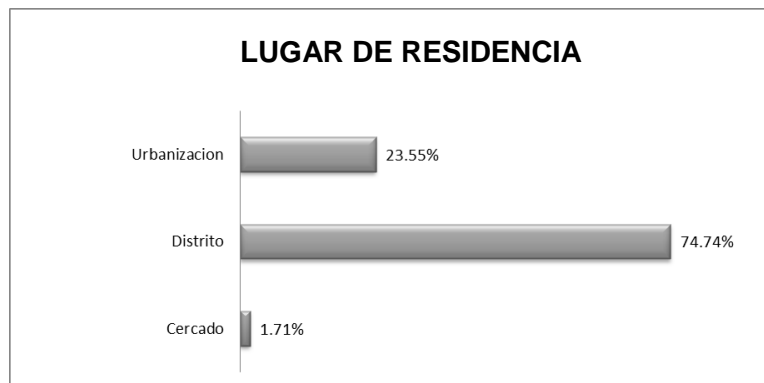


Grafico 17: Lugar de Residencia

El grafico N°2 nos permite conocer que la mayoría de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo provienen de los diferentes distritos del departamento de Lambayeque (75%); que por motivos labores deciden viajar diariamente a la ciudad de Chiclayo (profesionales dependientes, independientes, choferes, cobradores y estudiantes).

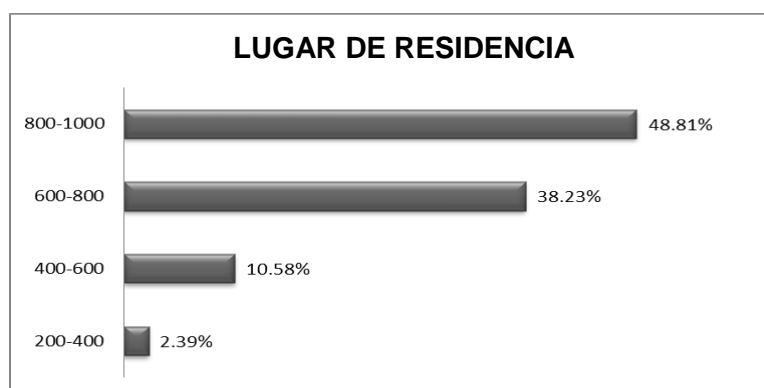


Grafico3: Nivel de Ingresos

El gráfico N°3 De las personas encuestadas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, el 49% tienen un nivel de ingresos entre s/. 800.00 – s/. 1000.00 mensuales seguido de un 38% que alcanzan un nivel de ingreso entre s/. 600.00 – s/. 800.00; lo que significaría que la mayoría tiene la capacidad adquisitiva para pagar un plato de desayuno o menú en cada uno de los restaurantes de acorde a los estándares de calidad que exigen.

Con respecto al número de demanda en los restaurantes competidores de los cinco principales paraderos de la ciudad de Chiclayo para los diferentes distritos del departamento de Lambayeque en el mismo segmento de mercado, podemos aproximar lo siguiente:

Tabla 30: Clientes atendidos por los competidores

N° de Paradero	Paradero No.1	Paradero No.2	Paradero No.3	Paradero No.4	Paradero No.5
Restaurantes Competidores	Jose's: 250 platos aprox. diarios	Mi Lucia: 300 platos aprox. diarios	Delicias: 300 platos aprox. diarios	Todo Rico: 300 platos aprox. diarios	Gustosito: 250 platos aprox. diarios
	Rico's: 300 platos aprox. diarios		5 puestos ambulantes: 600 platos aprox. diarios	2 puestos ambulantes: 300 platos aprox. diarios	Mi Juanita: 300 platos aprox. diarios

4.2.5 Plan de Marketing

La mezcla de marketing en nuestra cadena de restaurantes Amapolas, se utiliza para posicionar nuestros servicios en nuestro mercado objetivo. Esta se define como las 4 P: producto o servicio, precio, promoción y plaza.

a) Producto

En un restaurante no solo se ofrece un portafolio de productos, sino que va acompañado de un servicio, el cual es un proceso que va desde que el cliente ingresa al restaurante hasta que se retira del mismo. Por tal motivo resulta de vital importancia destacarse y ser reconocidos en ambos aspectos, para lograr la satisfacción de los clientes. Siendo estos algunos de los aspectos más importantes considerados por los clientes, se debe tener en cuenta que más allá del producto físico que se ofrece en el restaurante, lo que se está vendiendo es un servicio, es decir, una experiencia.

Por consiguiente, la estrategia diferenciadora de la cadena de restaurantes “Amapolas” será que si desea disfrutar de un plato exquisito tipo rancho, con un excelente servicio y calidad, “Amapolas” es el lugar indicado; donde encontrará los mejores desayunos y menús tipo rancho, sabrosos y variados acompañado de un ambiente limpio, acogedor, seguro y agradable, con la mejor disponibilidad de los meseros y chefs que estarán siempre al servicio de los clientes. El producto de la cadena de restaurantes “Amapolas” será:

Tabla 31: Producto I - Caldo de gallina

CALDO DE GALLINA		
Bebidas frías	Plato de fondo	Complementos
Refresco (cebada, chicha morada, limonada, manzana, entre otros)	Caldo de gallina	Arroz
		Yuca

Nota: Caldo de gallina, es ofrecido en el desayuno (6am a 11 am) y es acompañado con arroz o yuca.

Tabla 32: Producto II - Platos de desayuno

DESAYUNO		
Bebidas calientes y frías	Plato de fondo	Complementos
Café	Pescado frito	Arroz
Te	Pollo mechado	Yuca
Anís	Lomo saltado	Camote
Manzanilla	Encebollado de Hígado	Ensalada
Refresco	Lomo Saltado	

Nota: Desayuno, es ofrecido (6am a 11am) y consta de una bebida caliente o fría, plato de fondo y sus complementos.

Tabla 33: Producto III - Platos de Menú

MENÚ			
Entrada	Plato de fondo	Complementos	Bebidas frías
Ensalada de vegetales	Cabrito	Arroz	Refresco (cebada, chicha morada, maracuyá)
Sopa de res	Ollucos con carne	Yuca	
Sopa de Pollo	Arroz con chancho	Menestras	

Nota: Menú, es ofrecido (11.30am a 3.30pm) y consta de una entrada, bebida fría, plato de fondo y sus complementos.

b) Precio

¿Cómo se comparan sus precios con los de la competencia? ¿Sus precios son resultado del cálculo de sus costos? ¿Se pueden subir los precios sin que los clientes se resistan a pagarlos?, estas son solo unas de las muchas preguntas que es necesario plantearse para fijar el precio; el cual no debe ser menor que el de la competencia, sino que se deben tener en cuenta aspectos como los costos de producción (materia prima, mano de obra y costos indirectos), precios que maneja la competencia, capacidad adquisitiva promedio de su mercado objetivo y por último las utilidades esperadas. Por lo tanto, estimando costos de producción (Materiales, mano de obra y costos indirectos), el precio final para nuestro mercado objetivo es el siguiente:

Tabla 34: Productos del Restaurante "Amapolas"

Producto	Costos de Producción (MP,MO,CIF)	Utilidad Esperada	Precio Final
Caldo de gallina	S/. 2.34	S/. 3.77	S/. 6.00
Desayuno	S/. 3.25	S/. 1.75	S/. 5.00
Menú	S/. 3.49	S/. 2.51	S/. 5.00
Jarra de refresco (400ml)	S/. 1.30	S/. 1.00	S/. 2.00
Guarnición de arroz	S/. 1.50	S/. 1.00	S/. 2.50
Guarnición de guiso	S/. 1.80	S/. 1.00	S/. 3.00

Nota: Costos de producción (M.P, M.O y C.I.F) diaria de cada plato ofrecido desde las 6am hasta las 3.30pm, para determinar la utilidad esperada y el precio final al público. Fuente: elaboración propia.

Cabe mencionar que para hallar el costo de producción de los desayunos y menús, se sacó un promedio de los costos totales de cada uno. Por ejemplo:

Tabla 35: Costo Variable Unitario por Producto

Producto	Costo Variable Unitario	Promedio
Caldo Gallina	S/. 2.34	S/. 3.25
Pescado Frito	S/. 3.31	
Pollo Mechado	S/. 2.16	
Encebollado de Hígado	S/. 2.55	
Lomo Saltado	S/. 4.68	
Cabrito	S/. 4.46	
Cau Cau	S/. 3.02	S/. 3.49
Seco de Res	S/. 3.96	
Tallarines Rojos	S/. 2.63	
Estofado de Mollejas	S/. 2.87	
Arroz con Pollo	S/. 3.44	
Ají de Gallina	S/. 3.52	
Ollucos con carne	S/. 4.36	
Estofado de Gallina	S/. 3.97	
Arroz con Chancho	S/. 3.37	
Arroz con Pato	S/. 3.80	

Nota: Costos Variables Unitarios por Producto ofrecido entre las 6 am a 3.30pm,

los cuales oscilan en promedio de S/. 3.25 a S/. 3.49 nuevos soles por plato.

Sin embargo de acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas y la fijación de precios del mercado hemos llegado a la conclusión que nuestro precio no será muy elevado con respecto al de la competencia ni por debajo de esta; por tanto se mantendrá un precio promedio del mercado acorde a la capacidad adquisitiva de nuestro mercado objetivo.

Tabla 36: Precio de los Productos

Caldo de gallina	Desayuno	Menú	Jarra de refresco	Guarnición de arroz	Guarnición de guiso
S/. 6.00	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 2.50

En conclusión, “Amapolas” manejará un precio justo, acorde con la disponibilidad a pagar de las personas que transcurren en los paraderos objeto de estudio y la calidad de producto/servicio que se le ofrecerá; considerando además el perfil de los actuales competidores y la ubicación de cada local de la cadena de restaurantes.

Por otro lado no se descarta en un futuro el aumento de precios, pero esta decisión se tomara con sumo cuidado y siempre buscando ofrecerle al cliente lo que quiere, manteniendo la calidad y variedad de platos de comida de cada restaurante, para que los clientes sigan frecuentando los locales e incluso aumentar el número de clientes atendidos.

c) Plaza

El restaurante “Amapolas” actualmente se ubica en el Paradero No.1: Prolongación La Primavera N°124. Entre la Av. Augusto B. Leguía y Raimondi. Chiclayo. Y los 4 siguientes restaurantes que conformarán la cadena de

restaurantes “Amapolas”, se ubicarán en los siguientes paraderos de la ciudad de Chiclayo, cuyas direcciones son:

- **Paradero No.2:** Av. Augusto B. Leguía #1175
- **Paradero No.3:** Av. Nicolás de Piérola, Frente Óvalo Iparraguirre: Terminal Epsel.
- **Paradero No.4:** Av. Pedro Ruiz #560.
- **Paradero No.5:** Av. Lora y Lora, costado del Terminal Olano.

d) Promoción

Para los segmentos que son objeto de nuestra investigación, no es necesario realizar promociones constantes, sin embargo por apertura en cada uno de los restaurantes de la cadena “Amapolas” se regalara a cada mesa de 2 personas a más una jarra de refresco, solo por el primer mes de apertura.

Con respecto a la comunicación y publicidad, esta se realizara mediante volantes, que serán repartidos en las empresas cercanas a cada restaurante de la cadena “Amapolas”. Asimismo para los trabajadores de las empresas de transportes de los paraderos se promocionara a través de la emisora de radio más escuchada, invitándolos a visitar el establecimiento y dando a conocer la variedad de platos de comida y el buen servicio que se le ofrecerá.

4.2.6 Discusión de la Viabilidad de Mercado

Actualmente todos los aspectos descritos líneas arriba no son tomados en cuenta por los establecimientos de comida cercanos a los cinco paraderos,

existiendo un público insatisfecho al cual se le ofrecerá lo que desean encontrar en un restaurante de este tipo. Para esto, es necesario saber que el público objetivo son 293 personas aproximadamente que concurren en cada uno de los paraderos objeto de estudio, entre las 6:00am a 10:30am y 11:30a.m a 4:30p.m, horas en las que el 91% del total de encuestados si estarían dispuestos a comprar el producto/servicio que se ofrecería en cada local de la cadena de restaurantes “Amapolas”. Además un 55% del total si está dispuesto a pagar por el desayuno el precio de S/.5.00 y un 75% si pagaría por el almuerzo el precio de S/.5.00. Cabe mencionar que estos precios se obtuvieron de acuerdo a costos de producción, competencia y capacidad adquisitiva de cada persona.

Asimismo en cuanto al producto, la cadena de restaurantes “Amapolas” ofrecerá al público que frecuente los paraderos, platos de comida tipo rancho variados, hechos con ingredientes frescos y sabrosos. El servicio en cada uno de los restaurantes se caracterizara por la buena atención (respeto y amabilidad), comodidad en el espacio, limpieza (interior y exterior) y seguridad.

En lo que respecta a la oferta gastronómica de los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque, actualmente está conformada por establecimientos informales conocidos como puestos ambulantes (carretillas) y otros restaurantes en los que no se valora los atributos indispensables como la buena sazón, limpieza, seguridad entre otros. Aspectos que son muy importantes para las personas que desayunan y/o almuerzan fuera de sus hogares, pues de estos dependerá la elección que hagan entre un restaurante u otro.

La demanda a satisfacer estará representada en su mayoría por choferes y cobradores que laboran para las empresas de transporte de dichos paraderos, seguidamente por profesionales independientes con negocios (boticas, mecánicas, hoteles, entre otros) cercanos a los paraderos y por último los profesionales dependientes y estudiantes; cuyas motivaciones para satisfacer su necesidad de alimento en un restaurante cercano a sus paraderos es la facilidad y comodidad de vigilar sus unidades de transporte y turnos de salida, la falta de tiempo para regresar a sus hogares, y por gastos extras en pasajes u otros.

4.3 Viabilidad Técnica - Operativa

El estudio técnico se llevara a cabo para seleccionar los medios de producción, localización, material y el equipo necesario para el diseño óptimo de las instalaciones del proyecto.

4.3.1 Localización

La localización es uno de los puntos clave para ubicar este tipo de negocio, pues esta determinara por la posibilidad de atraer a más personas que transcurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo.

Macro localización: Nuestra cadena de restaurantes estará ubicado en:

- País: Perú
- Región: Lambayeque
- Departamento: Lambayeque
- Provincia: Chiclayo
- Ciudad: Chiclayo

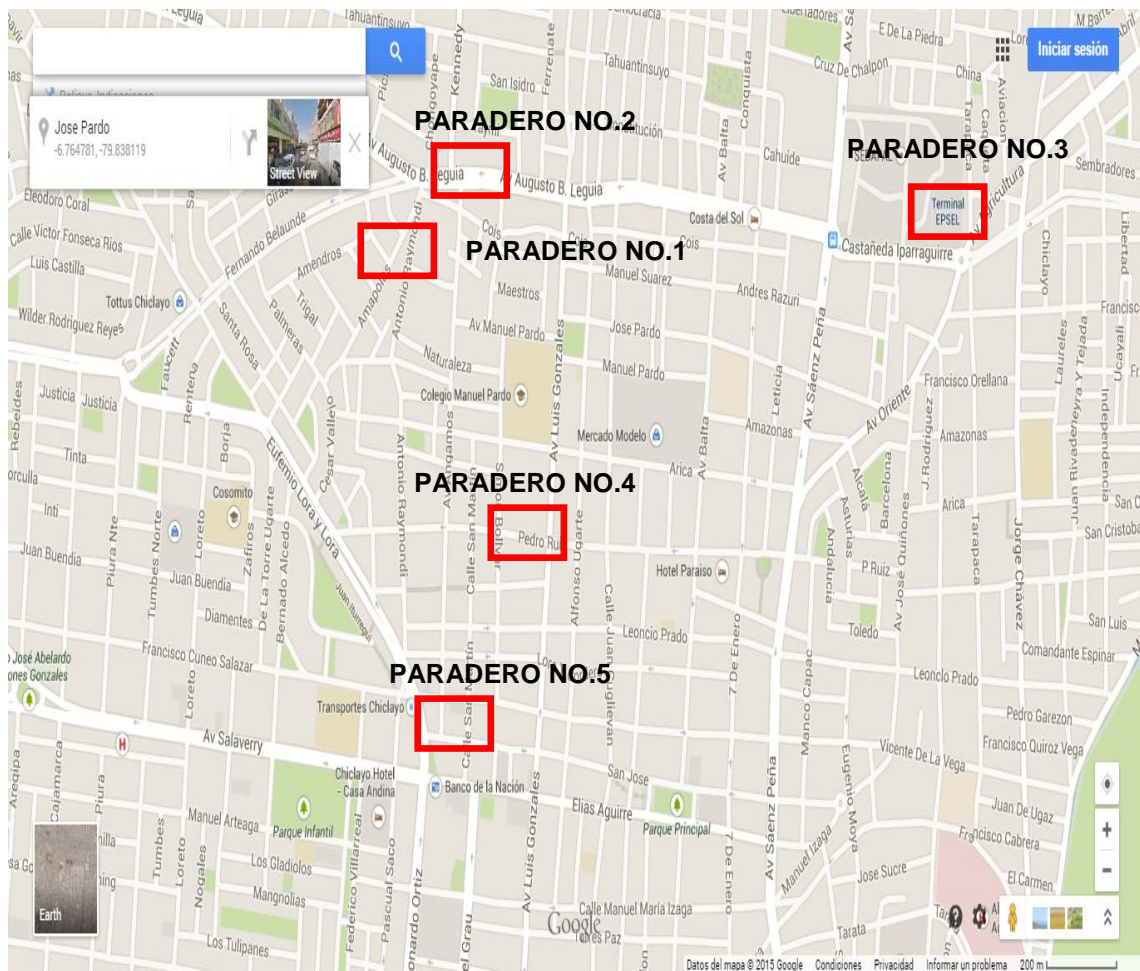


Figura 2: Ubicación de los paraderos en el mapa de Chiclayo

Fuente: Google Maps

Escenarios: nuestras posibles localizaciones específicamente se ubicaran en los siguientes lugares:

- **Paradero No.1:** Las Amapolas 120 Lotización La Primavera (Augusto B.Leguía y Raimondi). Es un lugar muy transitable por ser una zona en la que se encuentran diferentes empresas de transportes cuyo destino son los distritos del departamento de Lambayeque. (Jayanca, Pacora, Motupe). Además se ubican empresas como: La Casa del Tornillo, Boticas Arcángel, Boticas Inkafarma y otras empresas de repuestos de motos y autos, además de hoteles.



Figura 3: Vista Externa del Paradero No.1

- **Paradero No.2:** Av. Augusto B. Leguía #1175

Este lugar es muy transitable por encontrarse aledaños empresas cuyo destino son los diferentes distritos del departamento (Túcume, Olmos, Motupe), así como de empresas de repuestos de motos y autos; además de boticas, Salón de belleza, ferreterías y mecánicos.



Figura 4: Vista Externa del Paradero No.2

- **Paradero No.3:** Av. Nicolás de Piérola, Frente Óvalo Iparraguire: Terminal Epsel. En este lugar se encuentran diferentes empresas de transportes, por lo cual es una zona es muy transitable. Además cerca a este paradero existen tiendas de repuestos, mecánicos, boticas.



Figura 5: Vista Externa del Paradero No.3

- **Paradero No.4:** Av. Pedro Ruiz #560.

Este paradero es concurrido por las personas por ubicarse cerca al centro de Chiclayo, además aledaños a este paradero se encuentran empresas madereras, veterinarias, Tiendas Efe, venta de accesorios para el hogar, entre otros.

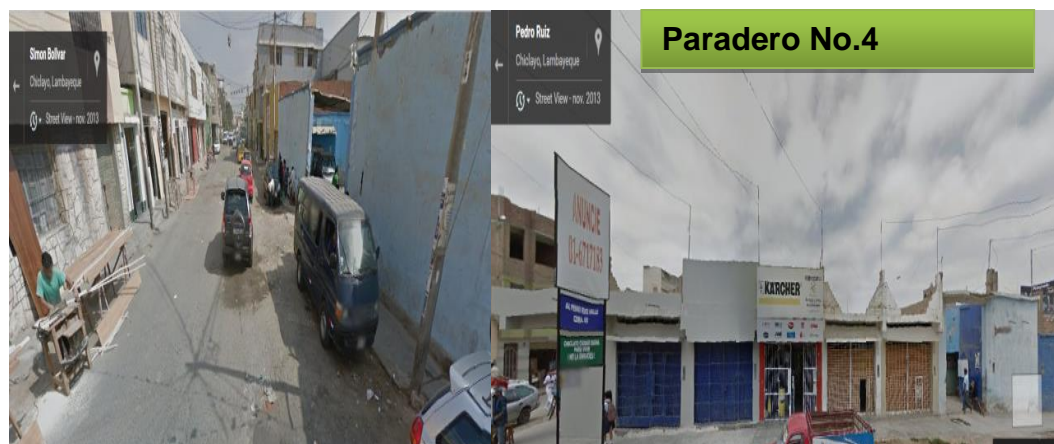


Figura 6: Vista Externa del Paradero No.4

- **Paradero No.5:** Av. Lora y Lora, costado del Terminal de la empresa Oltursa. Este paradero se ubica en una zona muy transitada por estar en el Centro de Chiclayo, además fuera de este podemos encontrar empresas de baile, colectivos, empresa de transportes a otros departamentos del país, Boticas, el Banco de la Nación, empresas de telecomunicaciones, así como de electrodomésticos.

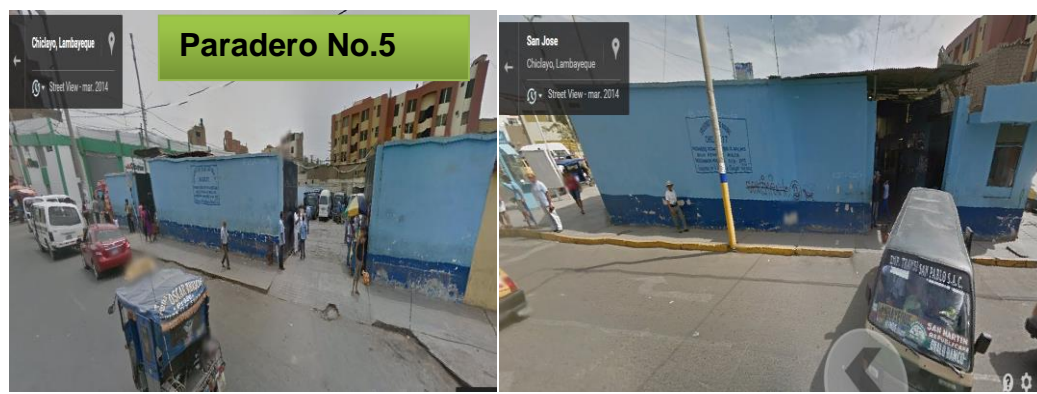


Figura 7: Vista Externa del Paradero No.5

Micro localización

- Provincia: Chiclayo
- Distrito: Chiclayo
- Dirección Principal: Las Amapolas 120 Lotización La Primavera (Augusto B. Leguía y Raimondi).

4.3.2 Tamaño del Negocio

El negocio de los restaurantes ubicados en los paraderos de Chiclayo y que se dirigen a los principales distritos del departamento de Lambayeque, es muy rentable debido a la rotación diaria de las personas que concurren a los paraderos para realizar algún viaje ya sea por motivos de trabajo, estudio, reuniones con familiares, amigos, entre otras actividades. Todo ello logra que

los ingresos del restaurante sean importantes para su supervivencia en el mercado.

Por lo tanto diariamente se prepararan 80 desayunos y 150 almuerzos o menús, esto de acuerdo a la capacidad de cada local y de la afluencia de personas en cada paradero.

La importancia de definir el Tamaño del Negocio se manifestará principalmente sobre el nivel de inversión y costo que se calcule, y por tanto, sobre la rentabilidad que generará la implementación del restaurante.

Así mismo, éste se definirá por la dimensión del establecimiento, con una totalidad de espacios disponibles para los clientes, para que estos no se sientan incómodos y que los cocineros cuenten con el espacio necesario para realizar su trabajo con la mayor tranquilidad y seguridad, asimismo los meseros y demás colaboradores puedan moverse libremente dentro del establecimiento.

Cada restaurante tendrá un mismo diseño, de acuerdo al tamaño de cada local, asimismo tendrá un diseño agradable a la vista de los clientes.

Cada local será distribuido de la siguiente manera:

- Zona primaria: servicio de mesas.
- Zona secundaria: zona de mozos, caja.
- Cocina, almacén y servicios higiénicos.

El siguiente layout mostrado corresponde a los cinco restaurantes de la cadena “Amapolas”, esto en vista de que los posibles locales donde estos se ubicarían, los cuales presentan una forma rectangular y son de metrajes similares.

- **Paradero No.1:** 55m²
- **Paradero No.2:** 59m²
- **Paradero No.3:** 48m²
- **Paradero No.4:** 52m²
- **Paradero No.5:** 49m²

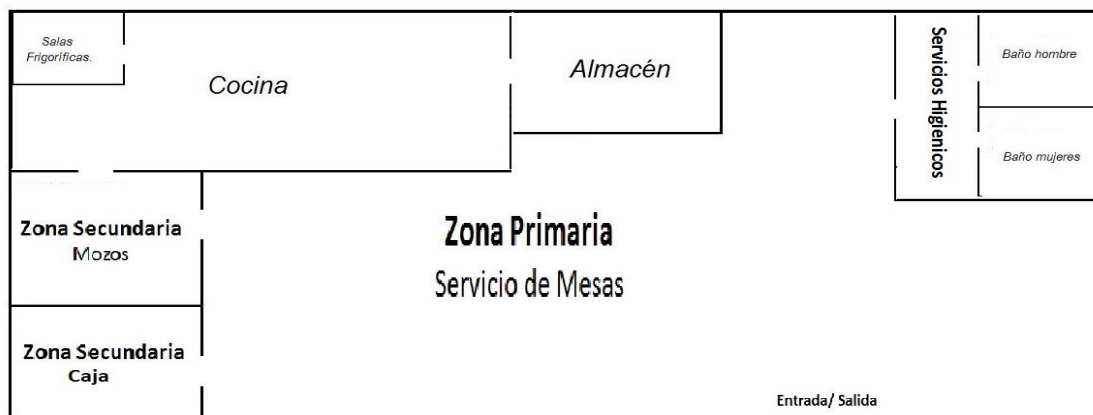


Figura 8: Layout (Distribución Interna por Restaurante)

Fuente: Elaboración Propia

4.3.3 Producto

El producto que se van a ofrecer en los restaurantes de la cadena “Amapolas” es comida tipo rancho y va dirigido a trabajadores de empresas de transportes de los paraderos, empresas cercanas y personas en general, que transcurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, en horas de desayuno y almuerzo, cuyo destino son los diferentes distritos del departamento de Lambayeque.

Con dicho producto se busca superar las expectativas de los clientes, buscando la diferenciación con respecto a los demás restaurantes y puestos ambulantes de la zona; garantizando la limpieza, buena atención, agradable sazón, seguridad y comodidad de la cadena de restaurantes.

Ficha Técnica:

Tabla 37: Ficha Técnica Productos I

Producto	Características	Criterios para Aceptar (análisis sensorial)	Criterios para Rechazar
Pescado: Debe recibirse entre 0°C y 5°C	Color	Rojo brillante.	Agallas oscuras, grisáceo, opaco.
	Olor	Agradable y ligero	Fuerte olor a amoníaco.
	Ojos	Claro, brillantes y llenos.	Opacos con orillas rojas y hundidas.
	textura	Firme, rígida.	Piel suave que queda marcada al tacto.
Mariscos Debe recibirse entre 0°C y 5°C las almejas, mejillones y ostiones.	Olor	A mar, agradable, ligero.	Fuerte olor como a pescado.
	Conchas	Cerradas y sin quebrar.	Abiertas y quebradas.
	Condición	Si están frescas se recibirán vivas.	Muertos al llegar.
	Textura		Delgada, pegajosa o seca.
Carne Debe recibirse entre 0°C y 5°C. Verificar los sellos de calidad en las carnes.	Color de la carne de res	Rojo cereza brillante.	Café, verde o púrpura, manchas blancas o verdes.
	Color del cordero	Rojo claro	
	Color del cerdo	Rosado claro, grasa blanca.	
	Textura	Firme, cuando se toca vuelve a su posición original.	Pegajosa, mohosa.
	Empaque		Envolturas sucias, rotas.
	Olor		Agrio, fétido.
Aves Debe recibirse entre 0°C y 5°C.	Color	Coloración uniforme.	Púrpura o verdoso alrededor del cuello o puntas de las alas.
	Textura	Firme, cuando se toca vuelve a su posición.	Pegajosa.
	Olor	Ninguno.	Anormal, desagradable.

Nota: Criterios de calidad para recibir o rechazar alimentos como pescados, mariscos, carnes y aves antes de su preparación en la cadena de restaurantes “Amapolas”. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38: Ficha Técnica Productos II

Huevos Debe recibirse entre 0°C y 5°C.	Olor	Ninguno.	Anormal.
	Cascarones	Firmes, limpios, cuando se rompe la yema se mantiene en el centro.	Sucios, se quiebran fácilmente, las claras se esparcen o son muy líquidas.
Productos Lácteos Leche, mantequilla y queso. Recomendable comprar productos pasteurizados.	Leche	Sabor dulce.	Agria, amarga.
	Mantequilla	Sabor salado, color uniforme.	Agria, amarga, color desigual.
	Textura	Firme.	Suave.
	Queso	Sabor típico, textura y color uniforme.	Sabor agrio, textura y color desigual.
Frutas y vegetales frescos Temperatura de 7°C a 12°C. los productos que no requieren refrigeración son las manzanas, peras, plátanos, paltas, frutas cítricas, cebollas y papas	Apariencia	Ausencia de manchas	Presencia de manchas.
	Color	Uniforme.	Desigual.
	Textura	Firme.	Blanda, flácida y marchita.
Alimentos enlatados Se deberá eliminar y nunca se deberá probar si el contenido del alimento envasado contiene espuma o un líquido lechoso.	Apariencia	La lata y el sellado están en buenas condiciones.	Abolladuras, falta de etiquetas, extremos inflados, sellado defectuoso, presencia de óxido.
Alimentos procesados o refrigerados Alimentos precocidos, precortados, platillos refrigerados, frutas, vegetales frescos cortados. Temperatura menor de 5° C o más fríos.	Apariencia	Empaque intacto y en buena condición.	Paquetes rotos o con fecha vencida.
Alimentos procesados congelados Se deben congelar a -18°C.	Apariencia	Empaque intacto y en buena condición	Presencia de líquidos congelados en el fondo del envase, evidencia de re congelación.
	Color		Anormal.
	Textura		Seca.

Nota: Criterios de calidad para recibir o rechazar alimentos como productos lácteos, frutas, vegetales, alimentos congelados entre otros antes de su preparación en la cadena de restaurantes “Amapolas”.
 Fuente: Elaboración propia.

Componentes del Producto:

- **Entradas:** serán platos a base de verduras frescas y nutritivas, con pastas y vinagretas variadas.
- **Plato de fondo:** son los platos principales y representan la parte más importante de la comida y el aspecto principal que quedara en la mente de cada cliente y lo hará volver. Están compuestos generalmente de carne de res, pollo, pescados, lengua de vaca, y corazón de res.
- **Bebidas:** son el acompañamiento directo de toda comida, y estas serán bebidas sin alcohol hechas a base de frutas según la estación. Se ofrecerán en horas del desayuno bebidas calientes hechas a base de infusiones como te, manzanilla, anís, café, o alguna otra hierba aromática. Asimismo en horas del almuerzo se servirán jugos de diversas frutas como carambola, manzana, maracuyá, melón, lima, maíz morado, cebada.

Menú:

- Debe ser claro y fácil de leer.
- Debe impresionar al cliente, causando expectativa.
- Debe contener información sobre los platos, apertura y cierre del establecimiento, así como el plato especial del día.

La estructura del menú dependerá del chef, teniendo en cuenta que la especialidad del restaurante “Amapolas” son los platos criollos; además se escogerán los platos “bandera”, es decir aquellos que le dan personalidad y diferenciara al restaurante. De igual modo se prepararán platos diferentes a las especialidades como por ejemplo hechos a base de pescado, carne de cerdo, o alguna creación propia del chef.

Tabla 39: Desayuno Semanal

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
Caldo de Gallina	Caldo de Gallina	Caldo de Gallina	Caldo de Gallina	Caldo de Gallina	Caldo de Gallina
Pescado Frito	Pollo Mechado	Pescado Frito	Encebollado de Hígado	Cabrito	Pescado Frito
Pollo Mechado	Encebollado de Hígado	Cabrito	Pollo Mechado	Lomo Saltado	Encebollado de Hígado
Lomo Saltado	Cabrito	Lomo Saltado	Pescado Frito	Pescado Frito	Pollo Mechado

Nota: Estructura diaria de la variedad de platos ofrecidos en el desayuno según chef (6am a 11am).
Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40: Menú Semanal

Arroz con Pollo	Seco de Res	Arroz con Pollo	Cau Cau	Ollucos con Carne	Estofado de Mollejas
Ají de Gallina	Estofado de Mollejas	Tallarines Rojos	Estofado de Gallina	Seco de Res	Arroz con Pato
Ollucos con Carne	Arroz con Chanco	Ají de Gallina	Arroz con Chanco	Arroz con Pollo	Tallarines Rojos
Tallarines Rojos	Estofado de Gallina	Arroz con Pato	Estofado de Mollejas	Ají de Gallina	Estofado de Gallina
Arroz con Pato	Cau Cau	Ollucos con Carne	Seco de Res	Cau Cau	Arroz con Chanco

Nota: Estructura diaria de la variedad de platos ofrecidos en el menú según chef (11.30am a 3.30pm).
Fuente: Elaboración propia.

Ficha Técnica del Establecimiento:

A continuación se detallara la ficha del establecimiento del restaurante “Amapolas”, el cual ya está funcionando; y esta misma ficha será para los demás restaurantes.

Paradero No.1: Las Amapolas 120 Lotización La Primavera (Augusto B. Leguía y Raimondi).

- **Entrada:** el establecimiento contara con dos entradas:
Entrada principal y la más amplia es para los clientes.
Entrada de los colaboradores y proveedores.
- **Servicios Higiénicos:** se contara con dos baños para damas y caballeros.
Este tendrá 1 lavatorio, 2 inodoro más urinario en el caso de hombres.
- **Cocina:** se contara con un espacio para los colaboradores (chef y ayudante de cocina) en donde puedan desempeñar sus funciones correctamente.
- **Almacén:** es un espacio adecuado para guardar los alimentos.
- **Zona Principal:** es el área dentro del local en la cual se encuentran 12 mesas y 48 sillas, es un ambiente agradable y acogedor, decorado con cuadros de los diferentes platos de comida que se ofrecen en el restaurante. Asimismo contara con un televisor LCD y un DVD para que los clientes observen los videos musicales que prefieren o algún programa en específico.
- **Zona Secundaria:** es el área en la cual se ubicaran los mozos y la cajera (o) del restaurante. Contará con 1 mesa cuadrada y 4 sillas, para que los mozos esperen por si algún cliente requiera de su ayuda.

4.3.4 Equipo, Menaje y Mobiliario

El inicio de las actividades de una cadena de restaurantes implica incurrir en desembolsos económicos en cuanto a maquinaria, mobiliario, utensilios y herramientas como los productos de menaje; que permiten y facilitan el proceso de producción y creación de los diversos platos de comida tipo rancho.

A continuación se analizara detalladamente cada uno de los implementos necesarios.

Equipo

Cocina industrial: dada la cantidad de menús diarios que se prepararan; cada restaurante de la cadena “Amapolas” contara con una cocina industrial a gas “marca Harman’s” de las siguientes características:

- Fabricado con planchas de Acero Inoxidable calidad AISI 304 2B.
- Equipada con cuatro quemadores de hierro fundido de 7” de diámetro.
- Válvulas de dos posiciones Max. /min.
- Perillas de aluminio.
- Bandeja deslizable de acero inoxidable bajo los quemadores.
- Pedestal de acero Inoxidable.



Figura 9: Cocina Industrial

Refrigeradora de dos puertas 255 Lt. Con luz Led, bandejas deslizables, hielo fácil, deodorizador Silver Plus, Anaqueles ajustables.

- **Modelo:** RT25FAJADSP
- **Marca:** Samsung
- **Tienda:** La Curacao
- **Motor:** Digital Inverter



Figura 10: Refrigeradora

Microondas de 23 Lt. Acabados en tipo inoxidable con panel digital, sistema de cocción Magic Cóncavo, ubicado en las paredes internas. Cocción rápida de 30seg. Hasta 5 minutos. Revestimiento interno Antibacterial Easy Clean.

- **Modelo:** KOR-233I
- **Marca:** Daewoo
- **Tienda:** La Curacao



Figura 11: Horno Microondas

Congeladora de 271 Litros. Una puerta.

- **Modelo:** CH8
- **Marca:** BSH
- **Tienda:** La Curacao



Figura 12: Congeladora

Televisor Samsung LED 32" HD

- **Color:** N/A
- **Modelo:** UN-32EH4003
- **Marca:** Samsung
- **Resolución:** 1366 X 768
- **Tienda:** La Curacao



Figura 13: Televisor LED

Reproductor Blurays LG, reproducción de HD externo, archivos de películas HD, contenido USB (película, música, fotos), tamaño compacto (270Mm).

- **Modelo:** BP140-N



Figura 14: Reproductor Blurays

Licadora Phillips de dos velocidades V. Ac. 1.5Litros – 400Watts.

- **Modelo:** HR2107
- **Marca:** Phillips
- **Tienda:** La Curacao



Figura 15: Licuadora

Reloj de pared analógico.



Figura 16: Reloj de pared

Hervidor eléctrico Imaco 1.5Lts: Base giratoria de 360° y jarra sin cable, con resistencia cubierta para mayor duración y apagado automático.

- **Marca:** Imaco
- **Tienda:** Tiendas Efe



Exprimidor eléctrico: Jarra de 0.5 Lts. **Figura 17: Hervidor Eléctrico** De capacidad, giro bidireccional e indicador de nivel de jugo. 220v/60Hz/ 20 Watts.

- **Marca:** Imaco
- **Tienda:** Tiendas Efe



Figura 18: Exprimidor Eléctrico

Tabla 41: Detalle Equipo

Maquinaria a utilizar	Precio Unitario
Cocina Industrial	S/. 1500.00
Refrigerador	S/. 1349.00
Microondas	S/. 199.00
Congeladora	S/. 1359.00
Televisor 32"	S/. 899.00
Blurays	S/. 219.00

Licadora	S/. 179.00
Reloj	S/. 25.00
Hervidor Eléctrico	S/. 99.00
Exprimidor eléctrico	S/. 40.00
Total	S/. 5868.00
Total Cadena Rest.	S/. 29340.00

Mobiliario

- **Mesas:** pequeñas cuadradas elaboradas en melanina.
- **Bancos:** simples de color blanco, elaborada en plástico.
- **Cuadros:** parte de la decoración del local.
- **Repostereros.**
- **Ventilador.**
- **Pizarra.**
- **Toldo.**



Figura 19: Mesa y Bancos

Tabla 42: Detalle Mobiliario por Restaurante

MOBILIARIOS	CANTIDAD					Total Cadena Rest.
	Rest. No.1	Rest. No.2	Rest. No.3	Rest. No.4	Rest. No.5	
Mesas	12	10	8	6	8	44
Bancos (04 por Mesa)	48	40	32	24	32	176
Reposteros	1	1	1	1	1	5
Ventilador	2	2	2	2	2	10
Pizarra	1	1	1	1	1	5
Mesa (Cajera)	1	1	1	1	1	5
Toldo	1	1	1	1	1	5

Nota: Cantidad de mobiliario detallado según No. de restaurante para nuestra cadena de restaurantes “Amapolas”. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43: Costo Total Mobiliario

MOBILIARIOS			
Detalle	Precio Unitario	Cantidad Cadena Rest.	Total
Mesas	S/. 60.00	44	S/. 2 640.00
Bancos	S/. 6.00	176	S/. 1 056.00
Reposteros	S/. 80.00	5	S/. 400.00
Ventilador	S/. 80.00	10	S/. 800.00
Pizarra	S/. 45.00	5	S/. 225.00
Mesa (Cajera)	S/. 85.00	5	S/. 425.00
Toldo	S/. 180.00	5	S/. 900.00
Total			S/. 6 446.00

Nota: Costo total de mobiliario según cantidad detallada por la cadena de restaurantes “Amapolas”. Fuente: Elaboración propia.

Herramientas y Utensilios

- **Platos Grandes Cuadrados**
- **Platos Grandes Tendidos**
- **Platos Pequeños Hondos**
- **Platos Pequeños Tendidos**
- **Vasos para jugo Tazas**
- **Servilleteros**
- **Ajiceros:** 12 ajiceros de vidrio blanco.
- **Saleros:** 6 saleros.
- **Azucareros:** 12 azucareros de acero inoxidable.
- **Ollas (Fierro y Aluminio):** de diferentes tamaños (1, 2, 3 1/2 y 5 Kilos).
- **Cucharas, Cucharones:** de acero inoxidable, metal o madera.
- **Cuchillos:** de acero inoxidable y para cada producto.
- **Perol**
- **Sartén**
- **Jarras:** jarras de vidrio de 1 litro y 6 de medio litro.
- **Tinas y baldes**
- **Tapers descartables:** medio ciento de tapers de tecnopor.
- **Tazones** para mezclar (varios tamaños) acero inoxidable.
- **Cucharas** medidoras.
- **Tablas** para picar.
- **Recipientes** para almacenar sin peligro alimentos en refrigeradores y congeladores. (plásticos o acero inoxidable con tapa)

Tabla 44: Detalle Menaje por Restaurante

MENAJE	Cantidad (Unidades)						Total + Margen Extra
	Rest. No.1	Rest No.2	Rest No.3	Rest No.4	Rest. No.5	Total En Unid.	
Según Número Personas							Docena
Platos Grandes hondos	150	150	150	150	150	750	63
Platos Grandes tendidos	150	150	150	150	150	750	63
Platos Pequeños hondos	80	80	80	80	80	400	34
Platos Pequeños tendidos	80	80	80	80	80	400	34
Tazas	80	80	80	80	80	400	34
Vasos	150	150	150	150	150	750	63
Cucharas de té (unid.)	80	80	80	80	80	400	34
Cucharas de sopa (unid.)	150	150	150	150	150	750	63
Tendedores (unid.)	150	150	150	150	150	750	63
Cuchillos (unid.)	150	150	150	150	150	750	63
Cucharas de Postre	150	150	150	150	150	750	63
Según Número de Mesas							Unid.
Servilleteros de madera	12	10	8	6	8	44	50
Ajiceros	12	10	8	6	8	44	50
Saleros	12	10	8	6	8	44	50
Azucareros	12	10	8	6	8	44	50
Jarras (unid.)	12	10	8	6	8	44	50
Según capacidad por restaurante.							Unid.
Ollas 1 Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 2 Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 3 Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 3 1/2Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 5 Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Perol	2	2	2	2	2	10	10
Sartén	2	2	2	2	2	10	10
Tinas y baldes	5	5	5	5	5	25	30
Cucharas medidoras (espátulas, tenedores, espumaderas: Juego de 5)	10	10	10	10	10	50	55
Cuchillos para cortar	5	5	5	5	5	25	30
Tablas para picar (03 por Rest.)	3	3	3	3	3	15	25
Recipientes (tapers para almacenar)	10	10	10	10	10	50	60
Total							

Nota: Cantidad de menaje detallado para la cadena de restaurante según número de personas, número de mesas y capacidad por No. de restaurante. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45: Costo Total Menaje

MENAJE			
Detalle	Precio unitario	Cantidad por Cadena Rest.	Total Cadena Rest.
Platos hondos (doc.)	S/. 40.00	63	S/. 2,520.00
Platos tendidos (doc.)	S/.40.00	63	S/. 2,520.00
Platos hondos (pequeños)	S/. 30.00	34	S/. 1,020.00
Platos tendidos (pequeños)	S/.30.00	34	S/. 1,020.00
Servilleteros de madera	S/.5.00	50	S/. 250.00
Ajiceros	S/. 3.00	50	S/. 150.00
Salero	S/. 3.00	50	S/. 150.00
Azucareros	S/. 5.00	50	S/. 250.00
Tazas (doc.)	S/. 25.00	34	S/. 850.00
Vasos (doc.)	S/. 25.00	63	S/. 1,575.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 1 Kg.	S/. 70.00	10	S/. 700.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 2 Kg.	S/. 85.00	10	S/. 850.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 3 Kg.	S/. 95.00	10	S/. 950.00
Ollas (Fierro y Aluminio)31/2Kg.	S/. 110.00	10	S/. 1,100.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 5 Kg.	S/. 140.00	10	S/. 1,400.00
Cucharas de té (unid.)	S/. 20.00	34	S/. 680.00
Cucharas de sopa (unid.)	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Tenedores (unid.)	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Cuchillos (unid.)	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Perol	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Sartén	S/. 30.00	10	S/. 300.00
Jarras (unid.)	S/. 25.00	10	S/. 250.00
Tinas y baldes	S/. 8.00	50	S/. 400.00
Cucharas medidoras (espátulas, tenedores, espumaderas)	S/. 5.00	30	S/. 150.00
Cuchillos Grandes	S/. 3.00	55	S/. 165.00
Tablas para picar (03 por Rest.)	S/. 5.00	30	S/. 150.00
Recipientes (tapers para almacenar)	S/. 8.00	25	S/. 200.00
Total			S/. 22 760.00

Nota: Costo total de menaje detallado para la cadena de restaurante “Amapolas” según capacidad por No. de restaurante. Fuente: Elaboración propia.

4.3.5 Procesos

Se desarrollara, evaluará y diseñara los procesos productivos de la cadena de restaurantes, generándose la información indispensable para la ingeniería básica.

Por otro lado, se realizara la operación de transformación definiendo *know how* (como se hace) de la información obtenida de la investigación y desarrollo. Además se definirán los requerimientos de materias primas e insumos que tenga el proceso, así mismo se evaluaran las condiciones del medio que lo afectan.

La inocuidad de los alimentos solo puede preservarse aplicando Buenas Prácticas de Higiene, buenas Practicas de Manipulación y el Sistema de Calidad HACCP, en cada uno de los procesos de la cadena alimentaria hasta el consumo final.

4.3.5.1 Proceso de Pedidos de Materias Primas

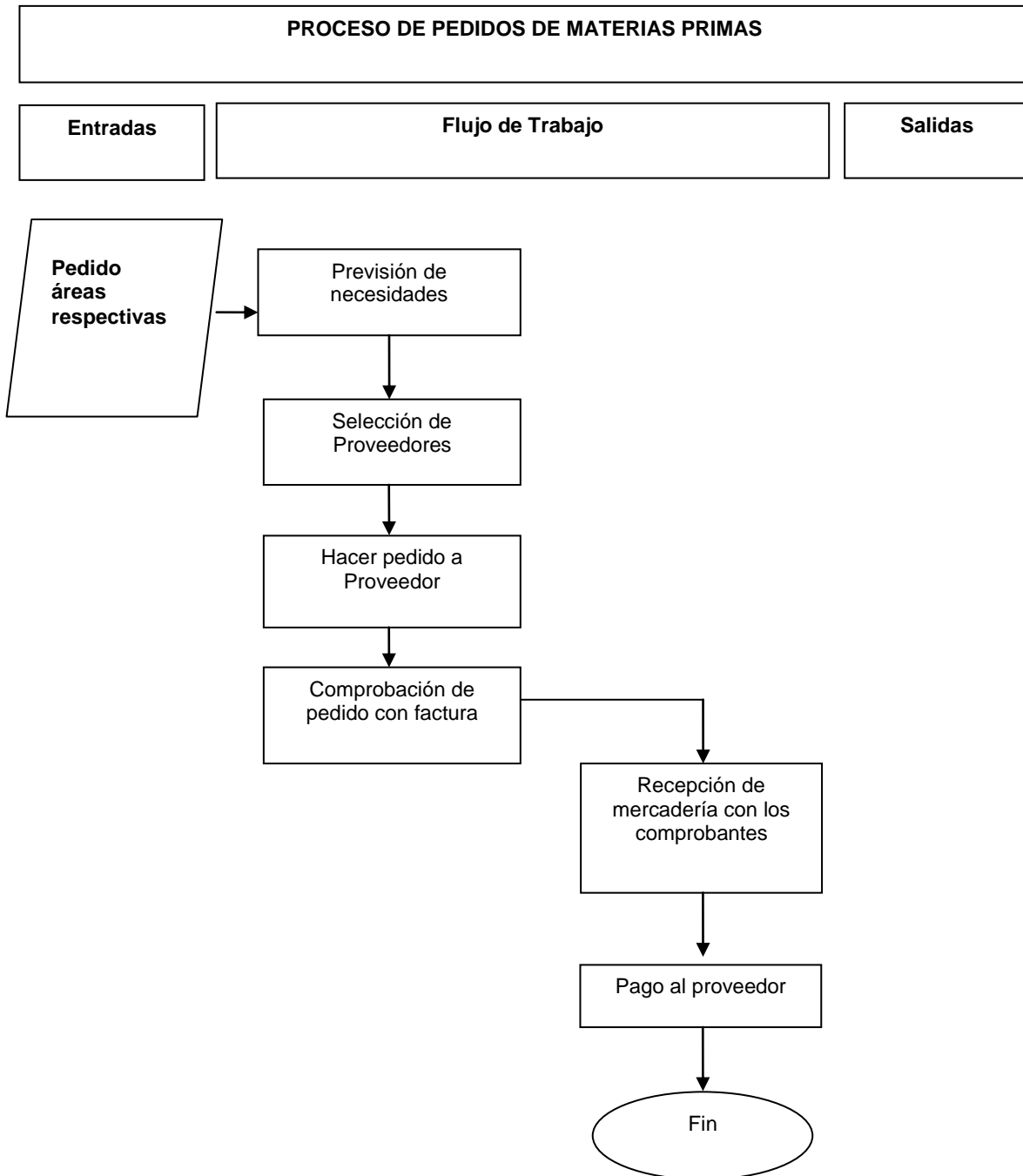


Figura 20: Proceso de Pedidos de Materias Primas
Fuente: Elaboración propia.

4.3.5.2 Proceso de Recepción de materias primas

Es de vital importancia que la administración de la cadena de restaurantes realice un control periódico sobre este proceso, para seguir ofreciendo lo que “prometió” a los clientes y en caso se encuentre alguna irregularidad, mejorar los aspectos necesarios para seguir diferenciándose de los demás restaurantes.

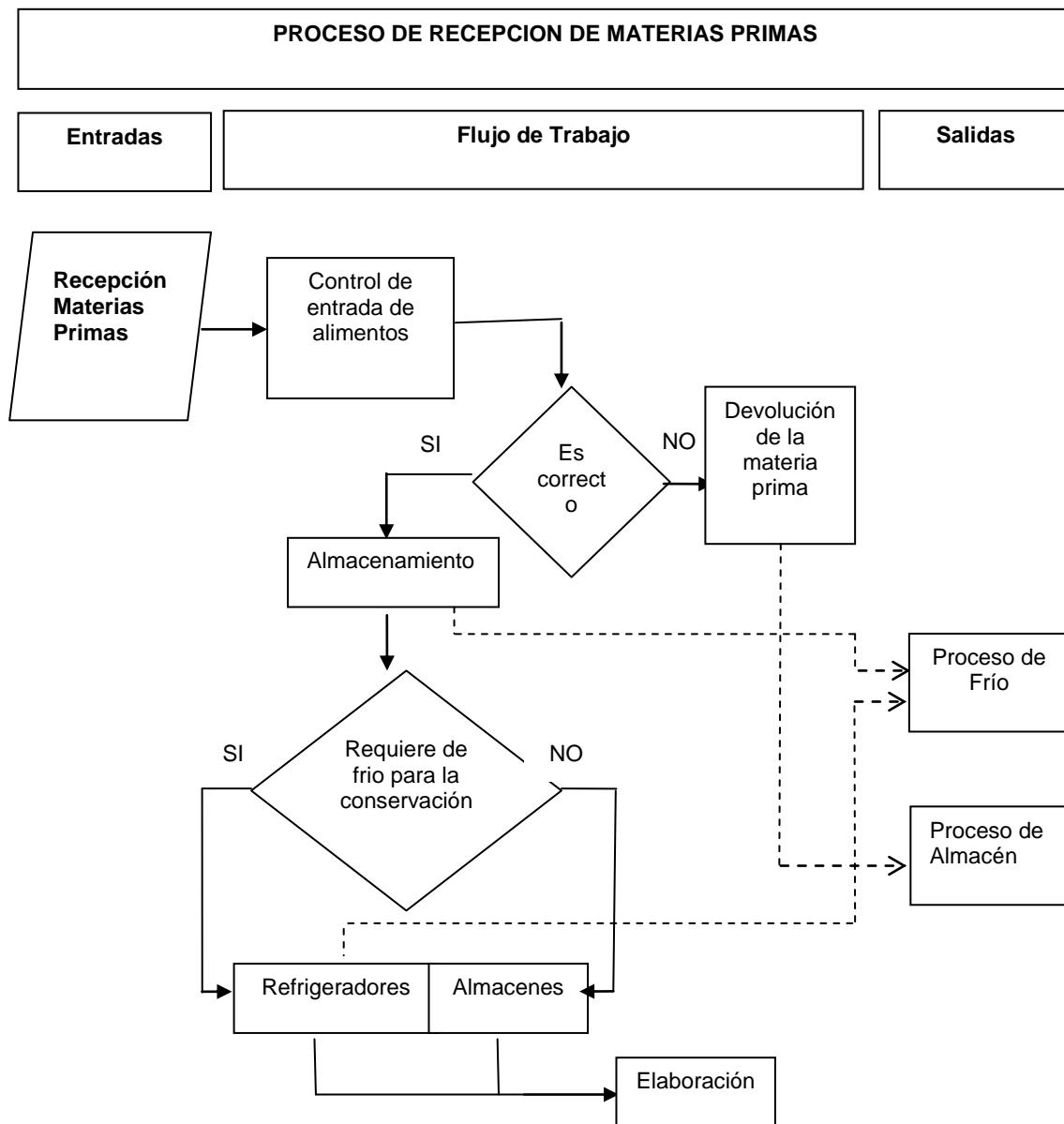


Figura 21: Proceso de Recepción de Materias Primas

Fuente: Elaboración propia.

La recepción de la mercadería la realizara la persona encargada, en este caso el chef del restaurante -junto a su ayudante- ya que conoce las características de los productos que necesita para la preparación de los platos y podrá constatar la calidad y condiciones óptimas en las que deberían ser recepcionada la mercadería. Para ello se comprará solo a proveedores de buena reputación, que ofrezcan alimentos sanos y apliquen Buenas Prácticas de Manipulación aprobados por la administración del restaurante.

Por otro lado se programaran las entregas durante las horas de baja actividad del restaurante para tener tiempo de revisarlas y almacenarlas, sin embargo para la recepción de los alimentos como pescado, pollo, carnes, frutas y verduras deberá darse durante las primeras horas de la mañana para evitar que el calor del mediodía genere la descomposición de los mismos.

El chef junto a su ayudante al recepcionar la materia prima deberán:

- Verificar y registrar el estado de conservación del vehículo de transporte así como la temperatura de los alimentos transportados.
- Registrará la información de la materia prima respecto a procedencia, cantidad según pedido, características.
- Verificara la temperatura de los alimentos refrigerados para asegurarse que los productos estén almacenados en la temperatura correcta. (Pescado, carne, pollo entre 0°C y 5°C y los productos congelados estén en -8°C).

En cuanto al almacenamiento de los alimentos, los equipos y el área donde estos se almacenan siempre se mantendrán libre de humedad, ventilada y limpia, controlando la temperatura en la que son almacenados. Asimismo se cuidara de no dejar residuos cerca al lugar de almacenamiento para evitar la contaminación y proliferación de insectos y roedores.

Para la conservación de los alimentos se utilizaran envases de plástico con tapa, en los que se colocara una etiqueta en la que se detalle el tipo de

producto y la fecha en la que fue almacenado, de esta manera se establecerá un control periódico basándose en la fecha de cada producto; a fin de poder desechar aquel que excede el tiempo máximo de almacenamiento. Por otro lado, dependiendo del tipo de alimento se colocaran en anaqueles de acero inoxidable con puertas de luna para una mejor limpieza del mismo y mantener en buenas condiciones los productos.

Con respecto a almacenar alimentos en refrigeradores o congeladores, se cuidara que el refrigerador no este demasiado lleno para facilitar que el aire circule y todos los alimentos estén a la temperatura adecuada. Los alimentos como carne, pollo o pescado se conservaran cada uno en envases cerrados con tapas a una temperatura máxima de 4°C. A su vez, se controlara la refrigeración según tipo de producto, por ejemplo la carne de res, pollo, pato no excederá las 72 horas de refrigeración y las menudencias solo las 48 horas.

En general todos los alimentos serán correctamente envueltos y conservados en envases a prueba de humedad, con tapas seguras y cada uno con su respectiva etiqueta. Para aquellos alimentos como el arroz, azúcar, menestras, aceites, entre otros se conservaran en sus envases originales, tales sea el caso de sacos y cajas; estos serán colocados en anaqueles de acero inoxidable sin puertas y deberán mantenerse ventilados. En caso de que sean abiertos los empaques originales de los alimentos, estos se colocaran en recipientes con tapa para protegerlos.

4.3.5.3 Procesos de Producción

Es el proceso de transformar las materias primas en productos terminados, teniendo la participación de los proveedores como punto importante. Las personas encargadas de este proceso son el chef y su ayudante o auxiliar de cocina, quienes estarán capacitados en la manipulación y preparación de alimentos. Además se encargaran de la limpieza y orden del área donde trabajan (cocina), alimentos y utensilios; a fin de ofrecer a los clientes un producto de calidad.

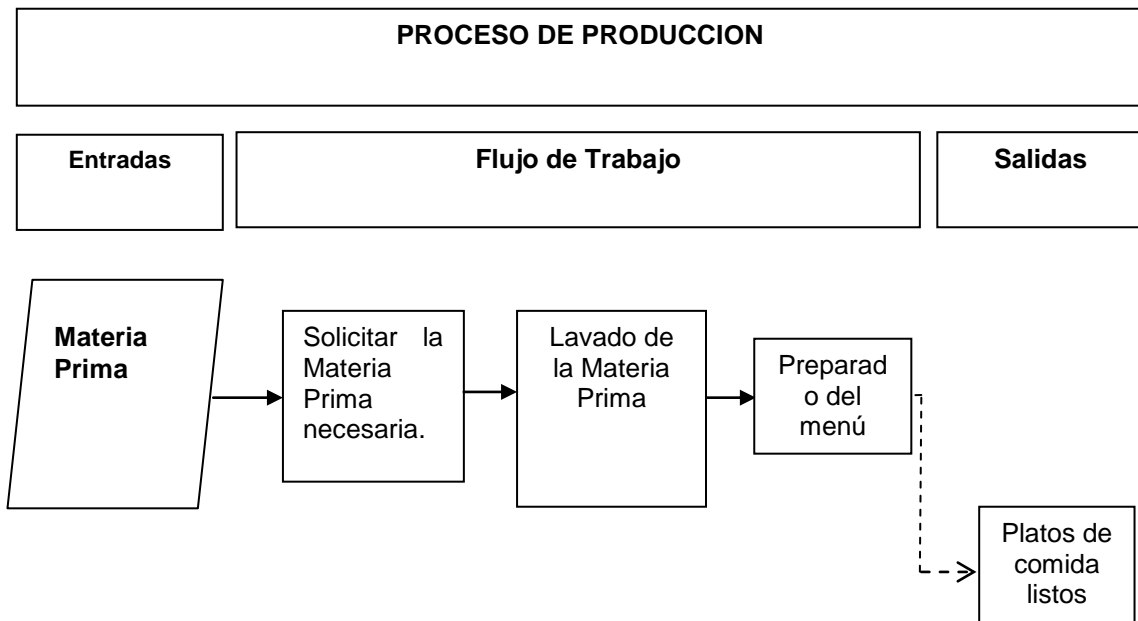


Figura 22: Proceso de Producción

Fuente: Elaboración propia.

4.3.5.4 Proceso del Servicio de la Cadena de Restaurante

Es el proceso del servicio se inicia cuando el cliente ingresa al restaurante.

- a) El cliente es recibido por el personal de seguridad y posteriormente por el mozo, quien lo ubica en la mesa de su preferencia o la que se encuentre disponible; y en caso de no haber mesa vacía será ubicado en un espacio acondicionado como sala de espera donde podrá degustar de un pequeño aperitivo mientras espera por su mesa.
- b) Una vez acomodado en la mesa, el cliente escoge su plato y el mozo encargado le tomará su pedido para luego ser entregado al chef.
- c) El chef junto a su ayudante de cocina se encargará de la preparación del plato pedido por el cliente y sus respectivos acompañamientos, para luego entregarlos al mozo quien los llevará al cliente.
- d) Sin embargo el servicio no termina cuando el mozo entrega su pedido al cliente, sino que se incluye además aspectos como la sazón del plato de comida, seguridad y limpieza del establecimiento., entre otros aspectos que sumados representan el servicio prestado a cada cliente y cuyo valor se aprecia en el precio que éste paga.
- e) Después de entregado el pedido, el mozo está pendiente de cualquier necesidad del cliente para atenderlo y mantenerlo a gusto.
- f) Finalmente una vez que el cliente haya terminado de alimentarse pide la cuenta y esta es llevada por el mozo, quien se encargará de comunicarle al cajero para que lleve la cuenta y facture. Momento después el mozo despide al cliente invitándolo a volver.

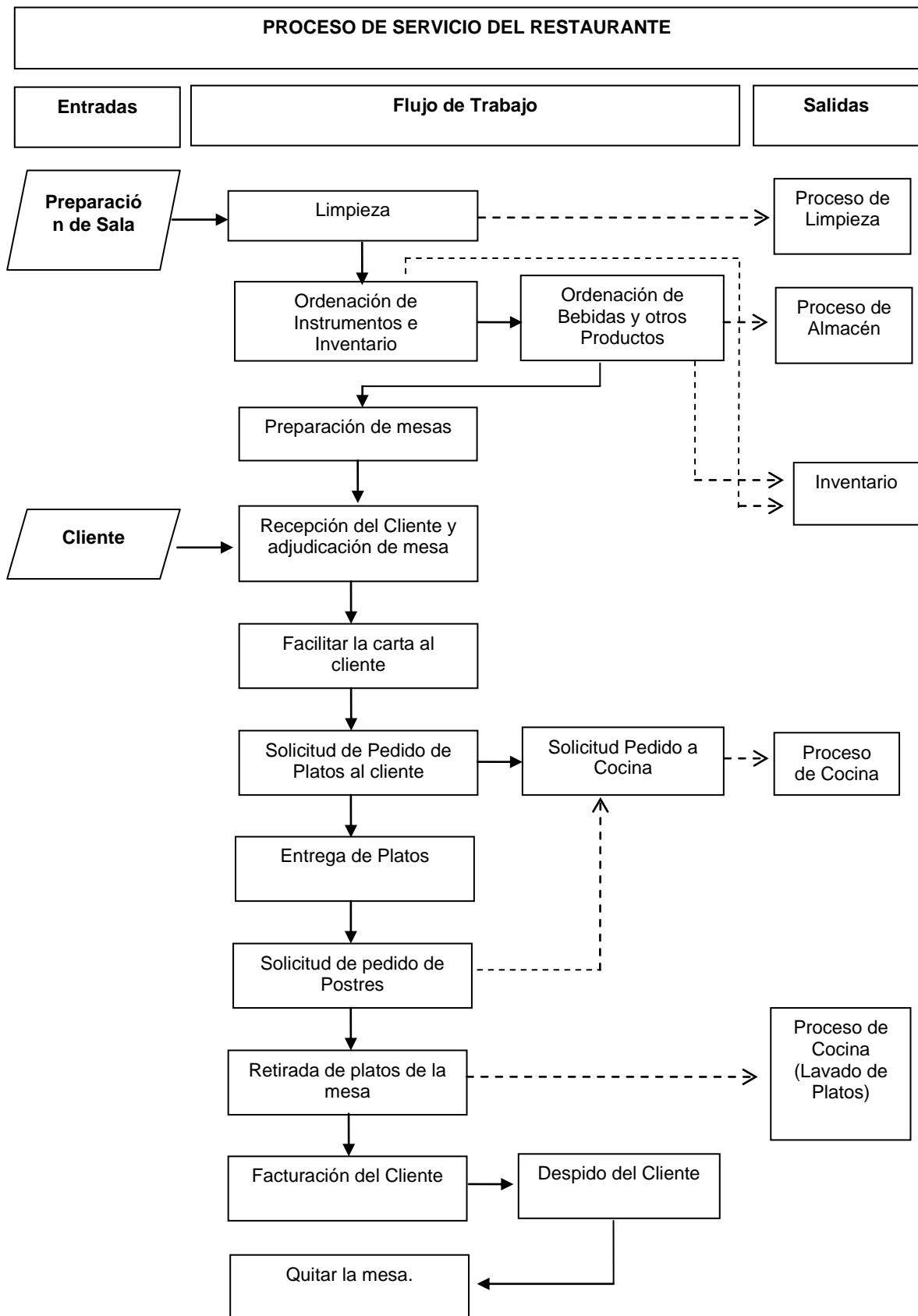


Figura 23: Proceso de Servicio al Cliente
 Fuente: Elaboración propia.

4.3.6 Calidad

Este negocio estará basado en los estándares de calidad reglamentados, buscando cumplir con las normas y leyes que nos exige las entidades reguladoras y que se requiere para ofrecer un servicio de este tipo de la más alta calidad; en la cual también se incluirán políticas que permitan reducir el impacto al medio ambiente.

4.3.6.1 Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Actualmente uno de los problemas más frecuentes en los restaurantes es la venta de alimentos contaminados, como consecuencia de las malas prácticas realizadas en la cadena de suministros de los alimentos; ello afecta la salud de los consumidores al provocar enfermedades transmitidas por los alimentos.

“Estas buenas prácticas de manufactura se le puede definir como el conjunto de disposiciones reglamentadas para la buena manipulación de los alimentos y bebidas de toda la cadena alimentaria desde la obtención de la materia prima hasta el consumo final, que garantizan la seguridad del consumo humano, incluyendo cualquier tipo de prevención de contaminación. Por lo tanto, la aplicación de estas buenas prácticas contribuye con la seguridad de la calidad sanitaria de los alimentos en los aspectos de inocuidad, higiene y limpieza” (Norma,E,M; 2008).

a) Construcción de las Instalaciones.

- **Ubicación:** cada local de la cadena de restaurantes se ubicara en lugares libres de peligros de contaminación tales como plagas, humos, polvos, olores, pestilentes o similares. Además del terreno en donde se ubique el restaurante no debe haber sido utilizado como depósito de basura, cementerio o expuesto a inundaciones.

Por otro lado, el restaurante deberá contar con ingreso independiente entre proveedores, clientes y otros servicios, o en caso contrario establecer periodos de tiempo diferentes para el ingreso de las mercaderías a efectos de evitar la **contaminación cruzada**. *(Proceso por el cual los microorganismos patógenos y otras sustancias dañinas son trasladados mediante equipos, personas, materiales de limpieza, de una zona sucia a una zona limpia, posibilitando la contaminación de alimentos, por ejemplo cuando se limpia la cocina con trapeadores sucios).*

- **Vías de acceso:** para una adecuada prestación de servicios, las vías de acceso y áreas de desplazamiento al interior del restaurante tendrán una superficie pavimentada o afirmada dura. Contar con una adecuada señalización, áreas de circulación amplias además se debe dar cumplimiento a las disposiciones emitidas para el desplazamiento de clientes discapacitados.
- **Pisos:** es imprescindible que los materiales utilizados permitan una fácil limpieza, por lo cual se deberá verificar que los mismos garanticen la impermeabilidad, ser adsorbente, de tal manera que puedan soportar salpicaduras de productos (aceite, agua, desinfectantes). Los pisos no deben tener grietas para facilitar su limpieza y desinfección.
- **Paredes:** serán de materiales impermeables al agua e adsorbentes, de un color claro, de textura lisa, sin grietas.

4.3.6.2 Buenas Prácticas de Higiene (BPH)

b) Instalaciones sanitarias:

- **Servicios higiénicos del personal y público.** Cada restaurante de la cadena contara con servicios higiénicos diferenciados para hombres y mujeres, en cantidad y tamaño adecuado al volumen de colaboradores y clientes; estarán debidamente señalizados, operativos y en buen estado de conservación e higiene, equipados con fácil material de limpiar y

desinfectar. Buena ventilación, natural o artificial, asimismo deberán contar con un inodoro, urinario y lavatorio según sea el caso, con dispensadores de jabón líquido y medios higiénicos para secarse las manos (toallas desechables).

- **Vestuarios para el personal:** cada local contara con un espacio donde habrán casilleros para que el personal pueda guardar sus artículos personales. Además deberán colocarse el uniforme cuando el restaurante abra las puertas a los clientes. Asimismo, este uniforme deberá estar limpio.
- **Lavado de manos:** se contara con un lavadero, acondicionado de jabón líquido y secadores.

c) Equipos y utensilios:

- **Características de los equipos y utensilios:** Todos los equipos y utensilios que se emplearan serán de material resistente a la corrosión (acero inoxidable), no poroso, ni absorbente que no transmitan sustancias toxicas, olores, ni sabores a los alimentos; asimismo ser de fácil limpieza y desinfección, capaces de resistir repetidas operaciones. Se tendrá utensilios para cada producto, como el caso de las tablas de picar, para pescados, mariscos, carnes, aves, verduras, entre otros. Por ejemplo: color celeste (pescados y mariscos), rojo (carnes crudas y aves), verde (fruta y verduras lavas y desinfectadas), beige (panes o similares) y blanco (alimentos listos para el consumo).
- **Lavado y desinfección de los equipos y utensilios:** después de cada uso se limpiaran y desinfectaran todos los equipos y superficies en contacto con los alimentos (menaje de cocina, superficies de parrillas, planchas, azafates bandejas, etc.), utilizando toallas desechables o paños de colores para cada cosa. Por ejemplo: paño de color amarillo

para el uso de detergentes y paño de color celeste para desinfectar. Este lavado de los equipos utilizados se deberá realizar al final de la jornada.

- **Lavado y desinfección de vajilla, cubiertos y vasos:** se deberán seguir los siguientes pasos: a) Retirar residuos de comida, b) lavar con agua potable corriente, caliente o fría y detergente (no utilizar esponjillas de acero inoxidable para lavar ollas y sartenes), sino utilizar esponjillas no metálicas. C) Enjuagar con agua potable corriente, d) desinfectar con cualquier producto químico autorizado para dicho uso e) y secar la vajilla por escurrimiento al medio ambiente, colocada en canastillas o similares de lo contrario con toallas, secadores o similares que serán de uso exclusivo y mantenerse limpios en buen estado de conservación, en número suficiente conforme a la demanda del servicio.
- **Almacenamiento de equipos y utensilios:** antes de almacenar los utensilios, se desinfectaran los cajones o estantes. La vajilla, cubiertos y vasos se guardaran en lugares cerrados (repostereros), los vasos y tazas colocándolos hacia abajo; a no menos 20cm del piso.
- **Implementar un Programa de Limpieza y Desinfección:** 1) que se debe limpiar, 2) con que se debe limpiar, 3) cuando se debe limpiar, 4) como se debe limpiar, 5) quien debe supervisar el programa, 6) verificación del programa de limpieza y desinfección

d) Higiene personal: cada colaborador tendrá una vestimenta adecuada, además ellos deberán realizarse un control médico periódico.

- **Estado de Salud:** los empleados enfermos o portadores de infecciones no trabajaran en el restaurante hasta que pasen ese periodo de recuperación.
- **Higiene y Comportamiento:** todos los empleados deberán mantener el cabello limpio, corto en el caso de los varones y en las mujeres deben tenerlo sujetado o con una trenza acompañado de una malla protectora.

- **Práctica de higiene de las manos;** esta es probablemente la forma más efectiva de controlar la contaminación. Existen tres componentes claves de la higiene de las manos para el manipulador de alimentos: 1) contar con instalaciones y equipos adecuados para el lavado de manos, 2) evitar el contacto directo de las manos con los alimentos listos para consumo y 3) aplicar el procedimiento apropiado para el lavado de manos.
- **Cuidado de las manos:** todos los empleados deberán tener las uñas debidamente cortadas, sin esmalte y limpias, a fin de que no puedan llevar bacterias.
- **Uso de guantes:** si es necesario los empleados deberán utilizar guantes a fin de evitar la transmisión de bacterias.
- **Malos hábitos que deben evitar:** está totalmente prohibido fumar, comer, beber, masticar chicle o escupir en áreas de preparación de alimentos. Asimismo se evitara toser o estornudar cerca a los alimentos o clientes.

4.3.7 Mano de Obra

El personal que se contratará para la adecuada gestión de la cadena de restaurantes será el siguiente:

Tabla 46: Mano de Obra por Restaurante

Cargo	Rest. 1	Rest. 2	Rest. 3	Rest. 4	Rest. 5	Total Cadena Rest.
Chef	1	1	1	1	1	5
Auxiliar de cocina	1	1	1	1	1	5
Meseros	2	2	2	2	2	10
Cajero	1	1	1	1	1	5
Total	5	5	5	5	5	25

Nota: Total de mano de obra por la cadena de restaurante “Amapolas” igual a 25 personas. Fuente: Elaboración propia.

Cada restaurante de la cadena “Amapolas” contara con un chef, un auxiliar de cocina, dos meseros o mozos y un cajero; haciendo un total de 25 trabajadores en por la cadena de restaurantes.

En cuanto a la remuneración, esta incluye horas extras debido al horario de trabajo (Lunes/Sáb 6.00am - 5pm), así como la aportación al sistema de salud. Por lo tanto la remuneración mensual del total de trabajadores de la cadena de restaurantes es de 21 105.00 nuevos soles, como se muestra a detalle en las siguientes tablas.

Tabla 47: Remuneración Mano de Obra Directa

	Auxiliar de Cocina	Chef
Remuneración	S/. 600.00	S/. 700.00
Horas Extras (48horas)	S/. 150.00	S/. 175.00
Es salud	S/. 54.00	S/. 63.00
Remuneración Mensual por Trabajador	S/. 804.00	S/. 938.00
Remuneración Cadena Rest.	S/. 4,020.00	S/. 4,690.00
Remuneración Total MOD	S/. 8,710.00	

Nota: Total remuneración mensual del auxiliar de cocina y chef respectivamente incluidos beneficios laborales por la cadena de restaurante “Amapolas”. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48: Remuneración Mano de Obra Indirecta

	Mozo	Cajero
Remuneración	S/. 600.00	S/. 650.00
Horas Extras (48horas)	S/. 150.00	S/. 162.50
Es salud	S/. 54.00	S/. 58.50
Remuneración Total por Trabajador	S/. 804.00	S/. 871.00
Remuneración Cadena Rest.	S/. 8,040.00	S/. 4,355.00
Remuneración Total MOI	S/. 12,395.00	

Nota: Total remuneración mensual de Mozos y cajeros respectivamente incluidos beneficios laborales por la cadena de restaurante “Amapolas”. Fuente: Elaboración propia.

Chef: Es una persona experta encargada del área de cocina, que controle los insumos y materia prima de los productos a ofrecer. Además de la preparación de los platos especiales de la casa, así como de la variedad de menú con la que cuenta el restaurante.

Requisitos:

- Con experiencia mínima de un año, que demuestre orden, limpieza, trato amable y rapidez.
- Disponibilidad para trabajar en horario de 6am a 4pm.

Auxiliar de cocina: Es una persona que se encargara de apoyar al chef en cuanto a la preparación de los alimentos.

Requisitos:

- Con experiencia mínima de 6 meses en el mismo puesto.
- Disponibilidad para trabajar en horario de 6am a 4pm.

Mozos: Varón o mujer, responsable de la atención directa al público.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 6 meses en el puesto u otros de atención al cliente.
- Facilidad de palabra, entusiasmo, orientación al servicio y habilidad para interactuar con otros.
- Disponibilidad para trabajar de 6am a 4pm. (incluido los días sábados).
- Que demuestre amabilidad, compromiso, responsabilidad y seriedad en su trabajo.

Cajero: Persona encargada de recibir los pagos de los clientes, mantener un registro de los mismos y preparar un reporte de caja diariamente.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 1 año en el puesto o manejo de cuentas.

4.3.7.1 Reclutamiento y selección del personal

Para contratar al personal se realizara basándose en las necesidades que se tienen para poder crear la cadena de restaurantes; dichas necesidades serán definidas a nivel cualitativo y cuantitativo.

- **Cualitativo:** primero realizaremos un organigrama de la cadena de restaurantes, Posteriormente se redactara indicando las tareas y responsabilidades de cada puesto. Finalmente y a partir de los dos aspectos anteriores definiremos el perfil ideal para cada puesto.
- **Cuantitativo:** para poder definir el dimensionamiento de la plantilla será necesario conocer el organigrama y número de personal necesario para cada puesto y cada restaurante de la cadena. Para ello utilizaremos métodos objetivos basados en los estándares de calidad de nuestra empresa, así como en el número de clientes que concurrirán a cada restaurante.

4.3.7.2 Proceso de reclutamiento

Este proceso será realizado por el administrador de la cadena de restaurantes. Para que el reclutamiento sea efectivo deberemos seguir los siguientes pasos:

- a) **Definición de los objetivos.** conocer el número de puestos que se deben cubrir, así como la fecha de incorporación del personal que se desea reclutar. Para ello es necesario conocer el número de candidatos para cada puesto y cada restaurante.
- b) **Vías de reclutamiento.** son los canales de comunicación que se utilizarán para transmitir al mercado laboral nuestras ofertas. Algunas vías serían: a través de anuncios en los periódicos locales como Diario La Industria o volantes en los cuales se especificará un dirección electrónica para el envío de curriculum.
- c) **Captura y tratamiento de currículum.** Estos serán revisados por el administrador de la cadena de restaurantes para comprobar que se adecuan

a los perfiles demandados, y realizar un primer filtro, eliminando todos aquellos que no cumplan los requisitos fundamentales. Posteriormente quienes si cumplen con el perfil del puesto, será comunicados vía telefónica para convocarlos a una entrevista personal.

d) Proceso de selección

- Intervendrá el encargado de la selección del personal, en este caso será el administrador de la cadena de restaurantes.
- Durante este proceso se deberá preparar una entrevista y elegir a las personas que mejor se adecuen al puesto, basándose también en un examen médico de la persona que se contratará. Al finalizar la selección de las personas idóneas, se procederá a realizar la formación inicial para trabajar posteriormente en la empresa.
- Todos los candidatos que son descartados en alguna de las etapas del proceso deben recibir una comunicación por parte de la empresa. Esto ayuda a transmitir imagen de seriedad, y no descartar si en un futuro alguno de estos candidatos puede ser apto para trabajar con nosotros, para lo cual es aconsejable conservar una base de datos con los candidatos que se adecuan al perfil para contar con ellos como primera opción en futuros procesos de selección.

4.3.7.3 Horarios

El servicio a prestar será de lunes a sábado, cuyo horario de trabajo de los colaboradores del restaurante, así como la atención al público será el siguiente:

Horario de Trabajo: Lunes/Sáb 6am - 4pm.

Horario de Atención: Lunes/Sáb 6.30am – 3.30pm

4.3.7.4 Vestimenta del personal

Mozo

- Zapatos negros: mujer (balletinas), varones (zapatos cerrados).
- Pantalón jean azul: (mujer y varón).
- Polo blanco (mujer y varón)

Chef y Auxiliar de Cocina:

- Calzado cómodo o zuecos de poliuretano de color blanco.
- Pantalón azul o negro.
- Delantal blanco para el chef y ayudante
- Gorro de color azul o negro.

4.3.8 Discusión de la Viabilidad Técnica - Operativa

Los cinco locales tomados en cuenta para este plan de negocio se encuentran dentro de cada paradero y estos se ubican en la calle Las Amapolas 120 Lotización La Primavera (Paradero no.1), Av. Augusto B. Leguía #1175 (Paradero no.2), Av. Nicolás de Piérola, Frente Óvalo Iparraguirre: Terminal Epsel (paradero no.3), Av. Pedro Ruiz #560 (Paradero no.4) y en la Av. Lora y Lora, costado del Terminal de la empresa (paradero no.5).

Si bien las medidas de los locales son similares, las cantidades de mesas que se colocaran en cada uno de estos serán diferentes, con el fin de facilitar la movilización de clientes y colaboradores dentro del local.

Las personas que transcurren en lo paraderos ya mencionados, desean encontrar un menú variado y sabroso, acompañado de una buena atención, seguridad, limpieza y comodidad; aspectos que son considerados tan importantes como el producto que se les ofrece.

No obstante, para ofrecer el producto que los clientes desean, es imprescindible contar con el equipo, menaje y mobiliario adecuado para cada restaurante, esto en base al tamaño de cada local y a la afluencia de clientes de su respectivo paradero, pues de esto también dependerá la cantidad de colaboradores que se necesite. En cuanto a equipo, cada local contara con una cocina industrial, una refrigeradora, un microondas, una congeladora, un televisor LED, un bluray, esto porque a los clientes les gusta ver los videos de los grupos de cumbia más sonados mientras degusta de su alimentos. También será necesario una licuadora, un reloj, un exprimidor y hervidor eléctrico.

El mobiliario será el mismo para dar una sola imagen de la cadena “Amapolas”, y constara de una mesa hecha a base de melamine y bancos de igual color. Además será necesaria una mesa para la cajera, un repostero, dos ventiladores, una pizarra y un toldo para cada local. Respecto a la elección de bancos en vez de las tradicionales sillas de madera, esto se debió a que les permite movilizarse con mayor facilidad en caso se demoren en desayunar y/o almorzar, pues son más prácticos y cómodos, en opinión de los clientes.

La cantidad de menaje necesario para la implementación de los restaurantes, se basó en el número de clientes, mesas y por restaurante. Por ejemplo, la cantidad de platos, tazas, vasos, cucharas, tenedores y cuchillos, todos de diferentes tamaños se basó en el número de personas que podía atender cada restaurante. De otro lado la cantidad de servilleteros, ajiceros, saleros, azucareros y jarras se basó en el número de mesas de cada restaurante. Y por último las ollas, peroles, sartenes, tinas, baldes, tablas entre otros utensilios la cantidad de cada uno de estos es por restaurante.

Sin embargo cabe resaltar que para el menaje u otro utensilio que se pueda quebrar o dañar más fácilmente que otros, se agregó un margen extra.

Seguidamente es importante fijarse en los procesos en los que se incurrirán, tales como el proceso de pedidos y recepción de materias primas, proceso de producción y el proceso de servicio al cliente. Por tanto si se quiere ofrecer un buen producto será indispensable contar con buenos insumos, esto se logra con proveedores buenos que oferten los insumos más frescos del mercado; para lo cual es importante la colaboración del chef y de ayudante quienes se encargaran de verificar la recepción de los alimentos de acuerdo al pedido realizado. Además de ver el estado en el que llegan los alimentos, en que vehículos los transportan y en el caso de alimentos que necesitan refrigeración, se verificara si llegaron en las temperaturas adecuadas. Es decir, deberán basarse en el tipo de alimento, pues al final influirá cuando se empiece a preparar el menú del día, el que será variado. Luego de terminar con el producto, es importante uniformizar el servicio que se ofrecerá en cada restaurante para que cada cliente que ingrese al local se sienta cómodo y reciba una buena y amable atención de parte de cada colaborador que mantenga contacto con él. Además de la buena atención, deberá mantenerse el orden y la limpieza dentro y fuera del local y cada colaborador deberá hacer suyas las buenas prácticas de manufactura y de higiene.

Finalmente se necesitara de cinco colaboradores por restaurante, un chef, un auxiliar de cocina, dos meseros y un cajero; haciendo un total de 25 colaboradores (mano de obra directa) para la cadena de restaurantes. Todos ellos deberán pasar por un proceso de reclutamiento basado en las funciones que deberá cumplir cada uno; además de vestir de manera uniforme, el sexo es indistinto para cada puesto de trabajo, lo principal es que cumplan con los requisitos propuestos según funciones y que además cumplan con los horarios de trabajo: Lunes/Sáb 6.00am - 4pm.

4.4 Viabilidad Organizacional – Normativa

El estudio organizacional tiene como objetivo estructurar la organización de la cadena de restaurantes ubicados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, que se dirigen a los distritos del departamento de Lambayeque con el fin de resaltar e indicar las funciones de cada puesto, así como la constitución de dicha cadena de restaurantes.

4.4.1 Aspecto Legal

4.4.1.1 Tipo de Sociedad

Actualmente el restaurante Amapolas está constituido como persona natural con negocio (empresa unipersonal), es decir son personas físicas e individuales, con capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones y que desarrollan actividades empresariales a título personal. (Gabriela Estefanía Ugaz Cubas – RUC N° 10474281456).

Empresa Unipersonal: Es el negocio individual en el cual el propietario desarrolla toda la actividad empresarial, aportando capital, trabajo y esfuerzo y cuya responsabilidad es ilimitada.

Ventajas:

- Trámites simplificados para formar una empresa como persona natural con negocio.
- Se puede reaccionar rápidamente en caso de cambios bruscos en el mercado que puedan afectar a la empresa.

Desventajas:

- Ante cualquier compromiso o deuda, que por una situación imprevista no pueda pagar, el titular responderá no sólo con los bienes destinados al funcionamiento del negocio sino, también, con el patrimonio personal (terrenos, casas, electrodomésticos, medios de transporte, cuentas privadas, etc.).

- El capital generalmente está limitado a lo que el titular pueda invertir. Esto puede representar serios problemas al crecimiento futuro de la empresa.
- Una enfermedad o accidente que me impidiera participar activamente en el manejo del negocio puede significar una interrupción en las operaciones.

4.4.1.2 Trámites Legales de Constitución

Para poder iniciar las actividades del negocio como persona natural se deberá tramitar el registro único del contribuyente (RUC) en la SUNAT. (Incluye selección de régimen tributario y solicitud de emisión de tickets, boletas y/o facturas). Se pueden tramitar el RUC a través de internet.

A continuación se detalla los trámites que se deben realizar previamente al inicio de las actividades.

PRIMERO: Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes – RUC

Persona Natural

Debe acercarse a las oficinas de SUNAT y exhibir:

- Original de su documento de identidad.
- Original de uno de los siguientes documentos: recibo de agua, telefonía fija, luz, televisión por cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los últimos dos meses; o la última declaración jurada o autoavalúo del local donde funcionará el establecimiento.

Si el trámite es realizado por una persona autorizada para tal efecto, deberá exhibir adicionalmente su documento de identidad original y, presentar una carta poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de la SUNAT y los siguientes formularios:

- Formulario N° 2119 "Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos".

- Formulario N° 2046 "Establecimientos anexos" (en el caso de contar con establecimiento anexo distinto al señalado como domicilio fiscal).

SEGUNDO: Autorización de impresión de Comprobantes de Pago

Luego de obtenido su número de RUC y de la verificación de su domicilio fiscal por parte de la SUNAT, solicitará la autorización para imprimir sus comprobantes de pago con el Formulario N° 806 en las oficinas de SUNAT o con el Formulario N° 816 en las imprentas conectadas en línea con la SUNAT. Si va a emitir tickets o cintas de máquina registradora, debe solicitar la inscripción de la máquina con el Formulario N° 809.

- Si se encuentra en Régimen Único Simplificado deberá solicitar autorización de impresión para expedir solo boletas de ventas y/o tickets o cintas de máquina registradora presentando el Formulario No. 806 y/o No. 809 respectivamente.
- Si está comprendido en el Régimen Especial o Régimen General de Ventas puede solicitar autorización para emitir facturas, boletas de ventas, tickets o cintas de máquina registradora y liquidaciones de compra, según la naturaleza de su actividad; presentando los Formularios No. 806 y No. 809.

TERCERO: Legalización de libros de contabilidad

También debe adquirir y legalizar ante Notario Público o Juez de Paz los libros que esté obligado a llevar según el régimen tributario en el que se hubiera inscrito. (Régimen General de Renta).

CUARTO: Obtención de la Licencia Municipal de Funcionamiento

Este trámite se realiza ante la Municipalidad Distrital o Provincial donde se encuentra ubicado el negocio.

Cabe resaltar que estos trámites ya fueron realizados para la apertura del primer local del restaurante “Amapolas”. Ahora solo deberán realizarse otros trámites para el cambio de régimen al que se acogerá, el cual se detallará en el siguiente punto.

4.4.1.3 Afectación Tributaria

Regímenes Tributarios

Actualmente el Restaurante “Amapolas” está suscrito al Régimen Único Simplificado (RUS), pero este régimen solo permite tener un establecimiento y al ser nuestro objetivo la creación de una Cadena de Restaurantes, deberá acogerse al Régimen Especial de Renta o al Régimen General de Ventas, esto según los requisitos que cada uno de estos presenta. Por ejemplo el Régimen Especial de Renta requiere:

- Monto de ingreso neto anual o de adquisiciones no mayor a S/. 525,000.
- Valor de activos fijos con excepción de predios y vehículos no mayor a S/. 126,000.
- Cantidad de trabajadores no mayor a 10 personas (en forma directa o indirecta) por turno de trabajo.

No obstante, la cadena de Restaurantes no podrá acogerse al régimen antes mencionado debido a que el número de trabajadores excede el límite puesto como requisito. Por esta razón se acogerá al Régimen General de Ventas, para lo cual deberá realizar un cambio presentando una “Solicitud de Modificación de Datos, Cambio de Régimen o Suspensión Temporal de Actividades”, en la SUNAT; en la que se especificara el tipo de cambio de régimen y la fecha de cambio. (Como se muestra en el Anexo No.09).

Por ejemplo si se desea se puede presentar en este mes de Febrero, para que a partir del próximo mes pueda realizar sus pagos según el nuevo régimen.

Adicional a esta solicitud deberá presentarse un Formulario de Establecimientos Anexos por cada local que se pretende aperturar, para este caso serán cinco formularios; en los cuales se detallara:

- Rubro I: el Tipo de Solicitud, Numero de RUC, Apellidos y Nombres.
- Rubro II: Denominación del establecimiento, Departamento, Provincia, Distrito y Zona. (Como se muestra en el Anexo No.10)

En vista que las obligaciones tributarias que tendrá la Cadena de Restaurantes “AMAPOLAS”, al estar constituida como Persona Natural con Negocio, será según el Régimen Tributario General de Renta (RGR)*, cumplirá con los siguientes ítems:

PRIMERO: Tipos de comprobantes de pago que emiten.

- Factura.
- Boleta de pago.
- Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que no dan derecho al crédito fiscal ni pueden utilizarse para sustentar gasto o costo con efectos tributarios.
- Guía de remisión – remitente.
- Guía de remisión – transportista
- Ticket o cinta emitidos por máquinas registradoras que sustentan gasto o costo y dan derecho a crédito fiscal.
- Otros comprobantes autorizados por el Régimen de Comprobantes de Pago. (*RS N° 007 – 99/SUNAT).

-

SEGUNDO: Libros de contabilidad legalizados o libros electrónicos.

Si sus ingresos brutos anuales no superan las 150 UIT (S/. 570.000) deberán llevar:

- Registro de ventas.
- Registro de compras.

- Libro diario de formato simplificado.

En caso que sus ingresos brutos anuales fueran mayores a 150 UIT y no superen los 500 UIT deben llevar contabilidad completa:

- Libro diario mayor.
- Registro de Compra.
- Registro de Ventas.

Si sus ingresos son mayores a 500 UIT, hasta 1700 UIT, llevan:

- Libros de inventarios y balances.
- Libro diario, mayor.
- Registro de Compras y Registro de Ventas.

Si tienen ingresos mayores a 1700 UIT, llevan contabilidad completa.

TERCERO: Tributos a los que esta afecto.

Impuesto a la renta:

- Pagos a cuenta mensuales: se abona el monto que resulta mayor de comprar las cuotas mensuales determinadas conforme a lo siguiente:
 - Ingresos netos obtenidos en el mes x coeficiente.
 - Ingresos netos obtenidos en el mes x 1.5%, cuando no exista impuesto calculado en el ejercicio 2013.
- Declaración anual y pago de regularización: 30% de la renta neta imponible.

Impuesto temporal a los activos netos (ITAN):

- Tasa: 0.4% por el exceso de S/. 1'000.000 del activo neto.

Impuesto general a las ventas (IGV):

- Tasa: 18% (incluye el impuesto de Promoción Municipal).

Otros tributos.

Retenciones del IGV y Renta (contribuyentes no domiciliados, rentas de 2da., 4ta. Y 5ta. Categoría).

Essalud (9%) y ONP (13%).

CUARTO: Medios para la declaración y pago.

A través de los Programas de Declaración Telemática (PDT):

- PDT IGV – Renta (alternativamente también puede utilizar el formulario virtual N° 621 Simplificado IGV – Renta).
- PDT N° 617 – otras retenciones.
- PDT N° 601 – planilla electrónica.

*El Régimen General de Renta: Requisitos:

- Monto de ingreso neto anual o de adquisiciones no mayor a S/. 525,000;
- Valor de activos fijos con excepción de predios y vehículos, no mayor a S/: 126,000;
- Cantidad de trabajadores mayor a 10 personas (en forma directa o indirecta) por turno de trabajo.

4.4.1.4 Afectación Laboral

Con respecto a las obligaciones que tendrá la cadena de Restaurante “Amapolas” con sus trabajadores, esta deberá inscribirse en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), con base legal D.S. N° 007-2008-TR y D.S. N° 008-2008-TR; según las condiciones que presentan.

4.4.1.4.1 Requisitos para inscripción en el REMYPE

- Contar al menos con un trabajador. En el caso de las MYPE constituidas por persona natural o EIRL, el encargado no cuenta como trabajador.
- Cumplir con las características de las MYPE (número de trabajadores y ventas). Se considera el promedio de trabajadores de los 12 últimos meses calendarios.
- No incurrir en supuestos de grupo o vinculación económica, que en conjunto no cumplan con las características de la MYPE. Por ejemplo,

ser una MYPE que conforma un grupo empresarial más grande, con evidentes conexiones de gestión.

- Contar con RUC y Clave SOL.

4.4.1.4.2 Pasos para registrarte en el REMYPE

Para registrarse en el REMYPE es necesario ingresar al portal del Ministerio de trabajo y promoción del Empleo y acceder al enlace de REMYPE con el número de RUC y clave SOL. Posteriormente se deberá confirmar los datos de la empresa y de sus trabajadores, así como su modalidad contractual; por último se imprime la constancia. Este trámite es totalmente gratuito y de calificación automática.

4.4.1.4.3 Condiciones para ser Micro Empresa y para ser Pequeña

Empresa:

De acuerdo a la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento empresarial - Texto Único Ordenado aprobado mediante el D.D. 013-2013-PRODUCE publicado el 28.12.2013 – regula las condiciones y beneficios relativos a las MIPYME (Micro Empresas, Pequeñas Empresas y Medianas Empresas).

Características de la MYPE:

Micro Empresa

- Tienen de 1 hasta 10 trabajadores.
- Ventas Anuales máximo 150 UIT (*) (S/. 570,000).

Pequeña Empresa

- Tienen de 1 hasta 100 trabajadores.
- Ventas anuales mayores a 150 UIT hasta monto máximo de 1700 UIT (*) (S/. 570,000).

Mediana Empresa

- Ventas anuales mayores a 1700 UIT (S/. 6'460,000), hasta monto máximo de 2300 UIT (*).

(*) La UIT para el año 2014 es de S/. 3,800 nuevos soles.

Por ende se suscribirá como **Pequeña Empresa**, dada las características que esta presenta y que van acorde con la cadena de restaurantes.

4.4.1.4.4 Beneficio Laborales, Previsionales y de Salud de las MYPES

A fin de fomentar la formalización y el desarrollo de las Micro y Pequeña Empresas (MYPES), se crea el Régimen Laboral Especial por el cual tanto los trabajadores como los conductores de las MYPES pueden acceder a beneficios de atención en Seguridad Social o previsionales como la ONP; además, los trabajadores también son protegidos en sus derechos básicos como la jornada básica de 08 horas con pago de sobretiempos y descanso semanal; los conductores de las MYPES también reciben apoyo del Estado al pagar una tasa especial en materia previsional, así también solo del 50% del SIS en el caso de las Micro Empresas; entre otros beneficios.

Régimen Laboral de la Micro y Pequeña Empresa

- El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.
- Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.
- No están incluidos en el ámbito de aplicación laboral los trabajadores sujetos al régimen laboral común, que cesen después de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1086 y sean inmediatamente

contratados por el mismo empleador, salvo que haya transcurrido un (1) año desde el cese.

- Créase el Régimen Laboral Especial dirigido a fomentar la formalización y desarrollo de las Micro y Pequeña Empresa, y mejorar las condiciones de disfrute efectivo de los derechos de naturaleza laboral de los trabajadores de las mismas.

Incluye los siguientes derechos:

Pequeña Empresa

- Remuneración Mínima Vital (RMV), s/.750.00.
- Jornada de trabajo de 8 horas.
- Descanso semanal y en días feriados según Régimen Laboral Común (enero, jueves y viernes santo, día del trabajo, fiestas patrias, Santa Rosa de Lima, Combate de Angamos, Todos los Santos, Inmaculada Concepción, Navidad).
- Remuneración por trabajo en sobretiempo.
- Descanso vacacional de 15 días calendarios.
- Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD (9%). El empleador deberá aportar el 9% de lo que perciba el trabajador.
- Cobertura Previsional. Sistema Nacional de Pensiones (SNP u ONP) o al Sistema Privado de Pensiones (AFP).
- Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración).
- Cobertura de Seguro de Vida (*) y Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR) (**).
- Derecho a percibir 02 gratificaciones, ½ sueldo en Julio y ½ sueldo en Diciembre. Siempre y cuando haya laborado el semestre completo (Enero a Julio y Julio a Diciembre). Caso contrario percibirá la parte proporcional por los meses laborados en razón del medio sueldo.
- Derecho a participar en las utilidades de la empresa.

- Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración (1/2 sueldo) por año de servicio con tope de 90 días de remuneración. El empleado solo puede disponer de hasta el 70% del exceso de seis sueldos de CTS acumulado.
- Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

(*) Seguro de Vida Ley

Cuando un trabajador cumple 4 años en un centro laboral, el empleador debe contratar un seguro de vida con las características establecidas en la Ley de Consolidación de Beneficios Sociales, aprobada por Decreto Legislativo N° 688. Es responsabilidad del empleador mantener vigente el seguro grupal para todos los trabajadores que cumplan con el requisito de 4 años, pagando la prima que corresponda.

Indemnizaciones a las que da derecho el Seguro de Vida Ley

Por este seguro la compañía se obliga a pagar a los beneficiarios declarados en la póliza, una de las siguientes indemnizaciones:

- Por muerte natural: 16 remuneraciones asegurables.
- Por muerte accidental: 32 remuneraciones asegurables.
- En el caso invalidez total y permanente originada en un accidente, la aseguradora se obliga a pagar 32 remuneraciones asegurables.

Remuneración asegurable

Se considera remuneración asegurable aquella que figura en los libros de planillas y boletas de pago, la misma que debe ser percibida habitualmente por el trabajador aun cuando sus montos puedan variar. No se incluyen dentro de la remuneración asegurable las gratificaciones, participaciones, compensación vacacional adicional y otras que por su naturaleza no se abonen mensualmente.

Es importante recordar que existe un tope denominado remuneración máxima asegurable, según lo establecen las normas del Sistema Privado de Pensiones.

Beneficiarios del Seguro

Los beneficiarios son el cónyuge o conviviente y los descendientes. Si no existieran estos beneficiarios, la indemnización corresponderá a los padres y hermanos menores de 18 años de edad.

() El Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR)**

Otorga cobertura adicional en los casos de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales a los afiliados regulares de EsSalud que desempeñan actividades de riesgo indicadas en el D.L. 26790 (Ley de Modernización de la Seguridad Social en Salud). El sistema de EsSalud ofrece este tipo de seguro llamado, EsSalud + Protección Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo, el cual brinda cobertura por accidentes de trabajo y enfermedad profesional a los trabajadores dependientes o independientes que realizan actividades de riesgo.

¿Quiénes se encuentran obligados a contratar el SCTR?

Es de carácter obligatorio para aquellos empleadores que realizan actividades económicas de riesgo descritas en el Anexo 5 del Decreto Supremo N° 003-98-SA., así como las cooperativas de trabajadores, empresas de servicios especiales, contratistas y subcontratistas, instituciones de intermediación o provisión de mano de obra que destaque trabajadores hacia centros de trabajo que desarrollen actividades de riesgo.

Actividades Económicas obligadas a contratar el SCTR:

- Extracción de madera.
- Pesca.
- Producción de petróleo crudo y gas natural.
- Refinerías de petróleo.

- Industria del tabaco.
- Fabricación de textiles.
- Industria del cuero, productos de cuero y sucedáneos de cuero.
- Industria de la madera y productos de madera y corcho.
- Fabricación de sustancias químicas industriales.
- Fabricación de otros productos químicos.
- Fabricación de productos derivados del petróleo y el carbón.
- Fabricación de productos plásticos.
- Fabricación de vidrio y productos de vidrio.
- Fabricación de otros productos minerales no metálicos.
- Industria básica de hierro y acero.
- Industria básica de metales no ferrosos.
- Fabricación de productos metálicos.
- Construcción de maquinarias.
- Electricidad, gas y vapor.
- Construcción.
- Transporte aéreo.
- Servicios de saneamiento y similares.
- Servicios médicos y odontológicos, otros servicios de sanidad y veterinaria.

¿Quiénes son asegurados obligatorios del SCTR?

Son la totalidad de trabajadores, empleados u obreros en condición eventual, temporal o permanente que laboran en un centro de trabajo en el cual se desarrollan actividades de riesgo.

¿Qué coberturas ofrece el SCTR?

El SCTR brinda las coberturas de salud o prestaciones de salud, en la cual se incluye la asistencia y asesoramiento preventivo en salud ocupacional, los gastos de curación hasta la total recuperación del asegurado, prótesis, aparatos ortopédicos, rehabilitación y readaptación laboral; cobertura

correspondiente a EsSalud o a una Entidad Prestadora de Salud (EPS). Asimismo, brinda la cobertura de pensiones o prestaciones económicas por invalidez, sobrevivencia y gastos de sepelio a cargo de la Oficina de Normalización Previsional (ONP) o una Compañía de Seguros.

No obstante, según lo descrito anteriormente sobre el Seguro de Vida Ley y el Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo (SCTR), cabe resaltar que la actividad que realizara cada restaurante de la cadena de restaurantes “Amapolas” no es considerada como riesgosa, por lo tanto no se pagara ambos beneficios a sus trabajadores.

4.4.1.4.5 Beneficios destinados a promover el Desarrollo y Competitividad de las MYPES

- Constitución de empresas en línea (72 horas).
- Acceso al Financiamiento.
- Otros Instrumentos de Promoción.
- Depreciación acelerada.

Constitución de empresas en línea:

El estado ha implementado un Sistema de Constitución de Empresas en línea que permite que el trámite concluya en un plazo de no mayor de 72 horas.

Acceso Al Financiamiento:

El Estado promueve el acceso de la MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados.

Otros instrumentos de promoción:

Se ha incorporado a las Micro y Pequeñas Empresas como beneficiarios de la Ley N° 29152 (Ley que establece la implementación y el funcionamiento del Fondo de Investigación y Desarrollo para la Competitividad – FIDECOM). Parte de los recursos de FIDECOM se asignan preferentemente al

financiamiento de programas de capacitación de los trabajadores y conductores de las Micro y Pequeñas Empresas que fortalezcan su capacidad de generación de conocimientos tecnológicos para la innovación de productos, servicios y otros.

Depreciación acelerada para las pequeñas empresas:

Las Pequeñas Empresas podrán depreciar el monto de las adquisiciones de bienes muebles, maquinarias y equipos nuevos destinados a la realización de la actividad generadora de rentas gravadas; en el plazo de 3 años.

4.4.1.4.6 Otros aspectos de interés – Nueva Ley de MYPES

Otros de los aspectos de interés para las MYPE son los siguientes:

- Creación de Fondo para la negociación de facturas.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Actividades no comprendidas en los beneficios de las MYPES

Fondo Para La Negociación De Facturas

Se ha autorizado a COFIDE a crear y administrar un Fondo destinado a financiar el descuento de facturas provenientes de las ventas de las Microempresas a que se refiere este Decreto Legislativo.

Registro Único de Contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes será utilizado para todo y cualesquier registro administrativo en que sea requerida la utilización de un número incluida el ESSALUD.

Cabe señalar que lo señalado en el párrafo anterior no modifica las normas del RUC, respecto de los sujetos obligados a inscribirse en este registro, por lo que ninguna entidad pública podrá exigir:

- Que se entregue número de RUC a sujetos no previstos en las referidas normas.
- Que se modifiquen las citadas normas.

Importante**ACTIVIDADES NO INCLUIDAS EN LOS BENEFICIOS DE LAS MYPES**

Las unidades económicas que se dediquen al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines no podrán acogerse a beneficios de la Ley de MYPES.

4.4.2 Estructura Orgánica**Organización de la empresa**

Se ha elegido como nombre de la cadena de restaurantes “AMAPOLAS” para efectos del presente modelo de negocio, dicho nombre deberá ser verificado en Registros Públicos para constatar si se encuentra disponible y a partir de ello realizar un estudio de marca correspondiente.

Misión y Visión de la empresa**Misión**

“Somos una empresa que nos centramos en ofrecer la mejor opción de comida tipo rancho y un servicio de calidad, con el propósito de satisfacer a los más exigentes clientes”.

Visión

“Ser reconocidos como una cadena de restaurantes líder en la ciudad de Chiclayo, distinguiéndonos por brindar un servicio y atención de calidad a nuestros más exigentes clientes”.

Organigrama de la empresa - Manual organizacional de funciones (MOF)

La estructura de la organización ha sido diseñada tomando en consideración los componentes más convenientes de los organigramas. Esta se muestra a continuación:

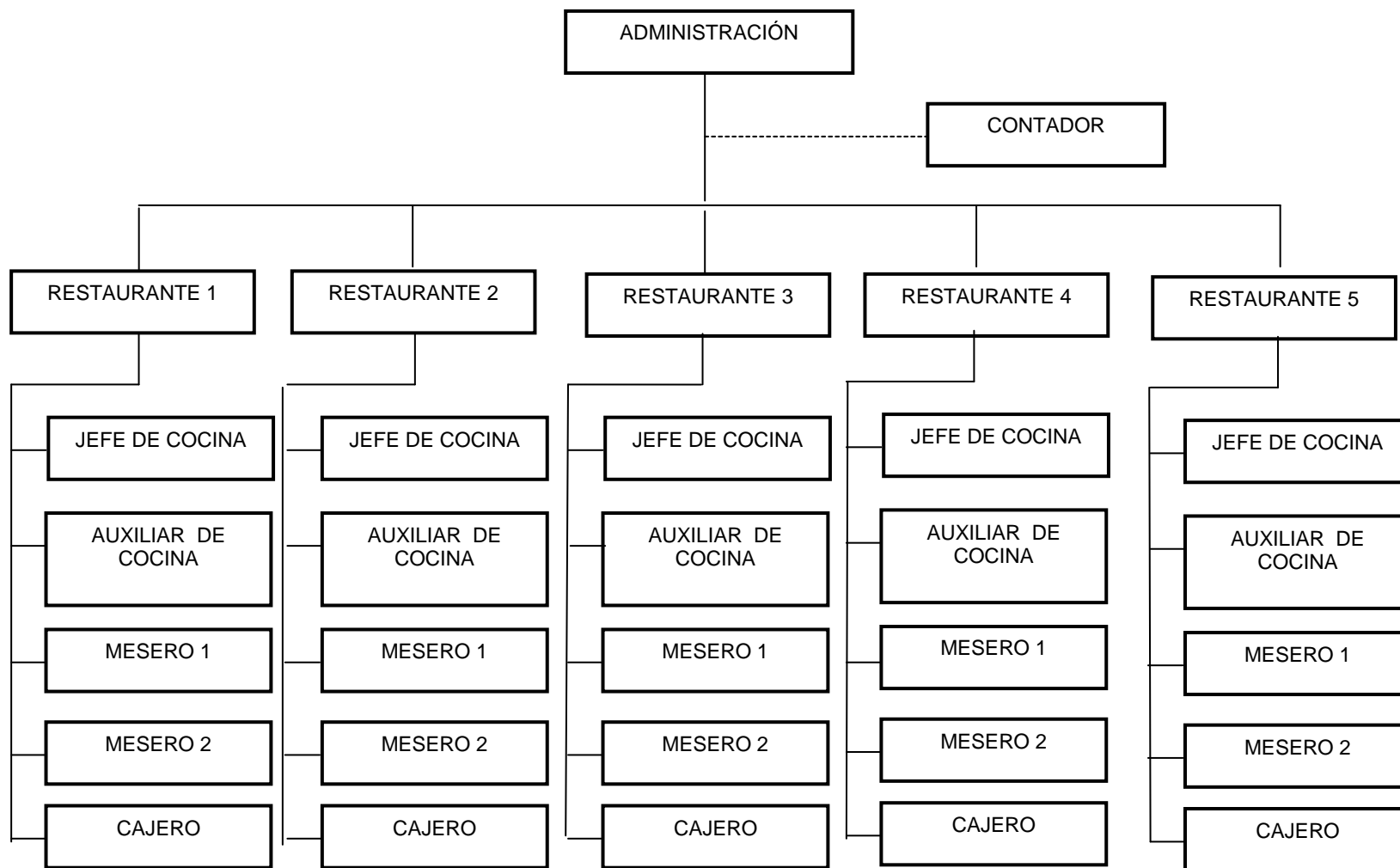


Figura 24: Organigrama Cadena de Restaurantes "Amapolas"
 Fuente: Elaboración propia.

El cliente espera mucho más que una satisfacción a sus necesidades alimenticias, exige un servicio profesional: rapidez, higiene y buen gusto, es por esto que se requiere contratar un personal calificado y definir bien sus funciones dentro del lugar de trabajo.

Funciones del Personal

Gerente: Es la autoridad principal de la cadena de restaurante.

- Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos.
- Representar legalmente al restaurante frente a terceros.
- Encargarse de la Dirección gastronómica en conjunto con los chefs de cada restaurante.
- Dirigir a su Personal para garantizar el cumplimiento de las políticas y normas de la empresa.
- Manejar la negociación con los Proveedores para la adquisición de la materia prima e insumos.
- Revisar los estados financieros de cada restaurante.
- Toma las decisiones finales ante cada opción que se requiera.

Contabilidad

- Controla la contabilidad de la empresa.
- Interviene en todos los documentos de cobro y pagos correspondientes.
- Controla los pagos del personal y proveedores.
- Responsable de los aspectos tributarios.
- Se encarga de la realización de los estados financieros y su análisis.
- Elabora los reportes financieros para el gerente del restaurante.
- Rinde a la directiva de la empresa las cuentas trimestrales de gastos e ingresos.

Personal Operativo

Son los empleados necesarios para en funcionamiento de la cadena de restaurantes; cada una de estas personas debe cumplir ciertas funciones específicas que se detallan a continuación.

Jefe de Cocina - Chef

- Control de los productos y bienes de la cocina.
- Elaboración de los distintos platos.
- Control de higiene de la cocina y empleados.
- Encargarse del cuidado de los equipos y utensilios en la realización de los platos.
- Coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente.
- Realizar la compra de materias primas e insumos.
- Coordinar con el gerente los precios y rotación de la carta.
- Examina que las cantidades recibidas sean las mismas tramitadas en la Orden de Compra.
- Revisa que las características de la mercadería entregada por el proveedor se ajuste a las especificaciones en la Orden de Compra.
- Realiza el despacho de la mercadería al almacén una vez cumplido con el anterior proceso para inventario y almacenamiento.

Auxiliar de cocina

- Colaborar en la realización de los platos.
- Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos esenciales.
- Cuidar de los bienes de uso de la cocina.
- Cuidar de su sector de trabajo.
- Apoyar al chef en la elaboración de platos.
- Coordinar y repartirse las tareas entre los ayudantes de cocina.

Meseros

- Organización y limpieza adecuada del restaurante.
- Control de los materiales y bienes del mismo.
- Recepción y acomodamiento de clientes.
- Conocimiento de la variedad y precios de los platos de comida y bebidas en general.
- Ser Responsable y educado.
- Atención cordial y eficaz con los clientes.
- Respetar los pedidos y necesidades de los clientes.
- Responder apropiadamente ante quejas de los clientes
- Debe reordenar su sector de trabajo después del Servicio.

Personal Administrativo: Cajero

- Recibe el pago de los clientes por el servicio brindado.
- Mantiene y lleva un registro contable de dichos pagos.
- Planifica estrategias de cobro.
- Preparar el reporte de caja diariamente.

Tabla 49: Personal a Contratar

Personal a Contratar						
Cargo	Rest.1	Rest.2	Rest.3	Rest.4	Rest.5	Cadena Rest.
Administrador	1					1
Contador	1					1
Chef	1	1	1	1	1	5
Auxiliar de Cocina	1	1	1	1	1	5
Meseros	2	2	2	2	2	10
Cajero	1	1	1	1	1	5
Total	5	5	5	5	5	27

Nota: Personal a contratar según capacidad de cada restaurante de la cadena de restaurantes “Amapolas” igual a 27 personas. Fuente: Elaboración propia.

Remuneraciones y Beneficios

Tabla 50: Remuneración del Personal

Personal				
Cargo	Número de Trabajadores (Cadena Rest.)	Remuneración Mensual (26 días)	Remuneración Mensual (Cadena Rest.)	Remuneración Anual (Cadena Rest.)
Administrador	1	S/. 1 308.00	S/. 1 308.00	S/. 16 896.00
Chef	5	S/. 938.00	S/. 4 690.00	S/. 60 217.50
Auxiliar de cocina	5	S/. 804.00 c/u	S/. 4 020.00	S/. 51 615.00
Mozos	10	S/. 804.00 c/u	S/. 8 040.00	S/. 103 230.00
Cajero	5	S/. 871.00	S/. 4 355.00	S/. 55 916.25
Contabilidad	1	S/. 1 100.00	S/. 1 100.00	S/. 13 200.00

Nota: Remuneración del personal a contratar mensual según capacidad por restaurante de la cadena de restaurantes “Amapolas”. Fuente: Elaboración propia.

Cadena de RESTURANTE “AMAPOLAS”, les ofrecerá a sus trabajadores un paquete completo de beneficios, los cuales son un derecho que compete por ley y por tanto estamos en la obligación de cumplir con los beneficiarios.

Manual de Inducción

En vista de que la empresa se encuentra en una etapa de inicio se ha diseñado un manual de inducción o de bienvenida que contiene la información necesaria que el empleado de nuevo ingreso debe saber acerca de la compañía para poder desempeñar su trabajo satisfactoriamente.

Políticas, Derechos y Obligaciones

Dentro del restaurante, habrá políticas, derechos y obligaciones a los que los trabajadores se harán acreedores de ello por el hecho de pertenecer al equipo de Restaurante “AMAPOLAS”.

Políticas Internas

- El horario de trabajo del personal operativo es desde antes de la apertura del restaurante 7:00 a.m. hasta la hora del cierre 5:00 p.m. en días de semana, esto con el fin de realizar las labores de limpieza, compra de materia prima y adecuación del lugar.
- El horario de trabajo del personal administrativo es desde las 9:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. con 60 minutos para el refrigerio.
- El horario del establecimiento será de 7:30 a.m. hasta las 5:00 p.m.
- Todos los trabajadores operativos deberán lavar sus manos usando jabón después de ir al baño, manejar alimentos crudos, manejar dinero, limpiar las mesas, fumar o comer (en horas de descanso).
- Además de vestir la indumentaria correcta según reglamento, sin cambiar o adicionar prendas que lo alteren.
- El trabajo requiere del riguroso cumplimiento de dicho horario así como la eficiente realización de las tareas correspondientes, ya sea lo relacionado con el área administrativa o ayudando en la organización y funcionamiento del restaurante.

Derechos Del Personal

- Todo el personal debe ser tratado con respeto y dignidad, recibir capacitación y ser atendido por el administrativo ante cualquier duda relacionada con el desempeño de su trabajo.
- Todos los empleados tienen derecho a participar en los cursos, incentivos, ascensos y demás actividades, con el fin de desarrollar sus habilidades y capacidades.

- Además, el trabajador tiene derecho a recibir un salario justo de acuerdo a su jornada laboral.
- Así mismo, los empleados estarán amparados por el Ministerio de Trabajo, de sus beneficios laborales por completo y de tener un día libre a la semana no acumulable.

Obligaciones Del Personal

- Atender con respeto, rapidez y cortesía a nuestros clientes.
- Desarrollar sus actividades establecidas con responsabilidad, educación y responder apropiadamente ante quejas, ya que representas a una empresa líder y con esto brindas seguridad a nuestros clientes. Recuerda siempre hacerlo con una sonrisa.
- Conocer, respetar y llevar a cabo los valores y políticas internas de la empresa, con el fin de desempeñar correctamente tu trabajo y no correr ningún riesgo.
- Asistir a la inducción, así como a todos los cursos impartidos por la empresa. Recuerda que esto ayudará a desarrollar tus habilidades y capacidades.
- Los chefs deben encargarse del cuidado de los equipos y utensilios en la realización
- de los platos, coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente y el de realizar la compra de materias primas.
- Los ayudantes de cocina deben apoyar al chef en la elaboración de platos, además, de coordinar y repartirse las tareas entre los ayudantes de cocina.
- El personal de limpieza deberá mantener en orden y limpieza del restaurante (cocina, despensa y baños).

- El personal de limpieza deberá mantener la calma y tranquilidad en caso de problemas que se susciten en el establecimiento, y si fuese el caso llamar a la policía por algún siniestro.

Orientación Y Entrenamiento

Una vez seleccionados los integrantes del equipo de la cadena de restaurantes “AMAPOLAS”, se realizará un programa de orientación y entrenamiento inicial. Se preparará un paquete de orientación para cada nuevo empleado, el cual incluirá lo siguiente:

- Una presentación escrita del dueño y del negocio, cual es la misión del negocio, para empaparlos con el tema y poder hacer que ellos lo compartan y de esta forma tener el mejor equipo posible.
- Una descripción escrita del cargo que van a desempeñar, junto con una lista de las tareas que se espera que cumpla.
- Planos del local, menús y cualquier otro material que pueda ayudarle al nuevo empleado a conocer pronto la operación del negocio y que se sienta como en casa en el menor tiempo posible.
- Todos los papeles legales, como contrato, salarios, etc.

Capacitación

- La capacitación será muy importante para el desarrollo de los trabajadores dentro de cada restaurante. A lo largo de la carrera los chefs participarán en distintos cursos, sobre la excelente preparación culinaria de los distintos platos de comida, quienes tendrán la responsabilidad y el compromiso de preparar y servir un excelente producto al gusto de cada cliente y un servicio de calidad.

Tiempo Y Forma De Pago De La Remuneración

- El sueldo se pagará los días 15 y último día de cada mes.

- El pago lo recibirás a través de un depósito en el Banco, mediante una cuenta sueldo para que puedas realizar el retiro o alguna otra transacción con mayor seguridad.

Incentivos

- Bonos de puntualidad, que consistirán en vales de compra con alguno de los proveedores de la cadena de restaurantes.

Permisos

- Un permiso siempre debe estar sustentado por una causa justa (certificado médico), se podrán otorgar por un día completo con previa anticipación a fin de programar a la persona pertinente para que cubra el puesto; además se deberá tener en cuenta que ese día se recuperara en algún momento. No obstante los permisos por horas también serán permitidos, pero existiendo un límite mensual y previo a descuento.

Seguridad Trabajo

- Es responsabilidad de la persona encargada de cocina, el manipuleo del menaje y por lo tanto si los encontrase en mal estado o en algunas situaciones que puedan causar accidentes avisar a la administración.

Botiquín

- En caso de algún accidente (quemaduras, cortes y dolores en general) dentro del restaurante avisar rápidamente al jefe Inmediato procurando así la pronta recuperación a través del botiquín de primeros auxilios (cremas, pastillas, acetil, gasas, algodón, etc.); los cuales son indispensables y más aún en un restaurante.

El Área de seguridad

- Todos los colaboradores deberán conocer la ubicación y utilización de extintores, salidas de emergencia y zonas seguras del restaurante en caso de un fenómeno natural. Adicionalmente, al personal se le acondicionara locker, donde podrán dejar sus pertenencias hasta la salida; y se colocaran tableros informativos en donde el administrador proporcione información, avisos sobre algunos artículos de interés, entre otros.

Políticas De Imagen

Todos los colaboradores deberán estar limpios y bien presentados.

- **Cabello:** hombres con el cabello corto, ni bigote, ni barba son permitidos y mujeres con el cabello recogido y arreglado, fuera de la cara y de los hombros. Con mucho estilo y color de cabello no muy exagerado.
- **Chicle:** No se permite mascar chicle, mientras se está trabajando.
- **Manos:** Las manos deberán lavarse cada vez que se interrumpa el manejo de alimentos (por alguna tarea de limpieza, manejo de dinero, asiste a los SS.HH, después de descansos de trabajo, etc.)
- **Joyería:** Las mujeres podrán utilizar aretes pequeños (de botón), siempre y cuando sólo sea no más de un juego de aretes. Para los hombres cualquier perforación está prohibida, así como otra joyería está prohibida (anillos, pulseras, collares).
- **Maquillaje:** No debe ser exagerado y utilizar colonias y perfumes suaves.
- **Uñas:** Deberán estar limpias y recortadas. No se permite el uso de esmalte ni de uñas postizas.
- **Higiene personal:** el baño diario, uso de desodorantes y una buena higiene dental son esenciales para los miembros de su equipo.
- **Uniforme:** la vestimenta de los colaboradores deberá estar limpia y en perfecto estado.

- **Zapatos:** Deberán ser de color negro, cómodos con suela antideslizante.

Sanciones

- Las sanciones a conductas inapropiadas serán juzgadas de acuerdo a la magnitud de la acción por el administrador a cargo.

Reglamento Interno De Trabajo - Generalidades

Objetivos

- El presente reglamento contiene las disposiciones internas, que regulan las relaciones laborales entre la empresa y el personal, estableciendo sus derechos y obligaciones.
- Podrá ser modificado cuando así lo exija el desarrollo institucional y/o las disposiciones legales vigentes que le sean aplicables. Todas las modificaciones del reglamento interno de trabajo serán puestas a conocimiento de los colaboradores.
- Los casos no contemplados en el presente Reglamento, se regirán por las disposiciones que en cada caso dicte la empresa en el ejercicio del derecho que establece las leyes y normas laborales vigentes.

Finalidad

Establecer normas genéricas de comportamiento laboral, que deben de observar todos los colaboradores sobre deberes, derechos, incentivos, sanciones, permanencia, y puntualidad, con la finalidad de mantener y fomentar la armonía en las relaciones laborales entre la empresa y los colaboradores.

Base Legal

- Constitución Política del Perú 1993
- Estatuto de la Empresa
- Ley de Productividad y Competitividad Laboral. D.S. N°.03-97-TR.

- Ley de Jornada Laboral y Remuneraciones del Trabajador. D.Leg. N°. 854 y su Reglamento el D.S. N°. 08-97 TR.
- Descanso Remunerado de los Trabajadores sujetos a la Actividad Privada, D. Leg. N°. 713 y D.S. N°. 012-92.TR.

Alcance

Recuerda, somos un gran equipo y eso depende que nuestra familia siga creciendo, forjándonos con ética, lealtad y responsabilidad tanto en nuestra estancia en el trabajo como en nuestro mundo exterior. El presente reglamento es de aplicación a todo el personal y colaboradores de la empresa Restaurante “AMAPOLAS”.

Definiciones

Para la mejor interpretación y aplicación del presente reglamento, se define los siguientes términos:

- Centro de Trabajo.- Es la estructura física donde se desarrolla las actividades laborales.
- Puesto de trabajo.- Lugar asignado a un colaborador para que desempeñe las funciones o tareas asignadas.
- Empresa.- Es la institución u organización que tiene personería jurídica.
- Empleador.- es el representante de la empresa.
- Deber.- Es la obligación o responsabilidad de ejecutar una acción.
- Derecho.- Es la facultad de actuar de acuerdo a nuestra facultad, siempre que no se vulnere los derechos de terceras personas. Es la potestad de hacer o exigir cuanto la Ley o Autoridad establezca a nuestro favor.
- Asistencia.- Es el acto de concurrir al centro de trabajo dentro del horario establecido.

- Inasistencia.- Acto de no concurrir a centro de trabajo, o de concurrir después de la tolerancia máxima establecida
- Permisos.- Son las ausencias justificadas del trabajo previamente autorizadas por la persona competente.
- Faltas.- Son las deficiencias e irregularidades cometidas por el personal, ya sea en forma voluntaria e involuntariamente.
- Sanción.- Es el castigo o pena correctiva que se le aplica al colaborador por las faltas cometidas durante su desempeño de las funciones; su observación es de carácter obligatorio.
- Puntualidad.- Es la concurrencia oportuna del colaborador a su centro de labores dentro de un horario establecido.
- Incentivo.- Es el estímulo, premio o reconocimiento otorgado a los colaboradores por su eficiencia, eficacia, productividad o rendimiento.

4.4.3 Discusión de la Viabilidad Organizacional

Actualmente ya funciona un restaurante “Amapolas” y está inscrito como persona natural con negocio y para facilitar la constitución de la cadena de restaurantes solo se tendrá que realizar otros trámites para el cambio de régimen al que se acogerá.

Al ser un solo local, está suscrito al Régimen Único Simplificado (RUS), sin embargo como se implementara una cadena de cinco locales deberá acogerse al Régimen Especial de Renta o al Régimen General de Ventas. Por consiguiente de acuerdo al número de colaboradores con los que se contara, hace que se acoja al Régimen General de Ventas; para lo cual solo deberá realizar un cambio presentando en la SUNAT una “Solicitud de Modificación de Datos”, en la que se especificara el tipo de cambio de régimen y la fecha del mismo.

Adicionalmente a esta solicitud, se deberá presentar un formulario de “Establecimientos Anexos” por cada local que se pretende aperturar, para este caso serán cinco formularios; en estos solo se llenaran los espacios correspondientes al Rubro I y II.

Los tributos y obligaciones que contraerá la cadena de restaurantes, serán según el Régimen Tributario General de Renta (RGR), el cual permite emitir todo tipo de comprobantes de pago como factura, boleta y tickets de máquinas registradoras. Además de acuerdo a los ingresos que presenta deberán llevar libros de ventas, registros de compras y libro diario de formato simplificado, siempre que sus ingresos no superen las 150 UIT; de lo contrario se adicionarán más libros contables.

Asimismo deberán pagar los respectivos impuestos y declarar mediante los Programas de Declaración Telemática (PDT).

Además de las obligaciones que tiene con SUNAT, la cadena “Amapolas” tiene obligaciones con sus colaboradores, quienes son parte indispensable para el funcionamiento de cada restaurante; por lo tanto se inscribirá en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE). Este registro se hace vía web a través del portal del Ministerio de Trabajo, accediendo con el número de RUC y la clave sol. La suscripción de la cadena “Amapolas” será como pequeña empresa y de acuerdo al régimen que esta presenta deberá dar a sus colaboradores todos los beneficios que la misma otorga a excepción del Seguro de Vida Ley porque este se otorga a colaboradores que cumplen cuatro años laborando en la empresa y “Amapolas” recién iniciara actividades, así como tampoco se les otorgara el Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo SCTR, porque las actividades que se realizan en un restaurante no es considerada riesgosa; por tanto no cumple con los requisitos para contratar este seguro.

De acuerdo a la estructura orgánica, se mantendrá el nombre actual del restaurante para la cadena, puesto que este ya tiene un prestigio e imagen ganada entre los clientes y la organización estará presidida por un administrador y un contador externo para los cinco restaurantes; cada uno de estos contará con un jefe de cocina o chef, un ayudante de cocina, dos meseros y un cajero, quienes desempeñarán las funciones propias de su puesto.

El personal operativo (chef, ayudante, mesero y cajero), debido al horario de trabajo que son diez horas laborables diarias, se les pagará el monto correspondiente a las dos horas extras, por tanto las remuneraciones serán para el chef S/. 938.00, ayudante de cocina S/. 804.00, meseros s/. 804.00 y cajero S/. 871.00. Por otra parte el administrador de la cadena tendrá una remuneración de S/. 1308.00 y el contador externo S/. 1100.00.

Como se mencionó anteriormente todos los trabajadores estarán en planilla y por tanto según el REMYPE tendrá todos los beneficios de ley, con excepción del contador, pues este será un consultor externo.

Asimismo se implementarán valores y políticas para cada restaurante que deberán ser cumplidas a cabalidad por todos los colaboradores de la cadena, además de poner en práctica reglamentos y normas de comportamiento. Todo esto con la finalidad de ofrecer un mejor servicio a los clientes.

4.5 Viabilidad Económica Financiera

4.5.1 Costos de Materia Prima: 80 desayunos diarios.

Tabla 51: Cantidad de Platos Desayuno - Bebidas calientes

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
80	6	480	26	388	310	4320

Tabla 52: Costo de Materia Prima Desayuno - Bebidas calientes

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Café	Bolsa	S/. 1.00	40	S/. 40.00	1033	S/.1,033.33	12400	S/.12,400.00
Te	Sobre	S/.0.10	20	S/.2.00	517	S/.51.67	6200	S/. 620.00
Anís	Sobre	S/. 0.10	10	S/. 1.00	258	S/.25.83	3100	S/. 310.00
Manzanilla	Sobre	S/.0.10	10	S/. 1.00	258	S/. 25.83	3100	S/. 310.00
Azúcar	Kg	S/.1.60	2	S/. 3.20	52	S/. 82.67	620	S/. 992.00
TOTAL			80	S/. 47.20	2067	S/.1,219.33	25420	S/.14,632.00
Costo Unitario: S/. 0.59								

Tabla 53: Cantidad de Platos - Caldo de gallina

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
15	5	75	20	300	240	3600

Tabla 54: Costos de Materia Prima Desayuno - Caldo de gallina

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual
Gallina	Kg	S/. 8.00	2	S/. 16.00	52	S/. 413.33	620
Fideos	Kg	S/. 1.20	2	S/. 2.40	52	S/. 62.00	620
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.10	S/. 0.10	3	S/. 2.58	31
Huevos	Unidad	S/. 0.30	20	S/.6.00	517	S/. 155.00	6200
Cubitos de Caldo de gallina	Unidad	S/.0.20	2	S/. 0.40	52	S/. 10.33	620
Kion	Unidad	S/.0.10	1	S/. 0.10	26	S/. 2.58	310
Apio	Unidad	S/. 0.10	1	S/.0.10	26	S/.2.58	310
Papa amarilla	Kg	S/.1.00	1	S/.0.50	13	S/. 12.92	155
Papa blanca	Kg	S/. 1.00	1	S/.0.50	13	S/. 12.92	155
Orégano	Bolsa	S/. 0.10	2	S/.0.20	52	S/. 5.17	620
TOTAL		Total	15	S/.26.300	388	S/. 679.417	4320
Costo Unitario: S/. 1.75							

Tabla 55: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Caldo de gallina

DESAYUNO - CALDO DE GALLINA	MES 1	Año 1
Cantidad de Platos	388	4320
Costo Unitario	S/. 1.75	S/. 1.89
Total	S/. 679.42	S/. 8,153.00
N° TAZAS DIARIAS	Mes 1	Año 1
15	388	4320
Costo Unitario	S/. 0.59	S/. 0.58
Total	S/. 228.63	S/. 2,486.63
COSTO PAQUETE	S/. 908.04	S/. 10,639.63

Tabla 56: Cantidad de Platos Desayuno - Pescado Frito

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
15	5	75	20	300	240	3600

Tabla 57: Costos de Materia Prima Desayuno - Pescado Frito

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Pescado	KG	S/. 8.00	4	S/.32.00	80	S/.640.00	960	S/.7,680.00
Arroz	KG	S/. 2.50	1	S/.2.50	20	S/.50.00	240	S/.600.00
Aceite	LT	S/. 4.29	0.50	S/ 2.15	10	S/. 42.90	120	S/. 514.80
Ajo	UNIDAD	S/. 0.10	3	S/.0.30	60	S/.6.00	720	S/. 72.00
Menestra Partida	KG	S/. 4.00	1.0	S/. 4.00	20	S/. 80.00	240	S/. 960.00
Sal	KG	S/. 1.00	0.10	S/. 0.10	2	S/. 2.00	24	S/.24.00
TOTAL			15	S/.41.05	300	S/.820.90	3600	S/.9,850.80
Costo Unitario: S/. 2.74								

Tabla 58: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Pescado frito

DESAYUNO - PESCADO FRITO		MES 1	Año 1
Cantidad de Platos		300	3600
Costo Unitario		S/. 2.74	S/. 2.74
Total		S/. 820.90	S/. 9,850.80
N° TAZAS DIARIAS		Mes 1	Año 1
15		300	3600
Costo Unitario		S/. 0.58	S/. 0.58
Total		S/. 172.68	S/. 2,072.20
COSTO PAQUETE		S/. 1,197.48	S/. 15,617.14

Tabla 59: Cantidad de platos Desayuno - Pollo mechado

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
20	4	80	16	320	192	3840

Tabla 60: Costos de Materia Prima Desayuno - Pollo mechado

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Pollo	Kg	S/. 6.00	2	S/. 12.00	32	S/.192.00	384	S/.2,304.00
Arroz	Kg	S/. 2.50	3.00	S/. 7.50	48	S/.120.00	576	S/.1,440.00
Aceite	Kg	S/. 5.00	0.25	S/.1.25	4	S/. 20.00	48	S/.240.00
Ajo	Unidad	S/. 0.10	5	S/.0.50	80	S/. 8.00	960	S/. 96.00
Menestra serrana	Kg	S/.4.00	2	S/.8.00	32	S/.128.00	384	S/.1,536.00
Condimentos	Bolsa	S/. 0.30	3	S/. 0.90	48	S/. 14.40	576	S/. 172.80
Vinagre	Litro	S/. 4.00	0.30	S/.1.20	5	S/. 19.20	58	S/. 230.40
Sal	Kg	S/. 1.00	0.10	S/.0.10	2	S/. 1.60	19	S/. 19.20
TOTAL			20	S/. 31.45	320	S/.503.20	3840	S/.6,038.40
Costo Unitario: S/. 1.57								

Tabla 61: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Pollo mechado

DESAYUNO - POLLO MECHADO	MES 1	Año 1
Cantidad de Platos	320	3840
Costo Unitario	S/. 1.57	S/. 1.57
Total	S/. 503.20	S/. 6,038.40
N° TAZAS DIARIAS	Mes 1	Año 1
20	320	3840
Costo Unitario	S/. 0.59	S/. 0.58
Total	S/. 188.80	S/. 2,210.34
COSTO PAQUETE	S/. 692.00	S/. 8,248.74

Tabla 62: Cantidad de Platos Desayuno - Encebollado de hígado

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
10	3	30	12	120	144	1440

Tabla 63: Costos de Materia Prima Desayuno - Encebollado de hígado

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Hígado	Kg	S/. 6.00	1.50	S/.9.00	18	S/108.00	216	S/.1,296.00
Arroz	Kg	S/.2.50	1.50	S/.3.75	18	S/45.00	216	S/. 540.00
Lenteja Serrana	Kg	S/.4.00	1	S/.2.00	6	S/.24.00	72	S/.288.00
Cebolla	Kg	S/. 2.50	0.25	S/.0.63	3	S/.7.50	36	S/. 90.00
Tomate	Kg	S/.1.50	0.25	S/. 0.38	3	S/.4.50	36	S/. 54.00
Ají Causa	Kg	S/. 1.20	0.25	S/. 0.30	3	S/.3.60	36	S/. 43.20
Aceite	Litro	S/.4.29	0.25	S/. 1.07	3	S/.12.87	36	S/. 154.44
Vinagre	Litro	S/. 4.00	0.30	S/.1.20	4	S/.14.40	43.2	S/.172.80
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	4	S/. 1.20	48	S/.14.40	576	S/. 172.80
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.10	S/. 0.10	1	S/.1.20	14.4	S/. 14.40
TOTAL			10	S/. 19.62	120	S/.235.47	1440	S/.2,825.64
Costo Unitario: S/. 1.96								

Tabla 64: Costos Paquete Desayuno - Bebida y Encebollado de hígado

DESAYUNO - ENCEBOLLADO DE HÍGADO	MES 1	Año 1
Cantidad de Platos	120	1440
Costo Unitario	S/. 1.96	S/. 1.96
Total	S/. 235.47	S/. 2,825.64
N° TAZAS DIARIAS	Mes 1	Año 1
10	120	1440
Costo Unitario	S/. 0.59	S/. 0.58
Total	S/. 70.80	S/. 828.88
COSTO PAQUETE	S/. 306.27	S/. 3,654.52

Tabla 65: Cantidad de Platos Desayuno - Lomo Saltado

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
10	3	30	12	120	144	1440

Tabla 66: Costos de Materia Prima Desayuno - Lomo Saltado

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Arroz	Kg	S/. 2.50	2.00	S/.5.00	24	S/.60.00	288	S/.720.00
Res	Kg	S/.15.00	2	S/. 22.50	18	S/.270.00	216	S/.3,240.00
Papa blanca	Kg	S/. 1.00	2	S/.2.00	24	S/.24.00	288	S/. 288.00
Cebolla	Kg	S/. 2.50	1	S/.2.50	12	S/.30.00	144	S/.360.00
Tomate	Kg	S/. 1.50	1	S/. 1.50	12	S/.18.00	144	S/.216.00
Ají causa	Unidad	S/. 0.20	2.00	S/. 0.40	24	S/. 4.80	288	S/. 57.60
Condimentos	Bolsa	S/. 0.30	2	S/.0.60	24	S/. 7.20	288	S/. 86.40
Aceite	Litro	S/. 4.29	0.25	S/.1.07	3	S/.12.87	36	S/.154.44
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.10	S/.0.10	1	S/. 1.20	14.4	S/. 14.40
Lenteja	Kg	S/.4.00	1	S/.4.00	12	S/.48.00	144	S/. 576.00
Vinagre	Litro	S/. 4.00	0.30	S/. 1.20	4	S/.14.40	43.2	S/.172.80
TOTAL			10	S/. 40.87	120	S/.490.47	1440	S/.5,885.64
Costo Unitario: S/. 4.09								

Tabla 67: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Lomo Saltado

DESAYUNO - LOMO SALTADO		MES 1	Año 1
Cantidad de Platos		120	1440
Costo Unitario		S/. 4.09	S/. 4.09
Total		S/. 490.47	S/. 5,885.64
N° TAZAS DIARIAS		Mes 1	Año 1
10		120	1440
Costo Unitario		S/. 0.59	S/. 0.58
Total		S/. 70.80	S/. 828.88
COSTO PAQUETE		S/. 561.27	S/. 6,714.52

Tabla 68: Cantidad de Platos Desayuno- Cabrito

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
10	2	20	8	80	96	960

Tabla 69: Costos de Materia Prima Desayuno - Cabrito

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cant. Diario	Costo T. Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo T. Mensual (S/.)	Cant. Anual	Costo T. Año (S/.)
Cabrito	kg	S/.13.00	1.5	S/. 19.50	12	156.00	144	1,872.0
Loche	Porción	S/2.00	1	S/. 2.00	8	16.00	96	192.00
Ají causa	Kg	S/. 0.20	2	S/. 0.40	16	3.20	192	38.40
Cebolla	Kg	S/. 1.50	1	S/. 1.50	8	12.00	96	144.00
Culantro	Kg	S/.8.00	0.25	S/. 2.00	2	16.00	24	192.00
Condmts..	Bolsa	S/. 0.30	3	S/. 0.90	24	7.20	288	86.40
Vinagre	Bolsa	S/.0.30	2	S/. 0.60	16	4.80	192	57.60
Ajo	Unidad	S/.0.20	1	S/. 0.20	8	1.60	96	19.20
Arroz	Kg	S/. 2.50	1.5	S/. 3.75	12	30.00	144	360.00
Aceite	Litro	S/.5.00	0.25	S/. 1.25	2	S/.10.00	24	120.00
Frejol	Kg	S/.6.00	1	S/. 6.00	8	S/.48.00	96	576.00
Pimienta	Unidad	S/. 0.50	1	S/. 0.50	8	4.00	96	48.00
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.1	S/. 0.10	1	0.80	9.6	9.60
TOTAL			10	S/. 38.70	80	S/.309.60	960	3,715.2
Costo Unitario: S/. 3.87								

Tabla 70: Costo Paquete Desayuno - Bebida y Cabrito

DESAYUNO - CABRITO	MES 1	Año 1
Cantidad de Platos	80	960
Costo Unitario	S/. 3.87	S/. 3.87
Total	S/. 309.60	S/. 3,715.20
N° TAZAS DIARIAS	Mes 1	Año 1
10	80	960
Costo Unitario	S/. 0.59	S/. 0.58
Total	S/. 47.20	S/. 552.59
COSTO PAQUETE	S/. 356.80	S/. 4,267.79

4.5.2 Costos de Materia Prima – 150 menús diarios.

Tabla 71: Cantidad de Platos - Sopa de res

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
150	6	900	26	3900	310	46500

Tabla 72: Costos de Materia Prima Menú- Sopa de res

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Carne con hueso	Kg	S/.10.00	10	S/.100.00	260	S/.2,600.00	3100	S/.31,000.00
Fideo	Kg	S/.1.29	5	S/. 6.45	130	S/.167.70	1550	S/. 1,999.50
Papa blanca	Kg	S/.1.00	5	S/.5.00	130	S/. 130.00	1550	S/1,550.00
Apio y poro	Manojo	S/.1.00	4	S/.4.00	104	S/. 104.00	1240	S/.1,240.00
Zanahoria	Kg	S/.1.50	2	S/.3.00	52	S/. 78.00	620	S/.930.00
Zapallo	Kg	S/.1.50	2	S/.3.00	52	S/. 78.00	620	S/.930.00
Sal	Kg	S/.1.00	0.50	S/.0.50	13	S/.13.00	155	S/. 155.00
Ajinomoto	Bolsa	S/. 0.30	4	S/. 1.20	104	S/.31.20	1240	S/. 372.00
TOTAL			150	S/.123.15		S/.3,201.90	46500	S/.38,176.50
Costo Unitario: S/. 0.82								

Tabla 73: Cantidad de Refrescos

Vasos Diario	Veces por semana	Vasos Semanales	Veces por Mes	Vasos Mensuales	Veces al Año	Vasos Anuales
150	6	900	24	3600	288	43200

Tabla 74: Costos de Materia Prima Menú - Refresco

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Cebada	Kg	S/. 1.50	4	S/. 6.00	96	S/.144.00	1152	/1,728.00
Azúcar	Kg	S/. 1.60	2.00	S/. 3.20	48	S/.76.80	576	S/.921.60
Limón	Unidad	S/.3.50	3	S/. 10.50	72	/252.00	864	S/.3,024.00
TOTAL				S/.19.70		S/.472.80		/5,673.60
Costo Unitario: S/. 0.13								

Tabla 75: Cantidad de Platos Menú - Cau cau

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
15	3	45	12	180	144	2160

Tabla 76: Costos de Materia Prima Menú - Cau cau

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cant. Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo T. Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Mondongo	Kg	S/. 8.00	2	16.00	24	S/.192.00	288	S/.2,304.00
Papa B.	Kg	S/.1.00	2	2.00	24	S/.24.00	288	S/. 288.00
Papa amarilla	Kg	S/.1.00	0.50	0.50	6	S/. 6.00	72	S/. 72.00
Arveja	Kg	S/.2.00	0.50	1.00	6	S/.12.00	72	S/.144.00
Zanahoria	Unidad	S/. 0.20	2	0.40	24	S/. 4.80	288	S/.57.60
Culantro	Manojo	S/.0.50	1	0.50	12	S/. 6.00	144	S/.72.00
Hierba B.	porción	S/.0.30	1	0.30	12	S/.3.60	144	S/. 43.20
Loche	porción	S/.1.00	2	2.00	24	S/.24.00	288	S/.288.00
Condimentos	Bolsa	S/. 0.30	5	1.50	60	S/.18.00	720	S/.216.00
Aceite	Litro	S/.4.29	0.25	1.07	3	S/.12.87	36	S/. 154.44
Arroz	kg	S/.2.50	2	5.00	24	S/. 60.00	288	S/.720.00
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.20	0.20	2	S/. 2.40	28.8	S/. 28.80
Vinagre	Bolsa	S/. 0.30	2	0.60	24	S/. 7.20	288	S/.86.40
TOTAL				31.07		S/.372.87		4,474.44
Costo Unitario: S/. 2.07								

Tabla 65: Costos de Paquete Menú - Sopa de res, refresco y cau cau

MENU - CAU CAU	Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos	180	2160
Costo Unitario	S/. 2.07	S/. 2.07
Total	S/. 372.87	S/. 4,474.44
N° SOPA RES	Mes 1	Año 1
15	180	2160
Costo Unitario	S/. 0.82	S/. 0.82
Total	S/. 147.78	S/. 1,773.36
N° REFRESCO	Mes 1	Año 1
15	180	2160
Costo Unitario	S/. 0.13	S/. 0.13
Total	S/. 23.64	S/. 283.68
COSTO PAQUETE	S/. 544.29	S/. 6,531.48

Tabla 77: Cantidad de Platos Menú - Seco de res

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
20	3	60	12	240	144	2880

Tabla 78: Costos de Materia Prima Menú - Seco de res

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Res	Kg	S/.8.00	4	S/.32.00	48	S/.384.00	576	S/.4,608.00
Arrpz	Kg	S/. 2.50	2.50	S/. 6.25	30	S/. 75.00	360	S/. 900.00
Frejol	Kg	S/.7.00	2	S/.14.00	24	S/.168.00	288	S/.2,016.00
Loche	Porcion	S/. 1.00	2	S/. 2.00	24	S/.24.00	288	S/. 288.00
Aji causa	Unidad	S/.0.20	4	S/.0.80	48	S/.9.60	576	S/.115.20
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	3	S/. 0.90	36	S/.10.80	432	S/.129.60
Culantro	Manojo	S/. 0.50	2	S/. 1.00	24	S/.12.00	288	S/.144.00
Aceite	Litro	S/. 5.00	0.40	S/. 2.00	5	S/.24.00	57.6	S/.288.00
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.20	S/.0.20	2	S/.2.40	28.8	S/.28.80
Vinagre	Bolsa	S/.0.50	2	S/.1.00	24	S/. 12.00	288	S/.144.00
TOTAL				S/.60.15		S/.721.80		S/.8,661.60
Costo Unitario: S/. 3.01								

Tabla 79: Costo Paquete Menú – Sopa de res, refresco y Seco de res

MENÚ - SECO DE RES	Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos	240	2880
Costo Unitario	S/. 3.01	S/. 3.01
Total	S/. 721.80	S/. 8,661.60
N° SOPA RES	Mes 1	Año 1
20	240	2880
Costo Unitario	S/. 0.82	S/. 0.82
Total	S/. 197.04	S/. 2,364.48
N° REFRESCO	Mes 1	Año 1
20	240	2880
Costo Unitario	S/. 0.13	S/. 0.13
Total	S/. 31.52	S/. 378.24
COSTO PAQUETE	S/. 950.36	S/. 11,404.32

Tabla 80: Cantidad de Platos Menú - Tallarines Rojos

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
20	3	60	12	240	144	2880

Tabla 81: Costos de Materia Prima Menú - Tallarines Rojos

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Tallarines	Kg	S/. 4.00	2	S/. 8.00	24	S/.96.00	288	S/.1,152.00
Pollo	Kg	S/. 6.00	2	S/. 12.00	24	S/.144.00	288	S/.1,728.00
Zanahoria	Unidad	S/.0.20	3	S/.0.60	36	S/.7.20	432	S/.86.40
Tomate	Kg	S/. 1.50	2	S/. 3.00	24	S/.36.00	288	S/.432.00
Cebolla	Unidad	S/. 0.20	4	S/. 0.80	48	S/.9.60	576	S/. 115.20
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	4	S/. 1.20	48	S/. 14.40	576	S/.172.80
Hongos/Laurel	Bolsa	S/. 0.30	3	S/. 0.90	36	S/.10.80	432	S/. 129.60
Arroz	Kg	S/.2.50	2.00	S/.5.00	24	S/.60.00	288	S/. 720.00
Aceite	Litro	S/.5.00	0.40	S/. 2.00	5	S/.24.00	57.6	S/.288.00
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.15	S/. 0.15	2	S/.1.80	21.6	S/. 21.60
TOTAL				S/. 33.65		S/.403.80		S/.4,845.60
Costo Unitario: S/. 1.68								

Tabla 82: Costo Paquete Menú - Sopa de res, refresco y Tallarines rojos

MENÚ - TALLARINES ROJOS		Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos		240	2880
Costo Unitario		S/. 1.68	S/. 1.68
Total		S/. 403.80	S/. 4,845.60
N° SOPA RES		Mes 1	Año 1
20		240	2880
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 197.04	S/. 2,364.48
N° REFRESCO		Mes 1	Año 1
20		240	2880
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 31.52	S/. 378.24
COSTO PAQUETE		S/. 632.36	S/. 7,588.32

Tabla 83: Cantidad de Platos Menú - Estofado de mollejas

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
15	3	45	12	180	144	2160

Tabla 84: Costos de Materia Prima Menú - Estofado de mollejas

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Arroz	Kg	S/. 2.50	2	S/. 5.00	24	S/.60.00	288	S/.720.00
Papa blanca	Kg	S/.1.00	1.5	S/. 1.50	18	S/. 18.00	216	S/.216.00
Zanahoria	Unidad	S/.0.20	2	S/. 0.40	24	S/. 4.80	288	S/. 57.60
Alberja	Kg	S/. 6.00	0.13	S/. 0.75	2	S/. 9.00	18	S/.108.00
Hongos/Laurel	Bolsa	S/. 0.30	2	S/. 0.60	24	S/. 7.20	288	S/. 86.40
Mollejas	Kg	S/. 8.00	2.00	S/. 16.00	24	S/.192.00	288	S/.2,304.00
Aceite	Litro	S/.5.00	0.15	S/. 0.75	2	S/. 9.00	21.6	S/. 108.00
Loche	Porción	S/. 0.50	1	S/. 0.50	12	S/. 6.00	144	S/. 72.00
Condimentos	Bolsa	S/. 0.30	2	S/. 0.60	24	S/.7.20	288	S/. 86.40
Vinagre	Bolsa	S/.0.50	1	S/. 0.50	12	S/.6.00	144	S/. 72.00
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.10	S/. 0.10	1	S/.1.20	14.4	S/. 14.40
AlberjaPartid	Kg	S/.4.00	1	S/. 2.00	6	S/.24.00	72	S/. 288.00
TOTAL				S/. 28.70		S/.344.40		S/.4,132.80
				Costo Unitario: S/. 1.91				

Tabla 85: Costo Paquete Menú - Sopa de res, refresco y Estofado de mollejas

MENÚ - ESTOFADO DE MOLLEJAS		MES 1	Año 1
Cantidad de Platos		180	2160
Costo Unitario		S/. 1.91	S/. 1.91
Total		S/. 344.40	S/. 4,132.80
N° SOPA RES		MES 1	Año 1
15		180.00	2160.00
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 147.78	S/. 1,773.36
N° REFRESCO		MES 1	Año 1
15		180	2160
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 23.64	S/. 283.68
COSTO PAQUETE		S/. 515.82	S/. 6,189.84

Tabla 86: Cantidad de Platos Menú - Arroz con pollo

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
20	3	60	12	240	144	2880

Tabla 87: Costos de Materia Prima Menú - Arroz con pollo

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Arroz	Kg	S/. 2.50	10	S/.25.00	120	S/.300.00	1440	S/.3,600.00
Zanahoria	Unidad	S/. 0.20	4	S/.0.80	48	S/.9.60	576	S/.115.20
Alverja	Kg	S/.2.00	2	S/.4.00	24	S/. 48.00	288	S/. 576.00
Loche	Porción	S/.1.00	2	S/.2.00	24	S/. 24.00	288	S/. 288.00
Culantro	Manojo	S/. 0.50	2	S/.1.00	24	S/. 12.00	288	S/.144.00
Aji causa	Unidad	S/. 0.20	3	S/. 0.60	36	S/.7.20	432	S/.86.40
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	4	S/.1.20	48	S/. 14.40	576	S/.172.80
Aceite	Litro	S/.4.29	0.20	S/. 0.86	2	S/.10.30	28.8	S/. 123.55
Pollo	Kg	S/.6.00	2.00	S/. 12.00	24	S/.144.00	288	S/.1,728.00
Espinaca	Kg	S/.2.00	0.50	S/. 1.00	6	S/.12.00	72	S/. 144.00
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.20	S/. 0.20	2	S/. 2.40	28.8	S/.28.80
Vinagre	Bolsa	S/. 0.50	2	S/.1.00	24	S/. 12.00	288	S/.144.00
TOTAL				S/.49.66		S/.595.90		S/.7,150.75
				Costo Unitario: S/. 2.48				

Tabla 88: Costo Paquete Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con pollo

MENÚ - ARROZ CON POLLO		Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos		240	2880
Costo Unitario		S/. 2.48	S/. 2.48
Total		S/. 595.90	S/. 7,150.75
N° SOPA RES		Mes 1	Año 1
20		240	2880
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 197.04	S/. 2,364.48
N° REFRESCO		Mes 1	Año 1
20		240	2880
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 31.52	S/. 378.24
COSTO PAQUETE		S/. 824.46	S/. 9,893.47

Tabla 89: Cantidad de Platos Menú - Ají de gallina

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
15	3	45	12	180	144	2160

Tabla 90: Costos de Materia Prima Menú - Ají de gallina

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Arroz	Kg	S/.2.50	2	S/. 5.00	24	S/.60.00	288	S/.720.00
Leche	Tarro	S/. 3.00	2	S/. 6.00	24	S/.72.00	288	S/.864.00
Papa Blanca	Kg	S/.1.00	1	S/.1.00	12	S/.12.00	144	S/.144.00
Huevo	Kg	S/.4.00	1	S/.4.00	12	S/.48.00	144	S/.576.00
Pan	Unidad	S/. 0.20	20	S/.4.00	240	S/.48.00	2880	S/.576.00
Pollo	Kg	S/.8.00	2	S/.16.00	24	S/.192.00	288	S/.2,304.00
Ají causa	Unidad	S/. 0.20	4	S/.0.80	48	S/.9.60	576	S/.115.20
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	2	S/. 0.60	24	S/. 7.20	288	S/. 86.40
Aceite	Litro	S/. 4.29	0.25	S/. 1.07	3	S/.12.87	36	S/. 154.44
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.10	S/.0.10	1	S/. 1.20	14.4	S/.14.40
TOTAL				S/. 38.57		S/.462.87		S/.5,554.44
Costo Unitario: S/. 2.57								

Tabla 91: Costo Paquete Menú - Ají de gallina

MENÚ - AJÍ DE GALLINA		Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos		180	2160
Costo Unitario		S/. 2.57	S/. 2.57
Total		S/. 462.87	S/. 5,554.44
N° SOPA RES		Mes 1	Año 1
15		180	2160
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 147.78	S/. 1,773.36
N° REFRESCO		Mes 1	Año 1
15		180	2160
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 23.64	S/. 283.68
COSTO PAQUETE		S/. 634.29	S/. 7,611.48

Tabla 92: Cantidad de Platos Menú - Ollucos con carne

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
10	3	30	12	120	144	1440

Tabla 93: Costos de Materia Prima Menú - Ollucos con carne

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cant. Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cant. Mensual	Costo Total Mensual(S/.)	Cant. Anual	Costo Total Año (S/.)
Arroz	Kg	S/.2.50	1.50	S/. 3.75	18	S/.45.00	216	S/.540.00
Ollucos	Kg	S/. 3.00	1.50	S/. 4.50	18	S/.54.00	216	S/.648.00
Alverja	Kg	S/.6.00	0.150	S/.0.90	2	S/.10.80	21.6	S/.129.60
Res	Kg	S/.15.00	1.50	S/. 22.50	18	S/.270.00	216	S/.3,240.00
Ají causa	Unidad	S/.0.20	2	S/.0.40	24	S/. 4.80	288	S/. 57.60
Loche	Porción	S/.0.50	1	S/. 0.50	12	S/.6.00	144	S/. 72.00
Condmts	Bolsa	S/. 0.30	1	S/. 0.30	12	S/. 3.60	144	S/. 43.20
Vinagre	Bolsa	S/.0.50	1	S/.0.50	12	S/.6.00	144	S/.72.00
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.10	S/.0.10	1	S/. 1.20	14.4	S/. 14.40
Aceite	Litro	S/. 4.29	0.15	S/.0.64	2	S/. 7.72	21.6	S/. 92.66
TOTAL				S/. 34.09		S/.409.12		S/.4,909.46
Costo Unitario: S/. 3.41								

Tabla 94: Costo Paquete Menú - Ollucos con carne

MENÚ - OLLUCOS CON CARNE	Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos	120	1440
Costo Unitario	S/. 3.41	S/. 3.41
Total	S/. 409.12	S/. 4,909.46
N° SOPA RES	Mes 1	Año 1
10	120	1440
Costo Unitario	S/. 0.82	S/. 0.82
Total	S/. 98.52	S/. 1,182.24
N° REFRESCO	Mes 1	Año 1
10	120	1440
Costo Unitario	S/. 0.13	S/. 0.13
Total	S/. 15.76	S/. 189.12
COSTO PAQUETE	S/. 523.40	S/. 6,280.82

Tabla 95: Cantidad de Platos Menú - Estofado de gallina

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
10	3	30	12	120	144	1440

Tabla 96: Costos de Materia Prima Menú - Estofado de gallina

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Gallina	Kg	S/.11.00	1.50	S/. 16.50	18	S/.198.00	216	S/.2,376.00
Papa blanca	Kg	S/.1.00	0.50	S/. 0.50	6	S/.6.00	72	S/. 72.00
Papa amarilla	Kg	S/.1.0000	0.20	S/.0.20	2	S/.2.40	28.8	S/. 28.80
Alverja verde	Kg	S/. 2.00	0.25	S/.0.50	3	S/.6.00	36	S/.72.00
Zanahoria	Kg	S/. 1.00	0.25	S/.0.25	3	S/.3.00	36	S/.36.00
Hongo y laurel	Bolsa	S/.0.30	2.00	S/.0.60	24	S/. 7.20	288	S/. 86.40
Ajos	Unidad	S/. 0.10	2.00	S/.0.20	24	S/. 2.40	288	S/. 28.80
Loche	Porción	S/.0.50	1.00	S/. 0.50	12	S/. 6.00	144	S/.72.00
Ají causa	Unidad	S/. 0.2	2.00	S/.0.40	24	S/.4.80	288	S/.57.60
Aceite	Litro	S/.4.29	0.15	S/.0.64	2	S/. 7.72	21.6	S/.92.66
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.10	S/.0.10	1	S/. 1.20	14.4	S/.14.40
Alverja seca	Kg	S/.5.00	1.00	S/.5.00	12	S/. 60.00	144	S/. 720.00
Arroz	Kg	S/.2.50	1.50	S/.3.75	18	S/.45.00	216	S/. 540.00
Cebolla	Kg	S/. 1.50	0.15	S/.0.225	2	S/. 2.70	21.6	S/.32.40
Vinagre	Bolsa	S/.0.50	1.00	S/. 0.50	12	S/.6.00	144	S/.72.00
Condimentos	Bolsa	S/. 0.30	1.00	S/.0.30	12	S/. 3.60	144	S/.43.20
TOTAL				S/. 30.17		S/.362.02		S/.4,344.26
Costo Unitario: S/. 3.02								

Tabla 97: Costo Paquete Menú - Estofado de gallina

MENÚ - ESTOFADO DE GALLINA		Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos		120	1440
Costo Unitario		S/. 3.02	S/. 3.02
Total		S/. 362.02	S/. 4,344.26
N° SOPA RES		Mes 1	Año 1
10		120.00	1440.00
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 98.52	S/. 1,182.24
N° REFRESCO		Mes 1	Año 1
10		120	1440
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 15.76	S/. 189.12
COSTO PAQUETE		S/. 476.30	S/. 5,715.62

Tabla 98: Cantidad de Platos Menú - Arroz con chanco

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
15	3	45	12	180	144	2160

Tabla 99: Costos de Materia Prima Menú - Arroz con chanco

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario (S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total Año (S/.)
Arroz	Kg	S/. 2.50	2	S/. 5.00	24	S/. 60.00	288	S/.720.00
Chanco	Kg	S/.11.00	2	S/.22.00	24	S/.264.00	288	S/.3,168.00
Culantro	Manojo	S/. 0.50	2	S/. 1.00	24	S/. 12.00	288	S/.144.00
Alverja	Kg	S/. 2.00	1.50	S/. 3.00	18	S/.36.00	216	S/. 432.00
Ají causa	Unidad	S/. 0.20	3	S/.0.60	36	S/. 7.20	432	S/.86.40
Loche	Porción	S/. 1.00	2	S/.2.00	24	S/. 24.00	288	S/. 288.00
Aceite	Litro	S/.4.29	0.30	S/. 1.29	4	S/.15.44	43	S/. 185.33
Vinagre	Bolsa	S/.0.50	1	S/. 0.50	12	S/. 6.00	144	S/. 72.00
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	2	S/.0.60	24	S/. 7.20	288	S/. 86.40
Sal	Bolsa	S/.1.00	0.25	S/. 0.25	3	S/. 3.00	36	S/. 36.00
TOTAL				S/.36.24		S/.434.84		S/.5,218.13
				Costo Unitario: S/. 2.42				

Tabla 100: Costos Paquete Menú - Arroz con chanco

MENÚ - ARROZ CON CHANCHO		Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos		180	2160
Costo Unitario		S/. 2.42	S/. 2.42
Total		S/. 434.84	S/. 5,218.13
N° SOPA RES		Mes 1	Año 1
15		180	2160
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 147.78	S/. 1,773.36
N° REFRESCO		Mes 1	Año 1
15		180	2160
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 23.64	S/. 283.68
COSTO PAQUETE		S/. 606.26	S/. 7,275.17

Tabla 101: Cantidad de Platos Menú - Arroz con pato

Platos Diario	Veces por semana	Platos Semanales	Veces por Mes	Platos Mensuales	Veces al Año	Platos Anuales
10	3	30	12	120	144	1440

Tabla 102: Costos de Materia Prima Menú - Arroz con pato

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad Diario	Costo Total Diario(S/.)	Cantidad Mensual	Costo Total Mensual (S/.)	Cantidad Anual	Costo Total (Año/S/.)
Pato	Kg	S/.15.00	1	S/. 15.00	12	S/.180.00	144	S/.2,160.00
Alverja	Kg	S/. 2.00	0.50	S/. 1.00	6	S/. 12.00	72	S/. 144.00
Pimienta	Unidad	S/. 0.30	2	S/.0.60	24	S/. 7.20	288	S/.86.40
Arroz	Kg	S/. 2.50	2	S/.5.00	24	S/. 60.00	288	S/. 720.00
Aceite	Kg	S/. 4.29	0.25	S/.1.07	3	S/. 12.87	36	S/. 154.44
Ajo	Unidad	S/.0.20	3	S/.0.60	36	S/. 7.20	432	S/. 86.40
Culantro	Manojo	S/.0.50	2	S/. 1.00	24	S/. 12.00	288	S/.144.00
Cerveza negra	Botella	S/. 5.00	0.50	S/. 2.50	6	S/. 30.00	72	S/.360.00
Condimentos	Bolsa	S/.0.30	2	S/.0.60	24	S/. 7.20	288	S/.86.40
Vinagre	Bolsa	S/. 0.50	1	S/. 0.50	12	S/. 6.00	144	S/. 72.00
Zanahoria	Unidad	S/. 0.20	2	S/. 0.40	24	S/.4.80	288	S/.57.60
Sal	Bolsa	S/. 1.00	0.20	S/. 0.20	2	S/.2.40	28.8	S/. 28.80
TOTAL				S/.28.47		S/.341.67		S/.4,100.04
Costo Unitario: S/. 2.85								

Tabla 103: Costos Paquete Menú - Arroz con pato

MENÚ - ARROZ CON PATO		Mes 1	Año 1
Cantidad de Platos		120	1440
Costo Unitario		S/. 2.85	S/. 2.85
Total		S/. 341.67	S/. 4,100.04
N° SOPA RES		Mes 1	Año 1
10		120	1440
Costo Unitario		S/. 0.82	S/. 0.82
Total		S/. 98.52	S/. 1,182.24
N° REFRESCO		Mes 1	Año 1
10		120	1440
Costo Unitario		S/. 0.13	S/. 0.13
Total		S/. 15.76	S/. 189.12
COSTO PAQUETE		S/. 455.95	S/. 5,471.40

Tabla 104: Resumen de Costos de Materia Prima

Detalle	Mes	Año
Total (1rest)	S/. 12,382.38	S/. 104,493.16
N° Rest.	5	5
Total (5rest)	S/. 61,912	S/. 522,466

Tabla 110: Detalle Mensual M.O.I

Detalle Mensual	Mozo	Cajero
Remuneración	S/. 600.00	S/. 650.00
Horas Extras (48horas)	S/. 150.00	S/. 162.50
EsSalud	S/. 54.00	S/. 58.50
Remuneración Total por Trabajador	S/. 804.00	S/. 871.00
Remuneración Cadena Rest.	S/. 8,040.00	S/. 4,355.00

Tabla 111: Detalle Anual M.O.I

Detalle Anual	Mozo	Cajero
Remuneración	S/. 7,200.00	S/. 7,800.00
Horas Extras (48horas)	S/. 1,800.00	S/. 1,950.00
Essalud	S/. 648.00	S/. 702.00
Vacaciones (15días)	S/. 375.00	S/. 406.25
CTS	S/. 300.00	S/. 325.00
Remuneración Total por Trabajador	S/. 10,323.00	S/. 11,183.25
Remuneración Cadena Rest.	S/. 103,230.00	S/. 55,916.25

Tabla 112: Resumen Costos Mensuales y Anuales M.O.I

Detalle	Mes	Año
Costo Anual MOD en s/.	S/. 12,395.00	S/. 159,146.25
Total de costos anuales de mano de obra directa (Cadena)	S/. 12,395.00	S/. 159,146.25

Otros Costos Indirectos

Tabla 113: Otros Costos Indirectos

Detalle	Mensual soles	ANUAL POR UN RESTAURANTE S/.
Agua potable	S/. 30.00	S/. 360.00
Energía eléctrica	S/. 50.00	S/. 600.00
Gas (3 balones Mensual)	S/. 111.00	S/. 1,332.00
Cable	S/. 50.00	S/. 600.00
Telefono (2 rpm)	S/. 80.00	S/. 960.00
TOTAL	S/. 321.00	S/. 3,852.00
Cadena Restaurantes	S/. 1605.00	S/. 19,260.00

Tabla 114: Resumen de C.I y M.O.I

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Año 1	Año 2	Año 3
Mano de obra indirecta	S/.12,395	S/.12,395	S/.12,395	/159,146	S/.159,146	S/.159,146
Otros costos indirectos	S/.1605.00	S/.1653.15	S/.1735.81	S/.15,420	S/. 19,837	S/.20,829.69
Total C.I S/.	S/.14,000	S/. 14,048	S/.14,131	S/.178,406	S/.178,984	S/.179,976

4.5.4 Gastos de Administración

Tabla 115: Remuneración Mensual Área de Administración

Detalle	Administrador	Contador
Cantidad	1	1
Remuneración	S/. 1,200.00	S/. 1,100.00
ESSALUD	S/. 108.00	S/. -
Total Rest.	S/. 1,308.00	S/. 1,100.00
Total Cadena Rest.	S/.	2,408.00

Tabla 116: Remuneración Anual Área de Administración

Detalle	Administrador	Contador
Remuneración	S/. 14,400.00	S/. 13,200.00
ESSALUD	S/. 1,296.00	S/. -
CTS	S/. 1,200.00	S/. -
Total	S/. 16,896.00	S/. 13,200.00
Total Cadena Rest.	S/.	30,096.00

Tabla 117: Resumen Remuneración Área de Administración - Cadena de Rest.

Detalle	Mes	Año
Administrador	S/. 1,308.00	S/. 16,896.00
Contador	S/. 1,100.00	S/. 13,200.00
Total	S/. 2,408.00	S/. 30,096.00

Otros Gastos de Administración

Tabla 118: Otros Gastos de Administración - Útiles de oficina

Útiles de Oficina			
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3
Borradores, Correctores, Resaltadores, grapapas, Clips,	S/. 50.00	S/. 55.00	S/. 55.00
Archivadores	S/. 15.00	S/. 20.00	S/. 20.00
TOTAL	S/. 65.00	S/. 75.00	S/. 75.00
	S/. 325.00	S/. 375.00	S/. 375.00
Total Mensual	S/. 27.08	S/. 31.25	S/31.25

Tabla 119: Otros Gastos de Administración - Licencias

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3
Lic. Funcionamiento	S/. 258.00	S/. 258.00	S/. 258.00
Defensa Civil	S/. 65.00	S/. 65.00	S/. 65.00
Certificado de Fumigación	S/. 35.00	S/. 35.00	S/. 35.00
Licencia de salubridad	S/. 75.00	S/. 75.00	S/. 75.00
Carnet de Salud	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Total Rest.	S/. 583.00	S/. 583.00	S/. 583.00
Total Cadena Rest.	S/. 2,915.00	S/. 2,915.00	S/. 2,915.00
Mes	S/. 242.92	S/. 242.92	S/. 242.92

Tabla 120: Resumen de Remuneración y Otros gastos de Administración

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos	S/.2,408	S/.2,408	S/.2,408	S/.30,096	S/.30,096	S/.30,096
Otros Gastos	S/.270	S/. 274.17	S/. 274.17	S/.3,240	S/.3,290	S/.3,290
Total Costos Administration (s/.)	S/.2,678	S/.2,682.17	S/.2,682.17	S/.33,336	S/.33,386	S/.33,386

4.5.5 Ingresos Desayuno

Tabla 121: Ingresos Desayuno - Bebida y Caldo de gallina

Detalle	Mes	Año
Demanda	388	4320
P.Unitario	S/. 6.00	S/. 6.00
Ingreso por Ventas	S/. 2,325.00	S/. 25,920.00
P. UNITARIO SIN IGTV	S/. 5.08	S/. 5.08

Tabla 122: Ingresos Desayuno - Bebida y Pescado Frito

Detalle	Mes	Año
Demanda	300	3600
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 1,500.00	S/. 18,000.00
P. UNITARIO SIN IGTV	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 123: Ingresos Desayuno - Bebida y Pollo mechado

Detalle	Mes 1	Año 1
Demanda	320	3840
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 1,600.00	S/. 19,200.00
P. UNITARIO SIN IGTV	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 124: Ingresos Desayuno - Bebida y Encebollado de hígado

Detalle	Mes	Año
Demanda	120.00	1440.00
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 600.00	S/. 7,200.00
P. UNITARIO SIN IGTV	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 125: Ingresos Desayuno - Bebida y Lomo saltado

Detalle	Mes	Año
Demanda	120.00	1440.00
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 600.00	S/. 7,200.00
P. UNITARIO SIN IGTV	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 126: Ingresos Desayuno - Bebida y Cabrito

Detalle	Mes	Año
Demanda	80.00	960.00
P.Unitario	S/. 6.00	S/. 6.00
Ingreso por Ventas	S/. 480.00	S/. 5,760.00
P. UNITARIO SIN IG V	S/. 5.08	S/. 5.08

4.5.6 Ingresos Menú

Tabla 127: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Cau cau

Detalle	Mes	Año
Demanda	180	2160
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 900.00	S/. 10,800.00
P. UNITARIO SIN IG V	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 128: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Seco de res

Detalle	Mes	Año
Demanda	240	2880
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00
P. UNITARIO SIN IG V	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 129: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Tallarines rojos

Detalle	Mes	Año
Demanda	240	2880
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00
P. UNITARIO SIN IG V	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 130: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Estofado de mollejas

Detalle	Mes	Año
Demanda	180	2160
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 900.00	S/. 10,800.00
P. UNITARIO SIN IG V	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 131: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con pollo

Detalle	Mes 1	Año 1
Demanda	240	2880
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 1,200.00	S/. 14,400.00
P. UNITARIO SIN IG V	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 132: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Ají de gallina

Detalle	MES	Año
Demanda	180	2160
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 900.00	S/. 10,800.00
P. UNITARIO SIN IGV	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 133: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Ollucos con carne

Detalle	Mes	Año
Demanda	120	1440
P.Unitario	S/. 5.00	S/. 5.00
Ingreso por Ventas	S/. 600.00	S/. 7,200.00
P. UNITARIO SIN IGV	S/. 4.24	S/. 4.24

Tabla 134: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Estofado de gallina

Detalle	Mes	Año
Demanda	120	1440
P.Unitario	S/. 6.00	S/. 6.00
Ingreso por Ventas	S/. 720.00	S/. 8,640.00
P. UNITARIO SIN IGV	S/. 5.08	S/. 5.08

Tabla 135: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con chancho

Detalle	Mes	Año
Demanda	180	2160
P.Unitario	S/. 6.00	S/. 6.00
Ingreso por Ventas	S/. 1,080.00	S/. 12,960.00
P. UNITARIO SIN IGV	S/. 5.08	S/. 5.08

Tabla 136: Ingresos Menú - Sopa de res, refresco y Arroz con pato

Detalle	Mes	Año
Demanda	120	1440
P.Unitario	S/. 6.00	S/. 6.00
Ingreso por Ventas	S/. 720.00	S/. 8,640.00
P. UNITARIO SIN IGV	S/. 5.08	S/. 5.08

Tabla 137: Resumen Total de Ingresos Desayuno y Menú

Resumen Total de Ingresos		
Detalle	Mes 1	Año 1
Desayuno (Cadena)	S/. 35,525.00	S/. 416,400.00
Menú (Cadena)	S/. 47,100.00	S/. 565,200.00
Total Ingresos	S/. 82,625.00	S/. 981,600.00

4.5.7 Inversión y Depreciación

Tabla 138: Inversión Activos Tangibles - Detalle Menaje por Restaurante

Menaje Detalle	Restaurante					Total unid.	Total + margen extra
	1	2	3	4	5		
Según número de personas (doc.)							
Platos Grandes Hondos	150	150	150	150	150	750	63
Platos Grandes Tendidos	150	150	150	150	150	750	63
Platos Pequeños Hondos	80	80	80	80	80	400	34
Platos Pequeños Tendidos	80	80	80	80	80	400	34
Tazas	80	80	80	80	80	400	34
Vasos	150	150	150	150	150	750	63
Cucharas de Té	80	80	80	80	80	400	34
Cucharas de Sopa	150	150	150	150	150	750	63
Tenedores	150	150	150	150	150	750	63
Cuchillos	150	150	150	150	150	750	63
Cucharas de Postre	150	150	150	150	150	750	63
Según número de mesas (unid.)							
Servilleteros de Madera	12	10	8	6	8	44	50
Ajiceros	12	10	8	6	8	44	50
Saleros	12	10	8	6	8	44	50
Azucareros	12	10	8	6	8	44	50
Jarras	12	10	8	6	8	44	50
Por restaurante (unid.)							
Ollas 1Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 2 Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 3Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 3 1/2Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Ollas 5 Kg.	2	2	2	2	2	10	10
Perol	2	2	2	2	2	10	10
Sartén	2	2	2	2	2	10	10
Tinas y baldes	5	5	5	5	5	25	30
Cuchas medidoras (espátulas, tenedores, espumaderas)	10	10	10	10	10	50	55
Cuchillos para cortar carnes.	5	5	5	5	5	25	30
Tablas para picar (03 por restaurante)	3	3	3	3	3	15	25
Recipientes (tapers para almacenar)	10	10	10	10	10	50	60

Tabla 139: Inversión Activos Tangibles – Costo Menaje Cadena de restaurantes

Menaje				
Detalle	Unidad de medida	Precio unitario	Cantidad cadena Rest.	0
Platos Grandes Cuadrados	Docena	S/. 40.00	63	S/. 2,520.00
Platos Grandes Tendido	Docena	S/.40.00	63	S/. 2,520.00
Platos Pequeños Hondos	Docena	S/. 30.00	34	S/. 1,020.00
Platos Pequeños Tendidos	Docena	S/.30.00	34	S/. 1,020.00
Servilleteros de Madera	Unidad	S/.5.00	50	S/. 250.00
Ajiceros	Unidad	S/. 3.00	50	S/. 150.00
Saleros	Unidad	S/. 3.00	50	S/. 150.00
Azucareros	Unidad	S/. 5.00	50	S/. 250.00
Tazas (doc.)	Docena	S/. 25.00	34	S/. 850.00
Vasos (doc.).	Docena	S/. 25.00	63	S/. 1,575.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 1 Kg.	Unidad	S/. 70.00	10	S/. 700.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 2 Kg.	Unidad	S/. 85.00	10	S/. 850.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 3 Kg.	Unidad	S/. 95.00	10	S/. 950.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 3 1/2 Kg.	Unidad	S/. 110.00	10	S/. 1,100.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 5 Kg.	Unidad	S/. 140.00	10	S/. 1,400.00
Cucharas de te	Docena	S/. 20.00	34	S/. 680.00
Cucharas de sopa	Docena	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Tenedores	Docena	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Cuchillos	Docena	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Cucharas de postre	Docena	S/. 20.00	63	S/. 1,260.00
Perol	Unidad	S/. 30.00	10	S/. 300.00
Sarten	Unidad	S/. 25.00	10	S/. 250.00
Jarras	Unidad	S/. 8.00	50	S/. 400.00
Tinas y Baldes	Unidad	S/. 5.00	30	S/. 150.00
Cucharas Medidoras	Unidad	S/. 3.00	55	S/. 165.00
Cuchillos para cortar carnes	Unidad	S/. 5.00	30	S/. 150.00
Tablas para picar (03 por Rest.)	Unidad	S/. 8.00	25	S/. 200.00
Recipientes	Unidad	S/. 40.00	63	S/. 2,520.00
Total		S/.		22,760.00

Tabla 140: Depreciación Menaje Cadena de restaurantes

Menaje			
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Platos Grandes Cuadrados	S/. 252.00	S/. 252.00	S/. 252.00
Platos Grandes Tendido	S/. 252.00	S/. 252.00	S/. 252.00
Platos Pequeños Hondos	S/. 102.00	S/. 102.00	S/. 102.00
Platos Pequeños Tendidos	S/. 102.00	S/. 102.00	S/. 102.00
Servilleteros de Madera	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00
Ajiceros	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00
Saleros	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00
Azucareros	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00
Tazas (doc.)	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00
Vasos (doc.)	S/. 157.50	S/. 157.50	S/. 157.50
Ollas (Fierro y Aluminio) 1 Kg.	S/. 70.00	S/. 70.00	S/. 70.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 2 Kg.	S/. 85.00	S/. 85.00	S/. 85.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 3 Kg.	S/. 95.00	S/. 95.00	S/. 95.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 3 1/2 Kg.	S/. 110.00	S/. 110.00	S/. 110.00
Ollas (Fierro y Aluminio) 5 Kg.	S/. 140.00	S/. 140.00	S/. 140.00
Cucharas de te	S/. 68.00	S/. 68.00	S/. 68.00
Cucharas de sopa	S/. 126.00	S/. 126.00	S/. 126.00
Tenedores	S/. 126.00	S/. 126.00	S/. 126.00
Cuchillos	S/. 126.00	S/. 126.00	S/. 126.00
Cucharas de Postre	S/. 126.00	S/. 126.00	S/. 126.00
Perol	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00
Sartén	S/. 25.00	S/. 25.00	S/. 25.00
Jarras	S/. 40.00	S/. 40.00	S/. 40.00
Tinas y Baldes	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00
Cucharas Medidoras	S/. 16.50	S/. 16.50	S/. 16.50
Cuchillos para cortar	S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00
Tablas para picar (03 por Rest.)	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00
Recipientes	S/. 12.00	S/. 12.00	S/. 12.00
Total	S/. 2,276.00	S/. 2,276.00	S/. 2,276.00

Tabla 141: Inversión Activos Tangibles - Detalle Mobiliarios

MOBILIARIOS DETALLE	CANTIDAD RESTAURANTES					Total Cadena Rest.
	REST. No.1	Rest. No.2	Rest. No.3	Rest. No.4	Rest. No.5	
Mesas	12	10	8	6	8	44
Bancos (04 por Mesa)	48	40	32	24	32	176
Reposteros	1	1	1	1	1	5
Ventilador	2	2	2	2	2	10
Pizarra	1	1	1	1	1	5
Mesa (Cajera)	1	1	1	1	1	5
Toldo	1	1	1	1	1	5

Tabla 142: Costos Mobiliarios

MOBILIARIOS			
Detalle	Precio unitario	Cantidad Cadena Rest.	Año 0
Mesas	S/. 60.00	44	S/. 2,640.00
Bancos	S/. 6.00	176	S/. 1,056.00
Reposteros	S/. 80.00	5	S/. 400.00
Ventilador	S/. 80.00	10	S/. 800.00
Pizarra	S/. 45.00	5	S/. 225.00
Mesa (Cajera)	S/. 85.00	5	S/. 425.00
Toldo	S/. 180.00	5	S/. 900.00
Total	S/.		6,446.00

Tabla 143: Depreciación Mobiliarios

MOBILIARIOS			
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Mesas	S/. 264.00	S/. 264.00	S/. 264.00
Bancos	S/. 105.60	S/. 105.60	S/. 105.60
Reposteros	S/. 40.00	S/. 40.00	S/. 40.00
Ventilador	S/. 80.00	S/. 80.00	S/. 80.00
Pizarra	S/. 22.50	S/. 22.50	S/. 22.50
Mesa (Cajera)	S/. 42.50	S/. 42.50	S/. 42.50
Toldo	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 90.00
Total	S/. 644.60	S/. 644.60	S/. 644.60

Tabla 144: Inversión Activos Tangibles - Equipos

EQUIPOS			
Detalle	Precio unitario	Cantidad por Rest.	Año 0
Cocina industrial	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00
Refrigeradora	S/. 1,349.00	1	S/. 1,349.00
Horno microondas	S/. 199.00	1	S/. 199.00
Congeladora	S/. 1,359.00	1	S/. 1,359.00
Televisor 32"	S/. 899.00	1	S/. 899.00
Blurays	S/. 219.00	1	S/. 219.00
Licuadaora	S/. 179.00	1	S/. 179.00
Reloj	S/. 25.00	1	S/. 25.00
Hervidor eléctrico	S/. 99.00	1	S/. 99.00
Exprimidor eléctrico	S/. 40.00	1	S/. 40.00
	S/. 5,868.00		
Total		Cadena Rest.	S/. 29,340.00

Tabla 145: Depreciación Equipos

EQUIPOS			
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Cocina industrial	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Refrigeradora	S/. 134.90	S/. 134.90	S/. 134.90
Horno microondas	S/. 19.90	S/. 19.90	S/. 19.90
Congeladora	S/. 135.90	S/. 135.90	S/. 135.90
Televisor 32"	S/. 89.90	S/. 89.90	S/. 89.90
Blurays	S/. 21.90	S/. 21.90	S/. 21.90
Licuadaora	S/. 17.90	S/. 17.90	S/. 17.90
Reloj	S/. 2.50	S/. 2.50	S/. 2.50
Hervidor eléctrico	S/. 9.90	S/. 9.90	S/. 9.90
Exprimidor eléctrico	S/. 4.00	S/. 4.00	S/. 4.00
Total	S/. 586.80	S/. 586.80	S/. 586.80
	S/. 2,934.00	S/. 2,934.00	S/. 2,934.00

Tabla 146: Resumen Activos Tangibles Cadena de restaurantes

DETALLE	Total
Equipos	S/. 29,340.00
Menaje	S/. 22,760.00
Mobiliarios	S/. 6,446.00
Immueble	-
Total	S/. 58,546.00

Tabla 147: Resumen Depreciación Activos Tangibles Cadena de Restaurantes

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Equipos	S/. 2,934.00	S/. 2,934.00	S/. 2,934.00
Menaje	S/. 2,276.00	S/. 2,276.00	S/. 2,276.00
Mobiliarios	S/.644.60	S/. 644.60	S/. 644.60
Immueble	S/. -	S/. -	S/. -
Total	S/. 5,854.60	S/. 5,854.60	S/. 5,854.60

Tabla 148: Inversión Activos Intangibles

DETALLE	Precio Unitario (s/.)
Lic. Funcionamiento	S/. 258.00
Defensa Civil	S/. 65.00
Certificado de Fumigación	S/. 35.00
Licencia de salubridad	S/. 75.00
Carnet de Salud	S/. 150.00
TOTAL CADENA REST.	S/. 2,915.00

4.5.8 Punto De Equilibrio

Tabla 149: Costos Fijos Mensuales - Cadena restaurantes

Detalle	Cadena Rest.
Depreciación	S/. 644.60
Amortización	S/. -
Sueldos (M.O)	S/. 21,105.00
Luz	S/. 250.00
Agua	S/. 150.00
TOTAL	S/. 22,149.60
TOTAL X PLATO	S/. 1,384.35

Tabla 150: Costos Variables Totales Desayuno – Menú

Detalle	Insumos (Rest.)	Insumos (cadena Rest.)	Gas
Caldo Gallina	S/. 908.04	S/. 4,540.21	
Pescado Frito	S/. 993.58	S/. 4,967.91	
Pollo Mechado	S/. 692.00	S/. 3,460.00	
Encebollado de Hígado	S/. 306.27	S/. 1,531.35	
Lomo Saltado	S/. 561.27	S/. 2,806.35	
Cabrito	S/. 356.80	S/. 1,784.00	
Total Desayuno	S/. 3,817.96	S/. 19,089.82	
Cau Cau	S/. 544.29	S/. 2,721.45	
Seco de Res	S/. 950.36	S/. 4,751.80	S/. 555.00
Tallarines Rojos	S/. 632.36	S/. 3,161.80	
Estofado de Mollejas	S/. 515.82	S/. 2,579.10	
Arroz con Pollo	S/. 824.46	S/. 4,122.28	
Aji de Gallina	S/. 634.29	S/. 3,171.45	
Ollucos con carne	S/. 523.40	S/. 2,617.01	
Estofado de Gallina	S/. 476.30	S/. 2,381.51	
Arroz con Chancho	S/. 606.26	S/. 3,031.32	
Arroz con Pato	S/. 455.95	S/. 2,279.75	
Total Almuerzo	S/. 6,163.49	S/. 30,817.47	S/. 555.00
Total	S/. 9,981.46	S/. 49,907.29	S/. 555.00

Tabla 151: Punto de Equilibrio

Producto	Unidades (Mensual)	Precio de Venta S/.	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Ingresos X Ventas	% Participación en Ventas	Margen Contribución Total	P.E (Unid.)	RMC	P.E (s/.)
Caldo Gallina	1938	S/.6.00	S/.2.34	S/. 3.66	S/.11,625.00	S/. 14.07	S/. 0.51	379	0.61	S/. 2,271
Pescado Frito	1500	S/.5.00	S/. 3.31	S/.1.69	S/. 7,500.00	S/.9.08	S/. 0.15	820	0.34	S/. 4,100
Pollo Mechado	1600	S/.5.00	S/.2.16	S/. 2.84	S/.8,000.00	S/. 9.68	S/. 0.27	488	0.57	S/. 2,439
Encebollado de Hígado	600	S/.5.00	S/. 2.55	S/.2.45	S/. 3,000.00	S/. 3.63	S/. 0.09	566	0.49	S/. 2,828
Lomo Saltado	600	S/.5.00	S/.4.68	S/.0.32	S/.3,000.00	S/. 3.63	S/. 0.01	4289	0.06	S/. 21,446
Cabrito	400	S/.6.00	S/. 4.46	S/. 1.54	S/. 2,400.00	S/. 2.90	S/. 0.04	899	0.26	S/.5,394
Total Desayuno	6638				S/. 35,525.00			7440		S/.38,478.84
Cau Cau	900	S/.5.00	S/.3.02	S/. 1.98	S/. 4,500.00	S/. 5.45	S/. 0.11	701	0.40	S/. 3,503
Seco de Res	1200	S/.5.00	S/.3.96	S/. 1.04	S/. 6,000.00	S/. 7.26	S/. 0.08	1331	0.21	S/. 6,654
Tallarines Rojos	1200	S/.5.00	S/.2.63	S/.2.37	S/. 6,000.00	S/. 7.26	S/. 0.17	585	0.47	S/. 2,927
Estofado de Mollejas	900	S/.5.00	S/. 2.87	S/. 2.13	S/.4,500.00	S/. 5.45	S/. 0.12	649	0.43	S/. 3,243
Arroz con Pollo	1200	S/.5.00	S/. 3.44	S/. 1.56	S/.6,000.00	S/. 7.26	S/.0.11	885	0.31	S/.4,424
Ají de Gallina	900	S/.5.00	S/. 3.52	S/. 1.48	S/. 4,500.00	S/.5.45	S/. 0.08	938	0.30	S/. 4,689
Ollucos con carne	600	S/.5.00	S/. 4.36	S/.0.64	S/.3,000.00	S/. 3.63	S/.0.02	2169	0.13	S/. 10,844
Estofado de Gallina	600	S/.6.00	S/.3.97	S/. 2.03	S/. 3,600.00	S/.4.36	S/. 0.09	682	0.34	S/. 4,090
Arroz con Chanco	900	S/.6.00	S/.3.37	S/. 2.63	S/. 5,400.00	S/.6.54	S/. 0.17	526	0.44	S/. 3,156
Arroz con Pato	600	S/.6.00	S/. 3.80	S/. 2.20	S/. 3,600.00	S/.4.36	S/. 0.10	629	0.37	S/. 3,775
Total Almuerzo	9000				S/. 47,100.00			9093		S/.47,303.71
Cadena Rest.	15638				S/. 82,625.00	100.00		16534		S/.85,782.56

4.5.9 Inversión Total Y Financiamiento

Tabla 152: Inversión en Materia Prima por restaurante

Detalle	Cantidad (Diario)	Costo Total (Diario)	Cantidad (Semanal)	Costo Total (Semanal)	Cantidad (Mensual)	Costo Total Mensual
Tazas de Té, Café, Manzanilla	80	S/. 47.20	480	S/.283.20	2067	S/. 1,219.33
Caldo de Gallina	15	S/.26.30	90	S/.157.80	388	S/. 679.42
Pescado Frito	15	S/.41.05	75	S/.205.23	300	S/. 820.90
Pollo Mechado	20	S/.31.45	80	S/.125.80	320	S/.503.20
Encebollado de Hígado	10	S/.19.62	30	S/.58.87	120	S/. 235.47
Lomo Saltado	10	S/. 40.87	30	S/. 122.62	120	S/. 490.47
Cabruto	10	S/.38.70	20	S/.77.40	80	S/.309.60
Sopa de Res	150	S/.123.15	900	S/.738.90	3900	S/. 3,201.90
Refresco	150	S/.19.70	900	S/.118.20	3600	S/. 472.80
Cau Cau	15	S/. 31.07	12	S/. 24.86	180	S/. 372.87
Seco de Res	20	S/. 60.15	60	S/. 180.45	240	S/.721.80
Tallarines Rojos	20	S/. 33.65	60	S/. 100.95	240	S/. 403.80
Estof. de Mollejas	15	S/.28.70	45	S/. 86.10	180	S/. 344.40
Arroz con Pollo	20	S/. 49.66	60	S/.148.97	240	S/. 595.90
Ají de Gallina	15	S/.38.57	45	S/. 115.72	180	S/. 462.87
Ollucos con carne	10	S/.34.09	30	S/.102.28	120	S/.409.12
Estof. de Gallina	10	S/. 30.17	30	S/. 90.51	120	S/.362.02
Arroz con Chancho	15	S/.36.24	45	S/. 108.71	180	S/.434.84
Arroz con Pato	10	S/. 28.47	30	S/. 85.42	120	S/. 341.67
Total por Rest.				S/.2,931.97		S/.12,382.38
Total por Cadena Rest.	5					S/.61,911.92

Tabla 153: Capital de Trabajo

	Rest. (Semanal)	Cadena Rest. (Semanal)	Rest. (Mensual)	Cadena Rest. (Mensual)	Año 1
Insumos (Desayuno)	S/. 1,030.91	S/. 5,154.55	S/.12,382.38	S/. 61,911.92	S/.104,493.16
Insumos (Almuerzo)	S/. 1,901.06	S/. 9,505.32			
	S/. 2,931.97	S/.14,659.87			
Mano de obra	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 1,742.00	S/. 8,710.00	S/.111,832.50
Costos indirectos	S/. 37.00	S/. 185.00	S/. 1,996.00	S/.14,000.00	S/.178,406.25
Capital Trabajo Total	S/. 2,968.97	S/.14,844.87	S/.16,120.38	S/. 84,621.92	S/. 394,732

Tabla 154: Inversión Inicial y Financiamiento

Inversión Total - Financiamiento	Año 0	Propio	Bancario	Total
Activo Tangible	S/. 58,546.00	S/. 23,418.40	S/. 35,127.60	S/. 58,546.00
Activo Intangible	S/. 2,915.00	S/. 1,166.00	S/. 1,749.00	S/. 2,915.00
Capital de Trabajo	S/. 14,844.87	S/. 5,937.95	S/. 8,906.92	S/. 14,844.87
Total	S/. 76,306	S/. 30,522.35	S/. 45,784	S/. 76,305.87
		40%	60%	

Tabla 155: Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
Activo corriente	S/. 14,844.87	Pasivo corriente	S/. -
Capital de trabajo	S/. 14,844.87	Pasivo no corriente	S/. 45,783.52
Activo no Corriente	S/. 61,461.00	Total Pasivo	S/. 45,783.52
Tangibles	S/. 58,546.00	PATRIMONIO	
Intangibles	S/. 2,915.00	Capital social	S/. 30,522.35
TOTAL ACTIVO	S/. 76,305.87	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 76,305.87

Tabla 156: Financiamiento

BANCO BBVA – CONTINENTAL	
Total Inversión	S/. 76,306
Préstamo	S/. 45,783.52
TCEA	15.00%
TEM	0.012
Meses	24
FRC	0.048040241
R	S/. 2,199.45

Tabla 157: Cronograma de Financiamiento

Amortización de la deuda					
Periodo	Saldo Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Saldo final
1	S/. 45,783.52	S/. 536.35	S/. 1,663.10	S/. 2,199.45	S/. 44,120.42
2	S/. 44,120.42	S/. 516.87	S/. 1,682.58	S/. 2,199.45	S/. 42,437.84
3	S/. 42,437.84	S/.497.16	S/. 1,702.30	S/.2,199.45	S/. 40,735.54
4	S/. 40,735.54	S/. 477.21	S/. 1,722.24	S/. 2,199.45	S/. 39,013.30
5	S/. 39,013.30	S/.457.04	S/. 1,742.41	S/. 2,199.45	S/. 37,270.89
6	S/. 37,270.89	S/. 436.63	S/. 1,762.83	S/.2,199.45	S/. 35,508.06
7	S/. 35,508.06	S/. 415.97	S/. 1,783.48	S/. 2,199.45	S/. 33,724.59
8	S/. 33,724.59	S/.395.08	S/. 1,804.37	S/.2,199.45	S/. 31,920.21
9	S/. 31,920.21	S/. 373.94	S/. 1,825.51	S/.2,199.45	S/. 30,094.71
10	S/. 30,094.71	S/. 352.56	S/. 1,846.89	S/. 2,199.45	S/. 28,247.81
11	S/. 28,247.81	S/. 330.92	S/. 1,868.53	S/. 2,199.45	S/. 26,379.28
12	S/. 26,379.28	S/.309.03	S/. 1,890.42	S/. 2,199.45	S/. 24,488.86
13	S/. 24,488.86	S/.286.88	S/. 1,912.57	S/. 2,199.45	S/. 22,576.29
14	S/. 22,576.29	S/. 264.48	S/. 1,934.97	S/.2,199.45	S/. 20,641.32
15	S/. 20,641.32	S/.241.81	S/. 1,957.64	S/. 2,199.45	S/. 18,683.68
16	S/. 18,683.68	S/. 218.88	S/. 1,980.57	S/. 2,199.45	S/. 16,703.11
17	S/. 16,703.11	S/. 195.68	S/. 2,003.78	S/. 2,199.45	S/. 14,699.33
18	S/. 14,699.33	S/. 172.20	S/. 2,027.25	S/. 2,199.45	S/. 12,672.08
19	S/. 12,672.08	S/. 148.45	S/. 2,051.00	S/. 2,199.45	S/. 10,621.08
20	S/. 10,621.08	S/. 124.43	S/. 2,075.03	S/. 2,199.45	S/. 8,546.06
21	S/. 8,546.06	S/.100.12	S/. 2,099.34	S/. 2,199.45	S/. 6,446.72
22	S/. 6,446.72	S/. 75.52	S/. 2,123.93	S/. 2,199.45	S/. 4,322.79
23	S/. 4,322.79	S/. 50.64	S/. 2,148.81	S/. 2,199.45	S/. 2,173.98
24	S/. 2,173.98	S/. 25.47	S/. 2,173.98	S/. 2,199.45	S/. 0.00
		7003.31	45783.52	52786.83	

4.5.10 Flujo De Caja

4.5.10.1 Cálculo Del Van, TIR, Periodo De Recuperación De Capital Y Análisis Beneficio/Costo

Tabla 158: Cálculo de Tasa de Descuento - Opción 1

TASA	15%
BETA	1.3
TLR (Tasa Libre d Riesgo)	13%
COK	16%

Tabla 159: Calculo WACC - Opción 1

FUENTES	INVERSION	%INVERSION	COSTO	WACC
A. PROPIO	S/. 30,522	40%	16%	6.240%
P.BANCARIO	S/. 45,784	60%	15%	9.000%
TOTAL	S/. 76,306	100%		15.24%

Tabla 160: Calculo de la Tasa de Descuento, WACC - Opción 2

Deuda (D)	S/. 45,784
Capital Aportado (E)	S/.30,522
Coste de la Deuda (Kd)	S/. 0.012
Impuesto Pagado (T)	30%
Rentabilidad Exigida (Ke)	25%
WACC	S/.45,784

Tabla 161: Flujo de Caja Trimestral

Periodo	0	Trim I	Trim II	Trim III	Trim IV	Trim V	Trim VI	Trim VII	Trim VIII
Ingresos		S/.247,875	S/.247,875	S/.255,311.25	S/.255,311.25	S/.255,311.25	S/.255,311.25	S/.268,076.81	S/.521,942.57
Ventas		S/. 247,875	S/. 247,875	S/. 255,311	S/. 255,311	S/. 255,311	S/. 255,311	S/. 268,077	S/. 268,077
Valor Residual									
Rec. De Cap. Trabajo									S/. 253,866
Egresos		-S/. 198,498	-S/. 198,678	-S/. 198,863	-S/. 199,056	-S/. 199,255	-S/. 199,462	-S/. 199,675	-S/. 199,897
Inversión	-S/. 76,306								
Costos Operativos		-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551
Gastos Administrativos		-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034
Amortización Intangibles		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Depreciación de instalación y traspaso		-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464
Interés		S/. 1,550	S/. 1,371	S/. 1,185	S/. 993	S/. 793	S/. 587	S/. 373	S/. 152
Flujo Neto	-S/. 76,306	S/. 49,377	S/. 49,197	S/. 56,448	S/. 56,255	S/. 56,056	S/. 55,850	S/. 68,401	S/. 322,046
Impuesto 30%		S/. 14,813	S/. 14,759	S/. 16,934	S/. 16,877	S/. 16,817	S/. 16,755	S/. 20,520	S/. 96,614
Flujo Económico		S/. 34,564	S/. 34,438	S/. 39,513	S/. 39,379	S/. 39,239	S/. 39,095	S/. 47,881	S/. 225,432
Depreciación de instalación y traspaso		S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464
Amortización		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Flujo Caja Económico	-S/. 76,306	S/. 36,028	S/. 35,902	S/. 40,977	S/. 40,842	S/. 40,703	S/. 40,558	S/. 49,345	S/. 226,896
Préstamo	S/. 45,784								
Amortización P.		S/. 5,048	S/. 5,227	S/. 5,413	S/. 5,606	S/. 5,805	S/. 6,012	S/. 6,225	S/. 6,447
Escudo Fiscal		S/. 465	S/. 411	S/. 355	S/. 298	S/. 238	S/. 176	S/. 112	S/. 45
Flujo Caja Financiero	-S/. 30,522	S/. 40,610	S/. 40,718	S/. 46,035	S/. 46,150	S/. 46,270	S/. 46,394	S/. 55,458	S/. 233,297

Tabla 162: Calculo del Van, TIR Económico - Financiero

Tasa	15%
VAN Financiero	S/. 202,096
TIR Financiero	137%
VAN Económico	S/. 141,703
TIR Económico	53%

Tabla 163: Periodo de Recuperación de Capital

Periodo inmediato anterior en que se recupera la inversión (A)	1
Inversión inicial (B)	S/. 76,306
Flujo de Efectivo Acumulado del periodo inmediato anterior en el que se recupera la inversión (c)	S/. 40,610
Flujo de efectivo del periodo en el que se recupera la inversión (D)	S/. 40,718
A+ (B-C)/D	1.88
Respuesta: La inversión se recupera en un Trimestres y 88 días.	

Tabla 164: Análisis Beneficio - Costo

RBC	Beneficios (ingresos)	S/. 2,307,014	1.45
	Costos	S/. -1,593,384	

4.5.11. Flujo De Caja Pesimista

4.5.11.1. Calculo Del Van, Tir, Periodo De Recuperación De Capital Y Análisis Beneficio/Costo

Tabla 165: Flujo de Caja Pesimista

Periodo	0	TRIM I	TRIM II	TRIM III	TRIM IV	TRIM V	TRIM VI	TRIM VII	TRIM VIII
Ingresos		S/. 247,875	S/. 247,875	S/.240,438.75	S/.240,438.75	S/.240,438.75	S/.240,438.75	S/.228,416.81	S/.482,282.57
Ventas		S/. 247,875	S/. 247,875	S/. 240,439	S/. 240,439	S/. 240,439	S/. 240,439	S/. 228,417	S/. 228,417
Valor Residual									
Rec. De Cap. Trabajo									S/. 253,866
Egresos		-S/. 198,498	-S/. 198,678	-S/. 198,863	-S/. 199,056	-S/. 199,255	-S/. 199,462	-S/. 199,675	-S/. 199,897
Inversión	-S/.76,306								
Costos Operativos		-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551
Gastos Administrativos		-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034
Amortización Intangibles		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Depreciación de instalación y traspaso		-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464
Interés		S/. 1,550	S/. 1,371	S/. 1,185	S/. 993	S/. 793	S/. 587	S/. 373	S/. 152
Flujo Neto	-S/.76,306	S/. 49,377	S/. 49,197	S/. 41,575	S/. 41,383	S/. 41,184	S/. 40,977	S/. 28,741	S/. 282,386
Impuesto 30%		S/. 14,813	S/. 14,759	S/. 12,473	S/. 12,415	S/. 12,355	S/. 12,293	S/. 8,622	S/. 84,716
Flujo Económico		S/. 34,564	S/. 34,438	S/. 29,103	S/. 28,968	S/. 28,828	S/. 28,684	S/. 20,119	S/. 197,670
Depreciación de instalación y traspaso		S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464
Amortización		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Flujo Caja Económico	-S/.76,306	S/. 36,028	S/. 35,902	S/. 30,566	S/. 30,432	S/. 30,292	S/. 30,148	S/. 21,583	S/. 199,134
Préstamo	S/. 45,784								
Amortización P.		S/. 5,048	S/. 5,227	S/. 5,413	S/. 5,606	S/. 5,805	S/. 6,012	S/. 6,225	S/. 6,447
Escudo Fiscal		S/. 465	S/. 411	S/. 355	S/. 298	S/. 238	S/. 176	S/. 112	S/. 45
Flujo Financiero	-S/.30,522	S/. 40,610	S/. 40,718	S/. 35,624	S/. 35,740	S/. 35,859	S/. 35,983	S/. 27,696	S/. 205,535

Tabla 166: Calculo VAN, TIR - Flujo de Caja Pesimista

Tasa	15%
VAN Financiero	S/. 165,586
TIR Financiero	131%
VAN Económico	S/. 105,193
TIR Económico	46%

Tabla 167: Periodo de Recuperación de Capital

Periodo inmediato anterior en que se recupera la inversión (A)	1
Inversión inicial (B)	S/. 76,306
Flujo de Efectivo Acumulado del periodo inmediato anterior en el que se recupera la inversión (c)	S/. 40,610
Flujo de efectivo del periodo en el que se recupera la inversión (D)	S/. 40,718
A+ (B-C)/D	1.88
Respuesta: la inversión se recupera en 1 trimestre, 88 días.	

Tabla 168: Análisis Beneficio - Costo

RBC	Beneficios (ingresos)	S/. 2,168,204	1.36
	Costos	S/. -1,593,384	

4.5.12. Flujo De Caja Optimista

4.5.12.1. Calculo Del Van, Tir, Periodo De Recuperación De Capital Y Análisis Beneficio/Costo

Tabla 169: Flujo de Caja Optimista

Periodo	0	TRIM I	TRIM II	TRIM III	TRIM IV	TRIM V	TRIM VI	TRIM VII	TRIM VIII
Ingresos		S/. 247,875	S/. 252,833	S/.257,889.15	S/.257,889.15	S/.257,889.15	S/.268,204.72	S/.278,932.90	S/.532,798.66
Ventas		S/. 247,875	S/. 252,833	S/. 257,889	S/. 257,889	S/. 257,889	S/. 268,205	S/. 278,933	S/. 278,933
Valor Residual									
Rec. De Cap. Trabajo									S/. 253,866
Egresos		-S/. 198,498	-S/. 198,678	-S/. 198,863	-S/. 199,056	-S/. 199,255	-S/. 199,462	-S/. 199,675	-S/. 199,897
Inversión	-S/.76,306								
Costos Operativos		-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551	-S/. 190,551
Gastos Administrativos		-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034	-S/. 8,034
Amortización Intangibles		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Depreciación de instalación y traspaso		-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464	-S/. 1,464
Interés		S/. 1,550	S/. 1,371	S/. 1,185	S/. 993	S/. 793	S/. 587	S/. 373	S/. 152
Flujo Neto	-S/.76,306	S/. 49,377	S/. 54,155	S/. 59,026	S/. 58,833	S/. 58,634	S/. 68,743	S/. 79,257	S/. 332,902
Impuesto 30%		S/. 14,813	S/. 16,246	S/. 17,708	S/. 17,650	S/. 17,590	S/. 20,623	S/. 23,777	S/. 99,871
Flujo Económico		S/. 34,564	S/. 37,908	S/. 41,318	S/. 41,183	S/. 41,044	S/. 48,120	S/. 55,480	S/. 233,031
Depreciación de instalación y traspaso		S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464	S/. 1,464
Amortización		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Flujo Caja Económico	-S/.76,306	S/. 36,028	S/. 39,372	S/. 42,782	S/. 42,647	S/. 42,507	S/. 49,584	S/. 56,944	S/. 234,495
Préstamo	S/. 45,784								
Amortización Préstamo		S/. 5,048	S/. 5,227	S/. 5,413	S/. 5,606	S/. 5,805	S/. 6,012	S/. 6,225	S/. 6,447
Escudo Fiscal		S/. 465	S/. 411	S/. 355	S/. 298	S/. 238	S/. 176	S/. 112	S/. 45
Flujo Financiero	-S/.30,522	S/. 40,610	S/. 44,188	S/. 47,840	S/. 47,955	S/. 48,075	S/. 55,419	S/. 63,057	S/. 240,896

Tabla 170: Calculo VAN, TIR - Flujo de caja Optimista

Tasa	15%	
VAN Financiero	S/.	215,125
TIR Financiero	141%	
VAN Económico	S/.	154,731
TIR Económico	55%	

Tabla 171: Periodo de Recuperación de Capital

Periodo inmediato anterior en que se recupera la inversión (A)	1
Inversión inicial (B)	S/. 76,306
Flujo de Efectivo Acumulado del periodo inmediato anterior en el que se recupera la inversión (C)	S/. 40,610
Flujo de efectivo del periodo en el que se recupera la inversión (D)	S/. 44,188
A+ (B-C)/D	1.81
Respuesta: La inversión se recupera en 1 trimestre, 24 días.	

Tabla 172: Análisis Beneficio - Costo

RBC	Beneficios (ingresos)	S/. 2,354,311	1.48
	Costos	S/. -1,593,384	

4.5.13. Discusión de la Viabilidad Económico - Financiera

Para implementar la cadena de restaurantes “Amapolas” fue necesario hallar los costos de materia prima (insumos), costos de mano de obra directa y costos indirectos, gastos de administración; así como los costos de activos tangibles e intangibles. De esta manera se podía saber cuánto dinero se va a invertir y determinar qué porcentaje de ese monto sería financiado.

Todos los costos se hallaron de manera diaria, debido a la operación del restaurante, mensual (24 días), así como anual.

Los costos de materia prima se hallaron con los datos obtenidos de las operaciones diarias del actual restaurante “Amapolas”, considerando que son 80 desayunos y 150 menús. Esta cantidad se mantendrá y será la misma para los demás restaurantes. En el caso del desayuno, se ofrecerán seis platos distintos, los cuales constan de una bebida caliente (infusiones o café) y plato

de fondo, estos serán caldo de gallina, pescado frito, pollo mechado, encebollado de hígado, lomos saltado y cabrito; por ser los platos más pedidos por los clientes.

De otro lado, en el menú se ofrecerán diez platos de fondo como cau cau, seco de res, tallarines rojos, estofado de mollejas, arroz con pollo, ají de gallina, ollucos con carne, estofado de gallina, arroz con chanco y arroz con pato; además de la entrada (sopa de res, humita o tamal) y refresco (cebada, jugo de manzana, chicha morada, limonada). Cabe resaltar que para armar los paquetes de almuerzo (menú) se eligieron como entrada a la sopa de res y de refresco la cebada, por ser más los más solicitados por los clientes. Es decir, se hallaron los costos de los 16 alimentos preparados, contando los del desayuno y almuerzo. Sin embargo además de los costos unitarios, fue necesario armar paquetes de desayuno y almuerzo, para saber cuánto era el costo de producción de las diferentes combinaciones tanto del desayuno como del almuerzo.

Por otro lado, debido a que el horario de trabajo consta de diez horas laborables diarias, se pagara el correspondiente a las dos horas extras, tanto para la mano de obra directa (chefs y auxiliares de cocina), como para la mano de obra indirecta (meseros y cajeros). Además por la afectación laboral de REMYPE al que esta afecto la cadena de restaurantes, se les pagara el seguro de salud (ESSALUD), CTS y vacaciones.

Respecto a los costos indirectos como los servicios básicos de agua potable y energía eléctrica, se realizó un estimado en base a lo que se paga actualmente y según las tarifas de las zonas en las que se ubicara cada restaurante.

En los gastos de administración solo se incluirá el pago del administrador a quien se le pagara todos los beneficios de ley y un contador que solo se le pagara lo correspondiente a su remuneración, puesto que será un consultor externo. Los otros gastos de administración como los útiles de oficina, son un

aproximado debido a que solo los utilizara el administrador y cajeros. Asimismo, los gastos e impuestos serán para los cinco restaurantes.

Los activos intangibles (equipos, menaje y mobiliario), se compraran al por mayor, para obtener mayores descuentos, y la depreciación de cada uno de estos se realizó en base a lo que estipula SUNAT.

En resumen, la inversión total necesaria para la implementación de la cadena de restaurantes es de s/. 763 06.00, incluyendo activo tangible e intangible y el capital de trabajo, el cual será de una semana. Del monto de la inversión, el 60% será financiado por el banco a una tasa del 0.012% mensual y en un periodo de 24 meses.

De otro lado, el flujo de caja se determinó para un periodo de dos años, dividido en trimestres. En el supuesto que el proyecto se inicie en Enero 2015, las temporadas bajas para los restaurantes son el primer trimestre por ser época de vacaciones, por lo tanto consideramos un incremento del 3% en los ingresos del trimestre III y otro incremento en el trimestre VII, por ser temporadas de mayor afluencia de público. Por consiguiente el periodo de recuperación de la inversiones de 1 trimestre, 88 días. Para el flujo de caja pesimista se redujo en 3% y 5% los trimestres III y VII respectivamente, recuperándose la inversión en 1 trimestre 88 días. Y por último para el flujo de caja optimista se incrementó en 2% los ingresos del Trimestre II y III, además del 4% en los trimestres VI y VII, recuperándose la inversión en 1 trimestre 81 días.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En cuanto a la viabilidad de mercado del proyecto, nuestro público objetivo son 293 personas aproximadamente que concurren en cada uno de los paraderos objeto de estudio entre las 6:00am a 10:30am y 11:30a.m a 3:30p.m, horas en la que un 91% del total, si estarían dispuestos a comprar el producto/servicio

que se ofrecería en la cadena de restaurantes “AMAPOLAS”, además un 55% del total, si pagaría por el desayuno el precio de S/.5.00 y un 75% del total, si pagaría por el almuerzo el precio de S/.6.00, resultado de precios obtenidos de acuerdo a costos, competencia y capacidad adquisitiva de cada persona.

Los atributos más valorados por el público lambayecano que frecuenta los paraderos objeto de estudio, en cuanto al producto de la cadena de restaurantes “Amapolas”, serán ofrecerles platos de comida tipo rancho variados hechos con ingredientes frescos y buena sazón; y en cuanto al servicio, cada uno de los restaurantes se caracterizara por la buena atención (respeto y amabilidad), comodidad en el espacio, limpieza (interior y exterior) y seguridad.

La demanda a satisfacer estar representada en su mayoría por choferes y cobradores que laboran para las empresas de transporte de dichos paraderos, seguidamente por profesionales independientes con negocios (boticas, mecánicas, hoteles, entre otros) cercanos a los paraderos de transporte a los distritos del departamento de Lambayeque y por ultimo por profesionales dependientes y estudiantes, cuyas motivaciones para satisfacer su necesidad de alimento en un restaurante cercano a sus paraderos es la facilidad y comodidad de vigilar sus unidades de transporte y turnos de salida, la falta de tiempo para ir y regresar a sus hogares; y por gastos extras en pasajes u otros.

Con respecto a la viabilidad técnica – operativa del proyecto, los restaurantes de la cadena “Amapolas”, se ubicaran en los 5 paraderos más concurridos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del Departamento de Lambayeque, siendo la sede principal en el Paradero No.1: Las Amapolas #120, Lotización La Primavera, con un tamaño de 55 m² y se ofrecerá una carta variada, conformada por Caldo de Gallina, Desayuno (1 taza caliente de café,

té, anís o manzanilla y plato de fondo) y Menú (entrada, plato de fondo y refresco). Además cada uno estará distribuido por una entrada, servicios higiénicos, cocina, almacén, zona principal (clientes) y zona secundaria (mozos y cajera). Por otro lado, el equipo y menaje para cada restaurante será de calidad, constituido por cocinas, refrigeradoras, televisores, mesas, sillas, utensilios, vajilla, entre otros. En cuanto a los procesos estos serán de fácil entendimiento para todos los involucrados, comenzará con el pedido de materias primas luego por la recepción de las mismas, para continuar con el de producción y por último el proceso de servicio al cliente; para ello será necesario colaboradores con don de servicio: chef, auxiliar de cocina, mesero y cajero.

En la viabilidad organizacional - legal del proyecto, la cadena de restaurantes "Amapolas" seguirá como Persona Natural con negocio bajo el Régimen General de Ventas y bajo a la afectación laboral de la REMYPE.

En la viabilidad económica del proyecto, la inversión total será de S/. S/. 76,306 nuevos soles, siendo el 40% capital propio y el 60% será financiado a una tasa de interés del 0.12% mensual en un periodo de 2 años; recuperando la inversión total en el primer trimestre y 88 días. Según el flujo caja del que se obtuvo un VAN de S/ 202,096 (mayor que cero) y un TIR de 137% (mayor a la tasa exigida por el inversor) permitiendo indicar que el presente proyecto generará riqueza para sus inversionistas más allá del retorno del capital invertido en el proyecto y financiamiento total con los fondos ajenos.

Por ende y gracias a todo lo sustentado anteriormente, se recomienda a los dueños del actual restaurante "Las Amapolas" aperturar una cadena de restaurantes bajo el mismo nombre e imagen, en los cinco paraderos de la ciudad de Chiclayo; puesto que es un negocio rentable.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CartaPad. (08 de 03 de 2013). Obtenido de www.turismoytecnologia.com

Arellano Cueva, R. (2009). *El Boom de la Gastronomía Peruana, su impacto económico y social*. Perú.

Calaña Gonzales, C. E. (01 de 07 de 2011). *Gestión Restaurantes la revista de los profesionales de la restauración y el foodservice*. Obtenido de Las nuevas tecnología de la cocina actual y su aplicación en la restauración : www.gestionrestaurantes.com

Calaña Gonzales, C. E. (01 de 07 de 2011). *Las nuevas Tecnologías en la cocina actual y su aplicación en la restauración*. Obtenido de Gestión Restaurantes la revista de la restauración y el foodservice: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=725

Gestión, D. (09 de 03 de 2013). El financiamiento al sector hoteles y restaurantes crecería más de 19% este año.

Gestión, D. (16 de 03 de 2013). Gestión.pe. *Sector Hoteles y Restaurantes tuvo el tercer mejor desempeño económico en el 2012*.

Guerra Valverde, Y. (24 de 05 de 2012). *Gestión de Restaurantes*. Obtenido de http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=880

Guerra Valverde, Y. R. (24 de 05 de 2012). *Gestión Restaurantes*. Obtenido de www.gestionrestaurantes.com

Hosteltur. (s.f.). *Nuevas Tendencias en la Hostelería. Equipamiento, Tecnología y Empresa*. España.

Infoturperu. (15 de 01 de 2013). *Infoturperu*. Obtenido de www.infoturperu.com/estadisticas

Magda, G. (01 de 01 de 2013). *Visualmediamanager*. Obtenido de www.visualmediamanager.hol.es

Peru21. (01 de 09 de 2013). Sector Gastronomico vendera alrededor de S/.50 mil millones. *Sector Gastronomico vendera alrededor de S/.50 mil millones*, pág. www.peru21.pe/economia.

Republica, D. L. (0 de 2013). *Sector Hoteles y restaurantes mantendra solido crecimiento en el 2013*.

Sheyla, G. (03 de 11 de 2010). *Nuevas Tecnologias en los Restaurantes*. Obtenido de www.prensa.pe

Comercio, E. (30 de Enero de 2009). *Restaurante de EE.UU combina la tecnologia con una variedad de platillos*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2013, de elcomercio.pe

Mendiola, j. (06 de Agosto de 2013). *"La cuenta por favor", OpenTable acaba con las agónicas esperas en el restaurante*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2013, de El Confidencial.com: <http://www.elconfidencial.com/tecnologia>.

Universal.com, E. (12 de Septiembre de 2008). *Cambia restaurante meseros por tecnología*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2013, de radiocontempo.wordpress.com: <http://radiocontempo.wordpress.com/>

<http://www.harmansperu.com/cocinas.php> (Cocinas industriales).

Tributaria, S. N. (2014). *Guia Tributaria*. Recuperado el 5 de Junio de 2014, de www.guiatributaria.sunat.gob.pe

VII. Anexos

Anexo No. 01

Tabla 173: Detalle Paradero No.1

Paradero No.1		Horario (Número de Combis: 1 vuelta c/u)		Número de pasajeros en horas del desayuno y almuerzo	Total de pasajeros (Diario)
		Desayuno 6am – 10.30am	Almuerzo 11.30am – 4.30pm		
Empresas	Propietarios Unidos de Illimo S.A.C (Chiclayo – Illimo)	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
	San Salvador S.A.C (Chiclayo – Jayanca)	4 Combis.	4 Combis.	120 + 120	240
	Pacora Express S.A.C (Chiclayo – Pacora)	4 Combis.	4 Combis.	120 + 120	240
Total		12 Combis	12 Combis		720

Tabla 174: Detalle Paradero No.2

Paradero No. 2			Horario (Número de Combis: 1 vuelta c/u)		Número de pasajeros en horas del desayuno y almuerzo	Total de pasajeros (Diario)
			Desayuno 6am – 10am	Almuerzo 11.30am – 3.30pm		
Empresas	Chiclayo – Olmos	Turismo Olmos S.A.C	3 Combis	3 Combis	90 + 90	180
		Olmos Tours S.A.C (Chiclayo – Tongorrape – Olmos)	3 Combis	3 Combis	90 + 90	180
	Chiclayo – Motupe	Motupano Express S.A.C	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
		Motupe Perú S.A.C	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
		Turismo Tierra Santa S.A.C	2 Minivan	2 Minivan	44 + 44	88
		Transportes Cruz de Chalpón S.A.C	2 Minivan	2 Minivan	44 + 44	88
	Chiclayo – Tucume	Empresa de Transportes Tucume S.A.C	3 Combis	3 Combis	180 + 180	180
	Total			19	19	

Tabla 175: Detalle Paradero No. 3

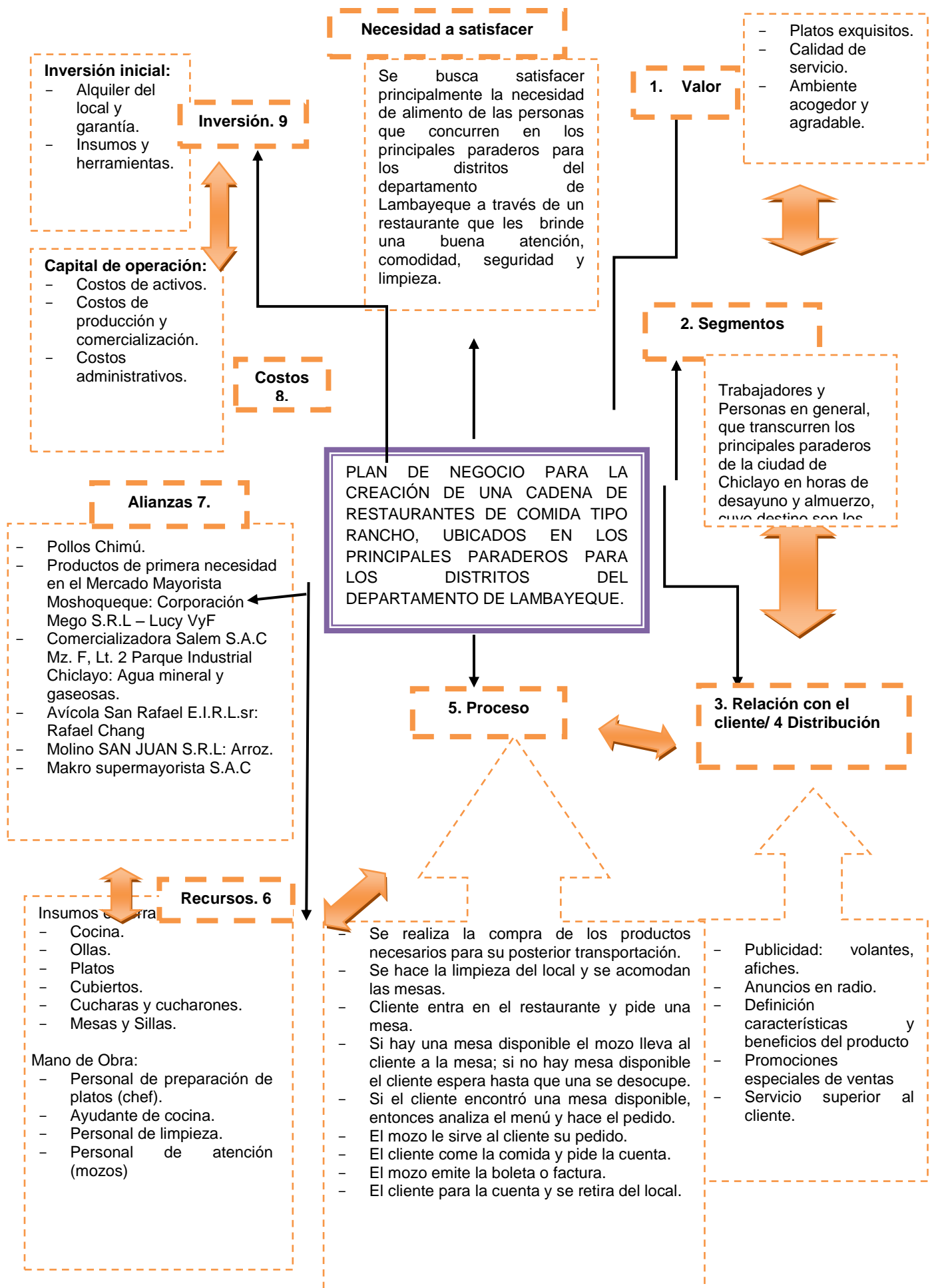
Paradero No. 3		Horario (Número de Combis :1 vuelta c/u)		Número de pasajeros en horas del desayuno y almuerzo	Total de pasajeros (Diario)
		Desayuno 6am – 10am	Almuerzo 11.30am – 3.30pm		
Empresas	Chiclayo – Oyotun	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo – Cayalti	2 Custer	2 Custer	88 + 88	176
	Chiclayo – Eten	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Ferreñafe	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Chongoyape	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –La Cría	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Pucalá	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Túman	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Saltur	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Picsi	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Pampa Grande	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Batan Grande	3 Minivan	3 Minivan	66 + 66	132
	Chiclayo –Pomalca	2 Combis	2 Combis	60 + 60	90
	Chiclayo –Posope	2 Combis	2 Combis	60 + 60	90
	Chiclayo –Patapo	2 Combis	2 Combis	60 + 60	90
Chiclayo –La Ramada	2 Combis	2 Combis	60 + 60	90	
Total		43	43		1988

Tabla 176: Detalle Paradero No. 4

Paradero No.4		Horario (Número de Combis: 3 vueltas c/u)		Número de pasajeros en horas del desayuno y almuerzo	Total de pasajeros (Diario)
		Desayuno 6am – 10am	Almuerzo 11.30am – 3.30pm		
Empresas	<u>Chiclayo – Pimentel</u> <u>Empresa de Transportes Rey</u> <u>de Reyes</u>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
	<u>Chiclayo – San Jose</u> <u>Empresa de Transportes San</u> <u>Jose</u>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
	<u>Chiclayo – Santa Rosa</u> <u>Empresa de Tranpsportes</u> <u>Santa Rosa Express</u>	4 combis	combis	120 + 120	240
Total		12 Combis	12 Combis		720

Tabla 177: Detalle Paradero No.5

Paradero No. 5			Horario (Número de Combis)		Número de pasajeros en horas del desayuno y almuerzo	Total de pasajeros (Diario)
			Desayuno 6am – 10am	Almuerzo 11.30am – 3.30pm		
Empresas	Chiclayo– UDCH– USS– Pimentel	Empresa de Transportes Pionero Express <i>(2 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
		Empresa de Transportes Sol y mar <i>(2 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
		Empresa de transportes Pimentel Express <i>(2 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
	Chiclayo – Lambaye que	Transportes Naylamp Express <i>(1 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
		Empresa de Transportes San Pablo <i>(1 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
		Isabel Flores de Oliva S.C.R.L <i>(1 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
		Empresa de Transportes Línea Azul <i>(1 vueltas c/u)</i>	4 Combis	4 Combis	120 + 120	240
	Total			28 Combis	28 Combis	



Anexo No. 03**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN****ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL PARADERO DE DESTINO A SU DISTRITO”**

Instrucciones: Sírvase completar la información, marcar con X (aspa) donde corresponda y elegir entre:

TD : Total Desacuerdo	S : Siempre
D : Desacuerdo	CS : Casi Siempre
I : Indiferente	I : Indiferente
A : Acuerdo	CN : Casi Nunca
TA : Total Acuerdo	N : Nunca

Le agradeceremos su sinceridad. La información que nos brinda será anónima.

1. **Edad:**

2. **Sexo:**

4. Femenino

5. Masculino

3. **Su ocupación es:**

- a) Estudiante
- b) Profesional Dependiente.
- c) Profesional Independiente.
- d) Ama de casa.

4. **Su grado de instrucción es:**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior técnica
- d) Superior universitaria

5. **gar de residencia:**

a) Cercado

b) Urbanización

c) Pueblo Joven.

d) Distrito.

6. **Cuál es su nivel de ingresos?**

- a) S/. 400.00 - 800.00
- b) S/. 800.00 - 1200.00
- c) S/. 1200.00 - 1600.00
- d) S/. 1600.00 - 2000.00
- e) S/. 2000.00 a más

7. **En qué lugar prefiere desayunar y/o almorzar:**

- a) En mi casa.
- b) En cualquier restaurante.
- c) En los puestos ambulantes.
- d) Como cualquier alimento al paso

8. **Cuánto dinero está dispuesto a pagar por un desayuno y menú de dicho restaurante:**

Desayuno	Menú
a) s/. 2.50	b) s/. 3.50
c) s/. 3.00	d) s/. 4.00
e) s/. 3.50	f) s/. 4.50
g) s/. 4.00	h) s/. 5.00

9. Con que frecuencia Ud. Se alimenta en un restaurante:

- a) Diariamente.
- b) Una vez a la semana.
- c) Varias veces a la semana.
- d) Varias veces al mes.
- e) Una vez al mes.
- f) Otro:

10. Que espera de los platos del restaurante:

	N	CN	I	CS	S
Que sean sabrosos.					
Que sean variados.					
Que sirvan bastante.					
Que su precio sea el adecuado.					

11. Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por:

	TD	D	I	A	TA
Costumbre, hábito					
Precio					
Tiempo para comer.					
Esta cerca de mi trabajo.					

Me sale más barato.					
No tengo otro lugar donde desayunar y/o almorzar.					

12. Cómo valora los atributos de los platos de comida en un restaurante :

	MM	M	I	B	MB
Sazón					
Precio.					
Cantidad.					
Calientes y frescos.					
Variedad en la carta.					

13. Como percibe el servicio en un restaurante:

	MM	M	I	B	MB
Buena Atención					
Comodidad del Lugar					
Seguridad del lugar					
Limpieza del lugar					

14. Cómo categorizas tu experiencia cuando asistió a restaurantes cercanos a su paradero?

- a) Muy mala
- b) Mala
- c) Regular
- d) Buena

e) Muy buena

15. Recomendaría o estaría dispuesto a regresar al restaurante que visito:

- a) Nunca.
- b) Casi Nunca.
- c) Indiferente.
- d) Casi Siempre.
- e) Siempre.

16. Cuando te movilizas en los paraderos que costumbre tienes de consumo en horas de desayuno:

- a) Humitas
- b) Ceviche
- c) Jugos
- d) Hamburguesas
- e) Papa huancaína

17. Cuando te movilizas en los paraderos que costumbre tienes de consumo en horas de almuerzo:

- a) Humitas
- b) Ceviche
- c) Jugos
- d) Hamburguesas
- e) Papa huancaína

Anexo No. 04

Encuesta sobre satisfacción de servicio del RESTAURANT “AMAPOLAS”

E.I.R.L

Esta encuesta tiene como fin de determinar el grado de satisfacción por el servicio ofrecido de parte del restaurant “Amapolas”, a ustedes sus asiduos clientes, esperamos la mayor sinceridad en sus respuestas; ya que además nos aclarará la viabilidad de un plan de negocio para la implementación de una cadena de restaurantes aledaños a los más concurrentes paraderos que se dirigen a los distintos distritos de la región.

1. Sexo:	a) Femenino. b) Masculino.	3. ¿Cómo nos ha conocido?	a) Amigos. b) Radio. c) Por afiches o volantes. d) Otro.
2. Edad:	a) 20 o menos años. b) 21 – 25. c) 26 – 35. d) 36 – 45. e) 46 – 55. f) 56 – 65. g) 66 años a mas	4. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el restaurante?	a) Completamente Satisfecho. b) Satisfecho. c) Normal. d) Insatisfecho. e) Completamente Insatisfecho.

5. Por favor, indíquenos su grado de satisfacción:

	CS	S	N	I	CI
Los platos son servidos calientes y frescos.					
El menú tiene una amplia variedad.					
La calidad de la comida es excelente.					
Los platos son sabrosos.					
Me tomaron la nota sin errores.					
El mesero fue paciente tomando mi nota.					
Me sirvieron rápidamente.					
La disponibilidad de salsas, utensilios, servilletas fue correcta.					
El menú fue sencillo de entender.					
El mesero hablaba con claridad.					
El mesero fue respetuoso y amable.					
El precio fue correcto.					
El exterior del restaurante estaba limpio.					
El interior del restaurante estaba limpio.					

6. ¿Con que frecuencia visita el restaurante?

- a) Diariamente.
- b) Una vez a la semana.
- c) Varias veces a la semana.
- d) Varias veces al mes.
- e) Es la primera vez

7. Basándose en su experiencia, seguirá consumiendo en el restaurante:

- a) Si
- b) No

8. Recomendaría el restaurante a un amigo

- a) Nunca.
- b) Casi Nunca.
- c) Indiferente.
- d) Casi Siempre.
- e) Siempre.

9. Cuándo suele venir a nuestro restaurante?

	Lunes a Viernes	Fines de Semana
Desayuno		
Almuerzo		

10. Hay algún aspecto que le gustaría que el restaurante mejore.

Anexo No. 05

Resultados de la Encuesta: Todos los resultados están representados en porcentajes.

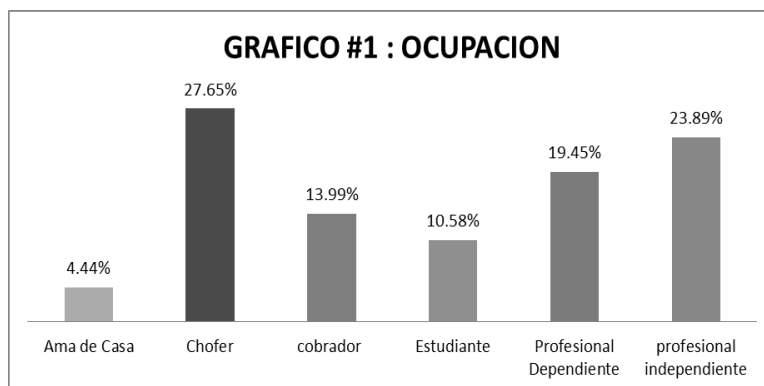


Grafico 18: Ocupación

El grafico N°1 indica que las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo en su mayoría son profesionales dependientes e independientes (43%), seguidos de los choferes que laboran diariamente en las diferentes empresas de transporte pertenecientes a dichos paraderos (28%); lo que significaría que los estándares de calidad en cada uno de los restaurantes deben ser de un medio superior (infraestructura, limpieza, sazón, variedad, atención y seguridad).

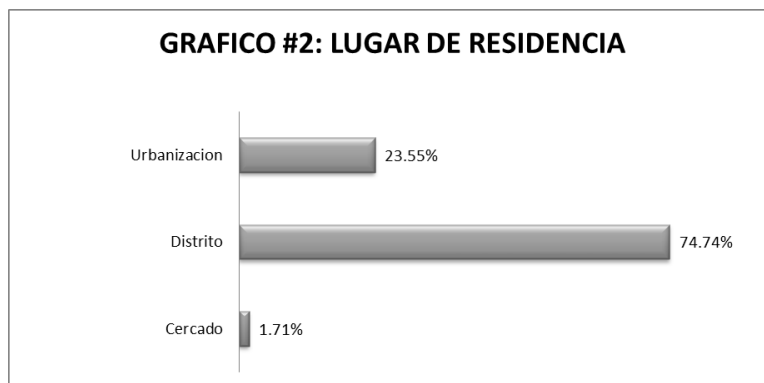


Grafico 19: Lugar de Residencia

El grafico N°2 nos permite conocer que la mayoría de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo provienen de

los diferentes distritos del departamento de Lambayeque (75%); que por motivos laborales deciden viajar diariamente a la ciudad de Chiclayo (profesionales dependientes, independientes, choferes, cobradores y estudiantes).

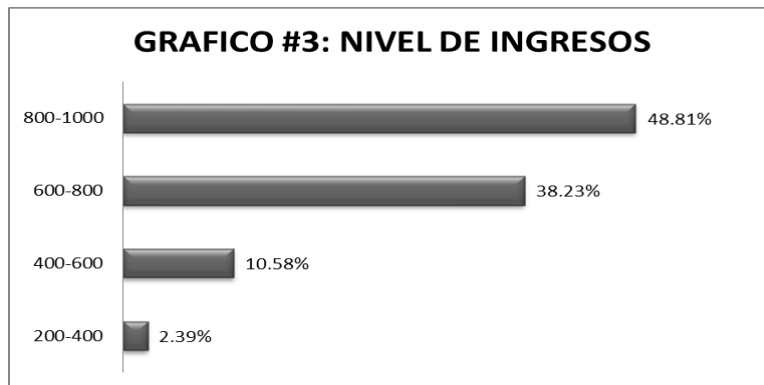


Grafico 20: Nivel de Ingresos

El grafico N°3 De las personas encuestadas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, el 49% tienen un nivel de ingresos entre s/. 800.00 – s/. 1000.00 mensuales seguido de un 38% que alcanzan un nivel de ingreso entre s/. 600.00 – s/. 800.00; lo que significaría que la mayoría tiene la capacidad adquisitiva para pagar un plato de desayuno o menú en cada uno de los restaurantes de acorde a los estándares de calidad que exigen.

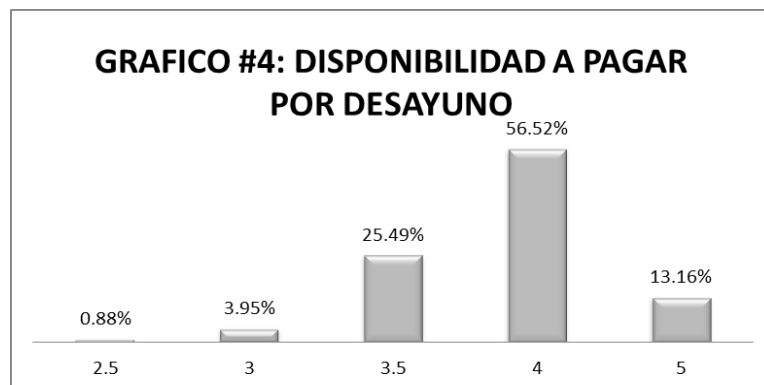


Grafico 21: Disponibilidad a Pagar - Desayuno

El grafico N°4 nos muestra que el 57% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo están dispuestas a pagar s/.4.00 por el desayuno en cada uno de los restaurantes, diferenciándose significativamente con el precio por desayuno en puestos ambulantes o snacks fuera de cada uno de los paraderos, pues estos no cumplen con los estándares de calidad que cada una de los concurrentes a los paraderos exigen en razón de su capacidad adquisitiva.

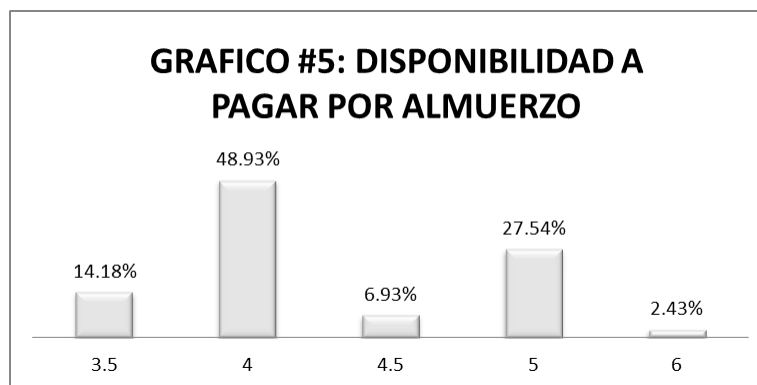


Grafico 22: Disponibilidad a Pagar - Menú

El grafico N°5 nos muestra que el 49% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar s/.4.00 por el almuerzo seguido de un 28% de personas que están dispuestas a pagar s/.5.00 por almuerzo en cada uno de los restaurantes de los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo, evitándose así, una mala experiencia en puestos ambulantes o snacks fuera de ellos; además que su capacidad adquisitiva no lo justificaría.

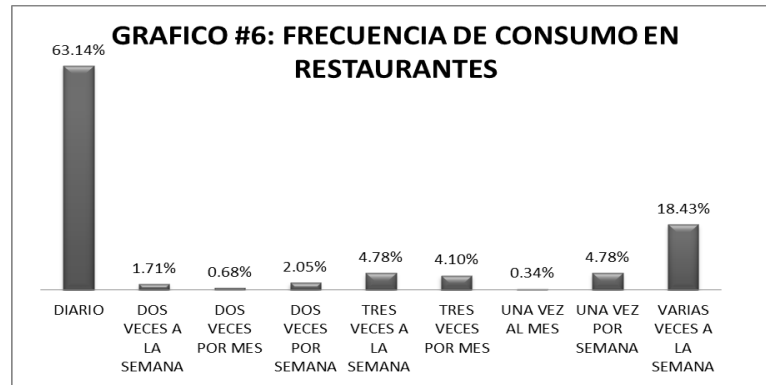


Grafico 23: Frecuencia de consumo en restaurantes

El grafico N°6 nos muestra que la mayoría de personas que concurren en los paraderos consumen diariamente en un restaurante (63.14%) y solo el 18.43% lo hace varias veces a la semana.

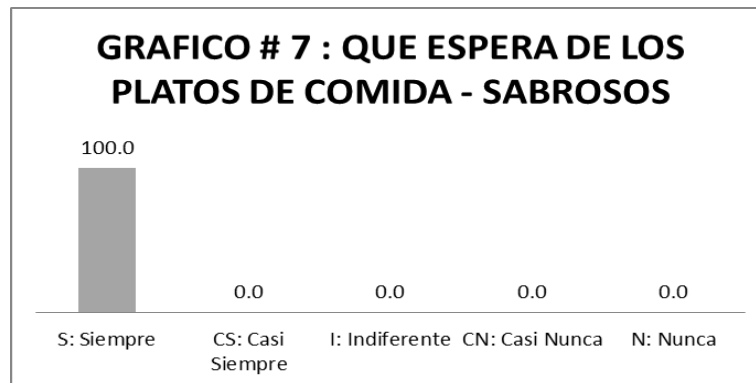


Grafico 24: Que espera de los platos de comida

El grafico N°7 Todas las personas encuestadas en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo esperan que los platos de comida ofrecidos (desayuno o menú) de cada uno los restaurantes sean sabrosos.

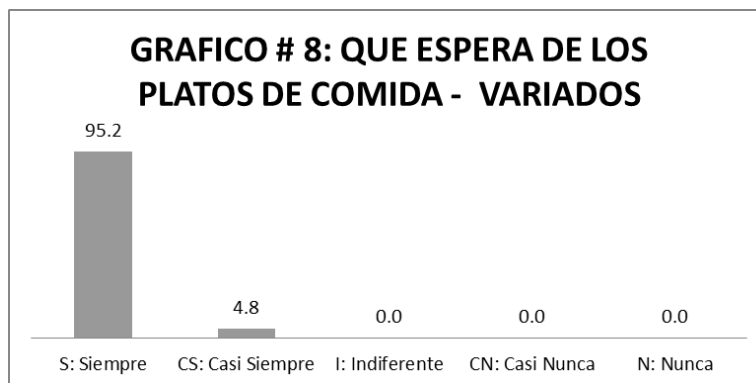


Grafico 25: Que espera de los platos de comida - Variados

El grafico N°8 Todas las personas encuestadas en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo esperan que los platos de comida ofrecidos (desayuno o menú) en cada uno de los restaurantes sean variados.

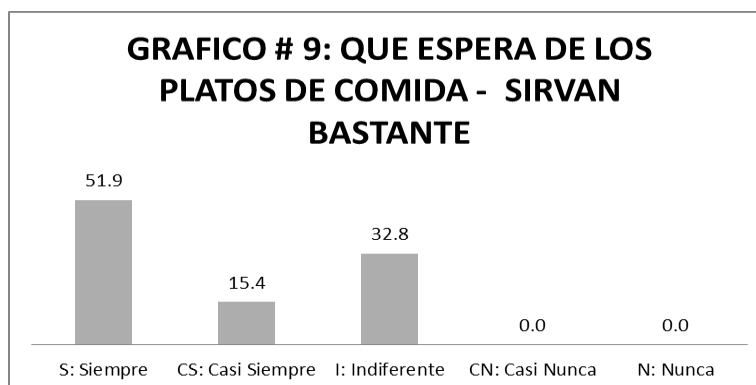


Grafico 26: Que espera de los platos de comida - Sirvan bastante

El grafico N°9 El 52% de las personas encuestas en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo prefieren que los platos de comida sean de tipo rancho, es decir, generosa cantidad de comida en cada uno de los platos que ofrece (desayuno o menú), esto solicitado mayormente por choferes y cobradores, y sólo al 33% (estudiantes y profesionales) este atributo les resulta indiferente.

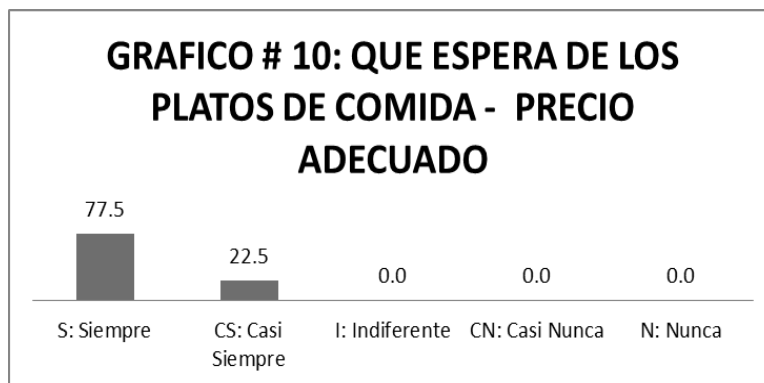


Gráfico 27: Que espera de los platos de comida - Precio adecuado

El gráfico N°10 El 78% de los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo esperan que los platos de comida (desayuno o menú) se ofrezcan a un precio adecuado, de acorde al cumplimiento de los estándares de calidad que exigen en su visita a cada uno de los restaurantes ubicados en sus paraderos.

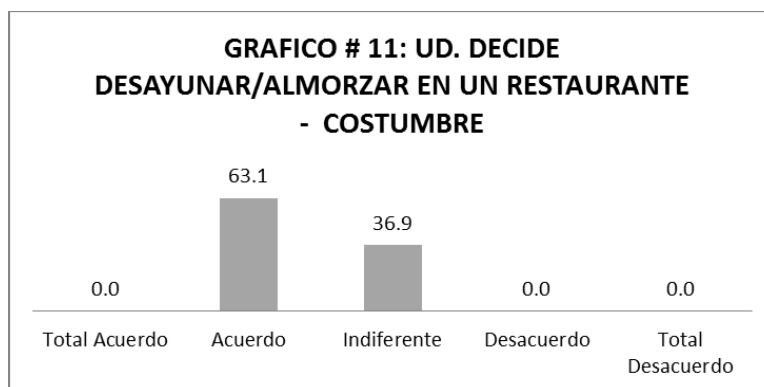


Gráfico 28: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por Costumbre

El gráfico N°11 El 63% de los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo deciden desayunar y/o almorzar por costumbre en un restaurante ubicado en su paradero, puesto que, han transcurrido, transcurren y seguirán transcurriendo diariamente por cada uno de los paraderos, principalmente por motivos laborales y de estudio.

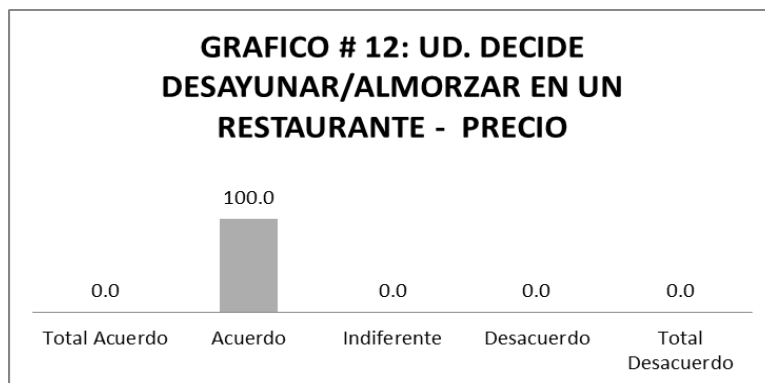


Grafico 29: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por el precio

El grafico N°12 Todos los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante ubicado en su paradero por el precio adecuado de los platos de la comida (desayuno o menú) que ofrecen en comparación a lo que les costaría ir hasta sus casas (transporte y tiempo).

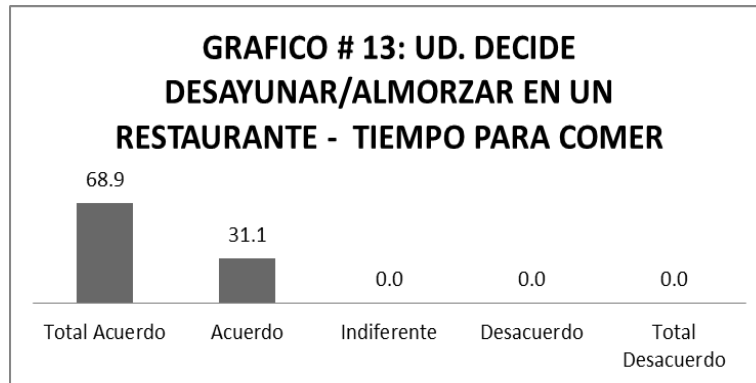


Grafico 30: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante por el tiempo para comer

En el grafico N°13 el 69% de los encuestados en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante ubicado en su paradero por el poco tiempo del que disponen para comer, además del ahorro de tiempo para hacer otras cosas que si viajasen hasta sus casas a hacerlo.

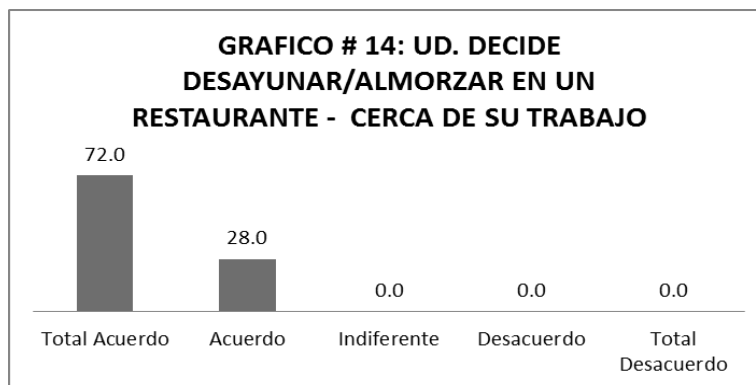


Grafico 31: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque está cerca de su trabajo

El grafico N°14 nos indica que las personas que concurren en los principales paraderos deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante porque está cerca de su trabajo; esto debido a que estas personas en su mayoría provienen de los diferentes distritos del departamento.

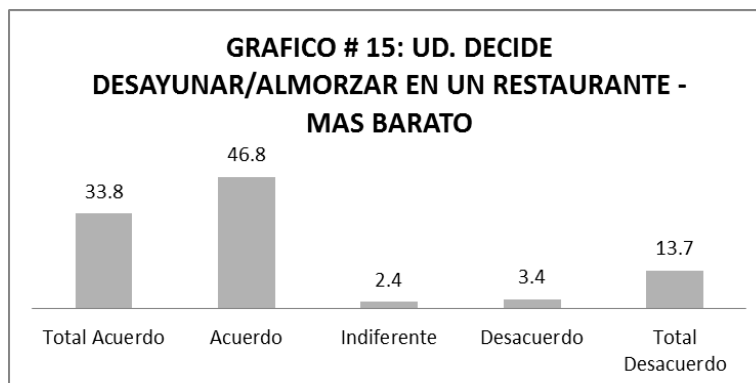


Grafico 32: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque le resulta más barato o económico

El grafico N°15 nos muestra que el motivo porque el cual las personas que concurren en los principales paraderos desayunan y/o almuerzan en un restaurante es porque les resulta mas barato que hacerlo en sus casas; pues en su mayoría estas personas residen en algun distrito del departamento.

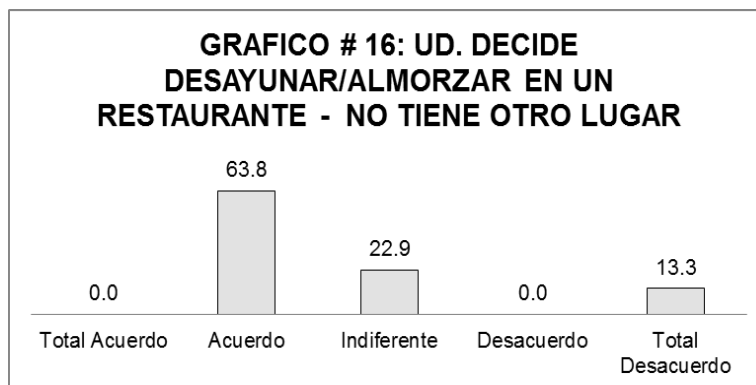


Grafico 33: Ud. Decide desayunar y/o almorzar en un restaurante porque no tiene otro lugar

El grafico N° 16 nos muestra que el 63.8% de los encuestados están de acuerdo con que el motivo por el cual deciden desayunar y/o almorzar en un restaurante es porque no tienen otro lugar para poder hacerlo; pues la mayoría reside en los distritos.

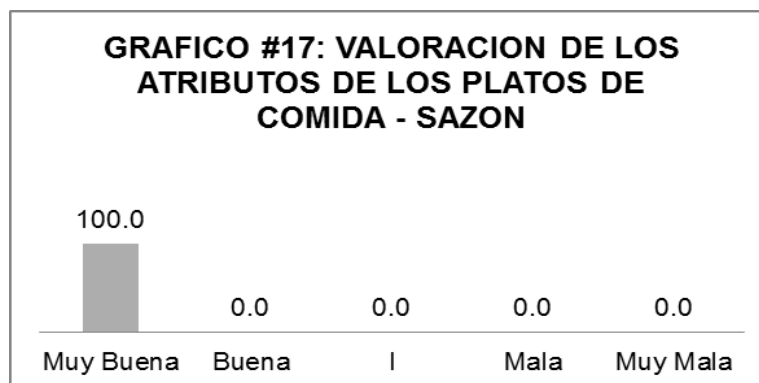


Grafico 34: Valoración de los atributos de los platos de comida – Sazón

El grafico N°17 nos indica que el 100% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida sabrosos y exquisitos diariamente.

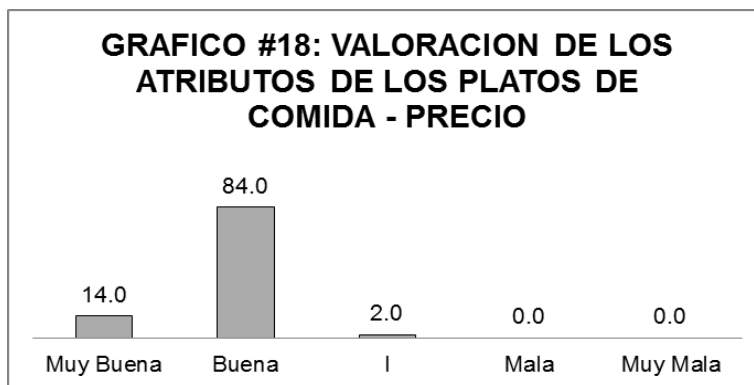


Grafico 35: Valoración de los atributos de los platos de comida - Precio

El grafico N°18 nos indica que el 84% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida a un precio acorde con su disponibilidad económica y la calidad del mismo.

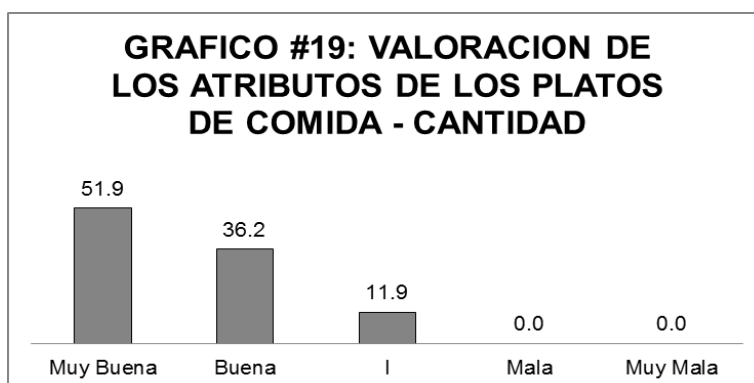


Grafico 36: Valoración de los atributos de los platos de comida - Cantidad

El grafico N°19 nos indica que el 52% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida tipo rancho debido al desgaste físico de sus diversos trabajos y lugar de procedencia.

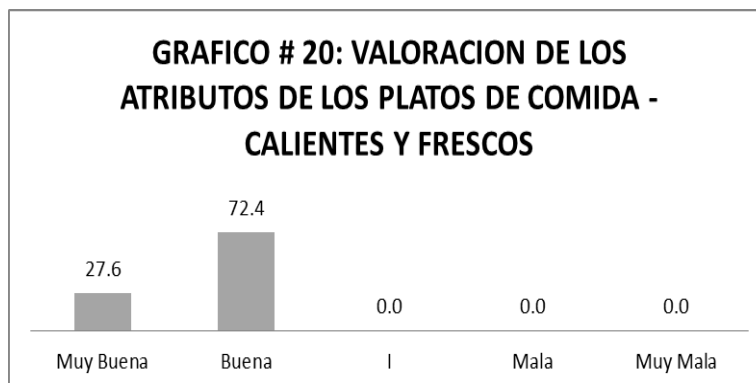


Grafico 37: Valoración de los atributos de los platos de comida - Calientes y frescos

El grafico N°20 nos indica que el 72% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque valorarían un restaurante que les ofrezca platos de comida calientes y preparados con ingredientes frescos.

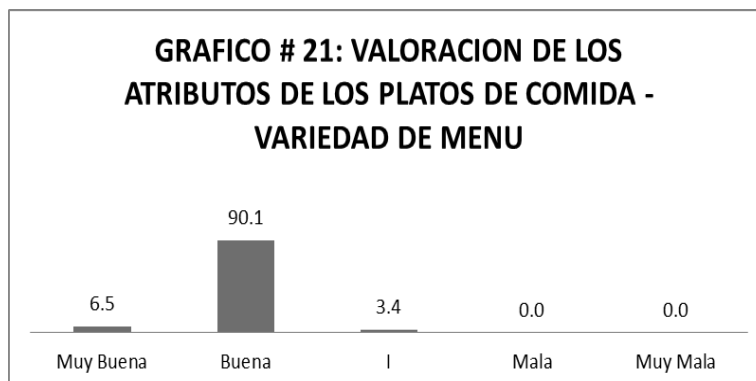


Grafico 38: Valoración de los atributos de los platos de comida - Variedad de menú

El grafico N°21 nos indica que el 90% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque valorarían un restaurante que les ofrezca un menú variado diario para que les haga sentir como en casa.

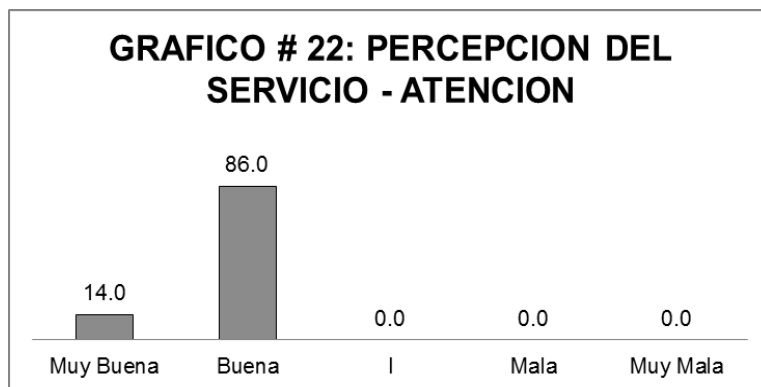


Grafico 39: Percepción del Servicio – Atención

El grafico N°22 nos indica que el 86% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque frecuentarían a tal restaurante si percibe que el servicio que ofrece en cuanto a la atención al cliente es bueno.

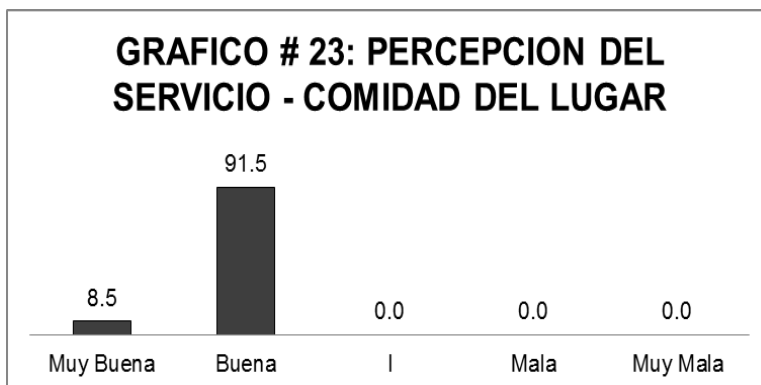


Grafico 40: Percepción del Servicio - Comodidad del lugar

El grafico N°23 nos indica que el 92% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la comodidad del lugar es bueno.

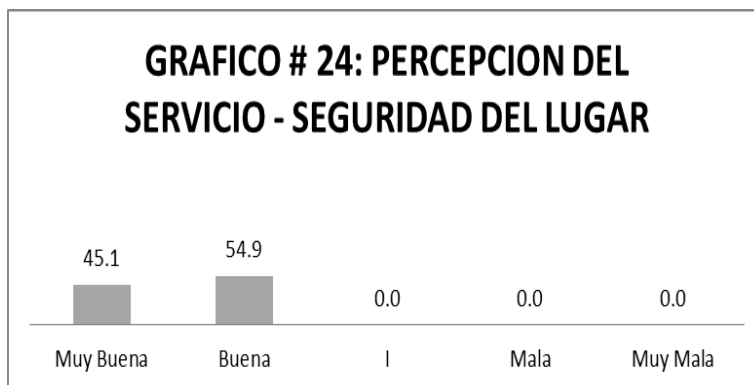


Grafico 41: Percepción del Servicio - Seguridad del lugar

El grafico N°24 nos indica que el 55% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la seguridad del lugar es bueno.

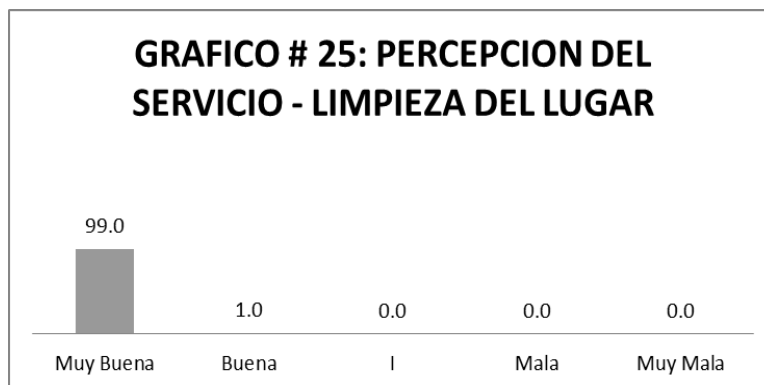


Grafico 42: Percepción del Servicio - Limpieza del lugar

El grafico N°25 nos indica que el 99% de las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque frecuentarían un restaurante si perciben que el servicio que ofrece en cuanto a la limpieza del lugar es muy bueno.

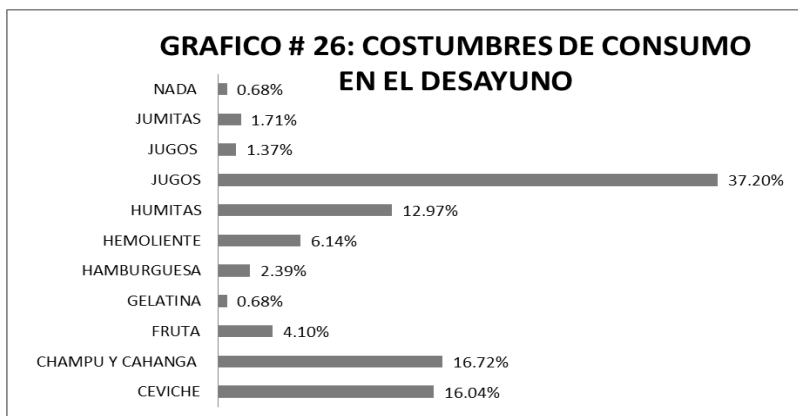


Grafico 43: Costumbres de consumo en el Desayuno

El grafico N°26 nos indica que en su mayoría las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque tienen la costumbre de consumir en horas de desayuno sino encontrasen un plato de comida, jugos, humitas, ceviche, champú y cachanga.

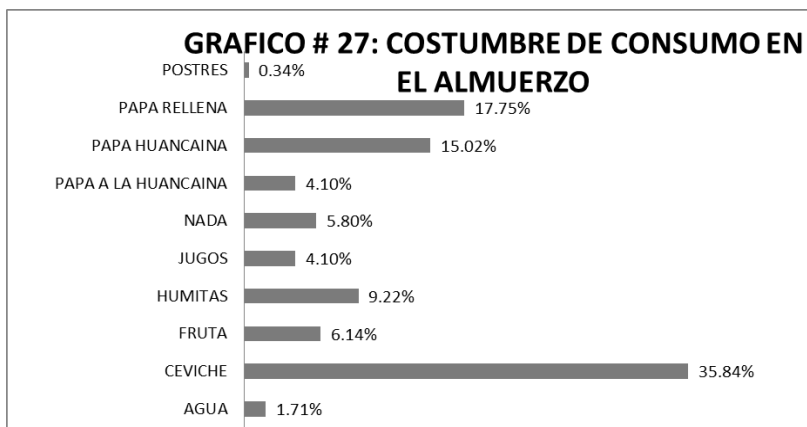


Grafico 44: Costumbres de consumo en el Almuerzo

El grafico N°27 nos indica que en su mayoría las personas que concurren en los principales paraderos de la ciudad de Chiclayo con destino a los diferentes distritos del departamento de Lambayeque tienen la costumbre de consumir en horas del almuerzo sino encontrasen un plato de comida, ceviche, papa rellena y papa huancaína.

Anexo No. 06

Entrevista a la dueña del restaurante “Amapolas”

1. ¿Cuántos años lleva involucrada en el rubro?

7 años.

2. ¿Cómo surge la idea de crear un restaurant de comida tipo rancho cerca de un paradero?

Surge por la falta de un restaurante de comida tipo rancho en este paradero (Pacora – Illimo - Jayanca), desde ya hace 2 años, además de poder brindarles platos exquisitos, variables, atención, limpieza y seguridad a precio justo; todo ello gracias a la gran trayectoria que tenemos en este rubro; sin restar importancia que nosotros como empresa deseamos tener las mejores utilidades al brindarles calidad en el servicio.

3. ¿De dónde nace el nombre “AMAPOLAS”?

Decidimos el nombre de “AMAPOLAS”, porque la calle en donde está ubicado nuestro restaurante se llama amapolas, y pues decidimos hacerlo conocido gracias a ello.

4. ¿Cómo se dio a conocer “AMAPOLAS”?

En primer lugar, nos instalamos y el público en general por si solo asistía al restaurante quizá en un principio por curiosidad de degustar nuestra sazón y el servicio que brindábamos, de allí estamos seguros que entre ellos se pasaron la voz y así poco a poco fuimos obteniendo la gran clientela de hoy en día.

- 5. ¿Cuánto fue su inversión inicial y capital de trabajo (aprox.) para la implementación y apertura de “AMAPOLAS”? ¿Necesito financiamiento?**

Invertimos un promedio de 10,000 soles para la implementación y apertura de nuestro restaurante “AMAPOLAS”. Y no necesitamos de financiamiento para ello.

- 6. ¿Le fue costoso el alquiler del local cerca de un paradero?**

En un principio costaba el alquiler 1100.00 y ahora 1600.00. Si, ya que debido a la cercanía de un paradero de transporte y a la gran coyuntura del público asistente a este el alquiler se ve incrementado.

- 7. ¿Le fue costoso decorar y diseñar “AMAPOLAS”? ¿Lo realizo en base a una temática en particular?**

Regular, pues fue un promedio de 1,500 soles, y si lo realizamos a una temática “Criolla”, queriendo hacer lograr que nuestro cliente se sienta como en casa.

- 8. ¿Cómo decidió el material y modelo que utilizo en mesas, sillas y menaje para “AMAPOLAS”?**

La elección del tipo y modelo de material de nuestras mesas, sillas y menaje fue con el fin de hacerle sentir al cliente lo más cómodo y seguro posible en el deguste de nuestros exquisitos platos.

- 9. ¿Cuáles fueron los trámites que tuvo que solicitar para la adecuada apertura de “AMAPOLAS”? ¿Fueron difíciles de obtener?**

Fueron la Licencia de funcionamiento, defensa civil, certificado de fumigación, licencia de salubridad y carnet de salud para cada trabajador,

todos ellos los conseguimos en un plazo de 15 – 30 días aproximadamente (Burocracia).

10. ¿Dónde radica el éxito de su restaurante en el producto y/o ¿servicio que ofrecen a sus clientes?

Nuestro éxito radica tanto en nuestro producto pues nos preocupamos que nuestro insumos sean los más frescos y de buena calidad además que nuestro servicio es ofrecerle a nuestros clientes la mejor atención, comodidad y seguridad, de tal manera que estos se sientan como en casa.

11. ¿Cómo decidió el horario de apertura y cierre de su restaurant? ¿Cuáles?

Lo decidimos de acuerdo al horario de apertura y cierre del paradero al que estamos ubicados cercanamente (Pacora – Illimo – Jayanca).

12. ¿Qué perfil suele tener el cliente que se acerca hasta su restaurant?

Suele ser en su mayoría un cliente que desea degustar un plato exquisito tipo rancho (cantidad), además de buena atención y la pertinente limpieza tanto exterior e interior del restaurante.

13. ¿Cómo logra usted la fidelidad de su clientela?

Satisfaciendo la mayoría sino no son todos sus requerimientos: sazón, cantidad, variedad, atención, limpieza, seguridad entre otros.

14. ¿Cuentan con alguna promoción?

Para la apertura del restaurante ofrecimiento la siguiente promoción: Niños a mitad de precio. Pero ya en la actualidad no contamos con ninguna promoción.

15. ¿Qué tipo de personal requirió para que su restaurant “AMAPOLAS “se mantenga funcionando óptimamente? ¿Cuántos son?

Un personal que sea capaz de atender todos los requerimientos del cliente y con los conocimientos pertinentes para ofrecer platos exquisitos de tipo rancho. Y hoy en día, contamos con 5 trabajadores.

16. ¿Cuáles son los riesgos que corren al abrir “AMAPOLAS”?

El único riesgo que corrimos al abrir “AMAPOLAS” fue la aparición de nuevos competidores o el crecimiento del consumo de productos sustitutos.

Anexo No. 07

Entrevista al dueño del pollería “Campos”

1. ¿Cómo surgió la idea de crear un restaurante de este tipo?

La idea surge de un plan de negocios que hice cuando era estudiante de la universidad de Chiclayo UDCH de administración de empresas, la cual hice realidad hace aproximadamente 5 años.

2. ¿De dónde nació el nombre?

“Campos” es mi apellido paterno, y decidí elegirlo como nombre de mi negocio por el amor que le tengo a mi familia (ascendencia Paterna).

3. ¿Qué hizo para llegar a sus clientes? ¿Cómo se dio a conocer?

En primer lugar, cuando comencé lo hice a través de la propia percepción del público que asistía al restaurante y recibía nuestro servicio y así gracias a la buena percepción que tenían de nuestro servicio recibido, nos hicieron llegar a los demás clientes. Y hoy en día por el crecimiento del boom gastronómico y la aparición de nuevos competidores hacemos publicidad de nuestro restaurante a través de la radio y volantes.

4. ¿Cuál fue el motivo para crear una cadena de pollerías?

En primer lugar como toda empresa nuestro fin fue económico (utilidades) pues la venta de pollos a la brasa hoy en día es un negocio muy rentable; además de ofrecer un servicio de calidad y atención al cliente y obtener

gracias a ello el reconocimiento a nivel nacional. En la actualidad cuento con 5 pollerías en la ciudad de Chiclayo.

5. ¿Le fue costoso implementar la pollería?

Si, la implantación y apertura de este tipo de negocio es muy costoso debido a la calidad de maquinarias que se utilizan para la preparación correcta de un Pollo a la brasa además de otros costos y gastos.

6. ¿En que se basó para decorar y diseñar la pollería? ¿Contacto a algún profesional especialista en decoración y diseño?

Si, contrate un profesional especializado en la decoración y diseño de mi pollería y la base de ello fue según una temática básica pero atractiva para el público en general.

7. ¿Cómo decidió el horario de apertura y cierre de la pollería así como el número de personas que trabajan con Ud.?

Como se sabe, este tipo de negocios obtiene mayor afluencia de clientes en horas de la tarde hasta horas de la madrugada, es allí que decidimos que nuestro horario de apertura y cierre seria de 5:00 p.m. a 01:00 a.m. Y hoy en día tengo laborando en mi pollería 15 trabajadores en cada pollería aproximadamente.

8. ¿Qué requisitos solicito en las personas para que trabajen en su empresa?

El personal que solicite tenía que cumplir los siguientes requisitos: capacidad de servicio y atención al cliente, conocimientos y experiencia en la preparación de nuestros pollos a la brasa y sus complementos, rapidez y entusiasmo.

9. ¿Cuáles fueron los trámites que realizo para la implantación y apertura de su pollería? ¿le resulto complicado conseguirlos?

Fueron la Licencia de funcionamiento, defensa civil, certificado de fumigación, licencia de salubridad y carnet de salud para cada trabajador, todos ellos los conseguimos en un plazo de 15 – 30 días aproximadamente (Burocracia).

10. ¿Cuál considera Ud. que es el factor que los llevo al éxito?

El ofrecer a nuestros cliente un pollo a la brasa de calidad, es decir, exquisito al paladar de todos nuestros clientes, además de una atención personalizada, una correcta limpieza y seguridad en todo nuestro establecimiento, rapidez al servicio y simpatía de nuestros empleados.

Anexo No. 08

Entrevista al Arquitecto:

1. ¿Cómo se enlaza la imagen de una cadena o una marca con el diseño del local?

La imagen de la marca se enlaza a través de varios aspectos, primero los colores de la marca, son importantes contar con colores que hagan reconocer fácilmente al cliente desde lejos esos colores son de esa marca o empresa. Entonces saber plasmar esos colores en el diseño de un local es importante para poder hacer saber a la gente de que está presente en determinado lugar. Tener en cuenta que hay determinados colores para usar en lo que respecta a comidas, no se puede usar cualquier color.

Otro punto es el logo, el cual por la tendencia actual, tiene que ser lo más minimalista posible, y preciso para que en un solo logo se pueda expresar lo que uno ofrece. Entonces en el diseño del local, tiene que estar estratégicamente colocado. Y el diseño en sí del local, tiene que ser amigable, amplio, donde el cliente se sienta a gusto de estar, y repetir este diseño en todos los locales de la cadena, ya que si un cliente consume en un local, y se encuentra cómodo, sabrá que si asiste a otro de los locales, encontrará la misma comodidad y ambiente del primer local que asistió.

2. ¿Cuáles son las tendencias actuales en cuanto a la ambientación de restaurantes?

Minimalismo, y a la vez de sentirse en un lugar rústico, peruano, y a la vez un poco conectado con la naturaleza, es muy importante este punto, pues a pesar que si el local no cuenta con algún área verde, es importante el ornato vegetal y floral. La iluminación natural es también otra tendencia.

3. ¿Cuáles son las claves para que un restaurante tenga identidad propia y se diferencie del resto teniendo en cuenta que hay una importante demanda?

Creo que analizar los mercados de consumidores de cada uno de los locales, por ejemplo, no es lo mismo un diseño en un paradero de pueblos que el paradero de playas, entonces analizando esos distintos mercados de consumidores, se puede adecuar el diseño del local. Igual en ambas tienen que prevalecer la sencillez, algo rústico, y cómodo a la vez para el cliente.

4. La iluminación es uno de los aspectos que más importancia tiene el diseño. ¿Qué papel juega en un restaurante? ¿La luz natural es importante en un restaurante?

La iluminación es esencial no sólo para restaurantes, entonces, mientras más luz natural tenga, más cómo se sentirá el cliente, pues pueden usarse especies de rejillas de madera, o esteras trabajadas y barnizadas para que pueda entrar luz y ventilación regulada.

5. ¿Y el cromatismo como debe ser en un restaurante? ¿Nos influye a la hora de comer?

Siempre el color ha sido importante a la hora de aplicarlo a una marca, diseño, etc. Los colores rojos, amarillos son los más usados para este tipo de negocios, los cuales según estudios, invitan a consumir al cliente, a abrir el apetito. Entonces los colores sí influyen de hecho a la hora de terminar un diseño.

6. ¿Qué tipo de decoración es la adecuada para este tipo de cadena de restaurantes?

Como dije anteriormente, presencia d naturaleza, vegetación, y tener aspecto rústico, natural, sin llegarla a sobrecargar de demasiada decoración. Cuadros que abran el apetito, e inviten a quedarse más tiempo en el restaurante a seguir degustando.

7. ¿Cuántos ambientes considera que son necesarios para este tipo de cadena de restaurantes?

Dos ambientes, uno interior, y otro exterior, donde el potencial cliente al pasar por el local, vea un ambiente agradable que se vive adentro.

8. Cuánto nos costara la decoración y diseño de los restaurantes en los paraderos objetivos?

Eso depende mucho del tamaño del local, y depende de eso, se puede decidir cuántos ambientes se pueden construir, no es posible sacar un costo exacto sin saber la capacidad del restaurante, y dimensiones.

9. ¿Cuál será el material y modelo que utilizo en las sillas, mesas, menaje para la implementación de los restaurantes en los paraderos objetivos?

Dependiendo de la locación del restaurante, se puede usar mucho el mobiliario de madera barnizada, y el menaje de arcilla, materiales con los cuales el cliente pueda sentirse en casa.

Anexo No. 09

SUNAT FORMULARIO 2127		REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE MODIFICACION DE DATOS, CAMBIO DE RÉGIMEN O SUSPENSIÓN TEMPORAL DE ACTIVIDADES				10040075	
USO SUNAT		LOTE		FOLIO			
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL							
USO SUNAT		TIPO DE SOLICITUD (MARCAR CON 'X')		SUSPENSIÓN / REINICIO DE ACTIVIDADES			
MODIFICACIÓN DE DATOS		MODIFICACIÓN DE DATOS CON CAMBIO DE RÉGIMEN					
NÚMERO DE RUC		APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL					
RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE							
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL							
TIPO DE CONTRIBUYENTE (Ver Tabla Anexa N° 2)		CÓDIGO		TELÉFONOS		CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO (Ver Tabla N° 11)	
NOMBRE COMERCIAL		N° LICENCIA MUNICIPAL		FAX		FECHA INIC. ACT. (Día Mes Año)	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Ver Tabla Anexa N° 1)		CÓDIGO CIUI		SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO (MARCAR CON 'X')		MANUAL / MAG. REGISTRADORA / COMPUTARIZADO	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS (Ver Tabla Anexa N° 1)		CÓDIGO CIUI		SISTEMA DE CONTABILIDAD (MARCAR CON 'X')		MANUAL / COMPUTARIZADO	
CORREO ELECTRÓNICO 1		CORREO ELECTRÓNICO 2		ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR (MARCAR CON 'X')		EXPORTADOR / IMPORTADOR	
RUBRO III. DOMICILIO FISCAL							
DEPARTAMENTO				PROVINCIA			
DISTRITO				USO SUNAT UBIGEO			
ZONA (Ver Tabla Anexa N° 3)				VIA (Ver Tabla Anexa N° 4)			
TIPO NOMBRE				TIPO NOMBRE			
Número		Interior		REFERENCIAS		CONDICIÓN DEL INMUEBLE	
Kilómetro		Dpto.				CONFIRMACIÓN DEL DOMICILIO FISCAL (Marcar con 'X')	
Manzana		Lote					
RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL							
DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Ver Tabla N° 6)		FECHA DE NACIMIENTO O INICIO DE LA SUCESIÓN		SEXO (Ver Tabla N° 6)		NACIONALIDAD (Ver Tabla N° 7)	
TIPO NÚMERO		DÍA MES AÑO		MASCULINO / FEMENINO		PAIS DE PROCEDENCIA (Solo a los extranjeros) (Ver Tabla N° 14)	
DÍA MES AÑO						DOMICILIADO (Ver Tabla N° 6)	
RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA							
FECHA DE INSCRIPCIÓN EN LOS R.R.P.E.		NÚMERO DE PARTIDA		TOMO O FICHA		FOLIO	
DÍA MES AÑO						ASIENTO	
						ORIGEN DE LA ENTIDAD (Tabla 9)	
						PAIS DE ORIGEN (Si es extranjero) (Ver Tabla N° 14)	
RUBRO VI. CAMBIO DE RÉGIMEN (MARCAR CON 'X')							
TIPO DE CAMBIO		FECHA DE CAMBIO		TIPO DE NOVEDAD		FECHA DE SUSPENSIÓN/REINICIO	
DE NRUS A REG. ESPECIAL		DÍA MES AÑO		SUSPENSIÓN TEMPORAL DE ACTIVIDADES		DÍA MES AÑO	
DE NRUS A REG. GENERAL				REINICIO DE ACTIVIDADES			
RUBRO VII. SUSPENSIÓN/REINICIO DE ACTIVIDADES (MARCAR CON 'X')							
MARGUE CON 'X', SI AUTORIZA HO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN. SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>							
IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA							
DOCUMENTO DE IDENTIDAD				APELLIDOS Y NOMBRES		FIRMA	
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD							
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL				APELLIDOS Y NOMBRES		HUELLA DIGITAL PERSONA AUTORIZADA	
						CONSTANCIA DE RECEPCIÓN	
SUNAT FORMULARIO 2127		REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE MODIFICACION DE DATOS, CAMBIO DE RÉGIMEN O SUSPENSIÓN TEMPORAL DE ACTIVIDADES				10040075	
NÚMERO DE RUC		DEPENDENCIA		CONSTANCIA DE RECEPCIÓN			
APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL				SELLO Y FIRMA			

LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

FORMULARIO GRATUITO

ACUSE DE RECIBO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMIENDAS

DE 09654001 AL 10/12/2000

Anexo No. 11 – Restaurante “Las Amapolas”

Figura 25: Vista Externa Restaurante "Las Amapolas"



Figura 26: Vista Interna Restaurante "Las Amapolas"

Anexo No. 12 - Recetas

Los platos especiales del Restaurante “Amapolas” son:

- **ARROZ CON CABRITO.** Este plato es la especialidad de la casa y es elaborado por un chef, para la cual se seleccionan la mejor carne para la calidad del plato al gusto del cliente.

Ingredientes	Preparación
<ul style="list-style-type: none"> - Cabrito en trozos. - Chicha de jora. - Ají amarillo molido. - Ají amarillo en tiras. - Yuca cocido. - Zapallo loche rallado. - Cebolla. - Limón. - Culantro picado. - Aceite. - Ajos picados. - Sazonador. - Sal. - Pimienta. - Comino. - Salsa criolla. 	<p>La maceración del cabrito, siempre debe ser con chicha de jora. Cuando la chicha es más o menos fresca, o sea aproximadamente con dos semanas de fermentación, entonces allí recién se va a poder apreciar el gusto del cabrito.</p> <p>Al tener el cabrito en trozos se agrega la chicha de jora, ajos picados, ají amarillo molido sin pepas, sal, pimienta, comino (se echa más comino que pimienta). Se deja macerar por un par de horas. Si el cabrito ya es muy grande es recomendable macerarlo toda una noche antes de hacerlo para que absorba la chicha y los condimentos.</p> <p>Luego picar el ají amarillo en tiras, sacarle las venitas, las pepitas, más o menos unos 3 a 4 ajíes. Echar el aceite a una sartén y agregar los ajos, el ají amarillo molido y el ají amarillo picado.</p> <p>Dorar todo e ir agregando los trozos de cabrito, no dorarlo mucho. Luego echar el líquido de la maceración del cabrito. Cocer hasta que esté tierno, agregar el culantro picado en cantidad regular.</p> <p>Luego echar el loche rallado y dejar cocer cinco minutos más. Servir con yuca cocida, acompañada de salsita criolla. La salsa criolla se puede preparar con cebolla, limón, sal, pimientita, un poquito de sazón y culantro picado.</p> <p>También se puede acompañar con frijol canario, yuca y arroz graneado blanco.</p>

- ESTOFADO DE PATO

Ingredientes	Preparación
<ul style="list-style-type: none"> - Presas de pato. - Zanahoria grande en rodajas. - Cebolla, picada. - Tomates grandes, pelados y picados. - Cucharada de pasta de tomates. - 1 cucharada de ají panca molido. - 1 cucharada de ajo molido. - ½ taza de pasas. - Aceitunas. - 2 cucharadas de hongos secos. - 2 hojas de laurel. - ½ taza de vino tinto. - 1 taza de arvejas. - Papas peladas y trozadas. - Aceite. - Sal y pimienta al gusto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sazonar las presas de pato con sal, pimienta, ajo y freírlas en una olla, hasta que doren. - Luego, incorporar la cebolla, la zanahoria, ají panca, la pasta de tomate y los tomates. - Cuando la cebolla esté transparente y el tomate se haya desecho, añadir las pasas, las aceitunas, el laurel, los hongos y el vino. - Cubrir con agua y dejar que hierva 10 minutos. - Luego, agregar las papas, las arvejas cubrir con agua y dejar que hierva hasta que las papas estén cocidos y el pato esté tierno. - Si el jugo se consume, añadir más agua caliente y proseguir la cocción. - Verificar la sal y servir con arroz blanco.

- ESTOFADO DE GALLINA

Ingredientes	Preparación
<ul style="list-style-type: none"> - Una gallina criolla o de chacra. - Aceite en cantidad necesaria. - Media taza de ajo molido. - Una cucharadita de pimienta. - Media cucharadita de comino. - Dos hojas de laurel. - Un cuarto de atado de orégano fresco. - Tres cubitos de caldo de gallina. - Media taza de ají colorado seco licuado. - Dos tazas de cebolla picada. - Un kilo y medio de tomate. - Una taza y media de aceite. - Una taza de arvejas. - Cuatro zanahorias en rodajas. - Media taza de pasas. - Media taza de vino blanco. 	<p>Preparamos un aderezo con ajo, pimienta, comino y laurel. Agregamos orégano, cubitos picados, ají, cebolla y tomate licuado, dejamos cocinar.</p> <p>Aparte ponemos a dorar la gallina trozada en presas y cuando esté bien dorada por todos lados, incorporamos en la preparación anterior, junto con el vino blanco, pasas, arvejas y zanahoria en rodajas. Dejamos al fuego hasta que la carne esté muy blanda. Rectificamos la sazón, retiramos del fuego y servir acompañado con papas sancochadas y arroz graneado.</p>

- PESCADO FRITO

Ingredientes	Preparación
<ul style="list-style-type: none"> - Pescado entero a filete por persona. - Cebolla. - Tomate. - Papas. - Arroz. - Sal. - Aceite. 	<p>El pescado si entero (preferible que sea chico) se limpia, se escama; si el pescado esta fileteado se adereza de la siguiente manera, se le echa sal y se apaña con pan molido o galleta de soda molida.</p> <p>La cebolla se corta delgada, (para hacer salsa) se le echa sal, ají amarillo en rodajas, limón aceite y que espere. En todas estas preparaciones se mide probando.</p> <p>El pescado frito con arroz se acompaña con esta ensalada, es decir; en el plato se sirve, el arroz, el pescado y la ensalada.</p>