



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

**Plan de negocio para la creación de un restobar con  
servicio automatizado al cliente, en el distrito de San  
Isidro, Lima, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Empresarial

**AUTORES:**

Quispe Ccencho, Yakelyn Mayumi (ORCID: 0000-0002-5999-3022)

Vicente Castro, Jorge Junior (ORCID: 0000-0003-0305-1797)

**ASESOR:**

Mgtr. Rodriguez Alegre, Lino (ORCID: 0000-0002-9993-8087)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Plan de Negocios

LIMA – PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

El presente plan de negocio es dedicado a nuestros abuelos y padres con un gran afecto de amor, porque, fueron la fuente de motivación e inspiración para poder alcanzar la primera etapa de nuestro sueño.

A nuestros hermanos por siempre apoyarnos y darnos el aliento de seguir adelante cada vez que se dudaba en continuar y por ese entusiasmo que lograban hacernos pensar en que somos más de lo que el mundo puede pensar de nosotros.

A nuestros seres queridos por brindarnos el tiempo necesario para realizarnos profesionalmente, a nuestros amigos, compañeros y todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para alcanzar nuestra meta.

## **AGRADECIMIENTO**

Se agradece a la Universidad Cesar Vallejo por permitir formarnos en ella y que en cada etapa de la vida universitaria hayamos aprendido como desarrollarnos eficientemente en el mundo empresarial.

Hay que recalcar las grandes lecciones aprendidas por la plana de docente y sus exigencias durante cada ciclo, gracias a ello se tiene muy claro nuestros objetivos y como desarrollarlos.

Esta investigación no se hubiera logrado gracias a nuestros seres queridos más cercanos, ya que fueron ellos los que nos motivaban a continuar y culminar con una de nuestras metas.

## Índice de contenido

<b>CARÁTULA.....</b>	<b>i</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iii</b>
<b>ACTA DE SUSTENTACIÓN.....</b>	<b>iv</b>
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....</b>	<b>v</b>
<b>Índice de contenido.....</b>	<b>vi</b>
<b>Índice de gráficos.....</b>	<b>viii</b>
<b>Índice de Tablas.....</b>	<b>ix</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>Planteamiento del problema u oportunidad de negocio.....</b>	<b>2</b>
<b>Formulación del problema u oportunidad.....</b>	<b>7</b>
<b>Objetivos del proyecto.....</b>	<b>8</b>
<b>Estructura del trabajo a desarrollar.....</b>	<b>9</b>
<b>II. ANÁLISIS DEL MERCADO.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. Descripción del producto o servicio.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2. Análisis de la Demanda.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3. Análisis de la oferta.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4. Análisis de la comercialización.....</b>	<b>29</b>
<b>III. ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>36</b>
<b>3.1. Proceso productivo o de servicio (ingeniería del proyecto).....</b>	<b>37</b>
<b>3.2. Localización.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3. Tamaño.....</b>	<b>48</b>
<b>IV. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>50</b>
<b>4.1. Organización de la empresa.....</b>	<b>51</b>
<b>4.2. Estudio legal.....</b>	<b>52</b>
<b>4.3. Estudio organizacional, estructural y funcional.....</b>	<b>56</b>
<b>V. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....</b>	<b>58</b>
<b>5.1. Impacto de Análisis Ambiental.....</b>	<b>59</b>
<b>5.2. Descripción del medio ambiente.....</b>	<b>62</b>
<b>VI. ESTUDIO DEL ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS.....</b>	<b>68</b>
<b>6.1. Ingresos del proyecto.....</b>	<b>69</b>

6.2. Costos .....	69
6.3. Inversiones.....	74
6.4. Financiamiento.....	77
6.5. Estado de Ganancias y pérdidas .....	79
<b>VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....</b>	<b>80</b>
7.1. Flujo de caja económico y financiero.....	81
7.2. Determinación de la tasa de descuento .....	81
7.3. Indicadores de rentabilidad .....	82
7.4. Análisis de sensibilidad .....	82
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>84</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>86</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>88</b>

## Índice de gráficos

<b>Gráfico 1:</b> Evaluación Mensual de la Actividad de Restaurantes: 2017 – 2019.....	2
<b>Gráfico 2:</b> Subsector Restaurantes servicios de comidas y bebidas Junio 2019: 4,75%....	3
<b>Gráfico 3:</b> Muestra Trimestral de Servicios – MTS.....	4
<b>Gráfico 4:</b> Aspectos que generan rechazo cuando el servicio no es bueno 17/18 .....	6
<b>Gráfico 5:</b> Propuesta Lay Out de idea de negocio (2D).....	17
<b>Gráfico 6:</b> Propuesta del Logotipo de la Idea de Negocio .....	17
<b>Gráfico 7:</b> Modelos de <b>X Table Mod</b> .....	19
<b>Gráfico 8:</b> Modelos de mesas de XTable Bend. ....	19
<b>Gráfico 9:</b> Cantidad de Empresas en Lima Centro.....	20
<b>Gráfico 10:</b> Densidad empresarial por Distritos .....	21
<b>Gráfico 11:</b> Segmentación de rubros del distrito de San Isidro.....	25
<b>Gráfico 12:</b> Oferta de Resto bares más concurridos en San Isidro.....	26
<b>Gráfico 13:</b> Porcentaje de consumo en (S/.) de bares del distrito de San Isidro.....	30
<b>Gráfico 14:</b> Redes sociales con mayor interacción.....	31
<b>Gráfico 15:</b> Índice de apreciación del Ambiente .....	32
<b>Gráfico 16:</b> Lugar de residencia de los encuestados .....	47
<b>Gráfico 17:</b> Dificultad para llegar al distrito de San Isidro.....	48
<b>Gráfico 18:</b> Modelo de Estructura Jerárquica.....	51
<b>Gráfico 19:</b> Propuesta de Misión y Visión.....	56
<b>Gráfico 20:</b> Propuesta de Organigrama .....	57

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1:</b> Restobar Modelo Canvas .....	14
<b>Tabla 2:</b> Matriz FODA.....	15
<b>Tabla 3:</b> Estimación y Proyección de población en base al censo 2017 .....	20
<b>Tabla 4:</b> Adaptación de la Estimación y Proyección de Población del San Isidro .....	22
<b>Tabla 5:</b> Adaptación de la distribución de NSE por zona APEMIN 2019 .....	22
<b>Tabla 6: Resumen de Segmentación de mercado</b> .....	22
<b>Tabla 7:</b> Proyección del mercado .....	24
<b>Tabla 8:</b> Proyección de la demanda.....	25
<b>Tabla 9:</b> Leyenda Radial del INEI del distrito de San Isidro.....	25
<b>Tabla 10:</b> Detalles del Bar Carnaval.....	27
<b>Tabla 11:</b> Detalles del Bar Ole .....	27
<b>Tabla 12:</b> Detalles del Bar Ingles.....	27
<b>Tabla 13:</b> Oferta Diaria de los Competidores.....	28
<b>Tabla 14:</b> Oferta estimada en base a la competencia .....	28
<b>Tabla 15:</b> Demanda insatisfecha .....	28
<b>Tabla 16:</b> Vestimenta del personal.....	34
<b>Tabla 17:</b> Evaluación de Proveedor de bebidas, licores y cervezas .....	35
<b>Tabla 18:</b> Proveedor de Digalix.....	35
<b>Tabla 19:</b> Flujograma de operaciones para el proceso previa atención.....	38
<b>Tabla 20:</b> Flujograma de operación de operaciones de servicio de cocina.....	40
<b>Tabla 21:</b> Flujograma de operaciones para el proceso de venta. ....	41
<b>Tabla 22:</b> Flujograma de operación para procesos de abastecimiento.....	43
<b>Tabla 23:</b> Accesorios de Colaborador productivo. ....	45
<b>Tabla 24:</b> Propuesta de Horario laboral.....	49
<b>Tabla 25:</b> Propuesta de Colaboradores inicial.....	49
<b>Tabla 26:</b> Evaluación del tipo de Régimen .....	52
<b>Tabla 27: Leyenda de Tachos</b> .....	62
<b>Tabla 28:</b> Matriz de Identificación de Impactos Potenciales .....	66
<b>Tabla 29:</b> Impacto Ambiental en el Resto-bar.....	67
<b>Tabla 30:</b> Ingreso en soles .....	69
<b>Tabla 31:</b> Costos de Mano de Obra Directa.....	69
<b>Tabla 32:</b> Materia Prima Directa .....	70
<b>Tabla 33:</b> Materia Prima de Adquisición .....	70
<b>Tabla 34:</b> Costos de Mano de Obra Indirecta .....	71
<b>Tabla 35:</b> Materia Prima Indirecta .....	71
<b>Tabla 36:</b> Costos Indirectos de Producción .....	72
<b>Tabla 37:</b> Depreciación Anual de Activos.....	72
<b>Tabla 38:</b> Amortización Anual de Activos .....	72
<b>Tabla 39:</b> Costos Totales de Producción.....	73
<b>Tabla 40:</b> Presupuesto de Gastos Administrativos .....	73
<b>Tabla 41:</b> Gastos de Venta.....	74
<b>Tabla 42:</b> Pagos de Servicios Global.....	74
<b>Tabla 43:</b> Resumen de Materiales Diversos .....	74

<b>Tabla 44:</b> Inversiones Tangibles .....	75
<b>Tabla 45:</b> Resumen de Activos Intangibles .....	75
<b>Tabla 46:</b> Resumen de capital de trabajo escenario optimista (PV S/. 33.01) .....	76
<b>Tabla 47:</b> Resumen de capital de trabajo escenario realista (PV S/. 30.00) .....	76
<b>Tabla 48:</b> Resumen de capital de trabajo escenario pesimista (PV S/. 26.07) .....	76
<b>Tabla 49:</b> Total de inversión .....	77
<b>Tabla 50:</b> Total financiamiento .....	77
<b>Tabla 51:</b> Simulación de préstamos de entidades financieras .....	78
<b>Tabla 52:</b> Simulación de préstamo al BBVA .....	78
<b>Tabla 53:</b> Estado de ganancias y pérdidas .....	79
<b>Tabla 54:</b> Impuesto general Total .....	79
<b>Tabla 55:</b> Flujo de caja económico y financiero anual .....	81
<b>Tabla 56:</b> Costo de oportunidad de capital .....	81
<b>Tabla 57:</b> Costo promedio ponderado del capital .....	82
<b>Tabla 58:</b> Valor actual neto económico y financiero .....	82
<b>Tabla 59:</b> Tasa interna de retorno económico y financiero .....	82
<b>Tabla 60:</b> Análisis de sensibilidad de la materia prima .....	83
<b>Tabla 61:</b> Análisis de sensibilidad del VAN .....	83
<b>Tabla 62:</b> Análisis de sensibilidad de la tasa interna de retorno .....	83



## RESUMEN

El objeto del presente plan del negocio es brindar una alternativa de inversión con el fin de satisfacer una determinada demanda en el distrito de San Isidro, el plan de negocio se basa en la descripción de la creación del Resto-Bar “After Office” y así mismo demostrar su viabilidad desde distintos puntos de vista, demostrándolo a través de un estudio de mercado, técnico, legal y organizacional, estudio de impacto ambiental, estudio del estado de ganancias y pérdidas y por ultimo desde un punto de vista económico - financiero. La empresa generará ingresos mediante la prestación de servicios en un ambiente tecnológico y a través de la venta de bebidas y piqueos basados en productos oriundos del Perú.

Este plan de negocio se basa en siete capítulos.

En el primer capítulo, introducción, se dará a entender la concepción del problema u oportunidad, así como establecer los objetivos del proyecto y explicar el método de trabajo a desarrollar durante todo el estudio.

En el segundo capítulo, Análisis de mercado, definiremos las características de nuestro Resto-Bar:

- Resto-Bar tecnológico con un ambiente cómodo y moderno.
- Servicio automatizado al cliente mediante el uso de las X-Table.
- Servicio y Productos de calidad basados en insumos oriundos del Perú.

Así mismo se desarrolló un estudio de mercado con el fin de conocer la demanda y oferta que se presenta en donde realizaremos nuestro proyecto, para ello se utilizó la herramienta Encuesta para conocer mejor a nuestra demanda.

Por otro lado, para el estudio de la oferta y comercialización se usó herramientas comparativas para conocer cómo operan en el rubro, ya que, cuentan con experiencia en el mercado.

En el tercer capítulo; estudio técnico, detallaremos como operaremos en el servicio, siendo ello explicado mediante diagramas de flujos para nuestros procesos. Así

mismo, se detalla todas las herramientas, equipo y maquinaria que son necesarios para el inicio del proyecto, como los planos de la distribución del Resto-Bar.

En el cuarto capítulo; estudio legal y organizacional, se determinó el tipo de régimen como persona jurídica, ya que las responsabilidades son limitadas y un tipo de sociedad de Sociedad Anónima Cerrada, pues es una estructura legal simple y dinámica para iniciarse en el ámbito empresarial. Organizacionalmente la jerarquía en nuestro Resto-Bar será de modelo horizontal, buscando que la empresa se vea como un todo. Este modelo de jerarquía se determinó con el fin de poder solucionar cualquier problemática de manera eficiente.

En el quinto capítulo, estudio de impacto ambiental, se determina que tanto afecta nuestro proyecto al medio ambiente, así como también se describe como actuaremos para reducir el nivel de contaminación al medioambiente mediante protocolos, normas y capacitaciones que se brindara al personal que laborara.

En el sexto capítulo, estudio del estado de ganancias y pérdidas, se proyectó los ingresos que generara el resto bar durante un periodo de tiempo de 5 años basado con un costo promedio de nuestros productos a ofrecer por cliente, así mismo se describirá las inversiones que se realizara en los activos tangibles e intangibles. Por otro lado, se comparó entidades financieras para respaldar el préstamo para el inicio del proyecto.

En el séptimo capítulo, evaluación económica financiera se desarrolló el flujo de caja económico y financiero, se determinó el COK de 15%. Considerando los datos anteriores se determinó el VAN Y TIR económico y financiero demostrando lo viable y rentable que sería el plan de negocios.

**Palabras Clave:** Plan de Negocio, Resto-Bar, Automatización, Viabilidad

## ABSTRACT

The purpose of this business plan is to provide an investment alternative in order to satisfy a certain demand in the San Isidro district, the business plan is based on the description of the creation of the Resto-Bar "After Office" and thus same demonstrate its viability from different points of view, demonstrating it through a market, technical, legal and organizational study, environmental impact study, study of the state of profit and loss and lastly from an economic-financial point of view. The company will generate income through the provision of services in a technological environment and through the sale of drinks and snacks based on products from Peru.

This business plan is based on seven chapters.

In the first chapter, introduction, the conception of the problem or opportunity will be understood, as well as establishing the objectives of the project and explaining the working method to be developed throughout the study.

In the second chapter, Market Analysis, we will define the characteristics of our Resto-Bar:

- Technological Resto-Bar with a comfortable and modern atmosphere.
- Automated customer service through the use of X-Table.
- Quality service and products based on inputs from Peru.

Likewise, a market study was developed in order to know the demand and supply that is presented where we will carry out our project. For this purpose, the Survey tool was used to better understand our demand.

On the other hand, for the study of supply and marketing, comparative tools were used to know how they operate in the field, since they have experience in the market.

In the third chapter; technical study, we will detail how we will operate in the service, being explained by flow diagrams for our processes. Likewise, all the tools, equipment and machinery that are necessary for the start of the project are detailed, such as the plans for the distribution of the Resto-Bar.

In the fourth chapter; Legal and organizational study, the type of regime was determined as a legal person, since the responsibilities are limited and a type of

society of a closed corporation, since it is a simple and dynamic legal structure to start in the business field. Organizationally, the hierarchy in our Resto-Bar will be horizontal, seeking to make the company look like a whole. This hierarchy model was determined in order to be able to solve any problem efficiently.

In the fifth chapter, environmental impact study, it is determined how much our project affects the environment, as well as how we will act to reduce the level of contamination to the environment through protocols, standards and training that will be provided to working personnel.

In the sixth chapter, a study of the profit and loss statement, the income generated by the rest of the bar was projected to last a period of 5 years based on the average cost of our products to offer per client, and the investments that will be carried out on tangible and intangible assets. On the other hand, financial entities were compared to support the loan for the start of the project.

In the seventh chapter, economic and financial evaluation, the economic and financial cash flow was developed, the COK of 15% was determined. Considering the previous data, the economic and financial VAN and TIR was determined, demonstrating how viable and profitable the business plan would be. .

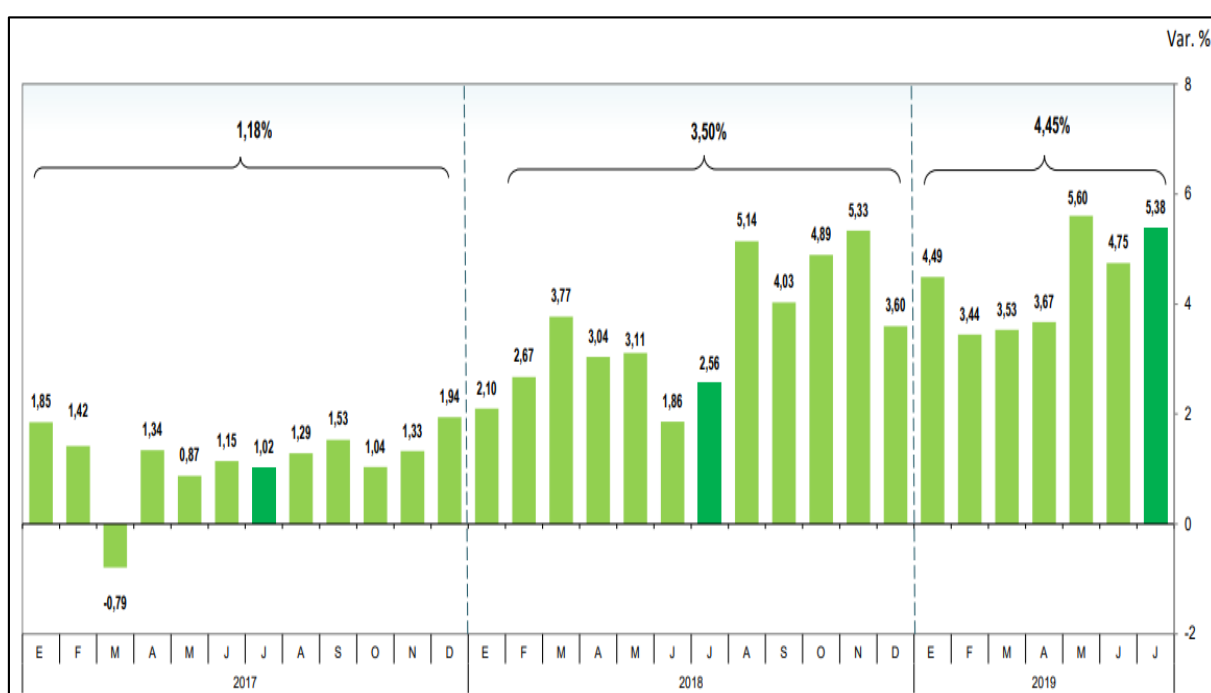
**Keywords:** Business Plan, Resto-Bar, Automation, Feasibilite

# I. INTRODUCCIÓN

## Planteamiento del problema u oportunidad de negocio

En los últimos años el crecimiento del sector de servicios ha tomado importancia. En julio del 2019, el rubro de restaurantes incremento su crecimiento en 5,38% registrando 24 meses de sostenido aumento. Este auge muestra que se va creando un nuevo perfil de consumidor y que este es cada vez más crítico y exigente respecto al servicio que recibe. Esto nos deja pensando que el tener un servicio innovador o de calidad es lo que el cliente espera. (INEI, 2019)

**Gráfico 1:** Evaluación Mensual de la Actividad de Restaurantes: 2017 – 2019  
Variación % respecto a similar periodo del año anterior



**Fuente:** INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)  
Encuesta Mensual de Restaurantes.

Del gráfico anterior, tenemos que el crecimiento del rubro restaurantes mantiene un crecimiento constante lo que se ve reflejado en las estadísticas del INEI.

Sin embargo, mirando más de cerca el comportamiento del sector tenemos que en el subsector de comidas y bebidas (gráfico 2), este crecimiento es aún más sostenido pues, hasta junio del año pasado el rubro se incrementó en un 4,75%, según informo él (INEI, 2019).

**Gráfico 2:** Subsector Restaurantes servicios de comidas y bebidas Junio 2019: 4,75%



**Fuente:** INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)

El auge de nuestra gastronomía se basa tanto en los ingredientes de calidad con los que se elaboran nuestros ya tradicionales platos, así como las bebidas a base de insumos como el pisco. Este auge se debe, también, a que el país lleva participando consecutivamente por cuarta vez en la Feria Internacional de Alimentos en Taipei donde hemos sido protagonistas por nuestros cocteles a base de este licor (POLO, 2014).

Eventos como este, están permitiendo que la gastronomía peruana sea reconocida a nivel internacional, donde destacan su notable variedad de ingredientes y la forma como se fusionan los mismos van creando una variedad de platos exquisitos. Así mismo, suelen destacar los tragos por su inigualable combinación de insumos exóticos oriundos de nuestra selva.

Se puede decir pues que el crecimiento en el rubro de restaurantes se mantiene también en el ámbito internacional, si damos a una mirada al comportamiento del sector en otros países, por ejemplo Colombia, la información del (DANE) (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), para el 2017; muestra que

el rubro de los subsectores de servicio, catering y bares creció notablemente en un 10,8% (Gráfico N° 3). Debemos señalar que la gastronomía de Colombia es muy parecida a la nuestra y ambas destacan por sus coloridos y agradables platos.

**Gráfico 3:** Muestra Trimestral de Servicios – MTS

Variación doce meses de los ingresos nominales de subsector servicios–Colombia 2017.



**Fuente:** DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)

En esta medida, es importante resaltar el valor de esta actividad por su aporte a la economía del país y, sobre todo, la necesidad que tenemos de permanecer en los primeros lugares de los rankings internacionales y mantenernos en las posiciones ganadas.

Al respecto, (HSU, y otros, 2018) señala que *“Restaurants are highly substitutable in fierce market competition scenarios, and consumers are likely to be dissatisfied when restaurants do not meet their expected performance”* (page 6).

De lo anterior se deduce que, el rubro de restaurantes es altamente competitivo y que estos pueden fácilmente perder la posición lograda, y si los consumidores no quedan satisfechos con el servicio brindado, probablemente buscarán otras opciones.

1 Los restaurantes son altamente sustituibles en escenarios de competencia feroz del mercado, y es probable que los consumidores estén insatisfechos cuando los restaurantes no alcanzan su desempeño esperado



A fin de impulsar las ventas, la tecnología, permite a los restaurantes ofrecer una atención personalizada e innovadora, garantizando una experiencia inolvidable. Así lo señalan Heung y Gu, (2012) <sup>2</sup> cuando mencionan que *“Today’s consumers not only demand good food, but also excellent service and a pleasant eating environment. (pág. 31)”*

Por otro lado, el avance tecnológico es continuo y es una oportunidad para ser competitivos. Entonces, contar con software, plataformas y una serie de herramientas nos ayudan a brindar una mejor atención a los comensales. (Perez, y otros, 2007)

Mediante la incorporación de estos avances tecnológicos se puede mejorar la rentabilidad de una organización en distintas formas como, por ejemplo, mejorar la atención al cliente ofreciéndole la posibilidad de que este experimente una experiencia única.

La tecnología en la actualidad es primordial pues posibilita relaciones ágiles con los clientes facilitando un contacto directo y personalizado. En este sentido, las prácticas referidas al CRM (Customer Relationship Management), busca reconocer, satisfacer y fidelizar al consumidor. (Bersellí, Sousa, Gomes y Gadotti, 2018, pág.615)

Para Prieto (2015), “Las organizaciones han cambiado la mentalidad y de dedicarse antaño a vender solo por resultados hoy en día la tendencia es hacia vender a partir de la atención al cliente” (pág. 10). Entonces, podemos decir que un buen servicio al cliente no es solo responder satisfactoriamente las interrogantes de los usuarios, sino que abarca más que ello, es adelantarnos a sus dudas, sus inquietudes sin que el cliente lo solicite y de esa manera cubrir su necesidad eficientemente.

Por otro lado, las organizaciones deben adaptarse a los nuevos tiempos y deben sorprender cada vez más a sus comensales pues los mismos están dispuestos a vivir nuevas experiencias. (Benzaquen, Devoto, Alfageme, Fernández y Gamarra, 2009 , p.5).

---

<sup>2</sup> Los consumidores de hoy no solo exigen una buena comida, sino también un excelente servicio y un ambiente agradable para comer.

Es un axioma decir que todo proceso de atención al cliente es fundamental para que este recurra nuevamente a hacer uso de un servicio; de no ser esto así se estaría perdiendo al cliente lo que se reflejaría en la rentabilidad del negocio; sin embargo, como se ha señalado, un servicio de calidad no solo está orientado a un servicio innovador, sino que, además, involucra aspectos como amabilidad, calidez, empatía entre otros atributos que suman de manera positiva al proceso.

Lo anterior se ve corroborado con el informe del Global Research Marketing GRM (Ochoa, 2018) de Calidad de Servicio, donde se señala que el 67% de los encuestados indica que no volvería a hacer uso del mismo servicio si antes tuvieron una mala experiencia, mientras que el 60% de la población pide el libro de reclamaciones.

**Gráfico 4:** Aspectos que generan rechazo cuando el servicio no es bueno 17/18



**Fuente:** GRM (Global Research Marketing)

Es nuestra opinión a partir de los resultados del gráfico anterior, la implementación de un servicio al cliente automatizado puede ayudar a resolver estas dificultades. El no contar con personal capacitado afecta la calidad en la atención lo que ocasiona molestias en los comensales. De allí que la propuesta de negocio apunta a la implementación de un servicio al cliente automatizado.

El concepto de concurrir a un resto-bar después de la jornada laboral es considerado como una opción cada vez más frecuente, en especial por parte de la gente joven como una actividad casi cotidiana. Esto a fin de liberarse de la carga de la actividad diaria y despejar la mente pasando un momento agradable en la compañía de amistades.

Según se demuestra las encuestas realizadas por Red Social Loves Mondays (RSLM), el uso de los after office cada vez es usado por cada vez más empresas. Pocas son las organizaciones que han optado para incluir los “*after office*” como parte de sus actividades. Este es el caso de Globant, quien realiza sus after office en sus propias oficinas y las denomina “*WE WORK*” y donde se reparte cervezas después de las 17:00 horas. (Scheiner 2017 , p. 3).

Ante estas tendencias sobre nuevas experiencias que buscan los clientes en base a la información obtenida, estimamos que hay potencial de crecimiento para una propuesta de este tipo que ponga énfasis en la atención personalizada o automatizada.

Nuestro proyecto de implementar un resto-bar en el distrito de San Isidro, busca ser una oportunidad de negocio que conjugue una atención de calidad a los comensales y a la par dar a conocer la variedad de nuestra gastronomía en base a insumos oriundos del país matizados con tragos artesanales en un ambiente donde cuyos detalles y atributos estén conceptualizados en personas que vienen a pasar un buen momento después de un día rutinario.

### **Formulación del problema u oportunidad**

#### **Formulación del problema General:**

¿Será viable el plan de negocio para la creación de un resto bar con servicio automatizado al cliente en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

#### **Formulación de problemas específicos:**

¿Sera viable el análisis del estudio de mercado del plan de negocio para la creación de un resto-bar con servicio automatizado al cliente en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

¿Sera viable el estudio técnico del plan de negocio para la creación de un resto-bar con servicio automatizado al cliente en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

¿Sera viable el estudio administrativo legal del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

¿Sera viable el análisis medio ambiental del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

¿Sera viable el análisis económico financiero del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

¿Sera viable el estudio de ganancias y pérdidas del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019?

### **Objetivos del proyecto**

#### **Objetivo General:**

Determinar la viabilidad del plan de negocio para la creación de un resto bar con servicio automatizado al cliente en el distrito de San Isidro, Lima, 2019

#### **Objetivos Específicos:**

Determinar si es viable el análisis del estudio de mercado del plan de negocio para la creación de un resto-bar con servicio automatizado al cliente en el distrito de San Isidro, Lima, 2019

Determinar si es viable el estudio técnico del plan de negocio para la creación de un resto-bar con servicio automatizado al cliente en el distrito de San Isidro, Lima, 2019.

Determinar si es viable el estudio administrativo legal del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019.

Determinar si es viable el análisis medio ambiental del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019.

Determinar si es viable el estudio del análisis económico financiero del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019.

Determinar si es viable el estudio de ganancias y pérdidas del plan de negocio para crear un resto-bar con un servicio al cliente automatizado en el distrito de San Isidro, Lima, 2019

## **Estructura del trabajo a desarrollar**

### **Análisis de mercado:**

En este punto se analizará la demanda, para ello se utilizará una encuesta, que nos servirá como instrumento de medición de la población, este estudio piloto nos permitirá conocer las expectativas que puedan tener los potenciales clientes y como se presentará la propuesta de la idea de negocio a través del Modelo Canvas.

Por otro lado, para conocer nuestro negocio recurriremos a la matriz FODA, herramienta que nos ayudara a conocer aspectos internos y externos del entorno. Para evaluar el análisis de la oferta en nuestra propuesta ejecutaremos el análisis de las 8 – P.

### **Estudio técnico:**

Aquí se detallará todo lo referente a los detalles técnicos y operativos del negocio como son: infraestructura, las maquinarias, herramientas y adquisiciones que se harán con el fin de ejecutar este proyecto. Se incluirá también en este capítulo la macro y micro localización del proyecto.

### **Estudio legal y organizacional:**

En el capítulo cuatro se desarrolla los aspectos organizacionales y legales de la empresa, analizando la mejor opción de régimen para al negocio. También, se mostrará la estructura orgnizacional de la empresa.

### **Estudio de Impacto Ambiental**

En este capítulo se evaluará los riesgos medioambientales que puede generar el negocio. Se utilizará matrices para medir todos los riesgos y aspectos contaminantes que afectan los recursos naturales.

### **Estudio de económico financiero**

En el quinto capítulo se calculará los estados económicos financieros, se determinará las inversiones que se requieran, los gastos a fin de obtener el flujo de caja entre otros.

### **Estudio de ganancias y pérdidas**

El estudio de ganancias y pérdidas nos permitirá medir la actividad que desarrollará el plan de negocio. También se realizará el análisis de sensibilidad de la rentabilidad obtenida en tres enfoques, realista positivo y negativo.

## **II. ANÁLISIS DEL MERCADO**

## **2.1. Descripción del producto o servicio**

El plan de negocio propuesto, se relaciona con la implementación de un resto-bar tecnológico, orientado a clientes que busquen nuevas experiencias después del trabajo.

En tal sentido, se busca implementar un local que no solo brinde un ambiente agradable sino, ofrezca una variedad de aperitivos, en base a ingredientes oriundos del país acompañados de bebidas artesanales tanto nacionales e internacionales.

Los ingredientes y bebidas de los aperitivos podrán variar con el tiempo como producto de los gustos y preferencias de los consumidores a fin de mejorar la carta a ofrecer. El resto bar estará caracterizado por contar con X Tables, mesas interactivas que permiten que el consumidor tenga una experiencia única e innovadora, pues al contar los clientes con una mesa interactiva estos podrán hacer sus pedidos a través de ese medio.

La infraestructura del negocio será tecnológica y es un detalle que va a distinguir a la propuesta de negocio. Se manejará plataformas web para llegar al cliente y la publicidad se hará por medios digitales.

El negocio estará estructurado, inicialmente, en base a un solo nivel, con 06 mesas y la barra de tragos. Nuestros ingresos principales provendrán de la venta de las bebidas y los piqueos.

Se ha tomado esta propuesta pues en la actualidad, el estrés es uno de los principales problemas que aqueja a las personas en edad laboral. Al respecto Guitart (2015) señala que “El estrés laboral se caracteriza por sentimientos negativos, agotamiento y frustración, que en la mayoría de los casos está relacionado al desempeño laboral (pág. 10)”. Por ello, el resto-bar busca ofrecer un ambiente interactivo e innovador, pero, sobre todo que sea cómodo y seguro para el cliente.



## Modelo del Negocio

Para precisar el detalle del concepto del modelo de negocio recurriremos al Modelo de Canvas (tabla N° 1); esta es una herramienta que permite el desarrollo de nuevos modelos de negocio y permite proyectar una visión global del negocio, haciéndola ver como un todo.

Al respecto SAWITRI y ENDANG (2019) plantean que *“<sup>3</sup>The Model Canvas business is a business strategy management that allows us to describe, design and then purge some aspects of business into a whole business strategy”* (pág. 205).

El modelo del Plan Canvas de la tabla N° 1, recoge el detalle de cómo vamos a generar valor para el cliente y como estará estructurada el concepto de negocio del resto-bar.

---

<sup>3</sup> El Modelo Canvas es una gestión de estrategia comercial que nos permite describir, diseñar y luego purgar algunos aspectos del negocio en una estrategia comercial completa

**Tabla 1:** Restobar Modelo Canvas

<b>SOCIOS CLAVES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proveedores de materias primas e insumos.</li> <li>- Proveedores de licores importados y nacionales.</li> </ul>	<b>ACTIVIDADES CLAVES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar alianzas con proveedores.</li> <li>- Adquirir inmueble de alta tecnología.</li> <li>- Capacitar constantemente a los colaboradores.</li> <li>- Realizar innovaciones tecnológicas.</li> </ul>	<b>PROPUESTA DE VALOR</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia del cliente basado en novedad y en atención tecnológica.</li> <li>- Aperitivos y bebidas diferentes en un mismo lugar.</li> </ul>	<b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada.</li> <li>- Implementación tecnológica.</li> <li>- Uso de medios digitales.</li> <li>- Promociones</li> </ul>	<b>SEGMENTO DE CLIENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas de 20 a 59 años de edad, de ambos sexos.</li> <li>- El negocio estará ubicado en el distrito de San Isidro.</li> </ul>
	<b>RECURSOS CLAVES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal: Chef, Bartender, Cajero y mozos</li> <li>- MP de calidad</li> <li>- Local céntrico</li> </ul>		<b>CANALES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Punto de venta directa (restaurante).</li> <li>- Página web y redes sociales.</li> </ul>	
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adquisición de materias primas.</li> <li>- Pago de personal y capacitación.</li> <li>- Mantenimiento del local e infraestructura.</li> </ul>			<b>FUENTES DE INGRESOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La fuente de ingreso se obtiene a través de las ventas directas de bebidas y los piqueos.</li> </ul>	

**Elaboración:** Autores del plan de negocio

Por otro lado, se desarrolla la matriz FODA que según Prieto (2015) proporcionará un análisis de la situación de la empresa, enfocada en dos pilares básicos: las características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades) (p. 129).

**Tabla 2:** Matriz FODA

<p><b>FORTALEZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Idea de negocio innovadora.</li> <li>• La ubicación del negocio es en una zona céntrica y turística, donde hay movimiento amplio de personas de nuestro segmento objetivo.</li> <li>• Se cuenta con una amplia variedad de potajes y bebidas.</li> <li>• Tener un segmento definido y proveedores directos.</li> <li>• No hay competencia directa pues en el mercado no hay un resto bar tecnológico</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por ser una empresa nueva en el mercado, al inicio la demanda será pequeña.</li> <li>• Pocas utilidades en el inicio del negocio.</li> <li>• Falta de financiamiento para el proyecto.</li> <li>• Costos de las bebidas pueden ser excesivos.</li> <li>• Costos fijos por alquiler de local altos</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto número de personas que viven y laboran en San Isidro.</li> <li>• Aceptación rápida de nuestro servicio por parte de los consumidores</li> <li>• No hay competencia que cuente con un servicio automatizado</li> <li>• Crecimiento sostenido en el subsector bares, resto bares, restaurantes.</li> <li>• Participación en ferias gastronómicas nacionales e internacionales.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiscalización rigurosa por parte de la entidad municipal</li> <li>• Barreras de entradas por parte de los competidores</li> <li>• Posicionamiento de competidores cercanos.</li> <li>• Ordenanzas municipales que impide la venta de bebidas alcohólicas después de horas específicas.</li> <li>• Importante crecimiento del PBI</li> <li>• Obras en la zona donde nos ubicaremos que impiden llegar fácilmente a nuestro cliente que tengan movilidad propia</li> </ul>

**Elaboración:** Autores del plan de negocio

## **Características del Negocio:**

La propuesta del servicio, se basa en el ambiente que trasmite el resto-bar, pues hoy en día es evidente que después de una ardua jornada laboral las personas terminan fatigadas por distintos motivos, es por ello que busca un ambiente donde relajarse, bajar su nivel de estrés y es allí donde nace la idea de negocio para satisfacer dicha demanda. Después de una jornada extenuante, muchas personas han comenzado a compartir en un entorno completamente distinto que va más allá de las paredes de las oficinas, con el propósito de poder desconectarse, relajarse y diversivo.

La manera en cómo se presente el servicio impactara mucho en los comensales, pues al salir de su jornada laboral lo que el cliente busca es una atención de calidad. Para ello se tiene cuatro enfoques: *el ambiente, el servicio que se brinda, la imagen que se trasmite y el valor agregado de la propuesta.*

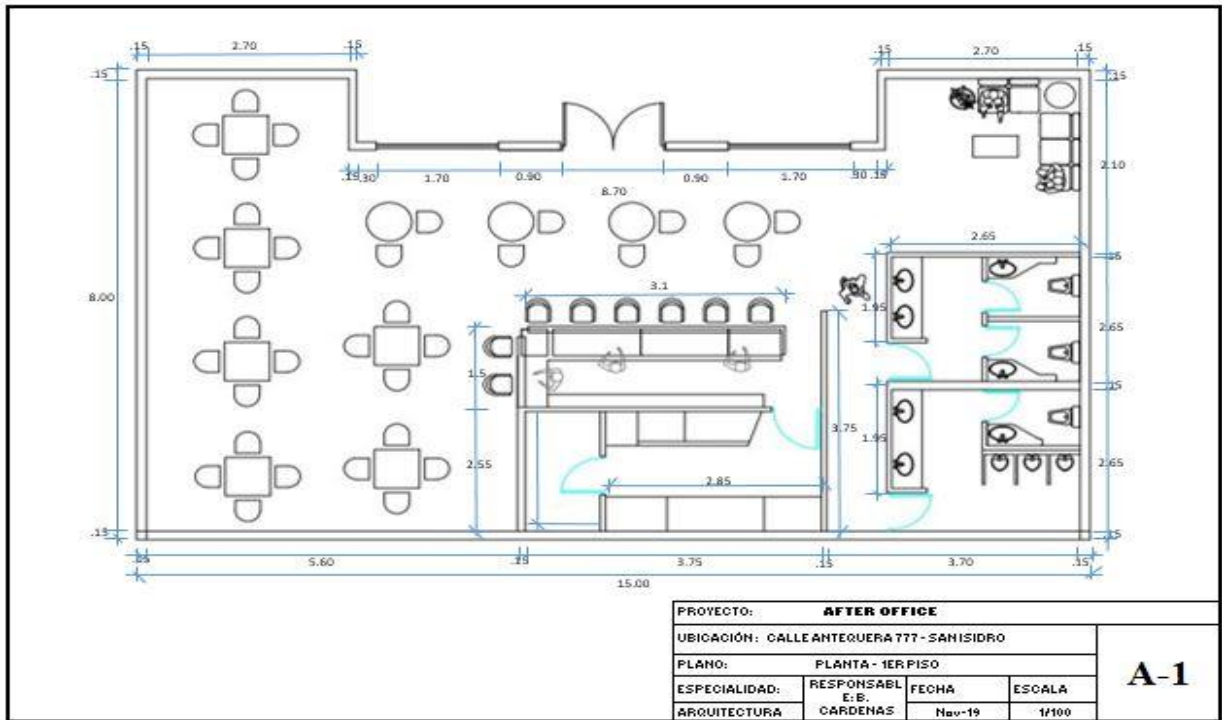
## **Ambiente:**

Lo primero que impacta al usuario es la vista que proyecta el ambiente donde será atendido. Este deberá ser muy amigable e interactivo buscando incorporar y conjugar los conceptos de diseño de interiores con espacios agradables, confortables y funcionales para el usuario. [...] En consecuencia lograr que el espacio sea placentero, para hacer feliz la estancia del que llega a nuestro local” (Palermo, p. 2).

El resto bar, en una etapa inicial tendrá una sola planta, conformada por 6 ambientes; baño, cocina, bar, recepción, almacén y administración. En sus inicios el negocio contará con 6 mesas interactivas, **3 X tables** y **3 X tables Mod** y una barra libre situada en una posición cerca de los comensales.

La decoración del resto bar será sutil pero agradable, pues, su primera impresión será relajante y eco amigable a fin de contribuir con el medio ambiente. Los gráficos 5 y 6 muestran la propuesta del lay out del negocio. **Vistas adicionales en 3 D se muestran en el anexo N° 1.**

**Gráfico 5:** Propuesta Lay Out de idea de negocio (2D)



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

**Imagen:**

El logotipo será el símbolo distintivo del local que buscará posicionarse en el consumidor. Se ha optado por combinar la imagen con un texto. Más adelante se tiene planeado realizar su isotipo que será identificado en base a una imagen gráfica, La ilustración adjunta gráfico N° 6, recoge detalles del logotipo propuesto.

**Gráfico 6:** Propuesta del Logotipo de la Idea de Negocio



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

### **Valor agregado de propuesta:**

Nuestra propuesta de valor estará circunscrita a ofrecer mesas interactivas de última generación comercialmente conocidas como X Table.

### **Las X tables, según Digalix, fabricante de la misma señala que:**

Son “mesas ergonómicas multitáctil con más de 50 puntos interactivos simultáneos que permitirá tener una experiencia diferente a las aplicaciones convencionales. Es la solución interactiva ideal para entornos colaborativos y multiusuario. Permite compartir todo aquello que la imaginación es capaz de desplegar sobre una XTable” (p.1)

Las *X Tables* harán que el cliente viva una experiencia única e inolvidable, que sienta que sus necesidades han sido satisfechas, para que en futuras oportunidades prefiera nuestros servicios y productos ofrecidos.

### **Ventajas de las Xtable:**

- Mayor data de nuestro cliente.
- Mayor interacción cliente / servicio; servicio / cliente.
- Disminuye la incomodidad de tiempo de espera.
- Automatización la atención al cliente.
- Brinda diversas opciones a nuestros usuarios para usarlo a su preferencia.
- Disminuya el gasto

### **Modelos de XTable:**

Otros modelos similares son las **XTable Mod**, lo cual según Digalix; son mesas ergonómicas multitáctil que permite a los usuarios interactuar con ella desde sus cuatro lados.

Los detalles referidos a las características de dichas mesas se muestran en el anexo N° 2.

**Gráfico 7:** Modelos de **X Table Mod**



**Fuente:** Digalix.

Por otro lado, las **Xtable Bend** son mesas ergonómicas multitáctiles ideales para museos, hoteles, instituciones, centros de salud, empresas, etc. Sus líneas elegantes realizan la estética de entornos sofisticados y aportan imagen tecnológica (Digalix, p. 1).

**Gráfico 8:** Modelos de mesas de XTable Bend.



**Fuente:** Digalix

### **Servicio:**

La descripción de servicio que se manejará en la industria es importante pues de eso depende la calidad de servicio que se ofrece en el negocio. Además, estructurar bien el orden ayuda a que los colaboradores sepan cómo actuar ante un suceso o imprevisto que se presente.

Para ello se elaboran propuesta de flujogramas que son desarrollados en el capítulo tres del análisis técnico del servicio a prestar, donde se detalla los procesos que se realizan en la empresa.

## 2.2. Análisis de la Demanda

### Segmentación del mercado

#### Geográfico:

La población a estudio se encuentra en el distrito de San Isidro, para ello se recurrió a la información del censo realizado en el 2017. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática en este distrito tiene una población de **60,735** habitantes que representa el 0,6 % de la población de Lima Metropolitana, como se muestra en la siguiente tabla.

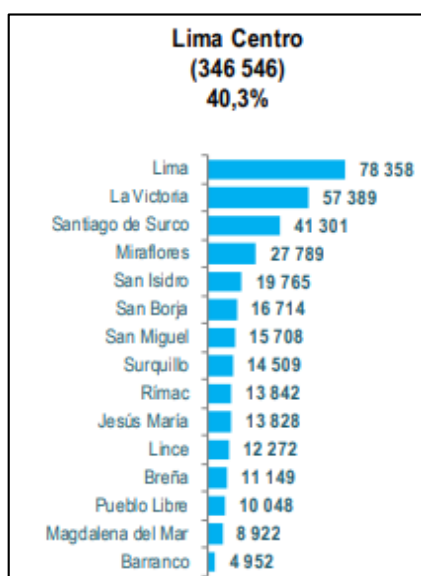
**Tabla 3:** Estimación y Proyección de población en base al censo 2017

DESCRIPCIÓN	1981	1993	2007	2017
POBLACIÓN SAN ISIDRO	71,203	63,004	58,056	60,735

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas e Informática – Censos Nacionales

Por otro lado, se considera que el distrito de San Isidro tiene gran actividad empresarial según muestra el **grafico N° 9 y 10**.

#### Gráfico 9: Cantidad de Empresas en Lima Centro

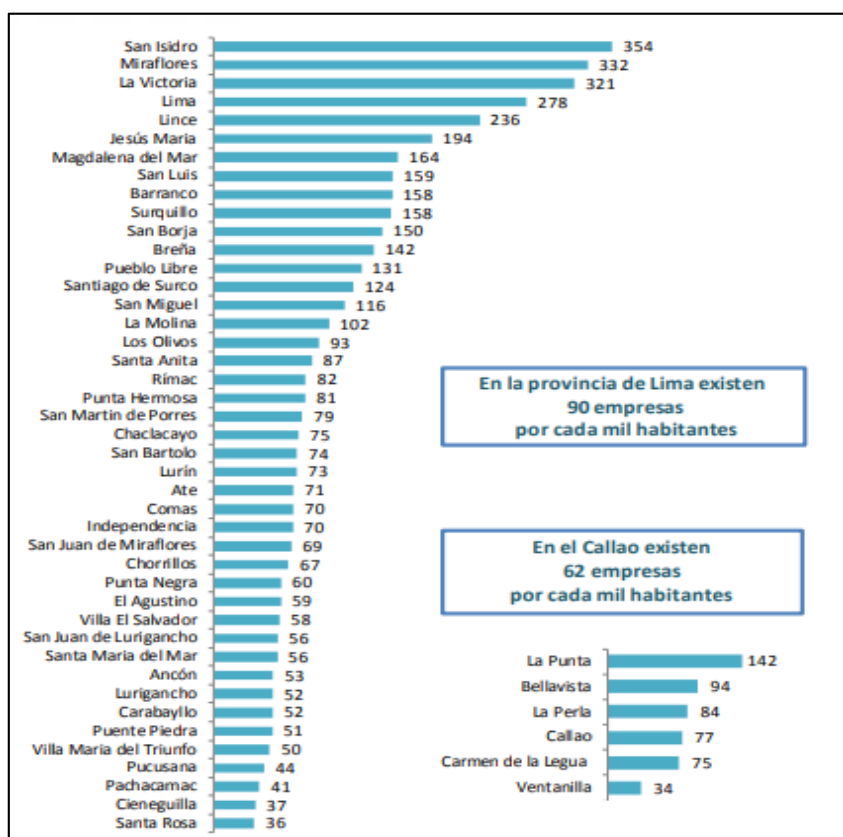


**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas e Información



El distrito de San Isidro cuenta con 4 de cada 10 de las empresas de Lima Metropolitana, por ello la densidad empresarial incide en su actividad económica. Así, lo demuestran los indicadores del Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. Pues, en el gráfico N° 10 se observa que, además de la población que vive en el distrito de San Isidro, se suman los colaboradores de distintos distritos que trabajan en la zona.

**Gráfico 10:** Densidad empresarial por Distritos



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas e Información

Según este gráfico en Lima Metropolitana la actividad empresarial en el sector Lima Centro es del 43% en total e incluye a los distritos de San Isidro, La victoria, Miraflores, Santiago de Surco, San Borja etc.

**Demográfico:**

**Edades:** El total de la población que nos interesa como segmento en términos de demanda equivale a 45,551 personas entre 20 a 59 años equivalente al 75%.

**Tabla 4:** Adaptación de la Estimación y Proyección de Población del San Isidro

EDADES	HOMBRE	MUJER	TOTAL	%
20 – 24	2,913	2,592	5,505	9.1
25 – 29	2,896	2,714	5,610	9.2
30 – 34	2,981	2,950	5,931	9.8
35 – 39	2,145	2,495	4,640	7.6
40 – 44	3,057	3,480	6,537	10.8
45 – 49	2,520	2,603	5,123	8.4
50 – 54	3,984	3,388	7,372	12.1
55 – 59	2,831	2,002	4,833	8.0
<b>Total</b>	<b>23,327</b>	<b>22,224</b>	<b>45,551</b>	75.0

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas e Informática 2017

### Socioeconómico:

San Isidro tiene un mayor porcentaje en el nivel socioeconómico A – B; de acuerdo con la información que publicada por la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM).

**Tabla 5:** Adaptación de la distribución de NSE por zona APEMIN 2019

Distrito	NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
San Isidro	<b>41.8%</b>	<b>48.2%</b>	3.6%	5.4%	1%

**Fuente:** Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado

En síntesis, en el análisis de segmentación de mercado se tiene el siguiente perfil del consumidor a estudio en el distrito de San Isidro, que quieren hacer uso del resto-bar con servicio al cliente automatizado. Este análisis es fundamental para determinar el diseño de investigación de mercado.

**Tabla 6: Resumen de Segmentación de mercado**

DIMENSIONES	DEFINICIÓN	POBLACIÓN	%
Geográfico	Población total de San Isidro	60,735	100%
Socioeconómico	NSE B	54,660	90%
Demográfico	Edad de 20 – 59 años	45,551	75%

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

## Investigación de Mercado

**Diseño de Investigación:** No experimental de corte transversal, pues los datos se obtienen en un tiempo determinado.

**Tipo de Investigación:** Cuantitativo de nivel descriptivo, pues se busca estimar la proyección de la demanda poblacional.

**Muestra:** Consideramos que la muestra será la representación de la población de estudio para la creación de un resto-bar en el distrito de San Isidro, con un tipo de selección estratificado en segmentados por edad. (Tabla N° 4)

**Tipo de muestreo:** Muestreo probabilístico, porque todos los elementos de la población tienen igual probabilidad de ser seleccionados en la muestra. Además, este tipo de muestreo nos permitirá seleccionar aleatoriamente a nuestros entrevistados. (Hernández, Fernández y Babtista, 2014. pp. 210)

**Marco muestral:** Calculo de tamaño de la muestra mediante la siguiente formula

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Teniendo claro los siguientes datos:

**N=** Población (finito)

**n=** Muestra

**p=** Población a favor

**q=** Población en contra

**Z=** Nivel de confianza

**e=** Error de muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 45551}{0.5^2 (45551 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

**n = 384.13**

**Instrumento:** Se realizó la recolección de datos a través de una encuesta en escala Likert, en las zonas de Av. Paseo de la Republica con cruce con el Jirón los Jazmines (anexo N° 5).

**Prueba Piloto:** Se realizó una prueba piloto primero a 50 personas, a fin de determinar la fiabilidad y validez del instrumento de recolección de datos.

**Confiabilidad del Instrumento:** Para validar los datos recolectados se utilizará el análisis del Alfa de Cronbach. Pues según, algunos autores mencionan que toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad. (Hernández, Fernández y Babtista, 2014. pp. 235).

Según la escala obtenida de 0,811 es de coeficiente alto según se basa a los ítems en escala de Likert (anexo N° 4). Pues, cuan más cerca se encuentre el valor de alfa a 1, mayor es la consistencia interna de los ítems analizados.

### Proyección del mercado total

La proyección en cuanto al mercado total se realiza para los siguientes 5 años de desarrollo del plan.

**Tabla 7:** Proyección del mercado

Proyección del Mercado Total					
Año	Año entero	Población	Variación	Nivel A-B	20 - 59 años de edad
2012	1	55,006.00	0.00	49,505	41,255
2013	2	55,006.00	0.00	49,505	41,255
2014	3	55,006.00	-0.01	49,505	41,255
2015	4	54,206.00	-0.01	48,785	40,655
2016	3	53,397.00	0.14	48,057	40,048
<b>2017</b>	<b>5</b>	<b>60,735.00</b>	<b>0.03</b>	<b>54,662</b>	<b>45,551</b>
2018	6	62,518.91	0.05	56,267	46,889
2019	7	65,489.09	0.05	58,940	49,117
2020	8	68,459.27	0.04	61,613	51,344
<b>2021</b>	<b>9</b>	<b>71,429.45</b>	<b>0.04</b>	<b>64,287</b>	<b>53,572</b>
2022	10	74,399.64	0.04	66,960	55,800
2020	11	77,369.82	0.04	69,633	58,027
2024	12	80,650.59	0.03	72,586	60,488
2025	13	83,370.15		75,033	62,528
Variación de promedio anual			<b>0.24%</b>		

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Demanda por Personas

Para definir nuestra demanda poblacional se recurrió a datos señalados anteriormente en fuentes primarias y secundarias, a continuación, se detalla la demanda teniendo como resultados a la cantidad de personas a satisfacer. Para visualizar la clasificación de la demanda ver anexo N°5.

**Tabla 8:** Proyección de la demanda

Evaluación y proyección de la demanda en unidades de personas					
Tipo de Mercado	2021	2022	2023	2024	2025
Mercado Total	64,287	66,960	69,633	72,586	75,033
Mercado Potencial	53,572	55,800	58,027	60,488	62,528
Mercado Disponible	52,501	51,336	53,385	55,649	57,525
Mercado Objetivo	33,493	33,526	34,197	35,907	38,779

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### 2.3. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta nos permite conocer la situación actual de la industria y observar los problemas u oportunidades ha tenido durante su desarrollo.

En este sector servicios se visualiza que hay un alto índice de negocios dedicados al rubro restaurante, bares y resto bares. Según lo indica el INEI, en su grafico radial; donde en rojo se señalan bares, tabernas, discotecas y juguerias, en azul se concentran licorerías, en mostaza restaurantes y otros verdes.

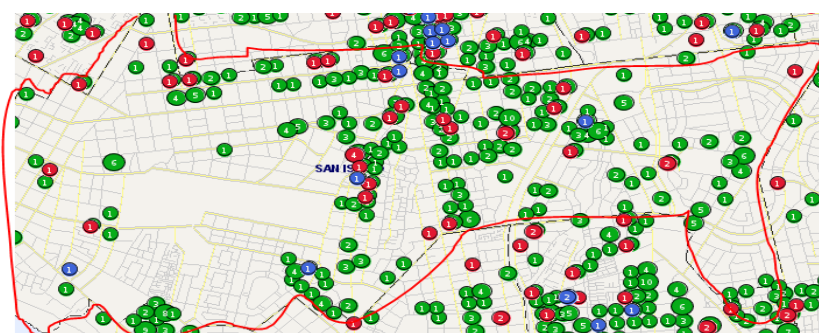
**Tabla 9:** Leyenda Radial del INEI del distrito de San Isidro

Ítem	Bares, tabernas, discotecas y juguerias	Licorerías	Restaurantes	Otros rubros
Color				

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

En base a la tabla radial emitida por el INEI, se observa cómo se ubican los negocios referentes al rubro, en donde se destaca el sub sector de licorerías.

**Gráfico 11:** Segmentación de rubros del distrito de San Isidro



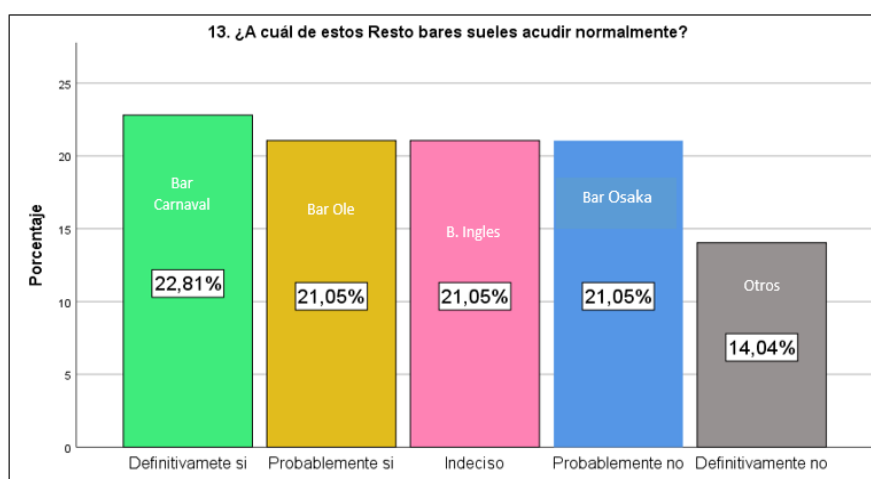
**Fuente:** Sistema de Información geográfica para emprendedores INEI 2019

Referente a lo anterior, se pretende analizar la capacidad de respuesta que tiene la competencia actual frente a un mercado disponible del rubro de resto-bares. Según, **Mejia** (2017) indica que; es beneficioso observar a la competencia, pues saber cómo venden sus productos y servicios es importante para entender mejor el modelo de negocio y saber cómo ganar más dinero (p. 4).

### Competencia Directa

La evaluación de la competencia directa se realiza en base a la frecuencia de consumo que presentan por parte de los pobladores, quienes indicaron que los bares más concurridos son los siguientes:

**Gráfico 12:** Oferta de Resto bares más concurridos en San Isidro



**Fuente:** Autores de Plan de Negocio

#### Carnaval:

**Descripción:** Cuentan en su barra con el Mixólogo Aaron Díaz que presenta una variedad extensa coctelera y el año pasado fue incluida en la lista The World's 50 Best Bars 2018. Las presentaciones de sus bebidas son muy detalladas, desde la exposición del hielo que le pone en sus cocteles hasta la decoración que debe de llevar, siendo ello acompañado con vasos o copas con diseños personalizados (anexo N° 6).

**Tabla 10:** Detalles del Bar Carnaval

<b>Lugar:</b>	Carnaval Bar.
<b>Horario:</b>	lunes a miércoles, de 6 p.m. a 1 a.m. Jueves, desde las 5 p.m. Viernes, de 5 p.m. a 3 a.m. Sábados de 7 p.m. a 3 a.m.
<b>Ubicación</b>	Av. Pardo y Aliaga 662, San Isidro.
<b>Ticket promedio:</b>	S/.120, por tres cocteles o dos cocteles y un piqueo.

**Fuente:** Autores del plan de negocios.

#### **Bar olé:**

**Descripción:** Se encuentra con una buena ubicación en el centro del distrito de San Isidro, apuesta por la Cocteleria Clásica, enchapado de madera y con una decoración sobria, se le considera un buen lugar para después de la oficina o después de media noche y se dice que en este bar encontraras el mejor capitán de la ciudad, un coctel a base de pisco y vermut, este bar se caracteriza por preparar los mejores tragos desde los años 50.

**Tabla 11:** Detalles del Bar Ole

<b>Lugar:</b>	Bar Ole
<b>Horario:</b>	lunes a viernes, de 12 p.m. a 2 a.m. Sábados de 18 p.m. a 2 a.m.
<b>Ubicación</b>	Calle Pancho Fierro 109, San Isidro, San Isidro
<b>Ticket promedio:</b>	S/. 51.00 a S/.100.00

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

#### **Bar Inglés:**

**Descripción:** El bar ingles se mantiene funcionando desde 1927, hoy lo podemos encontrar en el Hotel Country Club de Lima y es muy famoso por su delicioso Pisco Sours y se considera que es el más delicioso de la ciudad. Su iluminación tenue y su suave música lo convierten en un escenario perfecto para reunirse con amigos y tener conversaciones íntimas, acompañadas de diferentes tragos en especial del pisco que es uno de los mejor en este bar (anexo N° 6).

**Tabla 12:** Detalles del Bar Ingles

<b>Lugar:</b>	Bar Ingles
<b>Horario:</b>	lunes a viernes, de 11 a.m. a 1 p.m.
<b>Ubicación</b>	Av. Los Eucaliptos 590, San Isidro, Lima - Perú.
<b>Ticket promedio:</b>	S/. 100

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

Para obtener la oferta de productos ofrecidos por los competidores ya mencionados anteriormente, se realizó la una de las técnicas primarias de la observación para determinar su oferta diaria:

**Tabla 13:** Oferta Diaria de los Competidores

<b>Oferta diaria</b>				
<b>Precio por persona</b>	<b>Ticket promedio (s/)</b>	<b>Piqueos unidades</b>	<b>Tragos unidades</b>	<b>Oferta del mercado</b>
Bar Carnaval	110	30	70	<b>100</b>
Bar Ole	51 – 100	38	50	<b>88</b>
Bar Ingles	100	40	70	<b>110</b>

**Fuente:** Autores del plan del negocio

**Tabla 14:** Oferta estimada en base a la competencia

<b>Oferta estimada</b>	
<b>índice</b>	<b>Unidad de piqueos y bebidas</b>
Promedio diario	99
Promedio semanal	396
Promedio mensual	1,584
Promedio anual	19,008

**Fuente:** Autores del plan del negocio

### **Estimación de la Demanda Insatisfecha**

Con la demanda insatisfecha se podrá determinar el mercado objetivo del restobar. El cual es presentado en los siguientes rangos, semanal, mensual y anual.

**Tabla 15:** Demanda insatisfecha

<b>Demanda Insatisfecha</b>			
<b>Item</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Brecha</b>
Anual	52,501	19,008	33,493
Mensual	4,375	1,584	2,791
Semanal	1,094	396	698
Diario	182	99	83

**Fuente:** Autores del plan del negocio



## **2.4. Análisis de la comercialización**

En esta parte del Plan de Negocio se observa la forma en cómo se llegará a comercializar el servicio, con el fin de demostrar la viabilidad de la idea de negocio. Para ello se hará el uso de marketing mix, para resaltar variables básicas de la actividad, en base a las 8 P que conforma esta herramienta de análisis.

### **Marketing Mix**

#### **Producto o servicio**

El resto-bar “After Office” está enfocado en brindar un servicio de calidad al cliente innovando en sus platos y bebidas ofreciendo productos oriundos de nuestro país. De desde el momento en que ingresa hasta que decida retirarse. Lo que se busca es que los comensales se sientan cómodos en un ambiente agradable, moderno y que sientan la calidez del servicio al cliente enfocado en tecnología.

Podrán hacer uso de la barra interactuando con el barman sobre las bebidas a preparar o podrán solicitarlo a través de las X – Table. A través de ella, los usuarios también, podrán jugar y navegar en la web.

Cabe recalcar, que habrá mozos para poder guiar a los comensales que tal vez se le haga algo dificultoso el uso de las X – Table o ante cualquier problema que pueda presentarse. Habrá casos en el que el usuario tal vez no pueda hacer uso de la táctiles para realizar su pedido por ello los mozos tendrán un dispositivo en el cual también podrán realizar pedidos tanto para barra como para cocina.

El pago del servicio puede hacerse también a través de las X – Table o dispositivos POS inalámbricos, siendo detallado de forma virtual su comprobante, así mismo el cliente antes de realizar su pago podrá visualizar su cuenta a través de las X – Table o el dispositivo que el mozo tenga a su disposición.

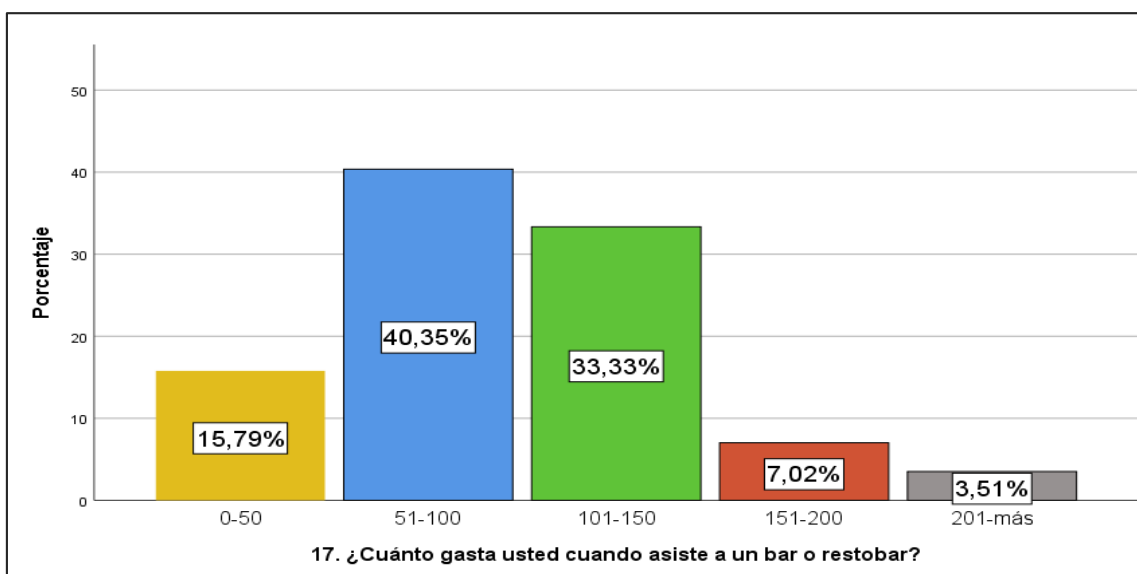
#### **Precio**

Después de una observación a nuestros competidores, con la estrategia del benchmarking se pudo realizar la lista de precios, considerando que no puede ser más elevada que la competencia, pues lo que se busca es ser competitivos frente

a los demás negocios y sobre todo liderar en precios. Ofreciéndole al cliente no solo una experiencia tecnológica, si no también brindándole una variedad de producto a precios bajos.

Para determinar los precios, también se recolecto información de la población que reside en San Isidro, a fin de evaluar cuanto suelen gastar normalmente en una salida.

**Gráfico 13:** Porcentaje de consumo en (S./) de bares del distrito de San Isidro



**Fuente:** Autores del Pan de Negocio.

Con el anterior grafico se observa que la población suele gastar entre S/. 51.00 soles hasta S/150.00, en base a ello se propondrá las bebidas a ofrecer, de acuerdo a la economía del cliente.

Según Weirberger 2015 indica que; es fundamental definir los precios de los bienes y servicios e aplicar la estructura de costos de la empresa, en función a los de la competencia y a la percepción del cliente a fin de que logre posicionarse en el mercado (pág. 21). Ver lista de precios anexo N° 7.

## Plaza

Al realizar nuestro Estudio de mercado, consideramos esta área la más céntrica a todo el distrito de san Isidro, tanto para los pobladores como para las personas que laboran en el distrito de San Isidro, además es un área en el cual hay bastante

movimiento peatonal alrededor favoreciéndonos de una manera que podemos ser observados por lo que transcurren cerca.

Cabe recalcar, que para determinar la ubicación del local se evaluó de forma radial los negocios similares a nuestro rubro, en base al INEI (grafico N° 11).

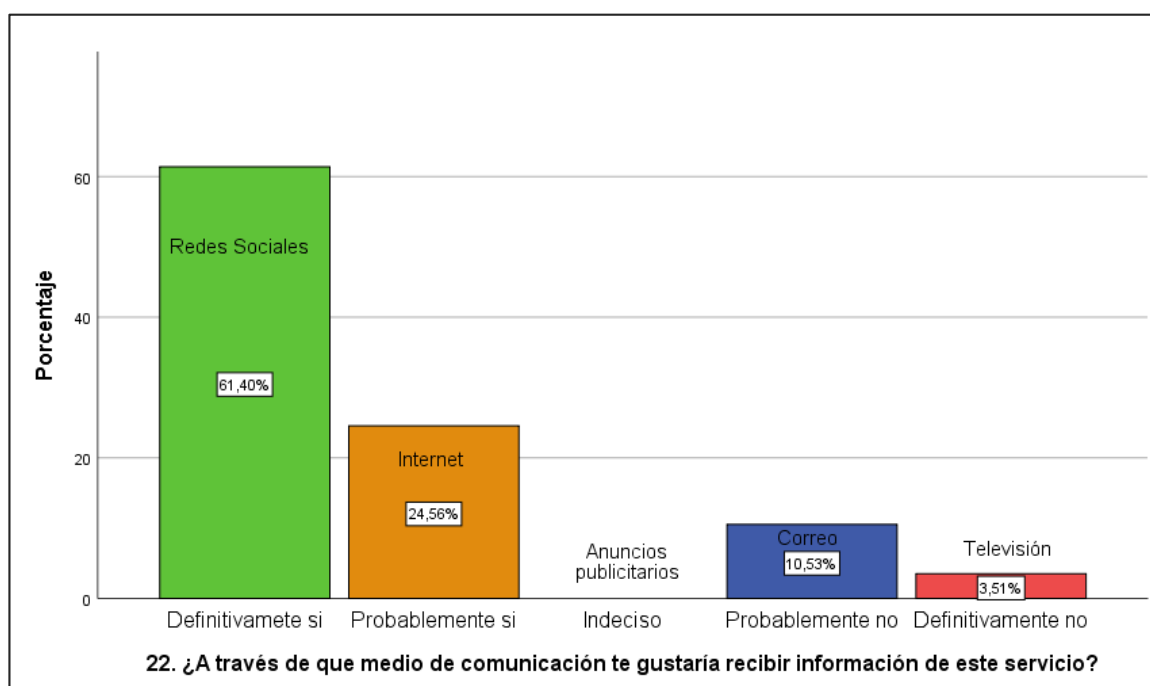
El resto-bar After Office será ubicado en la Calle Antequera 777 San Isidro, Lima, Lima. Teniendo como referencias a unas cuadras de Saga Falabella ubicado en Canaval y Moreira con cruce con la Vía expresa.

### Promoción

La zona en donde se ubicará el negocio es muy comercial, por ello las promociones buscaran persuadir al cliente ofreciéndole un servicio cómodo y tecnológico.

Se brindará promociones en cumpleaños y atención personalizada para eventos especiales, se utilizarán las redes sociales más frecuentes por los comensales, pues en la actualidad se considera que es el medio más eficiente para poder llegar ellos y darnos a conocer. Tal como lo indica el grafico N° 14.

**Gráfico 14:** Redes sociales con mayor interacción



Fuente: Autores del Plan de Negocio

## Productividad y calidad

El resto-bar After Office, busca implementar tecnología para mejorar la productividad del personal a fin de reducir costos.

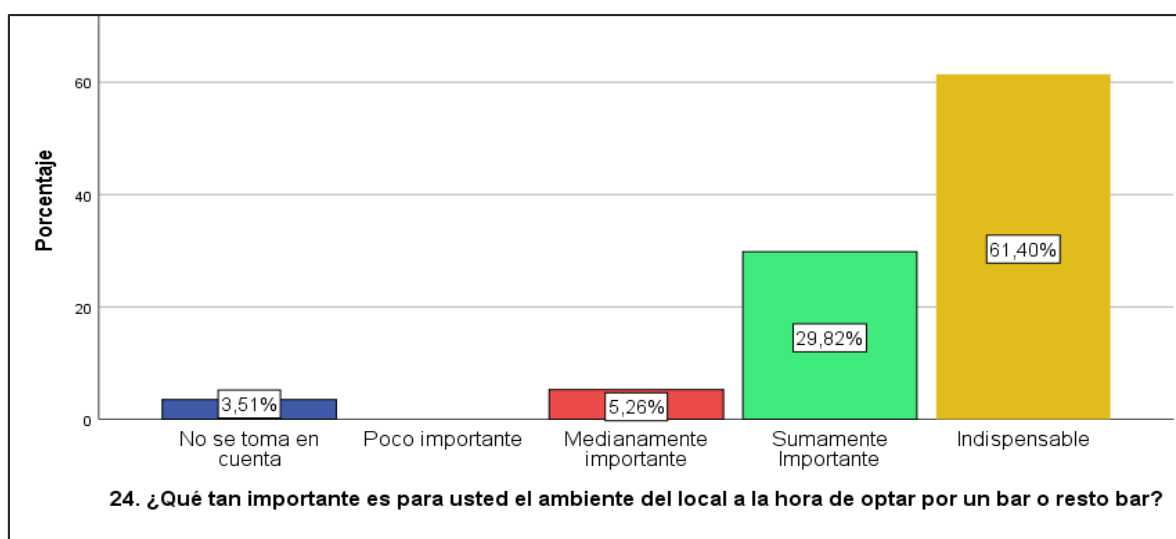
Por otro lado, la tecnología relacionada con la calidad ayudará a que los comensales tengan un servicio al cliente de calidad generando buenas expectativas entre ellos.

En lo posible se trabajará con proveedores de insumos e ingredientes de la más óptima calidad, a fin de brindar piqueos inigualables.

## Entorno físico

El Resto bar “After Oficce” contará con la fachada de un diseño moderno basándose en la tecnología al igual que el ambiente interno, contará con ventanas en el frontis principal y la puerta de entrada será de vidrio, ello será acompañado en la parte posterior por arbustos como decoración. Lo que se busca es que el cliente desde el momento que ingrese a nuestro local perciba un ambiente moderno, agradable y sobre todo tecnológico. Tal como ellos lo mencionan en las encuestas que se les presento, donde un 61,40% de la población indica que es indispensable con un ambiente moderno y acogedor.

**Gráfico 15:** Índice de apreciación del Ambiente



**Fuente:** Autores del plan de negocio

Por otro lado, la barra será extensa con un fondo en donde se podrá exhibir la variedad de licores y bebidas en After Office.

Por otro lado, la cocina será adecuada para el ambiente. Los reposteros y muebles serán de acero inoxidable siendo posicionado adecuadamente para la producción eficaz. Se contará con un pequeño cuarto frigorífico para el almacén adecuado de insumos y con cocinas industriales para acelerar los procesos calientes ya que los piqueos son preparados al instante. Así mismo la cocina será abastecida con gas cada cierto tiempo para minimizar costos y llevar un mejor control de egresos.

### **Personas**

El resto bar opto por el uso de X- table para automatizar el servicio al cliente, ello no significa que no habrá personal nuestro en el local. Se contará con personal de la misma forma que otros resto-bars, pero no será un número elevado de colaboradores.

Así mismo para minimizar el riesgo de una mala atención al cliente por la actitud de nuestro colaborador se implementarán incentivos y días de descanso por su desempeño laboral. Para mejorar este aspecto también, se desarrollará capacitaciones constantes con temas culinarios y habilidades blandas. Antes de cada servicio se planificará tener una reunión para brindar la información importante a los colaboradores, información como reservas, platos a impulsar y mejoras a implementar. Por otro lado, los colaboradores deben mantenerse una adecuada vestimenta tal como se detalla a continuación:

**Tabla 16:** Vestimenta del personal

Personal	Uniforme	Medida obligatoria
Mozos	Zapatos de vestir.	El personal debe estar correctamente aseados, cabello recortado, bien peinado, prendas limpias y correctamente presentados.
	Pantalón negro.	
	Corbata michí damas	
	Camisa/blusa	
Anfitrión(a)	Pantalón oscuro	
	Zapatos negros	
	Chaleco negro	
	Corbata	
	Camisa o blusa.	
Bar tender	Chaleco Personalizado	
Cocineros	El área de cocina contara con un uniforme especializado para cocina.	

**Fuente:** Autores del plan de negocio

### Procesos

Los procesos establecidos deben ser claros detallando todas las actividades en conjunto, logrando cumplir con todos los estándares de calidad. Es por ello que se determinó como lema interno: **El servicio comienza cuando el cliente llega a nuestro local y termina cuando el cliente vuelve a venir.**

Las identificaciones de los procesos son: Proceso de Atención al Cliente, Proceso de Productivo, Proceso de Administrativo y Abastecimiento. Estos procesos serán detallados en el estudio técnico.

### Mercado proveedor

#### Proveedores de bebidas, licores y Cerveza

La distribuidora “Mi Mundo Distribuidora”, será quien proveerá de gaseosas, agua mineral además de cerveza. Se trabajará con esta distribuidora porque a diferencia de las demás, esta se encuentra cerca del distrito de San Isidro. Añadiéndole a eso que los precios con los que trabaja son precios de mayoristas, lo cual favorece a nuestro negocio.

Lo anterior se hizo en base a la evaluación del proveedor de licores referente a la siguiente tabla:

**Tabla 17:** Evaluación de Proveedor de bebidas, licores y cervezas

Empresa	Ventajas	Desventajas
Mi mundo Distribuidora Av. Arenales 289 - San Isidro Teléfono 221-1259	Variedad de bebidas alcohólicas. Catalogo con precios mayoristas. Distribuidora cerca del local en donde se piensa instalar el negocio.	Distribuidora solo trabaja de L-V Pago solo por medio efectivo. El inventario en curso es mayor, por los pedidos.
Chabelita Heredia E.I.R.L.	Deja los productos contra factura. - Distribución de bebidas las 24 horas del día. -Elaboración de tragos artesanales, con insumos peruanos.	No cuenta con Pago contra factura.

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

### Proveedores que abastecerán los insumos y alimentos

Se visitó al mercado de abastos de Unicachi, donde existen una serie de distribuidores de insumos y alimentos nacionales para la preparación de los piqueos, Por otro lado, cuando se requiera de insumos y alimentos importados, se comprará en el supermercado Makro.

### Proveedor de XT table

El proveedor de las Xt Table, se encuentra en Barcelona –España, esta compañía es especializada en tecnología e innovación. Trabaja con todo tipo de herramientas digitales, e incluso realiza maquinas personalizadas de acuerdo al rubro del restaurante.

**Tabla 18:** Proveedor de Digalix

Empresa	Costo	Tiempo de entrega	Modelo
DIGALIX	5,700\$	60	- Bend - Mod

Fuente: Autores del Plan de Negocio

# **III. ESTUDIO TÉCNICO**



### **3.1. Proceso productivo o de servicio (ingeniería del proyecto)**

#### **Factores que afecta en la calidad del Producto**

##### **Barra**

Bebidas embazadas: Las bebidas que se ofrecerá serán productos fiables, pues ello por normativa legal debe de contener fecha de vencimiento e información nutricional, así mismo, los envases deben estar en buenas condiciones ya que serán servidas delante del comensal.

Insumos: La preparación de los insumos para los cocteles se realizarán previo a la atención, ello debe mantener los diseños de los insumos y estilos de preparación establecidos por el jefe de barra que se usarán en los distintos cocteles.

Utensilios: Para cada detalle de los cocteles preparados, se debe de contar a su disposición de los utensilios necesarios y adecuados para la tarea que realizaran como pinzas, cocteleras, ganchos, mortero, etc.

Temperatura: las bebidas a ofrecer deben mantenerse a una temperatura adecuada, se contarán con bebidas que requieren de una temperatura de 8° como bebidas que requiera de una temperatura ambiente de 16°.

##### **Cocina**

Insumos: Los insumos serán preparados previo al servicio con el fin de mantenerlos lo más fresco posible para que salga un producto de calidad. La selección de los insumos tiene una evaluación en donde se verificará su procedencia, fecha de vencimiento, valor nutricional.

Utensilios: El equipo de cocina debe de contar con las herramientas necesarias para la elaboración de cada piqueo que se producirá.

Equipos: Para que el tiempo de producción de nuestros productos sea el mínimo se debe de contar con el equipo necesario.

El resto bar se enfocará de brindar un servicio de calidad es por ello que el ambiente, el servicio, la atención, las presentaciones entre otros aspectos deben estar estandarizados.

Así mismo, cada área debe de contar con las máquinas y equipos necesarios para poder realizar su labor de manera adecuada. Visualizar tabla de la lista de máquinas y equipo anexo N° 8 y el de herramientas y utensilios anexo N° 9.

## Salón

Atención al cliente: Somos un resto bar con un servicio al cliente automatizado, pero también habrá interacción con los mozos al momento de despachar sus pedidos por ello se establecerá procedimientos al momento de su atención, anexo N° 10.

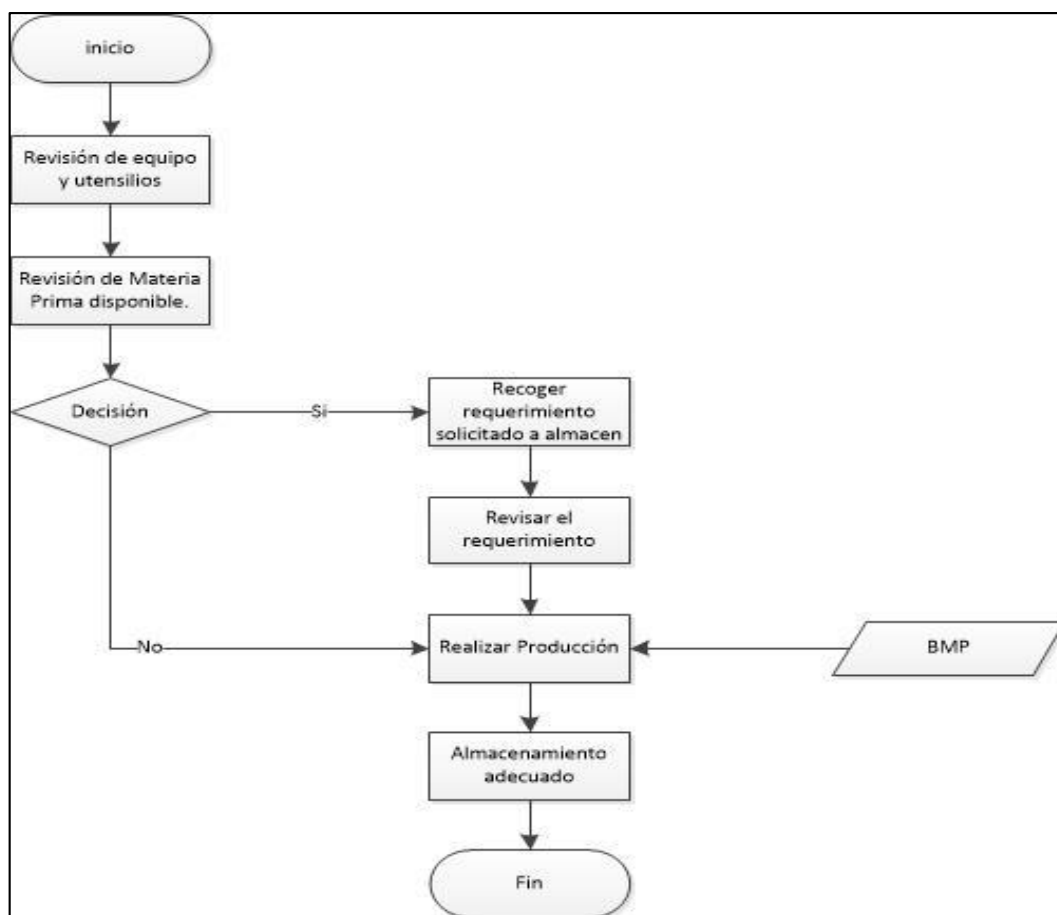
Conocimiento: En nuestro caso, los clientes podrán realizar sus pedidos a través de las X-Table en donde podrán visualizar los productos ofrecidos, los ingredientes que llevan y hasta la preparación de lo que consumirán adicionalmente, mostrará una pequeña descripción o historia del mismo.

Ambiente: Lo que se busca es darles a entender a nuestros comensales es: ¿Quiénes somos?, ¿Qué somos? A través del sentido visual queremos demostrar que somos un resto bar tecnológico, por ello el ambiente mantendrá la temática.

## Procesos Operativos

*Flujograma de operaciones para el proceso previa atención:*

**Tabla 19:** Flujograma de operaciones para el proceso previa atención



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

## **Descripción de operaciones para el proceso previa atención**

Revisión de equipos y utensilios: Al inicio de cada turno el encargado de cada área debe de realizar una inspección de su equipo y utensilios que utilizara, ello con el único fin de verificar que todo está en óptima condición para la producción que se realizara.

Revisión de materia prima disponible: Así mismo el encargado de cada área deberá verificar si cuenta con los insumos necesarios para la producción diaria, por ello cada área al finalizar el turno tendrá la decisión si entregara al área de almacén un check list de los insumos faltantes que solicitará para el día siguiente.

Realizar producción (Decisión no): Las distintas áreas tendrán la opción de solicitar su requerimiento si lo ven necesario, de caso contrario proseguirán con la producción para el servicio diario que se dará. Cabe recalcar que tendrán días específicos para solicitar requerimiento a almacén.

Recoger requerimiento solicitado a almacén (Decisión sí): Las áreas si notan que es necesario el requerimiento de algún insumo, deberá solicitarlo un día anterior, así el almacén tendrá listo el mismo día el requerimiento solicitado y listo para ser recogido por cada área.

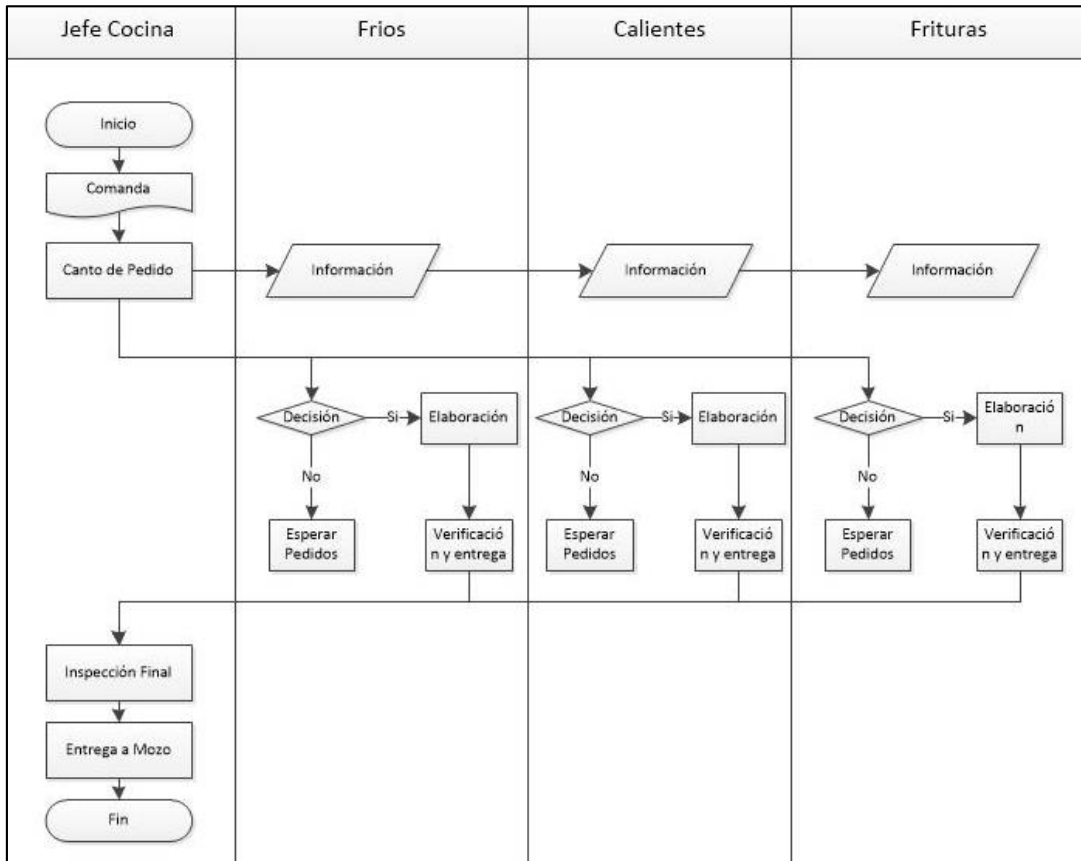
Revisar el requerimiento: al momento de recoger los insumos requeridos, cada área deberá realizar segundo rápido control de calidad basados en su color, aroma y textura.

Almacenamiento adecuado: Teniendo ya realizado la producción de manera eficiente se proseguirá por el guardado adecuado de los insumos en sus respectivos y ambiente adecuado para evitar la contaminación cruzada y reducir el riesgo de ello.

- Para ello se tiene establecido las BPM (Buenas Practicas de Manipulación)

*Flujograma de operación para el servicio de cocina*

**Tabla 20:** Flujograma de operación de operaciones de servicio de cocina.



**Fuente:** Autores del plan de Negocio

**Descripción de operación para el proceso de operaciones de servicio de cocina.**

Comanda: El área de cocina recibirá los pedidos realizados por los comensales, en el cual podrán observar el pedido solicitado, estando en ello detallado las unidades, nombre del producto, mesa, hora, día y si hay alguna observación especial. Ello será recibido por el jefe de cocina (Chef).

Canto de pedido: El jefe una vez recibido el pedido de los comensales proseguirá en cantar en voz alta y clara, así las sub – áreas de la cocina sabrán que deben de producir a continuación.

Información: cada sub - área de la cocina una vez escuchado el canto de los pedidos realizados por el jefe de cocina deberán responder “oído” como

confirmación de su atención. Así mismo cada área tendrá la decisión si realizara o no la producción cantada basándose si le pertenece a su área.

Esperar pedidos: En caso que la decisión de las sub áreas sean sea negativa, deberán esperar la siguiente comanda cantada.

Elaboración: En caso de que la decisión sea afirmativa cada sub - área automáticamente una vez cantado los pedidos deberán comenzar a producir lo solicitado en un tiempo adecuado.

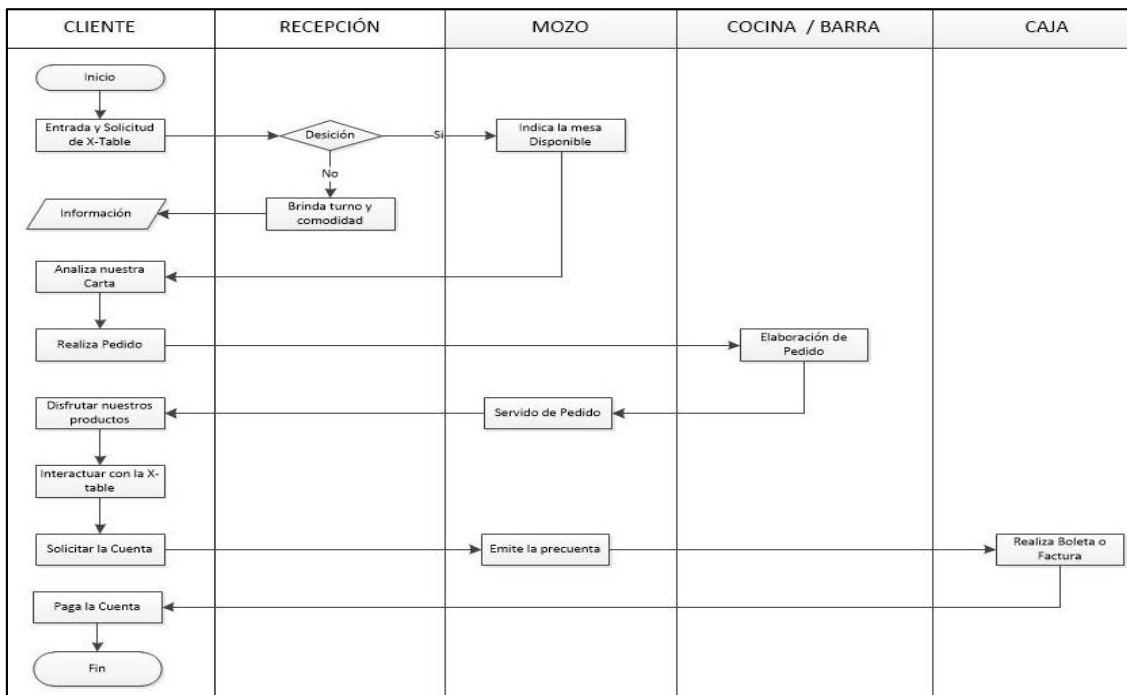
Verificación y entrega: Los productos elaborados por cada sub – área una vez terminado serán verificados por los mismos basándose en calidad y diseño, una vez aceptado por ellos mismo proseguirán en entregárselo al jefe de línea.

Inspección final: El jefe de línea quien será encargado de la verificación del producto y a la vez dará la aprobación del producto.

Entrega a mozo: El chef cuando ya tenga la aprobación de plato elaborado proseguirá a llamar al mozo para la entrega del producto, detallándole las características de la comanda para no causar confusiones en el servicio.

*Flujograma de operaciones para el proceso de venta*

**Tabla 21:** Flujograma de operaciones para el proceso de venta.



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

Descripción de operaciones para el proceso de venta

Entrada y Solicitud de X-Table: El inicio del servicio comienza cuando el cliente ingresa al resto-bar y termina cuando el cliente regresa, al ingresar será la recepcionista quien sea

Decisión de la Recepcionista: Al ingresar un cliente la anfitriona será la encargada de brindarles la mejor comodidad, por ello se le ofrecerá una X-Table o tal vez quieran hacer uso de la barra.

Brindar turno y comodidad: En caso de que la recepcionista no cuenta con una mesa disponible, tendrá la obligación de de brindarle un turno al cliente de espera o brindarle la barra para esperar mientras está disponible la X-table.

Indicar X-table disponible: En caso de que el cliente si cuente con una reserva o mesa disponible, la recepcionista proseguirá a indicarle al mozo que lleve al comensal a su mesa reservada.

Analiza nuestra carta: La clienta podrá analizar nuestros productos de dos maneras, a través de la X-table o con asesoría de nuestros colaboradores.

Realiza pedidos: El cliente tendrá la opción de el mismo realizar el pedido por la x-table, así como también tendrá la opción de que un mozo pueda asesorarlo si se le complica la manipulación de la misma.

Elaboración de pedido: Una vez que el cliente ya haya realizado su pedido, ello de manera automática pasara a cara área correspondiente para la elaboración de los mismos.

Servicio de pedido: Al terminar la elaboración de nuestros productos por cada área el mozo será el encargado de servir lo solicitado, teniendo en cuenta los reglamentos establecidos de servido.

Disfrutar nuestros productos: El cliente con su libertad podrá disfrutar de nuestros productos basados en insumos oriundos nacionales, así como la variedad de licores de nuestra fantástica barra.

Interacción con la X-table: Mientras el cliente consume de nuestros productos al mismo tiempo podrá hacer uso de nuestras X-Table, interactuar con ella mediante los juegos, internet entre otros.

Solicitar cuenta: Cuando el cliente sienta que sus necesidades ya hayan sido satisfechas, proseguirá con la solicitud de cuenta que lo puede realizar por medio de las X-table así como el mozo.

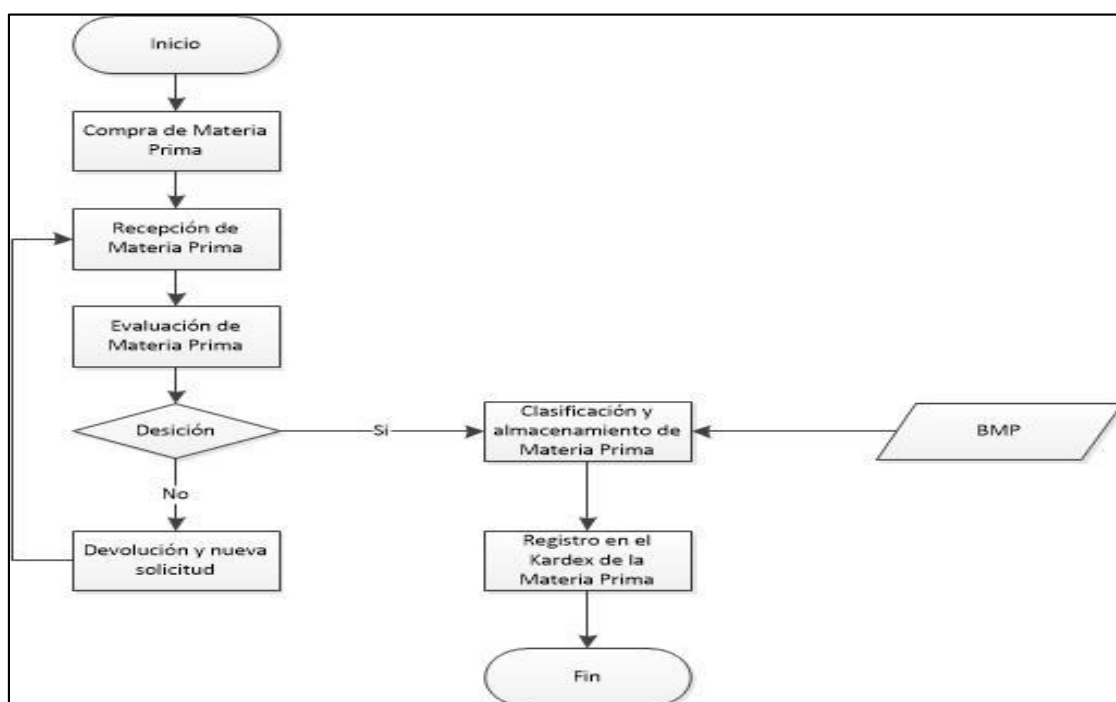
Emite Pre-cuenta: El mozo será el encargado de apoyar o realizar la pre-cuenta, ya que es el que tiene más conocimiento de lo que el cliente ha consumido durante su estancia en nuestro local.

Realizar boleta o factura: El área de caja será el encargado de realizar la boleta o factura solicitado por el cliente, este puede ser de forma física o virtual siendo enviado a su correo solicitado.

Paga la cuenta: El pago puede ser en efectivo, así mismo puede hacer uso de VISA, MASTERCAD, MASTERDINNER, entre otros, ello también será reconocido por las X-table al momento de cancelar.

*Flujograma de operación para procesos de abastecimiento.*

**Tabla 22:** Flujograma de operación para procesos de abastecimiento.



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

Descripción de operación para procesos de abastecimiento.

Compra de materia prima: El área Administrativa una vez seleccionado a su mejor proveedor para la compra del requerimiento, se comunicará con el encargado para realizar la compra respectiva.

Recepción de materia prima: Una vez realizado el pago dependiendo el acuerdo con el que se llegue con el proveedor se realizara la recepción de la materia prima requerida. Para la Recepción de materia prima dependiendo su variedad se determinarán fechas específicas con el fin de no saturar de tareas al área de almacén y que su trabajo sea de manera eficiente.

Evaluación de materia prima: Ello será responsabilidad del encargado del área de almacén que verificará la calidad del producto, que las condiciones sean las adecuadas para aceptación de la misma. Dependiendo del producto que sea debe de verificar sus factores de calidad como fecha de vencimiento, procedencia entre otras.

Devolución y nueva Solicitud (Decisión no): El encargado de almacén tendrá la potestad de decidir si la materia prima que entra será aceptada, de caso de que no sea aceptada de manera inmediata proseguirá con su devolución y solicitar nuevo requerimiento al proveedor.

Clasificación y almacenamiento de materia prima (Decisión sí): Si la materia prima es aceptada por el encargado cumpliendo con los factores establecido se proseguirá con la clasificación y almacenamiento de los alimentos, teniendo en cuenta la buenas prácticas de manipulación.

Registro en el kardex de la materia prima: Una vez ya almacenada adecuadamente se proseguirá con el registro de la materia prima, con el fin de llevar un control del uso de los insumos.

### **Normas de Higiene y limpieza**

Por otro lado, se ha determinado prácticas para el personal que tendrá contacto con los insumos para el servicio que se brindará, el motivo es garantizar la salubridad de producto, reduciendo el riesgo de posible contaminación.



Los colaboradores deberán seguir cierto reglamento establecido por el área administrativa para evitar malas acciones saludables. Los colaboradores deben estar correctamente uniformados, tal como se indica en la tabla 16.

Por otro lado, se ha determinado para el área de cocina la vestimenta para evitar la contaminación en nuestros productos finales (tabla 23).

**Tabla 23:** Accesorios de Colaborador productivo.

N°	Parte Personal	Prenda o Equipo
1	Cabeza	Cofia o Gorra
2	Cara	Mascarilla
3	Manos	Guantes quirúrgicos
4	Pies	Zapatos deslizables
5	Cuerpo	Mandil y servilleta

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

La limpieza en establecimientos donde se manipulan alimentos como en nuestro caso debemos tener la máxima precaución de limpieza en el área donde se laborarán los alimentos, es por ello que se ha determinado una cartilla de desinfección en que se demostrara la cantidad necesaria a utilizar. (Anexo N° 11)

### **Estándares de Calidad**

Para que los Productos sean de calidad deben cumplir las siguientes políticas:

Barra:

- Las Botellas de las bebidas deben contener la información necesaria para dar fiabilidad como fecha de vencimiento, procedencia, información nutricional.
- Los envases de las bebidas deben estar en buenas condiciones.
- Los productos deben estar en un ambiente adecuado, dependiendo del producto que sea.

Cocina

- Los alimentos que ingresaran para la producción de nuestros productos pasaran previa evaluación de control de calidad en donde se evaluaran los siguientes atributos de calidad de alimentos: Olor, Sabor, Color, Valor nutritivo.
- Se debe tener una buena distribución del almacén para evitar la contaminación cruzada.
- Se mantendrá limpia las áreas de manipulación diariamente.

- Mantener los distintos alimentos en las temperaturas adecuadas para su conservación.

### **3.2. Localización**

#### **Macro localización**

La macro localización del plan de negocio nos determinará la ubicación de la macro zona en el cual se desarrollará en el mercado. Por ello se determinará la ubicación y área donde se establecerá la idea de negocios.

Los factores que respaldan la macro localización son:

Población, Seguridad, Cercanía de proveedores y Actividad empresarial.

- Como se puede llegar observar en la tabla 7, en donde indica que el distrito de San Isidro pertenece a la zona 7 de lima metropolitana, con un elevado índice de NSE A y NSE B.
- San Isidro es el distrito con mayor densidad empresarial es por ello que es una ubicación adecuada para nuestra idea de negocio, ya que lo que se desea vender es el concepto de un Afer Office.
- San Isidro es un distrito con distintos puntos de acceso, cuenta con avenidas principales para cualquier punto de la ciudad, es por ello que se disminuirán tardanzas por parte de los proveedores.

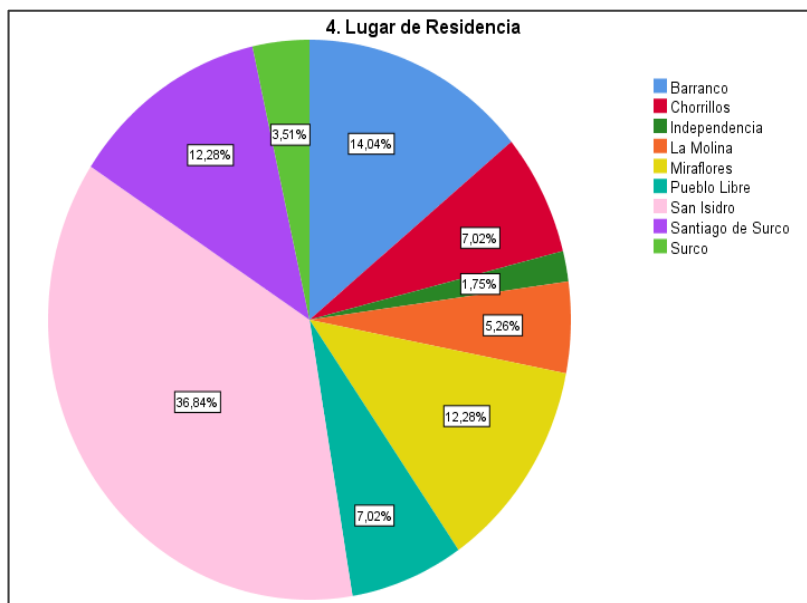
#### **Micro localización**

Para determinar la ubicación exacta de nuestro Resto Bar se analizarán factores como, zona comercial, disponibilidad de alquiler, distancia de calles principales, distancia a la municipalidad.

- Disponibilidad de alquiler: Para el inicio del proyecto se realizará el alquiler del terreno para poder ofrecer nuestro servicio al cliente.
- Distancia de calles principales: se puede observar en el mapa que nos encontramos a cuerdas de las avenidas principales como: Av. República de Panamá, Av. Arequipa y Av. Javier Prado.
- Distancia a municipalidad y comisaria: La distancia entre la comisaria y municipio de San Isidro no es mayor a 4 cuerdas es por ello que se considera zona segura
- Zona comercial: La zona se encuentra en el corazón de san isidro donde estamos rodeados de supermercados, tiendas, restaurantes entre otras.

Esta propuesta está en base a los 12 criterios del Ranking de Factores que nos permitirán determinar cuál será la mejor propuesta para realizar (anexo N° 12). Además, se escoge el distrito de San Isidro porque es un lugar céntrico, ya que se les pregunto a los encuestados el lugar de su residencia, así como el distrito en donde laboran. A fin de poder estimar la demanda poblacional que puede hacer uso de nuestro servicio.

**Gráfico 16:** Lugar de residencia de los encuestados

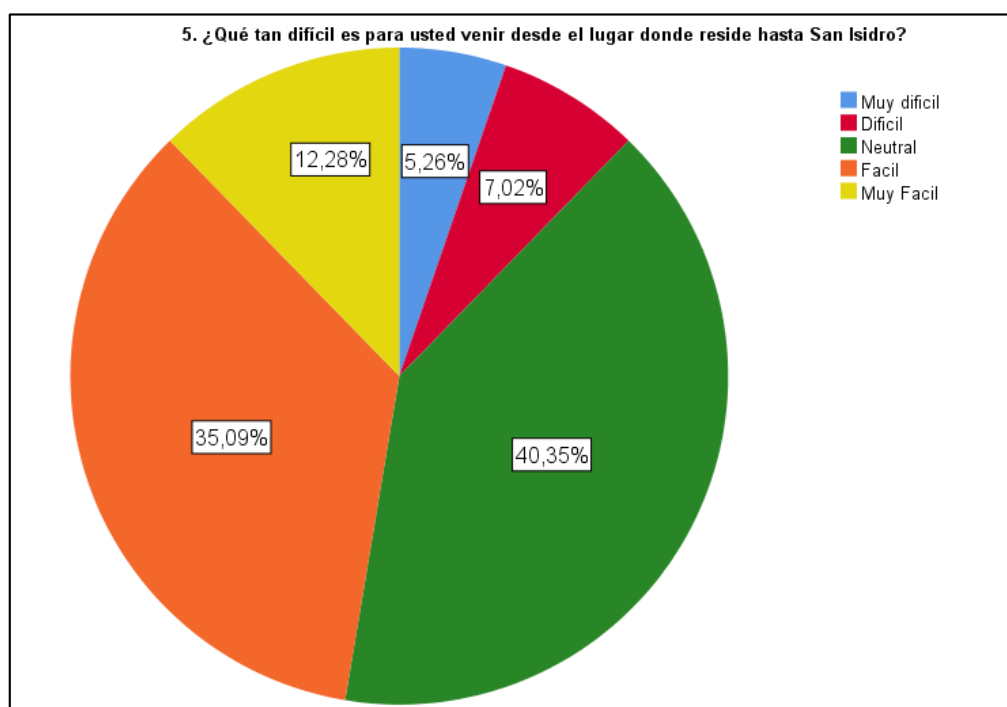


**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

En el gráfico anterior se puede observar que en San Isidro reside el 36,84% actualmente, seguido por Santiago de Surco y Miraflores en un 12.8%.

Asimismo, se le pregunto a los mismos encuestados cuán difícil sería para ellos llegar a San Isidro si en caso se apertura un nuevo negocio. Donde se pudo recolectar que en el grafico 17; que el 40% tiene una dificultad neutral para llegar, mientras que el 35,09% indico que sería fácil llegar, y solo el 5,26% se le hace muy difícil la llegada al distrito de San Isidro.

**Gráfico 17:** Dificultad para llegar al distrito de San Isidro



**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### 3.3. Tamaño

Para determinar el tamaño de la empresa se tiene que tomar en cuenta ciertos factores en el proyecto que brindan la información necesaria acerca de las facilidades y dificultades que se puedan presentar al momento de definir el tamaño de la empresa.

Aquellos factores del tamaño de la empresa son:

- Disponibilidad de Colaboradores: Se refiere a la Facilidad de Reclutamiento de personal y cubrir sus requerimientos necesarios.
- Disponibilidad de insumos: Como un Resto Bar After Office necesitamos de materia prima o insumos para la producción de los productos a ofrecer a nuestros clientes.
- Disponibilidad de Recurso Financieros: Hay que resaltar que toda idea de negocio se limita a la disponibilidad financiera.
- Mercado Consumo: consiste en conocer el mercado en donde se desarrollará el negocio

## Capacidad de colaboradores

Para el inicio de este nuevo plan de negocios se seleccionará trabajadores que han tenido experiencia en las distintas áreas que se requiere en el Resto Bar After Office. En el cual su horario laboral será de manera continua o partida. Al referirnos de manera continua queremos decir que laborara sus ocho horas de lo contrario el horario partido se caracteriza por trabajar medio horario en la mañana y medio horario en la noche.

**Tabla 24:** Propuesta de Horario laboral

N°	Colaborador	Tipo de Horario	Horario
1	Barman	Horario partido	11:00 am a 15:00 pm – 19:00 pm 23:00 pm
2	Mozo	Horario partido	11:00 am a 15:00 pm – 19:00 pm 23:00 pm
3	Cocina	Horario partido	11:00 am a 15:00 pm – 19:00 pm 23:00 pm
4	Caja	Horario partido	11:00 am a 15:00 pm – 19:00 pm 23:00 pm
5	Administración	Horario Corrido	09:00 am a 17:00 pm

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

Hay que resaltar que el horario es flexible ya que no todos los colaboradores de cada área mantendrán el mismo horario, mínimo uno o dos de cada área deberá hacer horario corrido ingresando en la tarde y culminando en el cierre del turno.

Se optó esta modalidad de horario ya que la concentración de comensales para el uso de nuestro servicio será en horario puntuales, como lo es en el caso del almuerzo y culminando la tarde.

Para el primer año se ha determinado tener el siguiente número de colaboradores, siendo ellos seleccionado por su trayectoria en el rubro respaldando un buen servicio para los clientes.

**Tabla 25:** Propuesta de Colaboradores inicial.

N°	Área	Cantidad de Colaboradores
1	Cocina	3
2	Barman	2
3	Mozos	3
4	Almacén	1
5	Caja	1
6	Recepción	1
7	Administrador	1
8	Contador	1
Total		13

**Fuente:** Autores del plan de negocio.

# **IV. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL**

#### 4.1. Organización de la empresa

Para la organización de nuestro plan de negocio, nuestras funciones no serán de jerarquía vertical si no horizontal, pues se busca que la empresa se vea como un todo. Para ello se ejecutará un modelo de estructura piramidal donde las funciones se definirán de manera horizontal.

En esta pirámide se estructurará las funciones de cada área, donde lo operativo, brindará informes a fin de obtener conocimiento (estrategias) para las áreas tácticas y de alta dirección. Nuestra empresa está dedicada al rubro de servicios, lo cual indica que se debe ofrecer una atención de calidad. En tal sentido, las funciones deben ser claras de tal manera que los colaboradores tengan un ambiente laboral adecuado.

**Gráfico 18:** Modelo de Estructura Jerárquica



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

#### • OPERATIVO:

- Datos de personal. (Asistencia)
- Datos de los clientes.
- Planillas del personal.
- Datos de insumos.
- Datos de pagos al personal.

- Datos de materiales.
- Datos de mobiliarios y equipos.
- **CONOCIMIENTO**
  - Base de datos
  - Tic
- **TACTICO**
  - Reporte de ventas mensuales.
  - Reporte de compras mensuales.
  - Reportes semanales de inocuidad alimentaria.
  - Reporte mensual de seguridad
- **ESTRATEGICO**
  - Plan estratégico.
  - Informe anual de ventas.
  - Informe anual de compras.
  - Informe anual de seguridad alimentaria.
  - Informe anual de seguridad.

La organización de nuestra empresa será como se plantea anteriormente, el sistema operativo será la base para la ejecución de estrategias a lo largo del planteamiento del servicio.

#### 4.2. Estudio legal

##### Tipo de Régimen

Antes de iniciar la ejecución de la empresa se evaluará el tipo de régimen, con el siguiente cuadro. Ver el anexo N°13

**Tabla 26:** Evaluación del tipo de Régimen

Persona natural	Persona jurídica
Ejerce derechos de una empresa a su nombre	La empresa asume todos los derechos u obligaciones
Formada por una sola persona	Constituida por una o más personas
No requiere demostrar un capital para emprender	Requiere de un capital para su constitución
Funciona como empresa individual o familiar	Puede funcionar como S.A., E.I.R.L. o sociedad colectiva.

**Fuente:** Autores del plan de negocio.



De lo anterior se entiende que crear una empresa como persona jurídica es recomendable porque, todas las deudas que pueda tener la industria en un futuro solo corresponden a la organización. En otras palabras, si la empresa no resulta como se espera y por el contrario solo genere deudas, estas solo se cobrarán sobre los bienes que tenga la misma, no se incluirán los bienes personales de nosotros, los dueños.

Al ser persona jurídica la industria se puede conformar por uno o más socios, y funcionar como sociedad anónima, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad colectiva, sociedad comanditaria o empresa individual de responsabilidad limitada (E.I.R.L), cualquier tipo de sociedad, en nuestro caso seremos Sociedad Anónima Cerrada.

### **Tipo de sociedad**

Para nuestro caso, se ha decidió adoptar la forma legal de Sociedad Anónima Cerrada “S.A.C”, ya que esta forma societaria es la que mejor se adecua a nuestro plan de negocio. Además, las SAC son consideradas como una estructura legal simple y dinámica para iniciarse en el ámbito empresarial.

### **Constitución de la empresa**

Identificación de la Razón social: Nuestra empresa se llamará “MA & JU S.A.C.”

- **Búsqueda de los índices:** Acercarse a la SUNARP y solicitar la búsqueda en el directorio nacional de personas jurídicas ya sea de manera presencial u online.
- **Solicitud de reserva del nombre:** Una vez hecho la búsqueda de índices, se solicita la inscripción del nombre de la empresa.

### **Elaboración de la Minuta:**

La minuta es el documento en donde se determinan los fines, objetivo, actividades y estatutos que la empresa desarrollara. La minuta, debe ser aprobada por un Notario Público, a fin de ser inscrita en los Registros públicos. Para que la empresa sea inscrita se realiza lo siguiente:

### Testimonio de Constitución Notarial (Escritura Pública):

Una vez firmada la Minuta el Notario la dirige a Escritura Pública, donde se expide a las partes Notariales los documentos que permiten la inscripción en los Registros Públicos.

- Minuta de constitución de la empresa
- Pago de derechos notariales

### Inscripción en los Registros Públicos:

Presentar la Escritura Pública ante Registro Públicos, para que lo registren y se pueda obtener la Inscripción como Persona Jurídica.

### Pagar en Registro Públicos:

- Derecho de Trámite
- Inscripción
- Nombramiento de Gerente

### La inscripción en el Registro Único de Contribuyentes:

Aquí se asigna el RUC, que es el número que lo identifica como contribuyente. Para obtenerlo hay que acercarse a las Oficinas de SUNAT, con el original y copia de la Escritura de Constitución de Sociedad Registrada en Registros Públicos; original y copia del D.N.I. del Representante Legal de la empresa.

Llenar Formularios:

- 2119 (Inscripción de la Empresa)
- 2054 (Identificación de Representante Legal)

### Autorización de Impresión de Comprobantes de Pago:

Una vez obtenido el RUC se solicita el Formulario 806 para autorización de Impresión de Boletas, Facturas:

- Régimen General ya que tenemos que emitir facturas debido a que nuestros clientes van a ser intermediarios y no clientes finales, como kioscos, tiendas y bodegas.

### **Adquisición de Registros Contables de acuerdo a su forma de constitución con efecto tributario RG:**

Contabilidad Completa.

Legalización de los Libros Contables: Estos deben ser legalizados por un Notario Público (Leg. N° 26002). Nuestra empresa contara con dos registros contables; registro de venta y de compras.

Registro en la REMYPE: Para Realizar el Registro Nacional de Micro o Pequeñas empresas se realizarán a través de la página Web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Una vez ingresada a la plataforma se llenarán datos de la empresa, registro de los trabajadores y registro de los socios.
- Una vez finalizado el registro, se subirá en PDF la Copia del libro de Actas, donde consta la elección del Presidente de la Junta y la Planilla de trabajadores

### **Licencia de Funcionamiento Municipal:**

Los pagos correspondientes se efectuarán en la Municipalidad de San Isidro, los principales requisitos son:

- Realizar el pago en trámite documentario de la municipalidad.
- Adjuntar copia de DNI del representante legal.
- Adjuntar solicitud de Licencia de Funcionamiento con carácter de declaración jurada que incluya el RUC jurídico de la empresa.
- Plazo de entrega documentaria 4 días hábiles.

### **Registro de Marca:**

Para el registro de marca se descargan los formularios en la página web de INDECOPI, se completan tres juegos.

- Para el caso de una empresa se adjunta el número del RUC.
- Se indican todos los datos de la empresa.
- Se adjunta el logo que se quiere patentar (tres copias de aproximadamente 5 cm de largo y 5 cm de ancho en blanco y negro o a colores si se desea proteger los colores).
- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite

### 4.3. Estudio organizacional, estructural y funcional

#### Estudio Organizacional

##### Descripción de la empresa:

“After Office” es un resto-bar tecnológico, su sistema se basa en la preparación de todo tipo de tragos acompañados con piqueos a base de ingredientes oriundos de nuestro país. Lo que se busca es que después de una jornada laboral ardua las personas puedan optar por nuestro negocio a fin de desestresarse y salir de la rutina. After Office, se caracteriza por contar con mesas tecnológicas, lo cual hace que la experiencia de servicio sea única. Estas mesas permiten al usuario interactuar entre sí con los demás, abrir plataformas de internet, jugar juegos de mesa etc.

##### Misión y Visión:

##### Gráfico 19: Propuesta de Misión y Visión



##### Misión:

Brindar una atención atractiva e interactiva al cliente. Ofreciendo una amplia variedad de tragos y piqueos.

##### Visión:

Ser líderes en el rubro local de resto bares, innovando constantemente nuestra tematica tecnologica.



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

### Valores de la Empresa

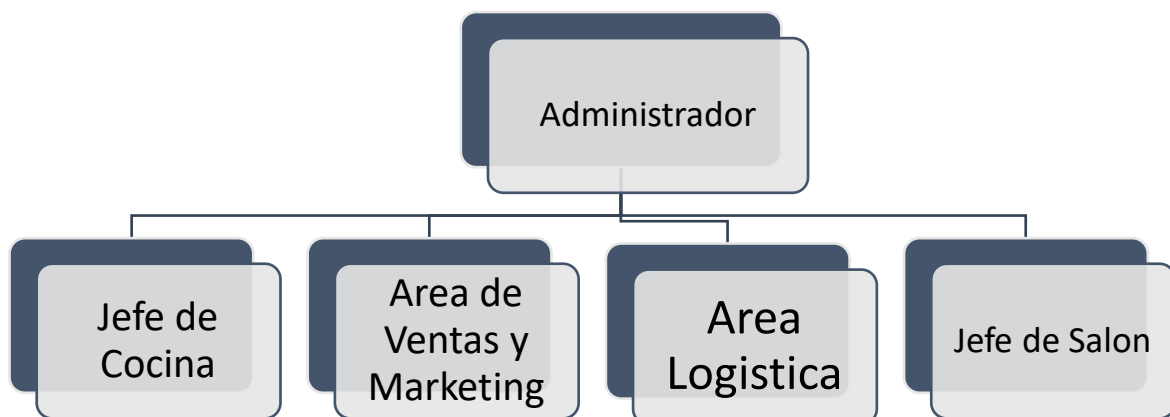
Los valores corporativos de la organización son los siguientes:

- **Respeto:** Este es el valor fundamental en la empresa, pues siempre se buscará el respeto hacia nuestros clientes y colaboradores.
- **Limpieza:** Al trabajar con alimentos y bebidas, se requiere el mayor cuidado, pues son insumos que se ofrecen a la clientela y siempre deben estar en buenas condiciones.
- **Honestidad:** Nuestro primer contacto es con el cliente, y lo que se busca como empresa es ser totalmente transparentes con nuestros precios brindándole así una atención amigable al usuario.
- **Dedicación:** Como empresa queremos crecer en el rubro, para ello buscaremos hacer todas las cosas con dedicación para obtener la prosperidad de nuestro negocio lo más antes posible.

### Estudio estructural:

En el estudio estructural definiremos las áreas con las que se contara en la organización

**Gráfico 20:** Propuesta de Organigrama



**Fuente:** Autores del plan de negocio.

## **V. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

## **5.1. Impacto de Análisis Ambiental**

### **Normas Generales**

- Ley del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental N°27446. La misma constituye aquellas normas con fin de evaluación de impacto ambiental suelo nacional.
- Decreto Legislativo N° 1078, siendo el mismo aquel que modifica la Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental.
- Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM, siendo el mismo que aprueba el Reglamento de la ley N°27446 del sistema Nacional de evaluación de Impacto Ambiental
- Ley marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental Ley N° 28245, cuya regula el funcionamiento del Sistema Nacional de Gestión Ambiental.
- Ley General de Residuos Sólidos N° 27314, la cual establece normas, derechos y responsabilidades de los residuos sólidos.
- Norma técnica Peruana NTP 833.026-1:2012. Extintores portátiles. Servicio de mantenimiento y recarga, la cual menciona los requisitos necesarios para el funcionamiento.
- Norma Técnica Peruana NTP 900.058:2019. Gestión de Residuos. Código de colores para el almacenamiento de residuos sólidos.
- Norma E.030 “Diseño Sismo resistente 2016” del Reglamento Nacional de Edificaciones. La cual nos brindara las normas técnicas de edificación.

### **Programa General de Trabajo**

El Plan de Negocio cuenta con etapas de instalación y modificación, operativas y administrativas la cuales comprenden actividades desde los inicios de ejecución del negocio. (Anexo N° 14)

### **Modificación e Instalación**

El modelo de negocio como antes ya mencionado comenzará con el alquiler de una local, en donde se realizarán actividades de modificación e instalación al interior (distintas áreas) y exterior (fachada).

- Implementación de Temática
- Acabados de Ambiente (decoración de interiores)

- Instalación de máquinas y Equipo
- Instalación de conexiones
- Pintado

## **Operación**

Adquisición de Insumos y bebidas:

El área de almacén es el encargado de realizar un control de calidad a los insumos que ingresan, posterior a ello una vez verificados serán almacenados para luego entregar a cada área su requerimiento solicitado pasando un segundo control de calidad por el encargado de cada área. Se requiere un buen manejo de alimentos, limpieza, orden, control de alimentos (fecha de vencimiento y fecha de elaboración)

Preparación de platos y cocteles

Los encargados de esta actividad son las áreas de cocina y barra en donde deben de hacer uso de las BPM (Buenas Practicas de Manipulación). Deben de mantener limpieza, orden, control de los insumos preparados (fecha de vencimiento y fecha de elaboración)

Limpieza de utensilios y equipos

Cada área durante la elaboración de su *mise and place* debe mantener limpia su área, buscando calidad en el servicio, así mismo al final del turno cada área debe quedar en condiciones saludables. Las distintas áreas realizaran tareas necesarias como:

- Los utensilios deben ser lavados al final del turno con agua y lejía al porcentaje adecuado.
- Las superficies de cada equipo o maquinaria deben ser desinfectada al igual que los utensilios
- Se realizarán lavado de piso al terminar cada turno

Generación, manejo y disposición de residuos

Según la Ley General de Residuos Sólidos N° 27314, establece derecho, obligaciones, atribuciones y responsabilidades para el ciudadano para



salvaguardar el control y manejo de residuos sólidos, sanitarios y ambientales. Es por ello que se mencionara a continuación una lista de residuos que manejaremos siendo una organización al rubro de Resto-Bar. Así mismo la Norma Técnica Peruana 900.058:2019. Gestión de Residuos. Código de colores para el almacenamiento de residuos sólidos. La misma nos indica los residuos, su modo de almacenamiento siendo ellos divididos en residuos sólidos reaprovechables y residuos sólidos no reaprovechables. A continuación, se detallará los residuos con los que nuestro local contará.

## **Residuos Solidos**

### **Residuos reaprovechables**

#### Residuos no Peligrosos

- Metales: Latas de conservas, Tapas de botellas, clavos y cualquier clase de metal.
- Vidrio: botellas de gaseosas o cervezas, licores, vinos, envases de alimentos, cristalería
- Papel y Cartón: Papel, plegadiza, archivos, periódicos, Cartón de los insumos,
- Plástico: Botella de yogurt, aceite y envase de alimentos. Empaque de alimento. Recipiente de Tecnopor.
- Residuos orgánicos: cualquier residuo de los comensales, así como aquellos residuos que genera el área de cocina y barra.

#### Residuos Peligrosos

- Peligrosos: Cartuchos de tinta, botella de residuos químicos usados para la limpieza.

### **Residuos no reaprovechables**

#### Residuos no Peligrosos

- Se considera todo lo que no se puede reutilizar como trapos industriales, wetex, uniformes viejos, mandiles, cenizas entre otros.

#### Residuos Peligrosos

- Se les considera a los Insecticidas, spray, ambientadores, entre otros.

Por otro lado, una vez clara la clasificación de los residuos con los que trabajaremos en el Resto-Bar, se proseguirá con el adecuado almacenamiento basándonos en la norma ya mencionada. Para ello se hará uso de tachos que se distinguirán por colores según el **contenido** que debe de tener. Los colores usados son:

**Tabla 27: Leyenda de Tachos**

Color					
Concepto de clasificación	Plástico y metales	Papel y cartón	Vidrio	Orgánicos	Residuos peligrosos

**Fuente: Autores del Plan de Negocio**

### **Aguas Residuales**

Las aguas residuales que generará el Resto-Bar será producto de la limpieza diaria que realiza cada área a través de limpieza de pisos, maquinaria y equipo, lavado de vajillas y cristalería, servicios higiénicos. No obstante, el residuo de todo lo mencionado será directamente enviado al desagüe de la ciudad.

### **Atmósfera**

El Resto-Bar generara emisiones a la atmosfera, producto de la elaboración de nuestros piqueos a ofrecer, por ello contamos con un extractor que purificara el humo generado con muestras cocinas siendo ello favorable para el ecosistema. Así mismo generara contaminación a través del humo que generara los vehículos de nuestros clientes.

## **5.2. Descripción del medio ambiente**

### **Medio Ambiente Físico**

#### **Aspectos climáticos**

En San Isidro al igual que en los distritos aledaños, los veranos son bochornosos, nublados y caliente por otro lado los inviernos son largos, secos, ventosos y en su mayoría de tiempo despejados. Durante el año, la temperatura generalmente cambia de 15 °C a 27 °C y rara vez baja a menos de 14 °C o sube a más de 29 °C.

#### **Suelos**

[...] San Isidro se encuentra asentado en el cono de deyección del río Rímac, estando el terreno conformado predominantemente por un estrato potente de grava fluvio-aluvial, conocida como conglomerado. El estrato superficial está constituido por un material de relleno hasta una profundidad que varía entre 0.40 y 0.70 metros, en estado medianamente compacto, consistente en arena fina a gruesa, limosa y con presencia de raíces en gran porcentaje y gravas. Eventualmente aparece un estrato desde la profundidad anterior hasta 1.40 metros de arcilla limosa, con cierto contenido de arena fina, de consistencia dura y poco húmeda. En áreas muy localizadas y de poca extensión se encuentra un relleno de material de desmonte, cuyo espesor máximo alcanza los 3.0 m. Subyaciendo a estos estratos se encuentra el conglomerado consistente en una grava de forma redondeada a subredondeada, pobremente gradada, medianamente compacta, húmeda, de matriz arenosa, con presencia de boleas de 6" a 10" pulgadas y cantos rodados de 12" a 20". Según los registros de pozos de agua, en esta zona este material tiene una potencia mayor a los 190 m de profundidad alcanzados en dichas perforaciones. (Estudio de Vulnerabilidad y riesgo sísmico en lima callao, p.12).

## **Medio Ambiente Biológico**

### **Flora**

El Resto-Bar contará con masetas dentro y fuera del local, la temática será tecnológica pero no se omitirá el acompañamiento de la flora. Por otro lado, se ha localizado proveedores que cuentan con sus propios huertos para la compra de nuestros insumos.

### **Fauna**

San Isidro por lo mismo que es un distrito con mucha actividad empresarial, la mayor parte de su fauna se encuentra dispersas por distintos parques del distrito, pero su mayor concentración se encuentra en el Bosque "EL OLIVAR" que se encuentra a unas 15 cuadras de nuestra localización. Al menos unas 25 especies de animales realizan su ciclo de vida en este lugar, entre ellos: aves (Tortola Peruana y Medolica, Periquito esmeralda, Tirana Tropical, entre otros), reptiles (tortugas), mamíferos (ardillas) y peces (Carpa).

## **Medio Ambiente Socio Económico**

### **Social**

- Generar oportunidad de empleo en el sector al cual nos dedicamos.

- Mejorar a nuestros colaboradores y nuestros socios la calidad de vida.
- Generar constante comercio en el sector en donde se ubicará nuestro negocio

### **Económico**

Ser parte del fortalecimiento económico a los productores del país, a través de las compras a distribuidores nacionales y a la vez buscar los proveedores más directos sin intermediarios.

### **Impactos Potenciales**




Para este estudio se tiene considerado los siguientes medios ambientales: medio físico, medio biológico y medio socioeconómico.

La matriz que utilizaremos es la Matriz Leopold, al usar esta matriz de interacción proyecto – ambiente, la cual se enfoca en el número elevado de acciones de la obra, con respecto a los diferentes componentes ambientales donde se encuentra el proyecto. El fin de esta matriz es identificar y evaluar adecuadamente las interacciones del proyecto y poder determinar los impactos ambientales más significativos.

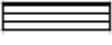

Para poder realizar la matriz considerar lo siguiente:

Carácter de impacto: La cual analiza la acción del proyecto con relación al medio ambiente, esto es, si el impacto es BENEFICIOSO (+) y ADVERSO (-)

Duración del Proyecto: Se le considera a la permanencia del efecto de nuestras acciones, teniendo los siguientes parámetros:

- ✓ Temporal: el efecto del impacto dura el mismo tiempo que la actividad. 
- ✓ Prolongado: el efecto del impacto dura más tiempo que la actividad que lo genera, de uno hasta cinco años. 
- ✓ Permanente: el efecto del impacto permanece mayor a los 5 años afectando 

Reversibilidad del impacto: Se evaluará si al acabar la actividad, que género el impacto, el efecto no permanece o si el ambiente afectado vuelve a sus condiciones naturales.

- ✓ Reversible a corto plazo: Se restablecen en un periodo menor de 1 año. 
- ✓ Reversible a largo plazo: Se restablece en un periodo mayor de 1 año. 

- ✓ Irreversible: No se recupera con el tiempo. 

Magnitud del efecto: Se refiere al área que puede ser afectado por el impacto de las actividades:

- ✓ Local: Si el efecto se presente a más de 200 m del punto de donde se genera la acción. Siendo ello representado por (I).
- ✓ Regional: Si el efecto que se presenta a más de 1 km de donde se origina la acción. Siendo ello representado por (R).

Importancia del factor afectado: Determinada por las condiciones actuales del factor ambiental afectado (valor económico, abundancia, calidad) así como la magnitud de las obras del proyecto y la consideración de los criterios de evaluación. Se establecieron los siguientes valores.

- ✓ Poco significativo (1)
- ✓ Significativo (2)
- ✓ Muy significativo (3)

**Tabla 28:** Matriz de Identificación de Impactos Potenciales

ELEMENTO DEL MEDIO (IMPACTOS POTENCIALES)			ACTIVIDADES DE LAS ETAPAS							
MEDIO	FACTORES AMBIENTALES	ATRIBUTOS	REMODELACION				OPERACIONES			
			ACONDICIONAMIENTO DE AREA VERDE	SEPARACION DE AREAS	PINTADO DEL LOCAL	DECORACION DE INTERIORES	INSTALACIÓN EN GENERAL	GENERACION DE AGUA RESIDUAL	GENERACION DE RESIDUOS SOLIDOS	MANTENIMIENTO
FISICO	Aire	Gases						-2 L	-2 L	
		Olores desagradables			-1 L			-2 L	-2 L	-1 L
		Calidad de aire	2 L			1 L		-1 L	-1 L	-1 L
	Suelo	Erocción							-1 L	-1 L
		Característica fisicoquímica								-1 L
		Uso actual	1 L							
	Agua	Demanda	3 L							
		Calidad de demanda						-3 L	-1 L	-1 L
BIOLOGICO	Flora	Cobertura vegetal	3 L				3 L			1 L
		Bajo estatus de conservación					-2 L			
	Fauna	Diversidad								1 L
		Plagas nosivas					-1 L		-1 L	1 L
SOCIOECONOMICO	Social	Salud					1 L	-2 L	-2 L	
		Seguridad					2 L			
		Aceptacion					2 L			
		Bienestar social					2 L			
		Visitas continuas					2 L			
		Paisajes				2 L	2 L			
	Económico	Empleo		3 L	1 L			2 L		1 L
		Servicio						3 L		
		Comercio						2 L		
		Permiso y recaudación fiscal							1 L	
Evaluación	Total (+)		9	3	1	3	21		1	4
	Total (-)				1		3	10	10	5

**Fuente:** Autores del plan de Negocio.

En la matriz anterior se observará los impactos beneficiosos como los adversos generados durante la realización del proyecto en donde se destaca que hemos generado 71 impactos durante la operación y actividades del proyecto de 176 celdas.

**Tabla 29:** Impacto Ambiental en el Resto-bar

<b>Calculo correspondiente a la matriz leopold</b>		
Operación del resto-bar		
Impacto Beneficioso	42	59.15%
Impacto Adversario	29	40.85%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores del plan de Negocio.

## **VI. ESTUDIO DEL ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS**



## 6.1. Ingresos del proyecto

### Ingresos del proyecto:

Los ingresos del para el Resto-bar “After Office” se obtienen a través de las ventas de piqueos y bebidas, tal como se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 30:** Ingreso en soles

Estimación de Ingresos						
Ventas	Base de calculo mensual	2021	2022	2023	2024	2025
Tickets atendidos (mensual)	2791	33493	33593	34937	37033	39996
consumo promedio por ticket (s/.)	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00
Total de ventas (mensual)	S/. 83,731.62	S/. 1,004,931.71	S/. 1,007,946.51	S/. 1,048,264.37	S/. 1,111,160.23	S/. 1,200,053.05
Total de ingresos sin IGV anual (S/.)	S/. 68,659.93	S/. 824,044.00	S/. 826,516.14	S/. 859,576.78	S/. 911,151.39	S/. 984,043.50
IGV 18% (S/.)	S/. 15,071.69	S/. 180,887.71	S/. 181,430.37	S/. 188,687.59	S/. 200,008.84	S/. 216,009.55
<b>Total de ingresos anuales (s/.)</b>	<b>S/. 83,731.62</b>	<b>S/. 1,004,931.71</b>	<b>S/. 1,007,946.51</b>	<b>S/. 1,048,264.37</b>	<b>S/. 1,111,160.23</b>	<b>S/. 1,200,053.05</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

## 6.2. Costos

### Costos de producción

#### Mano de obra de directa

En la mano de obra directa se considera la participación de los Chef, Ayudantes de Cocina y de los Bartender, los cuales son detallados en el siguiente gráfico:

**Tabla 31:** Costos de Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA									
N°	Área	Colaboradores	N° de Trabajadores	N° de horas al día	Sueldo por hora	Sueldo diario	Mano de obra Unitario	Costo de mano de obra mensual	Costo de mano de obra anual
1	Cocina	Chef	2	8	S/. 10.58	S/. 84.62	S/. 1,100.00	S/. 2,200.00	S/. 26,400.00
		Ayudante de cocina	1	8	S/. 4.81	S/. 38.46	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00
2	Barra	Barman	2	8	S/. 9.62	S/. 76.92	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00	S/. 24,000.00
<b>Total</b>			<b>5</b>		<b>S/. 25.00</b>	<b>S/. 200.00</b>	<b>S/. 3,100.00</b>	<b>S/. 5,200.00</b>	<b>S/. 62,400.00</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Materia Prima Directa:

Para determinar el costo de materia prima directa se está considerando un costo promedio en base a todos los platos y bebidas que se preparan.

**Tabla 32: Materia Prima Directa**

Cocina	
Producto	MPD
Papas after Cheese	S/. 7.75
Papitas con relleno de pollo y carne	S/. 5.14
Anticucho de Corazon	S/. 10.03
Fusión Tequeños	S/. 12.00
Yuquitas con salsa de rocoto	S/. 8.24
Empanada	S/. 12.76
Alitas a la BBQ	S/. 9.68
Torre de Piqueo Marino	S/. 15.05
Torre de Piqueo Criollo	S/. 14.19
Ensalada Tradicional	S/. 2.49
Ensalada Salomonica	S/. 17.27
Barra	
Producto	MPD
Pisco Sours	S/. 6.30
Mojito	S/. 8.80
Chilcano	S/. 8.20
Margarita	S/. 8.90
<b>PROMEDIO TOTAL DE MPD</b>	<b>S/. 9.79</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Materia Prima de Adquisición

Aquí se considera las cervezas, vinos etc. Estos productos son adquiridos a través de un proveedor, pero intervienen en la primera línea de producción:

**Tabla 33: Materia Prima de Adquisición**

Barra	
Producto	Costo de Adquisición
Cerveza pilsen	S/. 4.00
Cerveza cristal	S/. 4.00
Cerveza cuzqueña	S/. 4.50
Cerveza corona	S/. 4.50
Cerveza cumbre	S/. 5.50
Cerveza barbaría	S/. 6.50
Cerveza candelaría	S/. 6.50
<b>Total</b>	<b>S/. 35.50</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Costos de Mano de Obra Indirecta

Para la determinación de los costos de Mano de Obra Indirecta se considera a los mozos.

**Tabla 34:** Costos de Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA									
N°	Área	Colaboradores	N° de Trabajadores	N° de horas al día	Sueldo por hora	Sueldo diario	Mano de obra Unitario	Costo de mano de obra mensual	Costo de mano de obra anual
3	Salón	Mozos	3	8	S/. 14.42	S/. 115.38	S/. 1,000.00	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00
4	Almacén	Colaborador	1	8	S/. 4.81	S/. 38.46	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00	S/. 12,000.00
<b>Total</b>			<b>4</b>	<b>16</b>	<b>S/. 19.23</b>	<b>S/. 153.85</b>	<b>S/. 2,000.00</b>	<b>S/. 4,000.00</b>	<b>S/. 48,000.00</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Materia Prima Indirecta

Para la materia prima indirecta del Resto-bar, también se sacó un costo promedio de las bebidas a ofrecer.

**Tabla 35:** Materia Prima Indirecta

Cocina	
Producto	MPI
Papas after Cheesse	S/. 2.45
Papitas con relleno de pollo y carne	S/. 2.45
Anticucho de Corazon	S/. 2.45
Fusión Tequeños	S/. 2.45
Yuquitas con salsa de rocoto	S/. 2.45
Empanada	S/. 2.45
Alitas a la BBQ	S/. 2.45
Torre de Piqueo Marino	S/. 2.45
Torre de Piqueo Criollo	S/. 2.45
Ensalada Tradicional	S/. 2.45
Ensalada Salomonica	S/. 2.45
Barra	
Producto	MPI
Pisco Sours	S/. 1.10
Mojito	S/. 1.10
Chilcano	S/. 1.10
Margarita	S/. 1.10
<b>PROMEDIO TOTAL DE MPI</b>	<b>S/. 2.09</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Costos Indirectos de Producción

Para los costos de indirectos de producción se están tomando en cuenta otros gastos que intervienen en la elaboración de los piqueos y bebidas. Ver Anexo N° 15.

**Tabla 36:** Costos Indirectos de Producción

Costos Indirectos de Producción			
Concepto	Mensual	Anual	IGV
Alquiler de local	S/. 2,500.00	S/. 30,000.00	S/. 5,400.00
Essalud	S/. 468.00	S/. 5,616.00	S/. 1,010.88
Consumo de Energia	S/. 1,452.68	S/. 17,432.10	S/. 3,137.78
Consumo de Agua	S/. 1,283.48	S/. 15,401.76	S/. 2,772.32
Otros	S/. 3,000.00	S/. 36,000.00	S/. 6,480.00
<b>Total</b>	<b>S/. 8,704.16</b>	<b>S/. 104,449.86</b>	<b>S/. 18,800.97</b>

Fuente: Autores del Plan de Negocio

### Depreciación Anual de Activos

**Tabla 37:** Depreciación Anual de Activos

Depreciación de Activos						
Descripción	Costo total	2021	2022	2023	2024	2025
Equipo	S/. 122,750.00	S/. 92,062.50	S/. 69,046.88	S/. 51,785.16	S/. 38,838.87	S/. 29,129.15
Sub total de maquinaria	S/. 23,794.00	S/. 21,414.60	S/. 19,273.14	S/. 17,345.83	S/. 15,611.24	S/. 14,050.12
Sub total de muebles y enseres	S/. 79,602.00	S/. 71,641.80	S/. 64,477.62	S/. 58,029.86	S/. 52,226.87	S/. 47,004.18
<b>Total</b>	<b>S/. 226,146.00</b>	<b>S/. 185,118.90</b>	<b>S/. 152,797.64</b>	<b>S/. 127,160.84</b>	<b>S/. 106,676.98</b>	<b>S/. 90,183.45</b>

Fuente: Autores del Plan de Negocio

### Amortización Anual de Activos

**Tabla 38:** Amortización Anual de Activos

Amortización de Activos						
Descripción	Costo total	2021	2022	2023	2024	2025
Posicionamiento de Marca	S/. 17,340.00	S/. 15,606.00	S/. 14,045.40	S/. 12,640.86	S/. 11,376.77	S/. 10,239.10
<b>Total</b>	<b>S/. 17,340.00</b>	<b>S/. 15,606.00</b>	<b>S/. 14,045.40</b>	<b>S/. 12,640.86</b>	<b>S/. 11,376.77</b>	<b>S/. 10,239.10</b>

Fuente: Autores del Plan de Negocio

### Costos Totales de Producción

**Tabla 39:** Costos Totales de Producción

Costo total de Producción Anual				
Componente	Costo Fijo	Costo Variable U	Costo variable tot	Costo total
Mano de Obra Directa	S/. 62,400.00			S/. 62,400.00
Materia Prima Directa		S/. 7.86	S/. 263,204.38	S/. 263,204.38
Mano de Obra Indirecta	S/. 48,000.00			S/. 48,000.00
Materia Prima Indirecta		S/. 2.09	S/. 69,999.64	S/. 69,999.64
Costos Indirectos de Fabricación	S/. 104,449.86			S/. 104,449.86
Depreciación de activos	S/. 226,146.00			S/. 226,146.00
Amortización	S/. 17,340.00			S/. 17,340.00
<b>Total</b>				S/. 791,539.87
<b>Total Unitario</b>		S/.		9.95

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se consideran los pagos al personal, materiales diversos de administración y todos los gastos que intervengan. Cabe precisar, que los servicios eléctricos del área incrementan en un 1% anualmente. Ver anexo N°16

**Tabla 40:** Presupuesto de Gastos Administrativos

Gastos Administrativos						
Concepto	Mensual	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración de Personal (S/)	S/. 2,900.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00
Pago de Servicio (S/)	S/. 398.90	S/. 4,786.78	S/. 5,265.46	S/. 5,744.14	S/. 6,222.81	S/. 6,701.49
Materiales diversos (S/)	S/. 2.38	S/. 28.50	S/. 342.00	S/. 342.00	S/. 342.00	S/. 342.00
Alquiler de local (S/)	S/. 900.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00
Aporte 9% (S/)	S/. 261.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00
<b>Total</b>	S/. 4,462.27	S/. 53,547.28	S/. 54,339.46	S/. 54,818.14	S/. 55,296.81	S/. 55,775.49

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### Gastos de Venta

En los gastos de venta, se están considerando pagos de personal, materiales que intervengan en el mismo incrementando en un 1% anual en servicios de electricidad. Ver anexo N° 17

**Tabla 41: Gastos de Venta**

Gastos de Venta						
Concepto	Mensual	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración de Personal (S/)	S/. 2,100.00	S/. 25,200.00	S/. 25,200.00	S/. 25,200.00	S/. 25,200.00	S/. 25,200.00
Publicidad (S/)	S/. 120.42	S/. 1,445.00	S/. 1,445.00	S/. 1,445.00	S/. 1,445.00	S/. 1,445.00
Pago de Servicio (S/)	S/. 666.24	S/. 7,994.84	S/. 8,794.32	S/. 9,593.81	S/. 10,393.29	S/. 11,192.78
Materiales diversos (S/)	S/. 61.00	S/. 732.00	S/. 732.00	S/. 732.00	S/. 732.00	S/. 732.00
Alquiler de local (S/)	S/. 2,600.00	S/. 31,200.00	S/. 31,200.00	S/. 31,200.00	S/. 31,200.00	S/. 31,200.00
Aporte 9% (S/)	S/. 189.00	S/. 2,268.00	S/. 2,268.00	S/. 2,268.00	S/. 2,268.00	S/. 2,268.00
<b>Total</b>	S/. 5,736.65	S/. 68,839.84	S/. 69,639.32	S/. 70,438.81	S/. 71,238.29	S/. 72,037.78

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

Ente punto también se consideran los resúmenes de los gastos de suministros y diversos incluidos en las distintas áreas de la empresa, los detalles se pueden encontrar en el Anexo N° 15, 16 y 17.

**Tabla 42: Pagos de Servicios Global**

Resumen de Pagos de Servicio				
Suministro	Consumo de energía (S/)	Consumo de Agua (S/)	Telefono e Internet (S/)	Total Anual
Produccion (S/)	S/. 17,432.10	S/. 15,401.76	S/. 169.56	S/. 33,003.42
Administración (S/)	S/. 2,153.34	S/. 1,957.68	S/. 675.76	S/. 4,786.78
Ventas (S/)	S/. 3,218.04	S/. 2,610.24	S/. 2,166.56	S/. 7,994.84
<b>Total</b>	<b>S/. 22,803.48</b>	<b>S/. 19,969.68</b>	<b>S/. 3,011.88</b>	<b>S/. 45,785.04</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

**Tabla 43: Resumen de Materiales Diversos**

Resumen de materiales diversos		
Descripción	Costo total mensual	Costo total anual
Administrativos	S/. 28.50	S/. 28.50
Ventas	S/. 61.00	S/. 732.00
<b>Total</b>	<b>S/. 89.50</b>	<b>S/. 760.50</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### 6.3. Inversiones

#### Inversiones Tangibles

Las inversiones tangibles son todos los activos que se requieren para la iniciación del resto-bar "After Office". En la siguiente tabla se consideran aspectos de terrenos, maquinaria y equipo, los muebles y enseres a utilizar y los uniformes que

se necesitan para el personal. Para ver los detalles de cada concepto se recomienda visualizar el anexo N° 18.

**Tabla 44:** Inversiones Tangibles

<b>Resumen de Inversión en Activos Tangibles</b>						
<b>Concepto</b>	<b>Inversión sin IGV</b>		<b>IGV</b>	<b>Inversión Total</b>		
Terrenos y obras civiles	S/.	11,615.30	S/.	2,549.70	S/.	14,165.00
Maquinaria y equipo	S/.	120,166.08	S/.	26,377.92	S/.	146,544.00
Muebles y enseres	S/.	65,273.64	S/.	14,328.36	S/.	79,602.00
Uniformes	S/.	512.50	S/.	112.50	S/.	625.00
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>197,567.52</b>	<b>S/.</b>	<b>43,368.48</b>	<b>S/.</b>	<b>240,936.00</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### **Inversiones de Activos Intangibles**

Los activos intangibles son recursos que no pueden materializarse, pero cumplen una función beneficiosa en el desarrollo y ejecución del plan de negocio. En la siguiente tabla se detallan los conceptos que intervienen de forma general en este punto, para visualizar mejor los detalles que comprende este punto **ver anexo N° 19**.

**Tabla 45:** Resumen de Activos Intangibles

<b>Resumen de Inversión en Activos Intangibles</b>						
<b>Concepto</b>	<b>Inversión sin IGV</b>		<b>IGV</b>	<b>Inversión total</b>		
Gastos preliminares	S/.	1,717.89	S/.	377.10	S/.	2,094.99
Gastos preliminares de posicionamiento de marca	S/.	1,184.90	S/.	260.10	S/.	1,445.00
<b>Total</b>	<b>S/.</b>	<b>2,902.79</b>	<b>S/.</b>	<b>637.20</b>	<b>S/.</b>	<b>3,539.99</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

## Capital de Trabajo

El capital de trabajo del presente plan de negocio se presenta en tres escenarios, pesimista (-8%) optimista (10%) y realista.

**Tabla 46:** Resumen de capital de trabajo escenario optimista (PV S/. 33.01)

Capital de Trabajo	2021											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por ventas de bebidas (S/.)		S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74	S/. 92,118.74
Costos de producción (S/.)	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16
Gastos de ventas (S/.)	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65
Gastos administrativos (S/.)	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27
<b>Déficit (S/.)</b>	<b>S/. 18,903.08</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>	<b>S/. 73,215.66</b>
<b>Déficit acumulado (S/.)</b>	<b>S/. 18,903.08</b>	<b>S/. 92,118.74</b>	<b>S/. 165,334.40</b>	<b>S/. 238,550.06</b>	<b>S/. 311,765.72</b>	<b>S/. 384,981.37</b>	<b>S/. 458,197.03</b>	<b>S/. 531,412.69</b>	<b>S/. 604,628.35</b>	<b>S/. 677,844.01</b>	<b>S/. 751,059.67</b>	<b>S/. 824,275.33</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

**Tabla 47:** Resumen de capital de trabajo escenario realista (PV S/. 30.00)

Capital de Trabajo	2021											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por ventas de bebidas (S/.)		S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62	S/. 83,731.62
Costos de producción (S/.)	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16
Gastos de ventas (S/.)	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65
Gastos administrativos (S/.)	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27
<b>Déficit (S/.)</b>	<b>S/. 18,903.08</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>	<b>S/. 64,828.54</b>
<b>Déficit acumulado (S/.)</b>	<b>S/. 18,903.08</b>	<b>S/. 83,731.62</b>	<b>S/. 148,560.16</b>	<b>S/. 213,388.70</b>	<b>S/. 278,217.25</b>	<b>S/. 343,045.79</b>	<b>S/. 407,874.33</b>	<b>S/. 472,702.87</b>	<b>S/. 537,531.41</b>	<b>S/. 602,359.95</b>	<b>S/. 667,188.49</b>	<b>S/. 732,017.03</b>

**Tabla 48:** Resumen de capital de trabajo escenario pesimista (PV S/. 26.07)

Capital de Trabajo	2021											
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingreso por ventas de bebidas (S/.)		S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70	S/. 72,765.70
Costos de producción (S/.)	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16	S/. 8,704.16
Gastos de ventas (S/.)	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65	S/. 5,736.65
Gastos administrativos (S/.)	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27	S/. 4,462.27
<b>Déficit (S/.)</b>	<b>S/. 18,903.08</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>	<b>S/. 53,862.62</b>
<b>Déficit acumulado (S/.)</b>	<b>S/. 18,903.08</b>	<b>S/. 72,765.70</b>	<b>S/. 126,628.33</b>	<b>S/. 180,490.95</b>	<b>S/. 234,353.57</b>	<b>S/. 288,216.19</b>	<b>S/. 342,078.82</b>	<b>S/. 395,941.44</b>	<b>S/. 449,804.06</b>	<b>S/. 503,666.68</b>	<b>S/. 557,529.31</b>	<b>S/. 611,391.93</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio



## Inversión Total

En la siguiente tabla se detalla toda la inversión preliminar que se requiere para la iniciación del negocio.

**Tabla 49:** Total de inversión

Total de Inversión	
Concepto	Inversión (S./)
Total de activos tangibles	S/. 240,936.00
Total de activos intangibles	S/. 3,539.99
Total de Capital Trabajo	S/. 18,903.08
<b>Total</b>	<b>S/. 263,379.07</b>

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

### 6.4. Financiamiento

Para poder comenzar con el inicio se necesitará un total de **S/. 263,913.07**, lo cual será proveniente de inversión de los socios, así como el préstamo de una entidad financiera.

**Tabla 50:** Total financiamiento

Total de Financiamiento		
Capital	Monto (S/)	%
Propio	99,466.00	38
Préstamo de entidad financiera	163,913.07	62
Total	263,379.07	100

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

Para el financiamiento del plan de negocio del Resto Bar se contará con un aporte de los propios socios por un monto de **S/99,466.00** y de una entidad financiera por el monto de **S/. 163,913.07**.

Para ello se ha tenido que realizar un estudio para poder seleccionar a la entidad financiera con mejores beneficios para la organización considerando el TEA Y TCEA, siendo ello detallado en la siguiente tabla.

**Tabla 51:** Simulación de préstamos de entidades financieras

Simulación de préstamos a entidades financieras						
Producto	valor Cuota	Tasa de Interés		Pago Total (Aprox)	Costos y Seguros	
		TEA	TCEA		Cargos x mes	Desgravam en
Prestamo Libre disponibilidad BBVA	3,944.99	10.75%	11.59%	236,855.50	S/ 10.50	0.051%
Prestamo Libre disponibilidad Caja Prymera	4,045.25	11.90%	11.50%	243,845.46	S/ 15.00	0.060%
Prestamo Libre disponibilidad con clubsueldo SCOTIABANK	4,116.53	12.50%	13.96%	247,096.50	S/ 35.00	0.075%
Prestamo Libre disponibilidad SCOTIABANK	4,200.04	13.50%	14.71%	252,108.50	S/ 14.00	0.075%
Credito Personal Directo CAJA MUNICIPAL ICA	5,233.55	26.50%	26.80%	314,013.00	S/ -	0.020%

**Fuente:** Autores del Plan de Negocio

El anterior grafico permitió evaluar a cada una de las entidades financieras que cumplen con las características para realizar el préstamo requerido. Sin embargo, se selecciona al banco BBVA - Continental para que nos pueda realizar los préstamos bajo sus condiciones y tasas establecidas, pues es el más favorable.

Los detalles del préstamo podrán ser observados en la siguiente tabla.

**Tabla 52:** Simulación de préstamo al BBVA

Simulación de Préstamo de Entidades Financieras			
BBVA Entidad Financiera			
Hipotecar Maquinaria y Equipo	163,913.07	TEA %	10.75
Cuota mensual por 5 años		3,944.99	
Pago Total		236,855.50	
Ganancia de BBVA		72,942.43	

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

Dicho presupuesto será cancelado por la organización de los ingresos mensuales que genere, pagando mensual aproximadamente en S/. 3,944.99 durante 60 meses para poder finalizar con la responsabilidad. Dicho préstamo tendrá un retorno para la entidad de S/. 236,855.50

## 6.5. Estado de Ganancias y pérdidas

En el siguiente cuadro se detallan las ganancias y pérdidas durante los cinco años que durara el periodo del plan de negocio.

**Tabla 53:** Estado de ganancias y pérdidas

Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1,004,931.71	1,007,946.51	1,048,264.37	1,111,160.23	1,200,053.05
Costo de ventas	791,539.87	809,423.48	822,791.63	843,645.93	873,120.02
<b>Utilidad bruta</b>	<b>213,391.84</b>	<b>198,523.02</b>	<b>225,472.74</b>	<b>267,514.29</b>	<b>326,933.03</b>
Gastos administrativos	53,547.28	54,339.46	54,818.14	55,296.81	55,775.49
Gastos de venta	5,736.65	68,839.84	69,639.32	70,438.81	71,238.29
<b>Utilidad operativa</b>	<b>154,107.91</b>	<b>75,343.73</b>	<b>101,015.28</b>	<b>141,778.67</b>	<b>199,919.24</b>
Gastos financieros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>U.A.I.P.</b>	<b>154,107.91</b>	<b>75,343.73</b>	<b>101,015.28</b>	<b>141,778.67</b>	<b>199,919.24</b>
P. T. 5%	7,705.40	3,767.19	5,050.76	7,088.93	9,995.96
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>146,402.51</b>	<b>71,576.54</b>	<b>95,964.51</b>	<b>134,689.74</b>	<b>189,923.28</b>
Impuesto a la renta (29.5%)	43,188.74	21,115.08	28,309.53	39,733.47	56,027.37
<b>Utilidad neta (s/.)</b>	<b>103,213.77</b>	<b>50,461.46</b>	<b>67,654.98</b>	<b>94,956.27</b>	<b>133,895.91</b>
Utilidad /Pérdida retenida	103,213.77	153,675.23	221,330.21	316,286.48	450,182.39

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

En la tabla anterior se puede verificar que existe una tendencia creciente en la utilidad neta debido a que las ventas incrementan paulatinamente en un 0.3%, 4%, 6% y 8% respectivamente.

También, se realizó el cálculo del impuesto de las ventas por pagar y de todas las inversiones y operaciones que intervienen en la ejecución del plan de negocio.

**Tabla 54:** Impuesto general Total

IGV	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas						
IGV de ingresos		180,887.71	181,430.37	188,687.59	200,008.84	216,009.55
IGV por venta de activos fijos						
IGV por recuperación de capital de trabajo						
<b>Total de IGV Ventas</b>		<b>180,887.71</b>	<b>181,430.37</b>	<b>188,687.59</b>	<b>200,008.84</b>	<b>216,009.55</b>
Compras						
<b>Inversiones</b>						
IGV activos fijos tangibles	43,368.48					
IGV activos fijos intangibles	637.20					
IGV Capital de trabajo	3,402.55					
<b>Operaciones</b>						
Materia prima (MP)		47,376.79	47,376.79	47,376.79	47,376.79	47,376.79
Mano de obra directa (MOD)		11,232.00	11,232.00	11,232.00	11,232.00	11,232.00
Costos indirectos de fabricación (CIF)		18,800.97	18,800.97	18,800.97	18,800.97	18,800.97
IGV gastos administrativos		2,810.75	2,896.91	2,983.07	3,069.24	3,155.40
IGV gastos de ventas		7,186.83	7,330.74	7,474.65	7,618.55	7,762.46
<b>Total de IGV Compras</b>		<b>47,408.23</b>	<b>87,407.34</b>	<b>87,637.41</b>	<b>88,097.55</b>	<b>88,327.62</b>
Diferencia	-47,408.23	93,480.36	93,792.96	100,820.10	111,911.29	127,681.93
Crédito Fiscal	47,408.23	0.00	0	0	0	0
<b>IGV por pagar</b>	<b>0</b>	<b>46,072.13</b>	<b>93,792.96</b>	<b>100,820.10</b>	<b>111,911.29</b>	<b>127,681.93</b>

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

# **VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA**

## 7.1. Flujo de caja económico y financiero

En el flujo económico anual se toman en cuenta los ingresos y egresos que se desarrollan a lo largo de la ejecución del negocio.

**Tabla 55:** Flujo de caja económico y financiero anual

Flujo de caja	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por ventas		1,004,931.71	1,007,946.51	1,048,264.37	1,111,160.23	1,200,053.05
Ventas de activos fijos						
Recuperación de capital trabajo						
<b>Total de ingresos</b>		1,004,931.71	1,007,946.51	1,048,264.37	1,111,160.23	1,200,053.05
<b>Egresos</b>						
Inversión de activos fijos	-240,936.00					
Inversión de activos intangibles	-3,539.99					
Capital de trabajo	-18,903.08					
Materia prima (MPD)		-263,204.38	-263,204.38	-263,204.38	-263,204.38	-263,204.38
Mano de obra directo (MOD)		-62,400.00	-62,400.00	-62,400.00	-62,400.00	-62,400.00
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)		-104,449.86	-104,449.86	-104,449.86	-104,449.86	-104,449.86
Gastos administrativos		-53,547.28	-54,339.46	-54,818.14	-55,296.81	-55,775.49
Gastos de ventas		-68,839.84	-69,639.32	-70,438.81	-71,238.29	-72,037.78
IGV por pagar		-46,072.13	-93,792.96	-100,820.10	-111,911.29	-127,681.93
Impuesto a la renta		-43,188.74	-21,115.08	-28,309.53	-39,733.47	-56,027.37
<b>Total de egresos</b>	-263,379.07	-641,702.23	-668,941.05	-684,440.81	-708,234.10	-741,576.80
<b>Flujo de Caja Económico</b>	-263,379.07	363,229.48	339,005.45	363,823.55	402,926.13	458,476.25
<b>Préstamos</b>						
Préstamos	163913.07					
Aporte inicial	99,466.00					
Amortizaciones		-28,907.06	-30,726.65	-32,660.78	-34,716.65	-36,901.93
Interés		-9,229.57	-611.37	-5,475.86	-3,419.99	-1,234.71
Escudo Tributario		2,768.87	183.41	1,642.76	1,026.00	370.41
<b>Flujo de Caja Financiero Neto</b>	263379.07	-40,905.51	-31,521.44	-39,779.39	-39,162.63	-38,507.05
<b>Flujo de Caja Financiero</b>	0.00	322,323.98	307,484.02	324,044.16	363,763.49	419,969.20

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

## 7.2. Determinación de la tasa de descuento

Las tasas de descuento nos permitirán calcular el rendimiento mínimo que debe tener la ejecución del plan de negocio para poder sortear el costo de capital.

**Tabla 56:** Costo de oportunidad de capital

<b>COK</b>
15%

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

**Tabla 57:** Costo promedio ponderado del capital

Item	Variable	Datos
D	Financiamiento	S/. 163,913.07
E	Aporte propio	S/. 99,466.00
id	Costo de la deuda	10.50%
T	Tasa impositiva	30%
ie	Costo de oportunidad del capital	15%
<b>WACC</b>		<b>9.36%</b>

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

### 7.3. Indicadores de rentabilidad

#### Valor actual neto económico y financiero

Para realizar el valor actual neto económico se trabaja con la tasa del WACC y para la evaluación del valor actual financiero se realiza con la tasa del COK, que son los siguientes:

**Tabla 58:** Valor actual neto económico y financiero

Item	5 Años	3Años
VAN FINANCIERO	879,250.91	462,469.04
VAN ECONOMICO	1,205,997.09	630,714.04

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

#### Tasa interna de retorno

**Tabla 59:** Tasa interna de retorno económico y financiero

Item	5 Años	3Años
TIR FINANCIERO	120%	107%
TIR ECONOMICO	135%	123%

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

### 7.4. Análisis de sensibilidad

#### Análisis de sensibilidad de materia prima

Como se sabe la materia prima es variante pues en diferentes temporadas del año tiende a subir y bajar el costo. Es por ello que se

decide realizar el análisis de sensibilidad para saber en cuanto cambia el costo.

**Tabla 60:** Análisis de sensibilidad de la materia prima

Variación de materia prima			
Escenario	Variación (%)	Costo real	Precio variado
Pesimista	-5%		S/. 250,044.16
Normal	Costo real	S/. 263,204.38	S/. 263,204.38
Optimista	5%		S/. 276,364.59

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

### Análisis de sensibilidad de valor actual neto económico

Para el análisis de sensibilidad del proyecto se toma en cuenta el valor actual proyectando sus variaciones para verificar la viabilidad del proyecto.

**Tabla 61:** Análisis de sensibilidad del VAN

Variación del valor actual neto económico			
Escenario	VAN	Variación (%)	Precio variado
Pesimista	S/. 1,049,217.47	-0.05	-13%
Normal	S/. 1,205,997.09	Costo real	0%
Optimista	S/. 1,386,896.65	0.05	15%

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

Análisis de sensibilidad de la tasa interna de retorno económico sobre el valor de la materia prima:

**Tabla 62:** Análisis de sensibilidad de la tasa interna de retorno

Variación de la tasa interna de retorno económico				
Escenario	Costo real	Variación (%)	%	variación
Pesimista	S/. 250,794.29	-5%	118.44%	-12.34%
Normal	S/. 263,993.99	0%	135.11%	0%
Optimista	S/. 277,193.69	5%	154.48%	14.3%

**Fuente:** Autores del plan de Negocio

## CONCLUSIONES

1. En el capítulo de la introducción se recopiló la información necesaria para poder determinar con claridad el problema y detectar si se presenta una oportunidad de negocio, en base a ello notamos que en el distrito de San Isidro hay una gran oportunidad de inversión en el sector servicio específicamente en el subsector restaurante, bares y resto-Bares. Por otro lado, se sabe que la innovación hoy en día su índice se eleva en todo aspecto, es por ello que lo implementaremos en nuestro resto-bar para poder darle un valor agregado y brindarle al cliente un servicio al cliente automatizado.

2. En el Análisis de mercado hemos podido conocer el comportamiento de la demanda y la oferta. Por ello se tendrá provecho la alta demanda de este tipo de servicio en el distrito de San Isidro, específicamente solicitado por persona de edad entre los 20 a 50 años de edad, el nivel socio económico NSE A – B Y C.

También tendremos conocimiento de nuestro encuestados, logrando tener la información necesario para saber si nuestra idea de negocia es de su aceptación, si haría consumo de ello, etc.

Estudiando a la oferta hemos podido aprender cómo desarrollarnos dentro del mercado por ello se escogió a empresas que se dedican al mismo rubro y así aprender de ella, sus fortalezas y debilidades la cual debemos tener en cuenta para poder lograr un mejor posicionamiento. Para la adquisición de nuestros insumos se escogió a la distribuidora “Mi mundo distribuidor” por el motivo de que sus ventajas basados en localización y precios nos favorece a comparación de otras distribuidoras.

3. En el estudio técnico se describirá todas las herramientas, equipo y maquinaria necesaria para que cada área pueda trabajar con eficiencia al inicio del proyecto. También se determinarán los procesos para el inicio del proyecto, los cuales son para: operaciones previa atención, operaciones de servicio de cocina, operaciones de proceso de ventas y procesos de abastecimientos. Así mismo se desarrollará los flujogramas de la preparación de nuestros cocteles y platos. Por otro lado, se realizó un estudio de localización la cual nos respalda que la zona



escogida en Calle Antequera 777, San Isidro, una zona empresarial es más favorable que la zona comercial y urbana, así lo demuestra el método de Rankin de factores realizada en el estudio.

4. En el estudio legal, organizacional y estructural, se concluye en la creación de una empresa llamada MA & JU S.A.C., con un tipo de régimen de persona jurídica por las responsabilidades limitadas que corresponden a la organización y también hemos optado la forma legal Sociedad Anónima Cerrada. Así mismo organizacionalmente la estructura jerárquica será horizontal con el fin de que la empresa se vea como un todo.

5. En el estudio de impacto ambiental, se realizó la matriz de Leopold, considerando los medios ambientes que el proyecto pueda afectar como: socioeconómico, físico y biológico, teniendo como resultado 71 impactos de 176 celdas entre impacto beneficiario e impacto adversarios. Teniendo claro lo que puede generar nuestro proyecto al medio ambiente y considerando las normas o leyes establecidas por el gobierno generaremos actividades que reduzcan la contaminación al medio ambiente como la recolección de materiales reciclables, la separación de basura según su tipo entre otras actividades.

6. El estudio de ganancias y pérdidas tiene como conclusión lo que se requiere para el inicio del proyecto teniendo un total de S/263,913.07 nuevos soles, lo cual el 38 % de ello proviene de los mismos socios y el 62 % será financiado por BBVA, entidad que nos favoreció en base a su TEA Y TCEA. Por otro lado, se determina ingresos anuales de S/764,302.25 nuevos soles basados en un costo promedio por ticket de S/22.82 nuevos soles.

7. En la evaluación económica y financiera se demostrará a través del VAN Y TIR que el proyecto es viable y generara rentabilidad en un plazo de 5 años, teniendo como resultado económicamente un VAN a cinco años de S/1,205,997.09 y un TIR a cinco años de 135.11%, así mismo teniendo como resultado financieramente de un VAN a cinco años de S/879.250.91 y un TIR a cinco años de 120.36%, lo cual nos indica que el proyecto es rentable y serie una buena oportunidad de inversión.

## RECOMENDACIONES

1. En la introducción es de suma importancia, la recopilación de información debe tener relación con el objetivo del proyecto, por ello es recomendable darle la búsqueda más profunda como revista y páginas de la misma localidad, por el motivo de que sus datos son más centrados a la población que se dedicara.

2. Se recomienda mucho para el estudio de mercado la técnica de la observación, así como la técnica de la entrevista y la herramienta encuesta para poder conocer de la mejor manera la demanda y oferta, así mismo el uso continuo del benchmarking y el uso de cuadros comparativos ayudara a la selección correcta de proveedores.

3. Para el estudio técnico es recomendable la búsqueda de buenos proveedores para la adquisición de maquinarias, herramientas y equipo basándose en calidad y precios con el fin de reducir costos al inicio del proyecto así mismo se recomienda establecer procesos claros y sencillos para que todas las áreas puedan saber cómo actuar en el servicio. Para poder realizar un adecuado estudio de localización se recomienda el uso del método de Rankin de factores ya que es una matriz que relaciona ciertos factores y sus criterios brindando una puntuación de las posibles zonas del inicio del proyecto.

4. Es recomendable que, para el estudio legal y organizacional, tengas claro que tan grande será tu negocio y dependiendo de ello elijas el mejor tipo de régimen y la mejor forma legal, basándote en cuántos trabajadores laboraran, cuanto de ingresos generaras en el año entre otros factores.

También es recomendable establecer una estructura de jerarquía para que los colaboradores sepan a quien dirigirse ante alguna duda o problema.

5. Para el estudio de impacto ambiental es recomendable tener consideración las normas, reglamentos y leyes establecidas por el gobierno peruano, así como el gobierno distrital la cual ayudara en tener un mejor control de los residuos con los que trabajaremos, así mismo poner en practica actividades para reducir el índice

de contaminación del proyecto con la recolección, separación o reutilización de materiales o insumos.

6. En este estudio de ganancias y pérdidas, se recomienda tener claro las adquisiciones que se requieren, así mismo se recomienda tener una inversión propia en las adquisiciones lo cual respaldara el préstamo solicitado a la entidad financiera para el inicio del proyecto.

7. Evaluación económica financiera deben ser considerados y realista al determinar el Costo de Oportunidad, al igual modo al realizar el análisis de sensibilidad en las simulaciones optimistas y pesimista deben ser aceptables y realistas.

## REFERENCIAS

- **A PEREZ** Innovación y tecnología para proyectos dedicados a servicios [Patente]. - 2017.
- **Carlos Prieto** Introducción a los negocios [Libro]. - México : D.F. Limusa, 2015. - Vol. 7.
- **Casas Jorge Benzaquen de Las** Planeamiento y Diseño de un Nuevo Concepto de Restaurante [Libro]. - Lima : Centrum Católico de Libros, 2009.
- **DANE** Departamento Administrativo Nacional de Estadística [Publicación periódica]. - Colombia : [s.n.], 2017. - 4 : Vol. 1.
- **Guitart Alejandra Apiquian** [En línea]. - 2015. - 23 de 10 de 2019. - <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-30022/sindrome%20burnout.pdf>.
- **HEUNG y GU** Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioural intentions [Artículo] // International Journal of Hospitality. - 2012.
- **HSU S-H, HSIAO C-F y TSAI S-B** Constructing a consumption model of fine dining from the perspective of behavioral economics [Publicación periódica]. - [s.l.] : PLoS One, 2018. - 4 : Vol. 13.
- **INEI** Instituto Nacional de Estadística e Informática [Publicación periódica]. - Lima : [s.n.], 2019. - VII : Vol. VII.
- **POLO Cristian** Promoción de bebidas y alimentos peruanos en Feria Internacional de Yaipei [Artículo] // El Comercio. - Lima : El Comercio, 2014.
- **Prieto Damirya** Analisis de los Factores del entorno bajo el enfoque PESTEL Y DAFO para el Proyecto Empresarial FEQUIMA [Libro]. - Venezuela : Universidad de Los Andes Merida, 2015.
- **Sawitri Dyah y Suswati Endang** International Journal of Organizational Innovation (Online) [Publicación periódica]. - [s.l.] : Hobe Sound, 2019. - 2 : Vol. 12.
- **Scheriner Silvana** Del trabajo al after office: Los eventos sociales ganan lugar en la agenda ejecutiva [Publicación periódica]. - [s.l.] : La Nación, 2017. - 2 : Vol. 5.
- Ley n° 27446. Diario el Oficial el Peruano, Lima, Perú, 01 de octubre de 2019.
- Ley n° 28245. Diario el Oficial el Peruano, Lima, Perú, 05 de marzo de 2018.

- Ley n° 27314. Diario el Oficial el Peruano, Lima, Perú, 21 de julio de 2000.
- Norma técnica Peruana n° 833.026-1:2012. Diario el Peruano, Lima, Perú, 15 de diciembre de 2017.
- Norma Técnica Peruana n° 900.058:2019. Diario el Peruano, Lima, Perú, 28 de marzo de 2019.
- Norma E.030. Diario el Peruano, Lima, Perú, 22 de octubre de 2018.
- Municipalidad Distrital de San Isidro, APESEG. 25 de mayo de 2010. Disponible en: <http://msi.gob.pe/portal/wp-content/uploads/2019/08/R-T-san-isidro-Final.pdf>
- PALERMO, F. Relación de un diseño de interior y su iluminación en ambientes comerciales. Tesis (Diplomado en diseño de interiores). Buenos Aires: Escuela Argentina de Diseño, 2017. 83 pp.

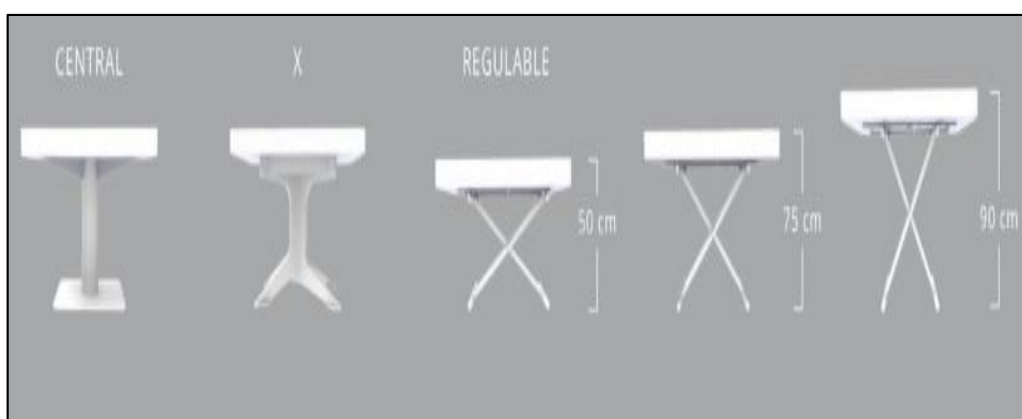
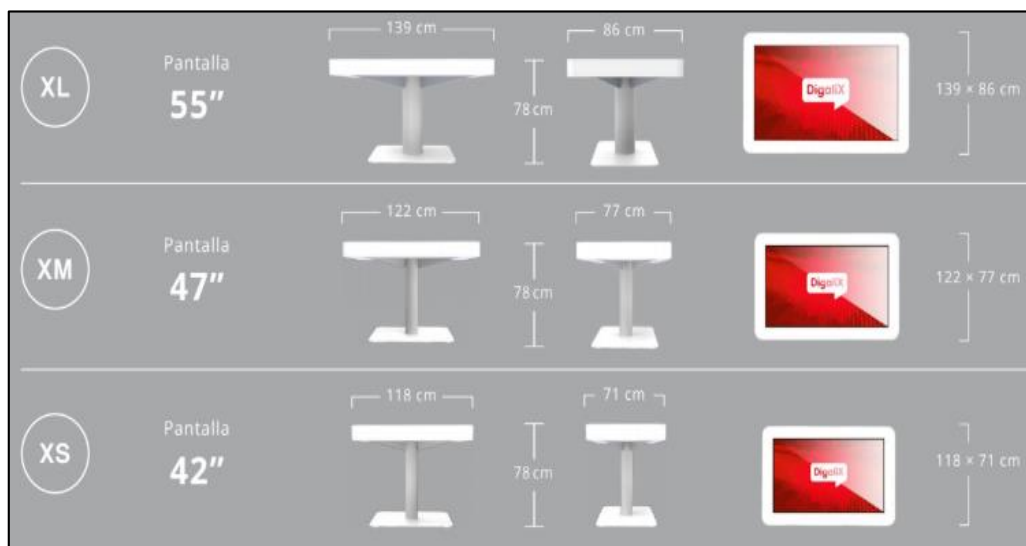
Disponible en:

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyectorgraduacion/archivos/448.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/448.pdf)

**Anexo N° 1: Propuestas del Resto Bar (3D)**

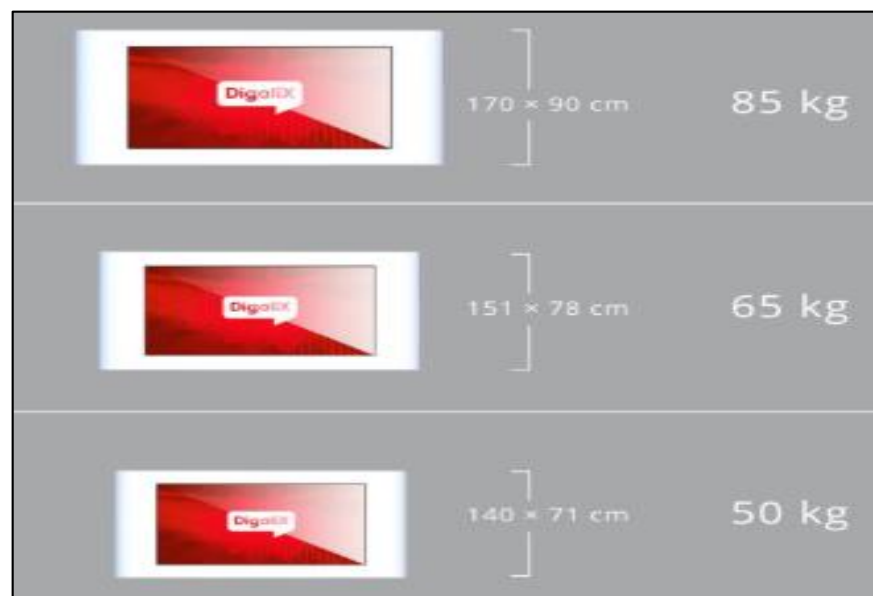


## Anexo N° 2: Especificaciones de la X Table Mod.



## Anexo N° 3: Dimensiones de las XTable

Xtable Mod						
Tamaño	Pantalla	Largo	Altura	Ancho	Perímetro	Peso (kg)
XL	55"	139 cm	78 cm	86 cm	139 x 86 cm	76 kg
XM	47"	122 cm	78 cm	77 cm	122 x 77 cm	57 kg
XS	42"	118 cm	78 cm	71 cm	118 x 71 cm	45 kg
Xtable Bend						
Tamaño	Pantalla	Largo	Altura	Ancho	Perímetro	Peso (kg)
XL	55"	170 cm	76 cm	90 cm	170 x 90 cm	85 kg
XM	47"	151 cm	76 cm	78 cm	151 x 78 cm	65 kg
XS	42"	140 cm	76 cm	71 cm	140 x 71 cm	50 kg



**Anexo N° 4: Analisis del Alfa de Cronbach**

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,811	,838	24



## Anexo N° 5: Encuesta en el distrito de San Isidro – Lima

Somos estudiante de la Escuela Académica Profesional de ingeniería empresarial cruzando actualmente el IX ciclo y en esta oportunidad estamos realizando una encuesta sobre un nuevo plan de negocio para la creación de Resto Bar con un servicio automatizado, con un ambiente tecnológico muy agradable e interactivo y una variedad de opciones en licores y piqueos para disfrutar en tus mejores momentos.

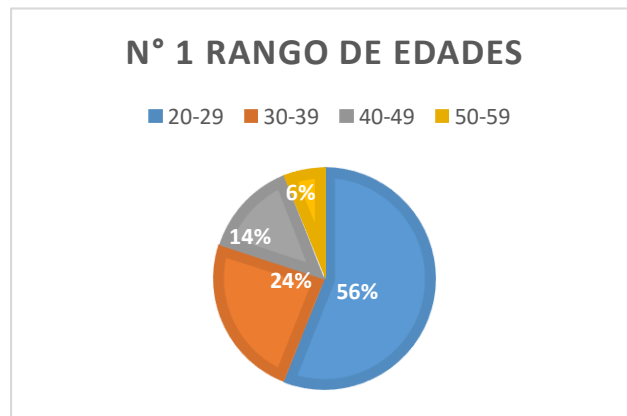
**OBJETIVO:** El principal objetivo es recaudar todo tipo de información del cliente, como gustos preferencias, etc.

<b>I. PLAZA</b>	<b>II. PRODUCTO</b>
<p>1. Edad</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) 20 -29</li><li>b) 30-39</li><li>c) 40-49</li><li>d) 50-59</li></ul> <p>2. Sexo</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Femenino</li><li>b) Masculino</li></ul> <p>3. Lugar de Residencia</p> <hr/> <p>4. ¿Qué tal difícil es para ti venir desde el lugar donde resides hasta San Isidro?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Muy difícil</li><li>b) Difícil</li><li>c) Neutral</li><li>d) Fácil</li><li>e) Muy fácil</li></ul> <p>5. Suelen acudir a resto bares</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Si</li><li>b) No</li></ul> <p>6. ¿Con que frecuencia asistes a un resto bar?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Nunca</li><li>b) Casi nunca</li><li>c) Ocasionalmente</li><li>d) Casi todos los días</li><li>e) Todos los días</li></ul>	<p>7. ¿Consumes bebidas alcohólicas?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Si</li><li>b) No</li></ul> <p>8. ¿Qué tipos de bebidas alcohólicas consumes siempre que vas a un resto bar?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Cervezas Nacionales</li><li>b) Cervezas Extranjeras</li><li>c) Tragos</li><li>d) Cocteles</li><li>e) Bebidas artesanales</li></ul> <p>9. ¿Acompañas tus tragos con piqueos?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Si</li><li>b) No</li></ul> <p>10. ¿Qué tipo de piqueos sueles pedir?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Piqueos Criollos</li><li>b) Piqueos Naturales</li><li>c) Piqueos de la Costa</li><li>d) Piqueos Nativos</li><li>e) N.A</li></ul> <p>11. ¿Recomendaría este servicio?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Muy probable</li><li>b) Probablemente</li><li>c) Poco Probable</li><li>d) Nada probable</li><li>e) No</li></ul> <p>12. ¿Qué valora usted en un resto bar?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Atención al cliente</li><li>b) Ambiente</li><li>c) Calidad de los productos</li><li>d) Precios</li><li>e) Promociones</li></ul>

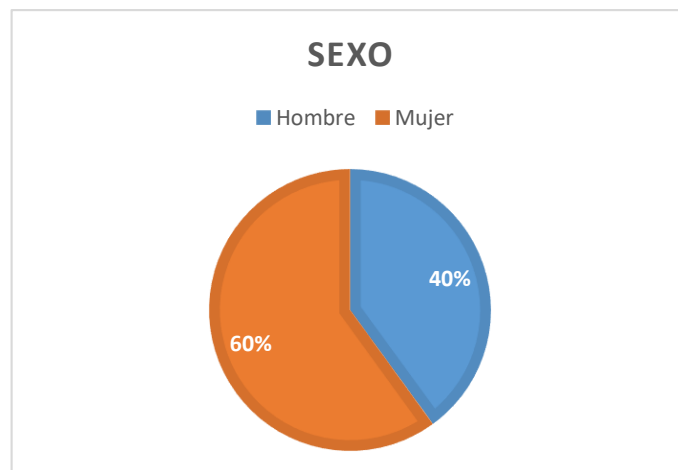
<p><b>III. SERVICIO</b></p> <p>13. ¿Te gustaría un ambiente tecnológico en un resto bar?</p> <p>a) Si b) No</p> <p>14. En una escala del 1 al 5, donde 5 es “muy interesante” y 1 es “nada interesante” ¿Cuan interesante es para usted esta idea de negocio?</p> <p>a) 1 Nada Interesante b) 2 Poco Interesante c) 3 Algo Interesante d) 4 Interesante e) 5 Muy Interesante</p> <p>15. ¿Cuál de los siguientes aspectos te atrae del servicio?</p> <p>a) Que es nuevo b) Que está de moda c) Que es Innovador d) Que tiene ambiente agradable e) N.A</p>	<p><b>IV. PROMOCIÓN</b></p> <p>16. ¿A través de que medio te gustaría recibir información de este producto?</p> <p>a) Internet b) Anuncios c) Correo d) Televisión e) Redes Sociales</p> <p>17. ¿Cuánto gasta usted cuando asiste a un bar o restobar?</p> <p>a) De 0 a 50 soles b) De 51 a 100 soles c) De 101 a 150 soles d) De 151 a 200 soles e) De 201 a mas</p>
<p><b>V. PRODUCTO</b></p> <p>18. ¿Consumes bebidas alcohólicas?</p> <p>c) Si d) No</p> <p>19. ¿Qué tipos de bebidas alcohólicas consumes siempre que vas a un resto bar?</p> <p>f) Cervezas Nacionales g) Cervezas Extranjeras h) Cocteles vírgenes i) Cocteles j) Bebidas artesanales</p> <p>20. ¿Acompañas tus tragos con piqueos?</p> <p>c) Si d) No</p> <p>21. ¿Qué tipo de piqueos sueles pedir cada vez que vas a un bar?</p> <p>f) Piqueos Marinos g) Piqueos Salados h) Piqueos Criollos i) Piqueos Fast Food j) Piqueos a base de frutas</p>	<p><b>VI. PROMOCIÓN</b></p> <p>22. ¿A través de que medio te gustaría recibir información de este producto?</p> <p>f) Internet g) Anuncios h) Correo i) Televisión j) Redes Sociales</p> <p>23. ¿Qué medios influyen en sus decisiones de consumó?</p> <p>a) Redes Sociales b) Radio c) Volantes, afiches y anunciantes d) Marketing Directo</p> <p>24. Con quienes sueles acudir a un resto-bar</p> <p>a) Amigos b) Compañeros c) Familia d) Novio e) Solo</p>

## Muestra Piloto

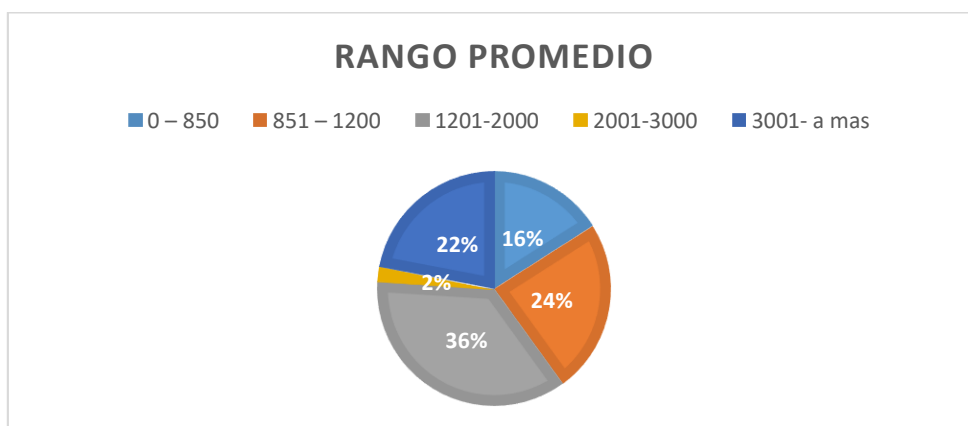
Rango de Edades	20-29	30-39	40-49	50-59	TOTAL
N°	28	12	7	3	50
%	56.00%	24.00%	14.00%	6.00%	100.00%



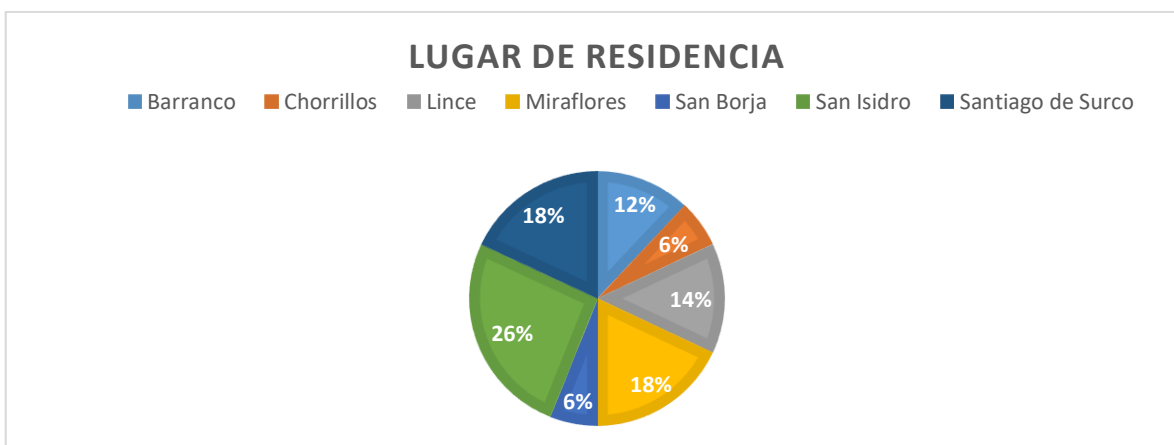
Sexo	Hombre	Mujer	Total
N°	20	30	50
%	40%	60%	100%



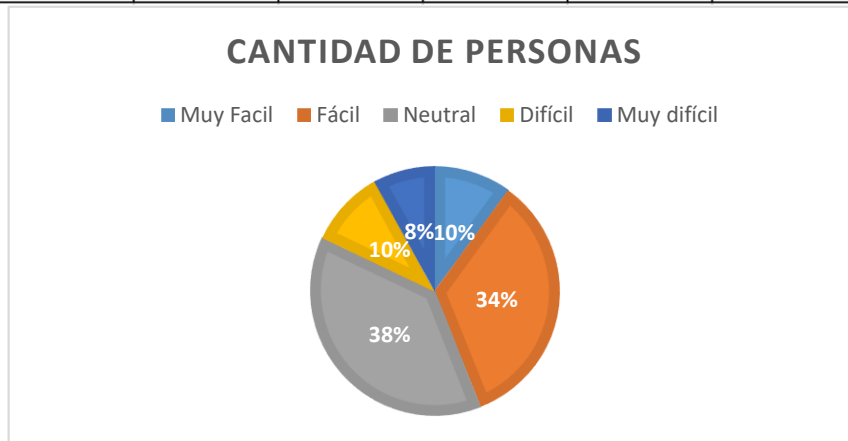
N°	0 – 850	851 – 1200	1201-2000	2001-3000	3001- a mas	TOTAL
RANGO PROMEDIO	8	12	18	1	11	50
%	16%	24%	36%	2%	22%	100%



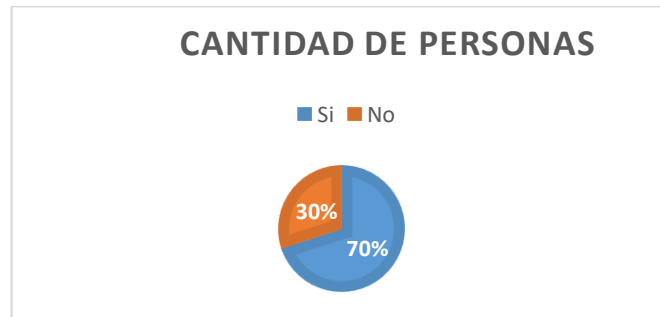
Lugar de Residencia								
Distrito	Barranco	Chorrillos	Lince	Miraflores	San Borja	San Isidro	Santiago de Surco	Total
N°	6	3	7	9	3	13	9	50
%	12%	6%	14%	18%	6%	26%	18%	100%



¿Qué tal difícil es para ti venir desde el lugar donde resides hasta San Isidro?						
Descripción	Muy Fácil	Fácil	Neutral	Difícil	Muy difícil	Total
Cantidad de Personas	5	17	19	5	4	50
%	10%	34%	38%	10%	8%	100%



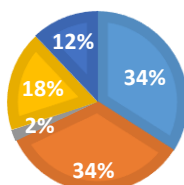
Sueles acudir a resto bares			
Descripción	Si	No	Total
Cantidad de Personas	35	15	50
%	70%	30%	100%



¿Con que frecuencia asistes a un resto bar?						
	Alguna veces sí, algunas veces no (Una vez a la semana)	La mayoría de veces no (Una vez al mes)	La mayoría de veces si (Dos o tres veces a la semana)	Casi Nunca	Nunca	Total
Cantidad de Personas	17	17	1	9	6	50
%	34%	34%	2%	18%	12%	100%

## CANTIDAD DE PERSONAS

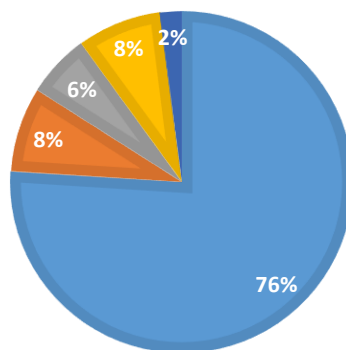
- Alguna veces sí, algunas veces no (Una vez a la semana)
- La mayoría de veces no (Una vez al mes)
- La mayoría de veces si (Dos o tres veces a la semana)
- Casi Nunca
- Nunca



¿Con quienes sueles acudir a un resto-bar?						
	Amigos	Compañeros de trabajo	Familia	Novio	Solo	Total
N°	38	4	3	4	1	50
%	76%	8%	6%	8%	2%	100%

## ¿CON QUIENES SUELES ACUDIR A UN RESTO-BAR?

- Amigos
- Compañeros de trabajo
- Familia
- Novio
- Solo



## Clasificación del mercado

Con los datos obtenidos anteriormente se establecerá los distintos tipos de mercado para el desarrollo del plan de negocio.

### Clasificación Total del Mercado

<b>TIPO DE MERCADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>VALOR</b>	<b>FUENTE</b>
<b>MERCADO TOTAL</b>	Se considera a la población Global del Distrito de San Isidro de 20 – 59 años de edad.	75%	64,287	INEI
<b>MERCADO POTENCIAL</b>	Personas del nivel socioeconómico A - B Expresión: $MP = \text{Cantidad de personas de 20-59} \times (NSE \%)$	90%	53,572	INEI
<b>MERCADO DISPONIBLE</b>	El mercado disponible se recolecta de la pregunta N° 9 de la encuesta donde se cuestiona si el cliente realmente quiere un ambiente tecnológico en un resto bar	98%	9,606	ELABORACIÓN PROPIA
<b>MERCADO OBJETIVO</b>	Se determina en base a la capacidad y el estudio de marketing	----	<b>33,493</b>	ELABORACIÓN PROPIA

**Anexo N° 6: Imágenes de tragos sreferenciales**

**Figura 1: Mai Tai: Coctel de la Casa**



**Fuente:** Instagram @CarnavalBar

**Figura 2: Cocteles Representativos**



**Fuente:** Instagram

**Figura 3: Cocteles Representativos de Bar Ingles.**



**Fuente:** Instagram @CountryClubLimaHotel



**ANEXO N° 7: Propuesta de cuadro de precios**

<b>Lista de precios del Resto-bar "After -Office"</b>			
Concepto	Realista	Optimista	Pesimista
<b>BARRA</b>			
Cerveza Tradicionales			
Pilsen	S/. 14.00	S/. 15.40	S/. 12.88
Cristal	S/. 12.00	S/. 13.20	S/. 11.04
Cuzqueña	S/. 14.00	S/. 15.40	S/. 12.88
Corona	S/. 18.00	S/. 19.80	S/. 16.56
Cervezas Artesanales			
Cumbre	S/. 22.00	S/. 24.20	S/. 20.24
Barbarían	S/. 26.00	S/. 28.60	S/. 23.92
Calendaría	S/. 24.00	S/. 26.40	S/. 22.08
Tragos			
Pisco Sours	S/. 29.00	S/. 31.90	S/. 26.68
Mojito	S/. 25.00	S/. 27.50	S/. 23.00
Chilcano	S/. 24.00	S/. 26.40	S/. 22.08
Margarita	S/. 25.00	S/. 27.50	S/. 23.00
<b>COCINA</b>			
Piqueos			
Papas After Cheese	S/. 33.00	S/. 36.30	S/. 30.36
Papitas Rellenas	S/. 38.00	S/. 41.80	S/. 34.96
Anticuchos de corazón	S/. 27.00	S/. 29.70	S/. 24.84
Fusión Tequeños	S/. 45.10	S/. 49.61	S/. 41.49
Yuquitas	S/. 28.00	S/. 30.80	S/. 25.76
Empanadas	S/. 27.50	S/. 30.25	S/. 25.30
Alitas a la BBQ	S/. 38.50	S/. 42.35	S/. 35.42
Combos			
Combo 1, Torre de piqueo Marino	S/. 65.00	S/. 71.50	
Combo 2, Torre de piqueo Parrillero	S/. 69.00	S/. 75.90	S/. 63.48
Ensaladas			
Ensalada Tradicional	S/. 28.00	S/. 30.80	S/. 25.76
Ensalada Salomónica	S/. 28.00	S/. 30.80	S/. 25.76
<b>Promedio general de precios</b>	<b>S/. 30.00</b>	<b>S/. 33.01</b>	<b>S/. 26.07</b>

### Anexo N° 8: Maquinaria y Equipo Necesario para las áreas del resto bar

Nombre	Cant.	Función	Características	Costo Unid.
Administración				
Computadoras	2	Registrar y procesar la información	Marca: Hp, Modelo: 6305, Procesador: ADM, Disco duro: 500 GB, RAM: 4 GB.	S/600.00
Impresora	1	Brindar en físico la información deseada	Marca: Epson, Línea: ecotank, Modelo: L3110, Tipo de impresión: Multifunción.	S/350.00
Teléfono Fijo	1	Brindar comunicación	Aleatorio	S/ 79.00
Router	1	Brindar internet	Aleatorio	-
Cocina				
Campana Extractor	1	Atrapa la grasa que se suspende en el ambiente, olores, humo, etc.	Material: Acero inoxidable, Doble función: Re circulante o ducto, 3 potencias de extracción.	S/ 2,600.00
Cocina industrial	2	Apoya a la elaboración de cocción de comida en grandes cantidades.	Material: Acero Inoxidable, 6 hornillas, Funcionamiento: Gas,	S/2,000.00
Freidora de inmersión de acero inoxidable	1	Cocción en grandes cantidades para la fritura de alimentos.	Material: Acero inoxidable Calidad 304, Medidas: 45 cm x 55 cm altura 90 cm, Funcionamiento: Gas, Movable.	S/ 1,230.00
Mesa refrigerada de acero inoxidable	1	Ayuda en el almacenamiento y distribución de alimentos, siendo conservados en ambiente adecuado	Incluye: 13 insertos de 1/6", Material: Acero Inoxidable, Control electromecánico de temperatura, Temperatura: Insertos: 2 a 5° C. en posterior: 0 a 8° C.	S/4,000.00
Refrigerador horizontal	1	Conservar los alimentos en el estado adecuado para su uso.	Congelador horizontal 7 pies, congelación rápida, luz interior led, Control de temperatura ajustable,	S/600.00

			Frecuencia de 60 Hz., Rango de temperatura de 0 a -18° C.	
Refrigerador vertical	1	Conservar los alimentos en el estado adecuado para su uso, a la vez se usa como mostrador.	Dimensión: 0.75 x 0.85 x 2.10 m., Temperatura: 0 a 7° C. Motores de ventilador electrónicos, control inteligente de funciones, 21 pies.	S/800.00
Balanza	1	Pesar los ingredientes	Marca: TCS, Modelo: Scale, Tipo de balanza: Digital, Capacidad máxima: 300 KG.	S/250.00
Balanza de gramos	1	Pesar los ingredientes	Marca: sf- 400, Tipo de balanza: Digital, Capacidad máxima: 10 KG.	S/20.00
Calentador de platos	1	Mantener caliente los platos.	Marca: sf- 400, Material: Acero inoxidable, Temperatura: 20 a 30 °.	S/300.00
Barra				
Refrigerador horizontal	1	Conservar los alimentos en el estado adecuado para su uso	Congelador horizontal 7 pies, congelación rápida, luz interior led, Control de temperatura ajustable, Frecuencia de 60 Hz., Rango de temperatura de 0 a -18° C.	S/600.00
Refrigerador vertical	1	Conservar los alimentos en el estado adecuado para su uso, a la vez se usa como mostrador.	Dimensión: 0.75 x 0.85 x 2.10 m., Temperatura: 0 a 7° C. Motores de ventilador electrónicos, control inteligente de funciones, 21 pies.	S/800.00
Licadoras	4	Electrodoméstico utilizado para extraer y mezclar zumos e ingredientes.	Potencia: 1880W, Voltios: 220v. , Medidas: 0.23x0.29x0.57, Peso: 6 KG. , Capacidad: 2.7 LTS.	S/800.00
Máquina de hielo	1	Producir hielo automáticamente	Marca: Golden, Altura: 39 cm, Modelo: BY-Z30YT, Diámetro: 56 cm, Capacidad: 30 kg.	S/ 1500.00
POS	4	Dispositivo para cobranza	Visa, MasterCard.	S/ 36.90

## Anexo N° 9: Herramientas y utensilios

Nombre	Cant.	Función	Características	Costo Unid.
Cocina				
Bol de comida.	15	Recipiente para elaborar productos	Material: Acero inoxidable, dimensión: 24 cm. x 10 in.	S/150.00
Inserto	4			
Colador chino	1	Filtrar alimentos.	Modelo: chino, Material: Acero Inoxidable, Dimensión: 22 cm	S/ 40.00
Juego de Tabla de picar	2	Base para alimentos manipulados	Paquete: 4 Unidades, Material: Plástico, distintos colores, dimensiones: 60 x 40 x 2.5 cm.	S/140.00
Cuchillo	6	Cortar materia prima	Tipo: Chef, Longitud: 30 cm., Material: acero inoxidable	S/20.00
Juego de cubiertos		Manipulación de alimentos	Paquete: 12 unidades, Material: acero.	S/15.00
Tenazas	3	Manipular alimentos calientes	Longitud: 40.6 cm, material: acero inoxidable.	S/20.00
Sartén	4	Cocción de alimento y preparación de las mismas.	Material: Acero Inoxidable, Mango longitud: 1.1 mm	S/ 80.00
Espátula	2	Manipulación de Hamburguesas	Utilidad: para hamburguesas, Material: Acero inoxidable, Mango de madera	S/ 20.00
Ollas	8	Cocción de alimento y preparación de las mismas.	Diámetro: 50 cm, Altura: 17 cm, Material: Acero inoxidable acorazada.	S/120.00
Jebes de piso	4	Jebe antideslizante	Longitud 1.30 m x 1.50 m	S/ 20.00
Barra				
Cucharilla de Bar	3	Removedor de vasos mezcladores	Material: Acero inoxidable, Largo: 30 Cm.	S/ 15.00
Cocteleras	4	Combinador de insumos	Acero inoxidable, vaso de acero + vaso de vidrio.	S/ 50.00
Dosificadores de metal	15	Adaptador para las botellas.	Material: Acero Inoxidable con jebe	S/4.00
Onzeras	5	Medir los insumos	Material: Acero Inoxidable de 1 y 2 oz.	S/ 15.00

Paquete de Vasos agua	10	Contenedor de bebida.	Material: Cristalino, contiene 324 ml o 10.9 oz. Marca: Ferrand. , Paquete: 6 unidades.	S/60.00
Paquete de Vaso de refresco	10	Contenedor de bebida.	Material: Cristalino, contiene 315 ml o 10.6 oz. Marca: Ferrand. Paquete: 6 unidades.	S/65.00
Paquete Vaso Pedrada	10	Contenedor de bebida.	Material: Cristalino; contiene 145 ml o 5.9 oz. Marca: Ferrand. Paquete: 6 unidades.	S/65.00
Paquete Copa Brandy	6	Contenedor de bebida.	Material: Cristalino; Contiene 163 ml. O 7.5 oz. Marca: Ferrand. Paquete: 6 unidades.	S/80.00
Paquete Copa Martini	6	Contenedor de bebida.	Material: Cristal; Contiene 296 ml. O 5.5 oz., Marca: Ferrand. Paquete: 6 unidades.	S/89.00
Cucharon de hielo	2	Manipulación del hielo	Acero inoxidable, porcionador de 20 x 13.3 cm., mango de 10.2 cm.	S/40.00
Hielera	10	Contenedor de Hielo	Material: Acero Inoxidable;	S/30.00
Pinzas para hielo	10	Manipulador de hielo	Material: Acero inoxidable, 13 cm.	S/ 3.00
Cuchillo	2	Cortar materia prima	Tipo: Chef, Longitud: 30 cm., Material: acero inoxidable	S/20.00
Juego de Tabla de picar	1	Base para alimentos manipulados	Material: Plástico, distintos colores, dimensiones: 60 x 40 x 2.5 cm.	S/140.00
Jebes de piso	2	Jebe antideslizante	Longitud 1.30 m x 1.50 m	S/ 20.00
Jebes de barra	6	Jebe antideslizante de bebidas	Longitud 0.08 mm x 0.40 mm	S/ 10.00
Salón				
Paquete de Vaso de refresco	10	Contenedor de bebida.	Material: Cristalino, contiene 315 ml o 10.6 oz. Marca: Ferrand. Paquete: 6 unidades.	S/65.00
Paquete Platos	6	Contenedor de alimentos	Paquete: 12 unid. , Material: Porcelanato, dimensión: 23 cm	S/45.00
Paquete Cucharas hotelero	6	Manipulador de alimentos	Paquete: 12 unid. , Material:	S/22.00

Paquete Tenedor	6	Manipulador de alimentos	Paquete: 12 unid. , Material: Acero inoxidable, Marca: Facusa, Medida: 19 x 4.10 cm.	S/24.00
Paquete Cuchillo	6	Manipulador de alimentos	Paquete: 12 unid. , Material: Acero inoxidable, Marca: Facusa, Medida: 18 x 3.90 cm.	S/24.00
Azafates	15	Contenedor y base para traslado de utensilios.	Material: Plástico, Color plomo, Dimensión: 65.00 cm. x 50.00 cm.	S/8.00
Caballetes	8	Soporte y apoyo de Azafates	Material: Madera, Altura: 1 m	S/20.00
Caja para cubiertos	6	Contenedor y distribuidor de cubiertos	Material: Plástico, 4 separadores, dimensión: 50 mm x 20 mm, altura: 14 mm.	S/ 8 .00

## Anexo N° 10: Normas de Atención

N°	Procedimiento	Descripción	Responsable
1	<b>Entrega y retiro de producto</b>	La entrega de cualquier producto es por el lado derecho del cliente y el retiro será por el lado derecho del mismo.	Mozo
2	<b>Entrega de piqueo General</b>	Al momento del ingreso de cada cliente para alguna X – Table o a la barra se le debe de brindar piqueo general de cortesía.	Mozo y Barman
3	<b>Posición de los vasos</b>	A la entrega de cualquier bebida o coctel debe ser colocado al lado derecho de la persona que lo solicito.	Mozo y Barman
4	<b>Posición de los cubiertos</b>	Si los clientes desean consumir piqueos y lo desean con el uso de los cubiertos, la posición de los cubiertos serán estandarizados.	Mozo y Barman
5	<b>Complementos</b>	Las bebidas debes ir acompañados de porta vasos y las comidas deben ser entregas con servilleta de papel.	Mozo y Barman

### Flujograma de operaciones

Flujograma de operación para el proceso de servido de cervezas.

N°	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				Tiempo (min/sg)	observación
		INICIO O FIN	DOCUMENTO	PROCESO	SUB PROCESO		
1	Tener listo los insumos	●				....	hora de atención
2	Llega Pedido		●			....	electronicamente
3	Servido			●		2 min	temperatura correcta
4	Entrega	●				1 min	al comensal o mozo
	TOTAL DE TIEMPO					3 MIN	

Flujograma de operación para el proceso de preparación de pisco sours.

N°	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				Tiempo (min/sg)	observación
		INICIO O FIN	DOCUMENTO	PROCESO	SUB PROCESO		
1	Tener listo los insumos	●				....	hora de atención
2	Llega Pedido		●			....	electronicamente
3	Calcular los ingredientes			●		1 min	medida exacta
4	estilo de mezcla				●	2 min	batido
5	servido			●		1 min	agrega decoración
6	entrega	●				1 min	al comensal o mozo
	TOTAL DE TIEMPO					5 MIN	

Flujograma de operación para el proceso de preparación de chilcano.

N°	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				Tiempo (min/sg)	observación
		INICIO O FIN	DOCUMENTO	PROCESO	SUB PROCESO		
1	Tener listo los insumos	●				....	hora de atención
2	Llega Pedido		●			....	electronicamente
3	llenar vaso de hielo			●		0.5 min	dejar reposar
4	agregar ingredientes			●		1 min	jugo de limon y pisco
5	estilo de mezcla			●		1.5 min	batido
6	servido			●		1 min	agrega decoración
7	entrega	●				1 min	al comenzal o mozo
	TOTAL DE TIEMPO					5 MIN	

Flujograma de operación para el proceso de preparación de mojito.

N°	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				Tiempo (min/sg)	observación
		INICIO O FIN	DOCUMENTO	PROCESO	SUB PROCESO		
1	Tener listo los insumos	●				....	hora de atención
2	Llega Pedido		●			....	electronicamente
3	agregar ingredientes			●		1 min	limon, hierba buena y jarabe de azucar
4	estilo de mezcla			●		2 min	machacado
5	agregar hielo				●	1 min	picado
6	agregar ingredientes			●		1 min	ron y agua con gas
7	servido			●		1 min	agrega decoración
8	entrega	●				1 min	al comenzal o mozo
	TOTAL DE TIEMPO					7 MIN	

Flujograma de operación para el proceso de preparación de margarita.

N°	DESCRIPCIÓN	ACTIVIDAD				Tiempo (min/sg)	observación
		INICIO O FIN	DOCUMENTO	PROCESO	SUB PROCESO		
1	Tener listo los insumos	●				....	hora de atención
2	Llega Pedido		●			....	electronicamente
3	alistar envase			●		1 min	agregar limon y sal a los bordes
4	agregar ingredientes			●		2 min	licor de naranja, tequila, jarabe de azucar y limon
5	estilo de mezcla			●		1 min	batido
7	servido			●		1 min	agrega decoración
8	entrega	●				1 min	al comenzal o mozo
	TOTAL DE TIEMPO					7 MIN	

## Anexo N° 11: Propuesta de Cartilla de Desinfección

SUPERFICIE A DEFINFECTAR	CONCENTRACION RECOMENDADA (PPM) – Partes por millón	LEJIA AL 5% A ADICIONAR (ml)/lt. DE AGUA	LEJIA AL 4% A ADICIONAR (ml)/lt. DE AGUA	LEJIA AL 4.6% A ADICIONAR (ml)/lt. DE AGUA	LEJIA AL 7.5% A ADICIONAR (ml)/lt. DE AGUA
Frutas y Verduras	50 ppm	1 ml	1.25 ml	1.1 ml	0.7 ml
Huevo	100 ppm	2 ml	2.5 ml	2.17 ml	1.33 ml
Equipos y Utensilios	100 ppm	2 ml	2.5 ml	2.17 ml	1.33 ml
Superficie de contacto con alimentos	100 ppm	2 ml	2.5 ml	2.17 ml	1.33 ml
Pisos, Pared, Puerta y Ventana	200 ppm	4 ml	5 ml	4.4 ml	2.7 ml
Baños	400 ppm	8 ml	10 ml	8.7 ml	5.3 ml



## Anexo N° 12: Método de Rankin de factores

FACTORES	N°	CRITERIOS	GRADO DE IMPORTANCIA 1 AL 10	IMPORTANCIA RELATIVA (%)	LUGARES POSIBLES Y CALIFICACIÓN		
					Zona Empresarial	Zona Urbana	Zona comercial
COMERCIALES	1	Proximidad a clientes	10	0.43	8	8	7
	2	Proximidad de proveedores	8	0.35	8	7	8
	3	Facilidad de carga y descarga	7	0.38	7	5	6
	4	Costo de alquiler	6	0.33	6	6	6
INFRAESTRUCTURA	5	Disponibilidad de agua	8	0.38	7	7	7
	6	Disponibilidad de luz	8	0.36	8	7	7
	7	Disponibilidad de energía	8	0.36	8	7	7
OPERACIONES	8	Existencia de parques e industrias	7	0.36	5	7	7
	9	Buen estado de las carreteras	5	0.45	5	2	4
SOCIAL	14	Impuestos.	7	0.53	4	5	4
	16	Seguridad Pública	20	1.33	5	5	5
CALIFICACIÓN FINAL					71	66	68

## Anexo 13: Tipo de Régimen

Concepto	Nuevo régimen único simplificado	Régimen especial de renta	Régimen MYPE Tributario	Régimen general
Persona natural	Si	si	Si	Si
Persona jurídica	No	si	Si	Si
Límite de ingresos	Hasta S/96.000 anual o S/8.000 mensual	Hasta S/525.000 anuales	Ingresos netos que no superen los 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin limite
Límite de compras	Hasta S/96.000 anual o S/8.000 mensual	Hasta S/525.000 anuales	Sin limite	Sin limite
Comprobante que puede emitir	Boleta de venta, tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo.	Factura, Boleta, Todos los demás permitidos.	Factura, Boleta, Todos los demás permitidos.	Factura, Boleta, Todos los demás permitidos.
DJ anual – renta	No	No	Si	Si
Pago de tributos mensuales	Pago mínimo S/20 y máximo de S/50, de acuerdo a una tabla de ingresos y/o compras por categoría	Renta: cuota de 1.5 % de ingresos netos mensuales (Cancelatorio)	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagaran el 1 % de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes	Renta: Pago a cuenta mensual. El que resulte como coeficiente o el

			superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagaran el 1.5% de coeficiente	1.5% según la ley del impuesto a la renta.
	El IGV está incluido en la única cuota que se paga en este régimen	IGV: 18% (Incluye el impuesto de promoción municipal)	IGV: 18% (Incluye el impuesto de promoción municipal)	IGV: 18% (incluye impuesto general municipal)
Restricción por tipo de actividad	Si tiene	Si tiene	No tiene	No tiene
Trabajadores	Sin limite	10 por turno	Sin limite	Sin limite
Valor de activo fijos	S/ 70.00	S/ 126.00	Sin limite	Sin limite
Posibilidad de deducir gastos	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene
Pago del impuesto anual en función a la utilidad	No tiene	No tiene	Si tiene	Si tiene

## Anexo N° 14

ASPECTOS	ACTIVIDADES	SUB ACTIVIDADES	IMPACTOS AMBIENTALES
Modificación e Instalación	Implementación de ambientes (tematica)	Montaje de las areas (salon, bar, cocina, baño)	Contaminación atmosférica Contaminación del agua Contaminación del aire Cambios en la calidad del agua Reducción de recursos naturales Acumulación de desechos Residuos sólidos Residuos líquidos Acumulación de grasas y aceites
	Acabado de ambientes	Señalizaciones de ambientes Verificación de infraestructura	
	Instalación de maquinaria, equipo y recursos humanos.	Verificación y preparación de maquinas de cocina. Instalación de parrillas, campanas y mobiliario Instalación de XTable Preparación de los cocineros, auxiliares y meseros para la apertura del servicio.	
	Limpieza general	Desmontaje y preparación del restobar para su apertura.	
Operación	Adquisición de insumos y bebidas	Separación por categoría de los productos. Verificación de su estado (fecha de vencimiento)	
	Preparación de insumos y bebidas	Preparación de platos y tragos.	
	Limpieza de utensilios y equipos	Limpieza de pisos, baños, cocinas, mesas, sillas. Limpieza de utensilios de cocina y tragos una vez utilizados. Separación de los residuos generado por los comensales (residuos de comidas en los platos, bebidas, servilletas, entre otros)	
Administración	Suministro por parte de los proveedores	Manipulación de alimentos Recepción de insumos	
	Logística	Solicitud de insumos, bebidas	
	Cierre del servicio	Finalización del servicio	

## Anexo N° 15: Detalle de Producción

Gastos de Energía en Producción							
Equipo	Cantidad	Consumo por Hora (KW)	Hora de Trabajo	Consumo por día (KW)	Precio de KW (S/.)	Consumo mensual (S/.)	Consumo anual (S/.)
Campana Extractor	1	0.4	12	9.6	S/. 5.25	S/. 50.40	S/. 604.80
X-Table	6	0.95	16	30.4	S/. 5.25	S/. 159.60	S/. 1,915.20
Mesa refrigerada de acero inoxidable	2	0.6	24	28.8	S/. 5.25	S/. 151.20	S/. 1,814.40
Refrigerador horizontal	1	0.7	24	33.6	S/. 5.25	S/. 176.40	S/. 2,116.80
Refrigerador vertical	1	0.7	24	33.6	S/. 5.25	S/. 176.40	S/. 2,116.80
Balanza	1	0.2	2	0.8	S/. 5.25	S/. 4.20	S/. 50.40
Calentador de platos	1	0.4	8	6.4	S/. 5.25	S/. 33.60	S/. 403.20
Refrigerador horizontal	1	0.7	24	33.6	S/. 5.25	S/. 176.40	S/. 2,116.80
Refrigerador vertical	1	0.7	24	33.6	S/. 5.25	S/. 176.40	S/. 2,116.80
Licuadoras	4	0.3	4	2.4	S/. 5.25	S/. 12.60	S/. 151.20
Máquina de hielo	1	0.6	24	28.8	S/. 5.25	S/. 151.20	S/. 1,814.40
Alumbrado Interno	1	0.75	17	25.5	S/. 5.25	S/. 133.88	S/. 1,606.50
POS	4	0.2	24	9.6	S/. 5.25	S/. 50.40	S/. 604.80
<b>Total</b>						<b>S/. 1,452.68</b>	<b>S/. 17,432.10</b>

Gastos de Agua				
Concepto	Litros m3	Unitario	Mensual	Anual
Agua del área de producción	220	S/. 5.83	S/. 1,283.48	S/. 15,401.76

Gastos de Telefono e Internet		
Area	Mensual (S/)	Anual (S/)
Área de producción	S/. 14.13	S/. 169.56

## Anexo N° 16: Detalles de Gastos Administrativos

Gastos Administrativos						
Concepto	Mensual	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneración de Personal	S/. 2,900.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00	S/. 34,800.00
Pago de Servicio (S/)	S/. 398.90	S/. 4,786.78	S/. 5,265.46	S/. 5,744.14	S/. 6,222.81	S/. 6,701.49
Materiales diversos (S/)	S/. 2.38	S/. 28.50	S/. 342.00	S/. 342.00	S/. 342.00	S/. 342.00
Alquiler de local (S/)	S/. 900.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00	S/. 10,800.00
Aporte 9% (S/)	S/. 261.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00	S/. 3,132.00
<b>Total</b>	<b>S/. 4,462.27</b>	<b>S/. 53,547.28</b>	<b>S/. 54,339.46</b>	<b>S/. 54,818.14</b>	<b>S/. 55,296.81</b>	<b>S/. 55,775.49</b>

Gastos de Energía Administrativos							
Equipo	Cantidad	Consumo por Hora (KW)	Hora de Trabajo	Consumo por día (KW)	Precio de KW (S/.)	Consumo mensual de energía (S/.)	Consumo anual de energía (S/.)
Computadoras	2	0.4	16	12.8	S/. 5.25	S/. 67.20	S/. 806.40
Impresora	1	0.25	8	4	S/. 5.25	S/. 21.00	S/. 252.00
Teléfono Fijo	1	0.015	17	0.51	S/. 5.25	S/. 2.68	S/. 32.13
Alumbrado Interno	1	0.75	10	15	S/. 5.25	S/. 78.75	S/. 945.00
Router	2	0.055	17	1.87	S/. 5.25	S/. 9.82	S/. 117.81
<b>TOTAL</b>						<b>S/. 179.45</b>	<b>S/. 2,153.34</b>

Materiales Administrativos		
Producto	Mensual (S/.)	Anual (S/.)
Hoja Bond	S/. 10.00	S/. 120.00
Tinta Impresora	S/. 7.00	S/. 84.00
Grapas	S/. 1.50	S/. 18.00
Folder	S/. 3.00	S/. 36.00
Archivadores	S/. 4.00	S/. 48.00
Diversos	S/. 3.00	S/. 36.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 28.50</b>	<b>S/. 342.00</b>

Gastos de Agua				
Concepto	Litros m3	Unitario	Mensual	Anual
Agua del área de administración	30	S/. 5.44	S/. 163.14	S/. 1,957.68

Gastos de Telefono e Internet		
Area	Mensual (S/)	Anual (S/)
Área de administración	S/. 56.31	S/. 675.76

### Anexo N° 17: Detalle de Gastos de Venta

Gastos de Venta									
N°	Área	Colaboradores	N° de Trabajadores	N° de horas al día	Sueldo por hora	Sueldo diario	Mano de obra Unitario	Costo de mano de obra mensual	Costo de mano de obra anual
1	Caja	Cajera	1	8	S/. 5.05	S/. 40.38	S/. 1,050.00	S/. 1,050.00	S/. 12,600.00
2	Recepción	Recepcionista	1	8	S/. 5.05	S/. 40.38	S/. 1,050.00	S/. 1,050.00	S/. 12,600.00
<b>Total</b>			<b>2</b>	<b>16</b>	<b>S/. 10.10</b>	<b>S/. 80.77</b>	<b>S/. 2,100.00</b>	<b>S/. 2,100.00</b>	<b>S/. 25,200.00</b>

Gastos de Energía de Venta							
Equipo	Cantidad	Consumo por Hora (KW)	Hora de Trabajo	Consumo por día (KW)	Precio de KW (S/.)	Consumo mensual de energía (S/.)	Consumo anual de energía (S/.)
Computadoras	1	0.4	17	13.6	S/. 5.25	S/. 71.40	S/. 856.80
Alumbrado Interno	1	0.75	17	25.5	S/. 5.25	S/. 133.88	S/. 1,606.50
Teléfono Fijo	1	0.015	17	0.51	S/. 5.25	S/. 2.68	S/. 32.13
Router	1	0.055	17	1.87	S/. 5.25	S/. 9.82	S/. 117.81
POS	4	0.2	24	9.6	S/. 5.25	S/. 50.40	S/. 604.80
<b>TOTAL</b>						<b>S/. 268.17</b>	<b>S/. 3,218.04</b>

Materiales Ventas		
Producto	Mensual (S/.)	Anual (S/.)
Hoja Bond	S/. 10.00	S/. 120.00
Tinta Impresora	S/. 7.00	S/. 84.00
Licencia	S/. 20.00	S/. 240.00
Diversos	S/. 24.00	S/. 288.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 61.00</b>	<b>S/. 732.00</b>

Gastos de Agua				
Concepto	Litros m3	Unitario	Mensual	Anual
Agua del área de ventas	40	S/. 5.44	S/. 217.52	S/. 2,610.24

Gastos de Telefono e Internet		
Area	Mensual (S/)	Anual (S/)
Área de ventas	S/. 180.55	S/. 2,166.56

## Anexo N° 18: Detalles de Activos Tangibles

Terrenos y Obras Civiles						
Concepto	Unidad	Metrados	Costo	Infraestructura	IGV	Costo total
<b>I. Alquiler Local</b>						
Garantía 1 mes	m2	120	S/6,000.00	S/6,000.00	S/2,160.00	S/9,840.00
<b>II. Infraestructura</b>						
Cocina	m2	20	S/1,500.00	S/1,870.00	S/606.60	S/2,763.40
Barra	m2	13	S/1,000.00	S/2,150.00	S/567.00	S/2,583.00
Almacén	m2	8	S/500.00	S/269.00	S/138.42	S/630.58
Salón	m2	65	S/1,100.00	S/2,580.00	S/662.40	S/3,017.60
Area Administrativa	m2	7	S/900.00	S/367.00	S/228.06	S/1,038.94
Servicios Higienicos	m2	7	S/500.00	S/679.00	S/212.22	S/966.78
Accesos y Veredas	m2	4	S/500.00	S/250.00	S/135.00	S/615.00
<b>Total</b>			<b>S/6,000.00</b>	<b>S/8,165.00</b>	<b>S/2,549.70</b>	<b>S/11,615.30</b>
<b>Total de Terrenos y Obras Civiles</b>				<b>S/.</b>		<b>14,165.00</b>

Maquinaria y Equipo					
Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	IGV	Costo Total
<b>I. Maquinaria</b>					
Cocinas industrial	2	S/. 2,000.00	S/. 4,000.00	S/. 720.00	S/. 3,280.00
Freidoras de inmersión de acero inoxidable	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 270.00	S/. 1,230.00
Mesa refrigeradora de acero inoxidable	1	S/. 4,000.00	S/. 4,000.00	S/. 720.00	S/. 3,280.00
Refrigerador horizontal	2	S/. 600.00	S/. 1,200.00	S/. 216.00	S/. 984.00
Refrigerador vertical	2	S/. 800.00	S/. 1,600.00	S/. 288.00	S/. 1,312.00
Campana extractor	1	S/. 2,600.00	S/. 2,600.00	S/. 468.00	S/. 2,132.00
Calentador de platos	1	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 246.00
Extractor de aire	1	S/. 3,500.00	S/. 3,500.00	S/. 630.00	S/. 2,870.00
Máquina de hielo	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 270.00	S/. 1,230.00
<b>II. Equipo</b>					
Balanza	1	S/. 250.00	S/. 250.00	S/. 45.00	S/. 205.00
Pos	3	S/. 15.00	S/. 45.00	S/. 8.10	S/. 36.90
Balanza de gramos	1	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 16.40
Xt table	6	S/. 20,000.00	S/. 120,000.00	S/. 21,600.00	S/. 98,400.00
Licuadoras	4	S/. 800.00	S/. 3,200.00	S/. 576.00	S/. 2,624.00
<b>III. Equipo de Oficina</b>					
Computadora	4	S/. 600.00	S/. 2,400.00	S/. 432.00	S/. 1,968.00
Impresora	1	S/. 350.00	S/. 350.00	S/. 63.00	S/. 287.00
Teléfono fijo	1	S/. 79.00	S/. 79.00	S/. 14.22	S/. 64.78
<b>Total de Maquinaria y Equipo</b>		<b>S/. 38,914.00</b>	<b>S/. 146,544.00</b>	<b>S/. 26,377.92</b>	<b>S/. 120,166.08</b>

Uniformes					
Artículo	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Igv total	Costo total
<b>I. Cocina</b>					
Polo Blanco (logo)	10	S/7.00	S/17.00	S/3.06	S/13.94
Pantalón de cocina	10	S/15.00	S/25.00	S/4.50	S/20.50
Mandil 3/4 largo	10	S/14.00	S/24.00	S/4.32	S/19.68
Servilleta	10	S/9.00	S/19.00	S/3.42	S/15.58
<b>II. Salón</b>					
Camisa Celeste	6	S/17.00	S/102.00	S/18.36	S/83.64
pantalón negro	6	S/16.00	S/96.00	S/17.28	S/78.72
Mandil 1/2	6	S/15.00	S/90.00	S/16.20	S/73.80
<b>III. Barra</b>					
Camisa Ploma	6	S/17.00	S/102.00	S/18.36	S/83.64
Pantalón Negro	6	S/16.00	S/96.00	S/17.28	S/78.72
Corbata negra	6	S/4.00	S/24.00	S/4.32	S/19.68
tirante de overol	6	S/5.00	S/30.00	S/5.40	S/24.60
<b>Total</b>		<b>S/135.00</b>	<b>S/625.00</b>	<b>S/112.50</b>	<b>S/512.50</b>

Muebles y enseres						
Concepto	Cantidad	Precio unitario	Precio total	Igv total	Costo total	
<b>I. Muebles</b>						
Sillones de espera	2	250	S/. 60,000.00	S/. 10,800.00	S/. 49,200.00	
Sillas de madera para mesa	55	106	S/. 5,830.00	S/. 1,049.40	S/. 4,780.60	
Sillas de madera para barra	8	98	S/. 784.00	S/. 141.12	S/. 642.88	
Mesa de espera	1	150	S/. 150.00	S/. 27.00	S/. 123.00	
<b>II. Enseres</b>						
Accesorios	13	150	S/. 1,950.00	S/. 351.00	S/. 1,599.00	
Bol de comida	15	S/150.00	S/. 2,250.00	S/. 405.00	S/. 1,845.00	
Colador chino	1	S/40.00	S/. 40.00	S/. 7.20	S/. 32.80	
Juego de tabla de picar	3	S/140.00	S/. 420.00	S/. 75.60	S/. 344.40	
Cuchillo	8	S/20.00	S/. 160.00	S/. 28.80	S/. 131.20	
Juego de cubiertos	4	S/15.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 49.20	
Tenazas	3	S/20.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 49.20	
Sartén	4	S/80.00	S/. 320.00	S/. 57.60	S/. 262.40	
Espátula	2	S/20.00	S/. 40.00	S/. 7.20	S/. 32.80	
Ollas	8	S/120.00	S/. 960.00	S/. 172.80	S/. 787.20	
Jebes de piso	6	S/20.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 98.40	
Cucharilla de bar	3	S/15.00	S/. 45.00	S/. 8.10	S/. 36.90	
Cocteleras	4	S/50.00	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 164.00	
Dosificadores de metal	15	S/4.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 49.20	
Onzeras	5	S/15.00	S/. 75.00	S/. 13.50	S/. 61.50	
Paquete de vasos de agua	10	S/60.00	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 492.00	
Paquete de vasos de refresco	20	S/65.00	S/. 1,300.00	S/. 234.00	S/. 1,066.00	
Paquete de vasos pedrada	10	S/65.00	S/. 650.00	S/. 117.00	S/. 533.00	
Paquete copa brandy	6	S/80.00	S/. 480.00	S/. 86.40	S/. 393.60	
Paquete copa martini	6	S/89.00	S/. 534.00	S/. 96.12	S/. 437.88	
Hielera	10	S/30.00	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 246.00	
Pinzas de hielo	10	S/3.00	S/. 30.00	S/. 5.40	S/. 24.60	
Jebes de piso barra	6	S/10.00	S/. 60.00	S/. 10.80	S/. 49.20	
Paquete de platos	6	S/45.00	S/. 270.00	S/. 48.60	S/. 221.40	
Paquete de cucharas hotelero	6	S/22.00	S/. 132.00	S/. 23.76	S/. 108.24	
Paquete de tenedor	6	S/24.00	S/. 144.00	S/. 25.92	S/. 118.08	
Paquete de cuchillo	6	S/24.00	S/. 144.00	S/. 25.92	S/. 118.08	
Azafates	15	S/8.00	S/. 120.00	S/. 21.60	S/. 98.40	
Caballetes	8	S/20.00	S/. 160.00	S/. 28.80	S/. 131.20	
Caja para cubiertos	6	S/8.00	S/. 48.00	S/. 8.64	S/. 39.36	
<b>IV. Otros</b>						
Escoba	4	S/6.00	S/. 24.00	S/. 4.32	S/. 19.68	
Recogedores	4	S/5.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 16.40	
Jaladores	4	S/8.00	S/. 32.00	S/. 5.76	S/. 26.24	
Trapeador	6	S/9.00	S/. 54.00	S/. 9.72	S/. 44.28	
Baldes	3	S/3.00	S/. 9.00	S/. 1.62	S/. 7.38	
Tachos de basura mediano	4	S/11.00	S/. 44.00	S/. 7.92	S/. 36.08	
Tachos de basura grande	4	S/16.00	S/. 64.00	S/. 11.52	S/. 52.48	
Extintores	1	S/300.00	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 246.00	
Botiquín	1	S/89.00	S/. 89.00	S/. 16.02	S/. 72.98	
Calefactores	3	S/150.00	S/. 450.00	S/. 81.00	S/. 369.00	
Pulidor	2	S/10.00	S/. 20.00	S/. 3.60	S/. 16.40	
<b>Total</b>		S/2,016.00	<b>S/. 79,602.00</b>	S/. 14,328.36	S/. 65,273.64	

## Anexo N° 19: Activos Intangibles

Gastos preliminares						
Artículo	Cantidad	Precio unitario	Igv total	Costo total	Precio total	
Búsqueda de nombre	1	S/. 5.00	S/. 0.90	S/. 4.10	S/. 5.00	
Reserva de Nombre	1	S/. 18.00	S/. 3.24	S/. 14.76	S/. 18.00	
Elaboración de la minuta	1	S/. 250.00	S/. 45.00	S/. 205.00	S/. 250.00	
Elevar la minuta a escritura publica	1	S/. 110.00	S/. 19.80	S/. 90.20	S/. 110.00	
Inscribir la escritura pública en SUNARP	1	S/. 56.00	S/. 10.08	S/. 45.92	S/. 56.00	
Tramitar el certificado de Defensa Civil	1	S/. 336.00	S/. 60.48	S/. 275.52	S/. 336.00	
Tramitar licencia de Funcionamiento	1	S/. 360.00	S/. 64.80	S/. 295.20	S/. 360.00	
Legislación de Libros Contables	5	S/. 25.00	S/. 22.50	S/. 102.50	S/. 125.00	
Gastos de Tramite carnets de Sanidad personal	1	S/. 300.00	S/. 54.00	S/. 246.00	S/. 300.00	
Registro de marca INDECOPI	1	S/. 534.99	S/. 96.30	S/. 438.69	S/. 534.99	
<b>Total</b>			S/. 377.10	S/. 1,717.89	<b>S/. 2,094.99</b>	

Gastos Preliminares de Posicionamiento de Marca						
Artículo	Cantidad	Precio unitario	Igv total	Costo total	Precio total mensual	Precio total anual
Creación de Pagina Web	1	S/. 500.00	S/. 90.00	S/. 410.00	S/. 500.00	S/. 6,000.00
Letrero Luminoso	1	S/. 600.00	S/. 108.00	S/. 492.00	S/. 600.00	S/. 7,200.00
Tarjetas de Presentación	1000	S/. 0.10	S/. 18.00	S/. 82.00	S/. 100.00	S/. 1,200.00
Creación de FanPage	1	S/. 200.00	S/. 36.00	S/. 164.00	S/. 200.00	S/. 2,400.00
Hoja de Evaluación	1000	S/. 0.05	S/. 8.10	S/. 36.90	S/. 45.00	S/. 540.00
<b>Total</b>		S/. 1,300.15	S/. 260.10	S/. 1,184.90	S/. 1,445.00	<b>S/. 17,340.00</b>