



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

Plan de Negocio para el establecimiento de un fast food saludable en
Miraflores, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Empresarial

AUTORA:

Garcia Coral Geanine Caro (ORCID: 0000-0001-8374-0546)

ASESOR:

Mgr. Rodríguez Alegre Lino Rolando (ORCID: 0000-0002-9993-8087)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planes de Negocios

LIMA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de plan de negocio, a mi madre por su apoyo incondicional ella que siempre está conmigo y es mi motivación para seguir adelante y cumplir mis metas propuestas, a mi padre por su apoyo, enseñanzas y por siempre confiar en mí.

A mis hermanos que son mi fortaleza para ser mejor cada día y ser su ejemplo en quienes ellos puedan seguir y mejorar.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía y acompañarme en cada paso que doy.

Agradezco a todos los docentes que fueron parte de mi desarrollo como profesional, al asesor Rodríguez Alegre Lino Rolando por la buena enseñanza y compromiso en esta etapa de desarrollo de tesis.

A Leandro.P, que siempre está alentando y motivando ante cualquier proyecto propuesto, a mis familiares cercanos ya que no hubiera sido posible sin el gran apoyo de cada uno de ellos

Índice

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
Índice de tablas	vi
Índice de figuras.....	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento de problema u oportunidad	2
Formulación del problema u oportunidad	4
Objetivo del proyecto	5
II. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	6
2.1 Investigaciones previas.....	7
2.2 Análisis del producto o servicio	11
2.3 Análisis de la demanda.....	15
2.4 Análisis de la Oferta.....	21
2.5 Análisis de la comercialización.....	27
III. ESTUDIO TÉCNICO.....	30
3.1 Proceso productivo o de servicio.....	31
3.2 Localización.....	38
3.3 Tamaño	43
IV. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL.....	49
4.1 Estudio legal.....	50
4.2 Estudio organizacional, estructural y funcional.....	51
V. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	55
5.1 Impacto Ambiental.....	56
5.2 Marco legal relacionado al sector Restaurante.....	56

5.3	Matriz de Leopold.....	59
VI.	ESTUDIO DEL ESTADO DE GANANCIA Y PERDIDA.....	61
6.1	Ingreso del proyecto	62
6.2	Costos	63
6.3	Inversión.....	68
6.4	Financiamiento	71
VII.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	74
7.1	Flujo de caja económico y financiero	75
7.2	Determinación de la tasa de descuento.....	76
7.3	Indicadores de rentabilidad	76
7.4	Indicador Costo Beneficio	77
	DISCUSIÓN	78
	CONCLUSIONES	79
	RECOMENDACIONES	80
	REFERENCIAS.....	81

Índice de tablas

Tabla 1: Cuadro de armado de Poke Bowls	12
Tabla 2: Valor Nutricional	14
Tabla 3: Contenido Nutricional.....	15
Tabla 4: Habitantes de Miraflores 2018	15
Tabla 5: Rango de edad en Miraflores.....	16
Tabla 6: NSE Miraflores 2017.....	16
Tabla 7: Descripción del Mercado Potencial.....	17
Tabla 8: Mercado Potencial	20
Tabla 9: Mercado Disponible	20
Tabla 10: Mercado Efectivo	20
Tabla 11: Frecuencia de Consumo.....	21
Tabla 12: Características de la competencia directa	22
Tabla 13: Competencia indirecta	23
Tabla 14: Cantidad ofertada de Poke Bowls en Miraflores	24
Tabla 15: Promedio de la tasa de crecimiento.....	25
Tabla 16: Encuesta mensual de restaurante.....	25
Tabla 17: Proyección de demanda insatisfecha	26
Tabla 18: Precio Poke Bowls	28
Tabla 19: Vestimenta del personal.....	36
Tabla 20: Cuadro de factores	40
Tabla 21: Ranking de Factores.....	40
Tabla 22: Calificación -Matriz de enfrentamiento.....	41
Tabla 23: Matriz de Enfrentamiento	41
Tabla 24: Capacidad.....	43
Tabla 25: Capacidad real.....	44
Tabla 26: Equipos de Oficina	44
Tabla 27: Máquinas y equipos necesarios.....	45
Tabla 28: Equipos de producción	45
Tabla 29: Muebles de producción	46
Tabla 30: Artículos descartables biodegradables	46
Tabla 31: Distribución de equipos y materiales.....	47

Tabla 32: Gasto de constitución de Wiki Poke.....	51
Tabla 33: Cargos y funciones	54
Tabla 34: Código de colores para la segregación de residuos sólidos	58
Tabla 35: Factores Ambientales	58
Tabla 36: Pronóstico de ventas de Poke Bowls	62
Tabla 37: Ingreso de venta de Poke Bowls.....	62
Tabla 38: Ingreso de Ventas -IGV	62
Tabla 39: Costo de materia prima por año.....	63
Tabla 40: Costo de mano de obra directa.....	63
Tabla 41: Costo de mano de obra indirecta	63
Tabla 42: Costo de materiales indirectos	64
Tabla 43: Gastos generales de producción anual.....	64
Tabla 44: Depreciación de activos de producción	64
Tabla 45: Costo indirecto de fabricación.....	64
Tabla 46: Costo de venta.....	65
Tabla 47: Sueldo Administrativo	65
Tabla 48: Depreciación de Activo Administrativos	65
Tabla 49: Amortización de Activo Administrativos	65
Tabla 50: Presupuesto de servicios Administrativos.....	66
Tabla 51: Presupuesto Gasto Administrativo.....	66
Tabla 52: Sueldo de personal de ventas.....	66
Tabla 53: Presupuesto de servicio de venta	66
Tabla 54: Depreciación de Activos de Venta	67
Tabla 55: Amortización de Activos de Venta	67
Tabla 56: Presupuesto de Gasto de Venta	67
Tabla 57: Capital de trabajo.....	67
Tabla 58: Inversión en maquinarias.....	68
Tabla 59: Inversión en equipos de producción	68
Tabla 60: Inversión en Equipos de oficina	68
Tabla 61: Inversión en equipo de cómputo	69
Tabla 62: Inversión de muebles y enseres de planta.....	69
Tabla 63: Inversión de muebles y enseres de oficina	69
Tabla 64: Inversión en Activos Tangibles	69
Tabla 65: Inversión tramites de Constitución.....	70

Tabla 66: Inversión en capacitación de personal.....	70
Tabla 67: Inversión en licencia	70
Tabla 68: Inversión de publicidad	70
Tabla 69: Inversión de Acondicionamiento	71
Tabla 70: Inversión de Activos Intangibles.....	71
Tabla 71: Estado de Ganancia y Perdidas.....	71
Tabla 72: Inversión Total	71
Tabla 73: Tipo de Financiamiento.....	72
Tabla 74: Instituciones bancarias	72
Tabla 75: Simulación de Financiamiento	73
Tabla 76: IGV.....	75
Tabla 77: Flujo de Caja Económico y Financiero.....	75
Tabla 78: Costo de oportunidad de capital	76
Tabla 79: Costo promedio ponderado	76
Tabla 80: Valor neto económico y financiero	76
Tabla 81: Tasa interna de retorno económico y financiero	77
Tabla 82: Actualización de flujo de caja financiero.....	77
Tabla 83: Tiempo de recuperación de inversión	77
Tabla 84: Relación beneficio costo	77
Tabla 85: Prueba de confiabilidad.....	98
Tabla 86: Preguntas - Prueba Piloto	99

Índice de figuras

Figura 1: Perfil Nutricional	2
Figura 2: Encuesta alimentación saludable - Lima	3
Figura 3: Modelo Canvas	7
Figura 4: Matriz FODA.....	10
Figura 5: Mesa de topping.....	12
Figura 6: Elaboración de Poke Bowls.....	13
Figura 7: Poke Bowls.....	13
Figura 8: Poke Bowls de Salmón	13
Figura 9: Poke Bowls de Atún	14
Figura 10: Poke Bowls	15
Figura 11: Formula muestra finita.....	18
Figura 12: Formula Alfa de Cronbach	19
Figura 13: Competencia directa	21
Figura 14: Demanda en base a la tasa de crecimiento	24
Figura 15: Demanda insatisfecha.....	26
Figura 16: Pizarra de topping	27
Figura 17: Bowls de loza	28
Figura 18: Envases Biodegradables.....	28
Figura 19: Proveedores	29
Figura 20: Flujograma de proceso de Abastecimiento	31
Figura 21: Flujograma de proceso de operación	33
Figura 22: Flujograma de proceso de venta	34
Figura 23: Técnica lavado de manos.....	36
Figura 24: Mapa Distrito de Miraflores.....	38
Figura 25: Ubicación del local	41
Figura 26: Layout de Wiki Poke.....	42
Figura 27: Distribución del producto	43
Figura 28: Logo Wiki Poke	52
Figura 29: Organigrama Estructural	53
Figura 30: Matriz de Leopold.....	60
Figura 31: Población estimada según distrito	85
Figura 32: Grupos quinquenales de edad.....	85

RESUMEN

El presente plan de negocio presenta una alternativa saludable que tendrá de nombre Fast Food Saludable brindando al consumidor un producto llamado Poke Bowls que contiene alto porcentaje de nutrientes, además el consumidor tendrá la alternativa de escoger los distintos topping de acuerdo a su gusto y preferencia.

Esta idea negocio surge ya que actualmente las personas se preocupan por su salud y además de ello hay preocupación por el alto porcentaje de sobrepeso y obesidad, con esa idea de negocio se busca contribuir a la mejora de hábitos alimenticios así mismo disminuir con el índice de exceso de peso en nuestro país teniendo en cuenta a personas que estudian y trabajan y que no tienen tiempo para preparar su propio alimento.

El plan de negocio tiene como finalidad determinar la viabilidad de mercado, técnica, legal, económica y financiera

Con relación a los alcances del método de trabajo el proyecto se ha estructurado en siete capítulos donde explica detalladamente el desarrollo del mismo.

Primer capítulo: Introducción, la propuesta ha realizado un análisis del planteamiento del problema u oportunidad mediante el método de Canvas y la matriz FODA el cual nos ha ayudado a visualizar de manera global en un lienzo dividido en los principales aspectos que involucran al negocio y gira entorno a la propuesta de valor que se ofrece.

Segundo capítulo: Análisis de mercado, describiremos el producto que ofreceremos, Poke Bowls, los insumos que incluyen y su contenido nutricional, así como también se realizó el análisis de la oferta y demanda recurriendo a la obtención de datos mediante fuentes de información primaria y secundaria

Como parte de este estudio se ha analizado al sector, sus características, la competencia, y los conceptos de incorporando como parte del análisis los conceptos relacionados con la segmentación de mercados.

El estudio de mercado realizado a utilizando a la encuesta como técnica de recolección de datos; la misma se ha levantado en el distrito de Miraflores y zonas aledañas para identificar la demanda.

Tercer capítulo: En estudio técnico, se realizó diagramas de flujo de las áreas de la empresa detallando el proceso operativo que se realizara, por otro lado, se ha determinado el tamaño y estudio de localización utilizando la Matriz de Enfrentamiento para establecer la ubicación del negocio, siendo el más conveniente el de la Calle José Sabogal, Miraflores, así también se realizó el detalle de las máquinas y equipos que van hacer necesarios en la empresa.

Cuarto capítulo: El estudio legal y organizacional, se estudió todo el proceso legal y constitucional, se realizó un análisis estructural representado mediante un organigrama mencionando la jerarquía donde cada trabajador tienen una función y los equipos son agrupados por especialidades

Quinto capítulo: Estudio de impacto ambiental, mencionamos las distintas normas generales que son indispensables para el funcionamiento del establecimiento, así también aplicamos la Matriz de Leopold para identificar el impacto inicial en la empresa.

Sexto capítulo: Estudio del estado de ganancia y pérdidas, se determinó un financiamiento propio de S/. 20,000.00 y un financiamiento bancario S/.40229.04 donde se realizó un estudio para optar por la entidad bancaria más conveniente optando por la empresa Mi Banco

Séptimo capítulo: Evaluación económica y financiera, se realizó una proyección de cinco años obteniendo un VAN económico de S/156,563 y un VAN financiero S/. 149,905 así también un TIR económico 107.33% de y un TIR financiero 237.07%, datos que permiten saber que el proyecto es viable

Palabras clave: Plan de negocio, Fast Food saludable, viabilidad.

ABSTRACT

This business plan presents a healthy alternative that will be called Fast Food Healthy, offering the consumer a product called Poke Bolws that contains a high percentage of nutrients, and the consumer will have the alternative of choosing the different toppings according to their taste and preference.

This business idea arises since people currently care about their health and in addition to that there is concern about the high percentage of overweight and obesity, with this business idea it seeks to contribute to the improvement of eating habits as well as decrease with the index of excess weight in our country taking into account people who study and work and who do not have time to prepare their own food.

The business plan aims to determine the market, technical, legal, economic and financial viability

Regarding the scope of the working method, the project has been structured in seven chapters where it explains in detail its development.

First chapter: Introduction, the proposal has carried out an analysis of the problem or opportunity approach using the Canvas method and the SWOT matrix which has helped us to visualize globally on a canvas divided into the main aspects that involve the business and tour around the value proposition offered.

Second chapter: Market analysis, we will describe the product we will offer, Poke Bowls, the inputs they include and their nutritional content, as well as the analysis of supply and demand using data collection through primary and secondary information sources.

As part of this study, the sector, its characteristics, competition, and the concepts of incorporating as part of the analysis the concepts related to market segmentation have been analyzed.

The market study carried out using the survey as a data collection technique; it has been raised in the Miraflores district and surrounding areas to identify the demand.

Third chapter: In a technical study, flow charts of the company areas were made detailing the operating process to be carried out, on the other hand, the size and location study have been determined using the Confrontation Matrix to establish the location of the business, being the most convenient that of José Sabogal Street, Miraflores, thus also the detail of the machines and equipment that will be necessary in the company was made.

Fourth chapter: The legal and organizational study, the entire legal and constitutional process for the operation of the company was studied, the structural study represented by an organizational chart was carried out, mentioning the hierarchy where each worker has a function and the teams are grouped by specialties

Fifth chapter: Environmental impact study, we mention the different general rules that are essential for the operation of the establishment, so we also apply the Leopold Matrix to identify the initial impact on the company.

Sixth chapter: Study of the state of profit and loss, an own financing of S /. 20,000.00 and bank financing S /. 40229.04 where a study was carried out to choose the most convenient bank by opting for the company Mi Banco

Seventh chapter: Economic and financial evaluation, a five-year projection was made obtaining an economic VAN of S / 156,563 and a financial VAN S /. 149,905 as well as an economic IRR 107.33% of and a financial IRR 237.07%, data that allow us to know that the project is viable

Keywords: Business plan, Healthy Fast Food, feasibility.

I. INTRODUCCIÓN

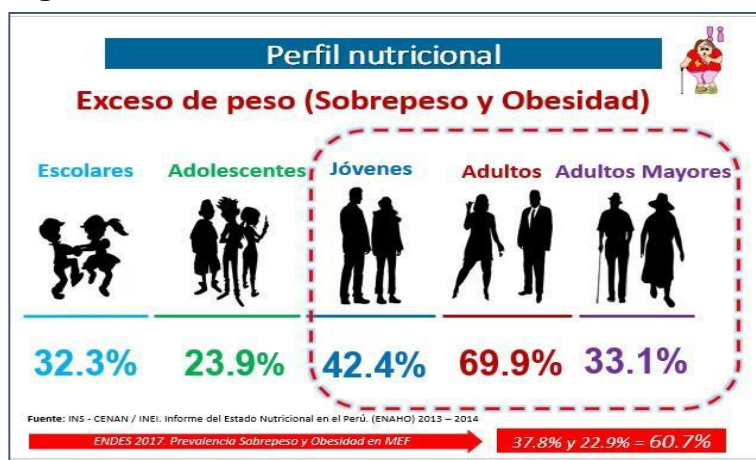
Planteamiento de problema u oportunidad

Actualmente, a nivel global, el estilo de vida de las personas ha estado marcado por nuevas tendencias de consumo y por el crecimiento económico; debido a ello el ritmo de vida de las personas es mucho más rápido, por lo que ha sido más factible asistir a un fast food que ofrece alimentos listos para su consumo. Esto se ha debido al buen sabor, los bajos precios, la atención rápida y la practicidad por ser consumidos a cualquier hora y en cualquier lugar; sin embargo, la mayoría de los alimentos de estos establecimientos tiene altos contenidos en grasas saturadas, azúcar y calorías. Las personas que han abusado de su consumo, tenían hábitos poco saludables y que les ha generado, a la larga, enfermedades como la diabetes, obesidad, entre otros.

El negocio de los establecimientos de fast food han seguido creciendo; sin embargo, en el caso del Perú, la Organización Mundial de Salud (OMS) ha señalado que este consumo se ha incrementado en un 260%, consolidándose con una de las tasas más altas en Latinoamérica

Por otro lado, se ha desarrollado creciente interés de los consumidores por su salud esto, por los altos índices de obesidad y sobrepeso. El Centro Nacional de Alimentación y Nutrición (CENAN) del Instituto Nacional de Salud (INS) ha señalado que el 69.9% de adultos padece de sobrepeso y obesidad; seguidamente estos males afectan al 42.4% de jóvenes, al 32.3% de escolares, 31.1% de adultos mayores y finalmente al 23.9% de adolescentes. (INS, 2019)

Figura 1: Perfil Nutricional

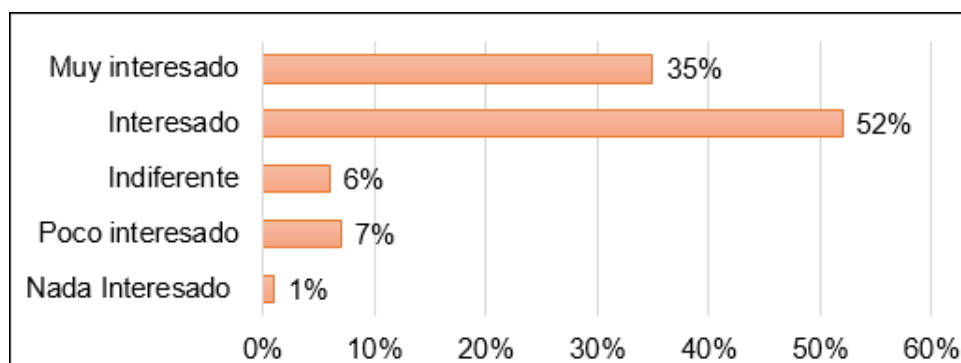


Fuente: Instituto Nacional de Salud

El especialista Cesar Domínguez nutricionista del INS, mencionan que el 29% de las personas en el país consumen comida chatarra al menos una vez a la semana y, en el caso de las frituras, 87.1% las consume con la misma frecuencia; por otro lado, menos del 50% de peruanos logran consumir la mínima cantidad requerida de fibra en sus alimentos y en muchas ocasiones el ingerir comida chatarra es por la falta de tiempo y los malos hábitos alimenticios; tenemos pues que los consumidores recurren a los llamados fast food (comidas rápidas.), atraídos por sus intensos sabores y la facilidad para adquirirlos (GESTION, 2019)

Por otro lado, según (GESTION, 2019), el 59% de los limeños reconocían que su alimentación es medianamente saludable, aunque, se estaba tomando conciencia que necesitan mejorar en este aspecto. Según una encuesta de dicho diario, el 35% de limeños se encontraba muy interesado y el 52% estaba interesado en una alimentación saludable, así como se representa en la siguiente figura.

Figura 2: Encuesta alimentación saludable - Lima



Fuente: Diario Gestión (2019)

Por tanto, consideramos que existe una interesante oportunidad de mercado, pues hoy en día no es excusa el no alimentarse bien ya que se puede encontrar opciones que ofrezcan productos de calidad, saludables y que estén al alcance del consumidor.

Ante lo expuesto, surgió la idea de proponer un plan de negocio para la creación de un establecimiento de Fast Food Saludable en el distrito de Miraflores; el mismo que tuvo como objetivo demostrar su viabilidad por ser una alternativa saludable que es base fundamental para una mejor calidad de vida; así mismo,

la propuesta contribuiría a la mejora en los hábitos alimenticios de la personas y, probablemente, contribuir, a la disminución en los casos de personas con sobre peso en nuestro país dado que la propuesta estará enfocada a personas que jóvenes que trabajan en la zona y no tienen el tiempo suficiente para buscar opciones saludables

Haciendo una vista rápida en el distrito de Miraflores se observa que se han aperturado locales que ofrecen comida saludable; este es el caos del “Poke Bowls”. Esto muestra que existe una demanda y la propuesta de negocio permitirá generará más puestos de trabajo.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) la comida saludable consiste en ingerir una variedad de alimentos que brinden los nutrientes necesarios tales como proteínas, carbohidratos, agua, vitaminas y minerales. La buena alimentación es una forma excelente de ayudar al cuerpo a estar fuerte y saludable. (OMS, 2019)

El comer sano más que una tendencia se relaciona con una evolución en nuevas tendencias y esto se debe a que las personas se preocupan más en su salud y prevenir así el padecimiento de distintas enfermedades, llevando un estilo de vida equilibrado; así como en la alimentación y un estilo de vida más saludable lo cual es una tendencia que se viene incrementando al pasar de los años.

Formulación del problema u oportunidad

Con respecto a la formulación del problema general este fue el siguiente

- ¿Sera viable un Plan de Negocio para el establecimiento de un Fast Food saludable en el distrito de Miraflores, 2019?

Respecto problemas específicos planteados estos fueron

- ¿Podrá el estudio de mercado mostrar la viabilidad de un Plan de Negocio para el establecimiento de un fast food saludable en el distrito de Miraflores, 2019?
- ¿Podrá el estudio técnico mostrar la viabilidad de un Plan de Negocio para el establecimiento de un Fast Food saludable en el distrito de Miraflores, 2019?

- ¿Podrá el estudio legal y organizacional mostrar la viabilidad de un Plan de Negocio para el establecimiento de un Fast Food saludable en el distrito de Miraflores, 2019?
- ¿Podrá el estudio económico financiero mostrar la viabilidad de un Plan de Negocio para el establecimiento de un Fast Food saludable en el distrito de Miraflores, 2019?

Objetivo del proyecto

Respecto al Objetivo general del proyecto este fue el siguiente:

- Determinar la viabilidad del Plan de Negocio para el establecimiento de un Fast Food saludable en el distrito de Miraflores, 2019.

Respecto a los objetivos específicos tenemos a los que se detallan a continuación:

- Determinar la viabilidad del estudio de mercado de un Plan de Negocio para la creación de un Fast Food Saludable en el distrito de Miraflores, 2019.
- Determinar la viabilidad del estudio técnico de un Plan de Negocio para la creación de un Fast Food Saludable en el distrito de Miraflores, 2019.
- Determinar la viabilidad legal y organizacional de un Plan de Negocio para la creación de un Fast Food Saludable en el distrito de Miraflores, 2019.
- Determinar la viabilidad económico financiera de un Plan de Negocio para el establecimiento de un Fast Food saludable en el distrito de Miraflores, 2019.

II. ANÁLISIS DEL MERCADO










2.1 Investigaciones previas

Modelo Canvas

Es una herramienta simple y grafica que permite desgranar aspectos fundamentales de cualquier negocio de emprendimiento o innovación, el cual debe ser flexible, pendiente a responder a las oportunidades y necesidades además nos permite estructurar los aspectos importantes de la empresa. (OSTERWALDER, 2010)

El detalle adjunto muestra la estructura del tablero de Canvas

Figura 3: Modelo Canvas

<p>Socios clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de insumos • Mercado mayorista • Tiendas especializadas • Mesa de topping 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar alianzas con proveedores • Conservar estandarización de productos • Capacitación colaboradores <p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura • Maquinaria, equipos • Capital humano 	<p>Propuestas de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Restaurante Fast Food saludable, es brindar Poke Bolws a base de ingredientes bajo en calorías y ricos en nutrientes, apto para todo tipo de consumidor. • Delivery App asociada 	<p>Relaciones con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Fidelizar mediante la atención personalizada • Brindar información mediante las redes sociales <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Directo en el momento de la venta • Redes sociales (Instagram y Facebook) 	<p>Segmentos de cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> • Deportistas • Personas de ambos sexos • Entre 20 y 39 años •
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastos administrativos • Arrendamiento 		<p>Fuentes de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingreso por la venta del producto 		

Fuente: Elaboración propia (2019)

- **Segmentos de cliente**

El segmento de mercado principal está dirigida a personas de los 20 años hasta los 39 años de edad que vivan alrededor o en zonas aledañas al distrito de Miraflores; el nivel socioeconómico a cuál nos dirigimos es NSE (A y B), teniendo en cuenta que este grupo socioeconómico valoran y cuidan su salud, por tal motivo buscan productos que cumplan requisitos saludables y de buen sabor.

- **Propuesta de valor**

Para el fast food saludable es vender Poke Bowls a base de ingredientes bajo en calorías y ricos en nutrientes de tal manera que el cliente podrá armar dicho bowls de acuerdo a su gusto y preferencia, siendo una buena opción para el consumidor, descartado el buen sabor, la practicidad y además de ello que es un producto saludable tenido como base el pescado (atún o salmón).

Asimismo, el poke bowls puede ser consumido en cualquier momento, ayudando a mantener o iniciar una vida saludable.

Atributos del producto:

- a) **Saludable:** bajo en caloría y rico en nutrientes
- b) **Diseño:** Bowls individual, cubiertos u Ohashi, en el caso que se apara llevar bowls especial el cual permitirá tener practicidad y poder llevarlo a cualquier destino.
- c) **Social:** la variedad de topping que integran el bowls pueden ser compartida entre dos personas, este acercamiento fomenta difusión del producto
- d) **Forma de uso:** este producto puede ser empleado como parte del almuerzo o cena parte de una dieta.
- e) **Composición:** productos japoneses y peruanos
- f) **Accesibilidad:** los consumidores podrán adquirirlo de dos maneras, acercándose al restaurante o utilizando delivery por App.
- g) **Sabor:** comer saludable no es sinónimo de comer feo, la combinación de los diferentes topping y salsas, son ingredientes que contaran con un equilibrio nutricional y será apto para el paladar de cualquier cliente.

- **Canales de distribución**

La atención del fast food saludable se atenderá de manera directa y personalizada, además el cliente puede tener información en nuestra red social (Instagram o Facebook) promociones u otros, y también se podrá atender reclamos o sugerencias de los clientes.

- **Relación con clientes**

Los clientes tendrán una asistencia personal durante la atención y cuál es el procedimiento para realizar su pedido, asimismo se le brindará información sobre cada topping y salsa que le cliente desee.

- **Fuentes de ingresos**

La ganancia será por la venta del producto platos y bebidas a los clientes que visiten el restaurante o hagan su pedido por delivery.

- **Recursos claves**

En los recursos claves se encuentra conformada por el local, localización, ambiente e infraestructura donde se quiere ofrecer un ambiente atractivo por el diseño, decoración y ambientación)

Por otro lado, está el capital humano, donde el personal de atención al público se caracterice por ser servicial, atento, comprometido y este apto para brindar todo tipo de información al cliente, además este encargado de la administración y sea capaz de reinventar el negocio si se requiere mantener o lograr su crecimiento

Recurso tecnológico tiene un papel importante, ya que otorgan promoción, retroalimentación de los requerimientos de los clientes, así como también contribuyen a mejorar la atención

- **Actividades claves**

En las actividades claves se encuentra la capacitación de personal de atención al público y de preparación de alimentos, en el primer caso estará en una atención personalizada y cordial, información sobre poke bowls y bebidas, teniendo una supervisión y seguimiento.

Otro punto importante es la capacitación del personal se desarrollará planes de incentivos y cumplimiento de objetivos, complementarias a las condiciones higiénicas, proporcionando espacios privados, uniformes, y herramientas básicas para la prestación del servicio, también se realizará procesos de capacitación periódicas, con el objetivo de certificar los protocolos de atención

- **Socios claves**

En la asociación de claves se buscarán proveedores que contribuyan con el funcionamiento del plan de negocio, uno de ellos es el proveedor de la maquina topping ya que con ello se distribuirá cada ingrediente para el poke bowls.

Por otro lado, esta los mercados mayoristas y las tiendas especializadas (productos chinos) que nos distribuirán los insumos.

- **Estructura de costes**

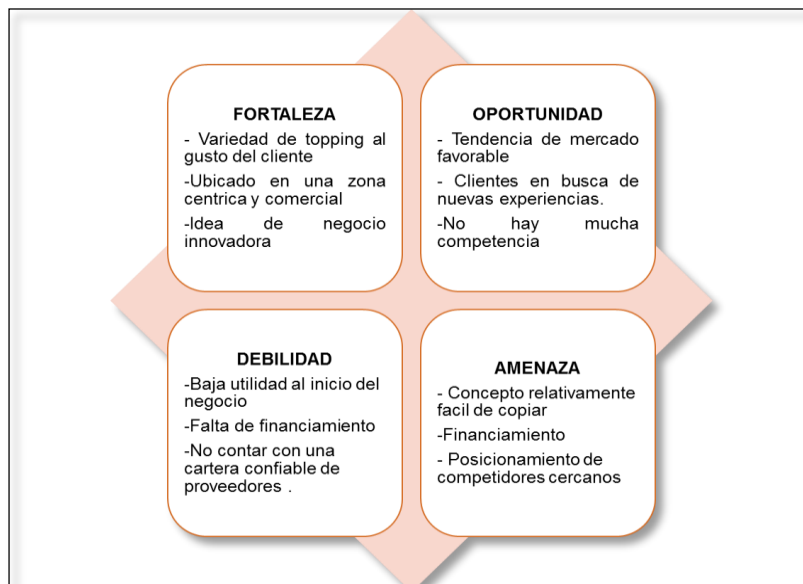
La estructura de costos está dada por el arrendamiento de oficina, almacén y la remuneración del personal.

Las materias primas e insumos están enfocada en nuestra oferta donde la calidad es una variable relevante, teniendo bajos costos.

Matriz FODA

Es una herramienta estratégica de la situación de la empresa, donde el principal objetivo es obtener un claro diagnóstico para la tomar decisiones en el proceso del plan. (ESPINOZA, 2015).

Figura 4: Matriz FODA



Fuente: Elaboración propia (2019)

2.2 Análisis del producto o servicio

Respecto al análisis de mercado se considera la siguiente definición del producto o servicio:

Los Poke son de origen Hawaiano y tiene el significado de “corte o trozos”, son trozos cuadrados de pescado crudo marinado, generalmente atún y salmón que luego se coloca sobre arroz sushi integral o quinua sushi, arroz sushi y se complementa con verduras y salsas.

Los Poke bowls viene con diferentes condimentos que se sirven de acuerdo al gusto del cliente, así como: kiuri, zanahoria, col morada, palta, nachos, gari, tarwi, canchita chulpi, entre otros. (REVISTA20, 2018)

El servicio ofrecido se caracterizará por ser de alta calidad, buscando la mejor alternativa en comida saludable, los productos o topping que serán ofrecidos son alto en nutrientes, así como los carbohidratos, proteínas, vitaminas y minerales, el cual se preparara de manera rápida, en el almuerzo o cena de acuerdo a la necesidad del cliente

La propuesta de una empresa estará Ubicado en el Distrito de Miraflores (Referencia Ovalo Gutiérrez) fast food saludable ofrece un producto al consumidor, llamado Poke bowls con la diferencia que este único producto será variado de acuerdo a los topping que el cliente desee, y que generalmente lleva pescado

La presentación será en dos tamaños keiki (pequeño) y kahuna (grande), llamándolos así, de acuerdo al ambiente y estilo Hawái y peruano que se le dará, esta propuesta es una opción para quienes buscan comida rápida sin alto contenido en grasas y estará ubicado en una zona con alta concurrencia en el distrito de Miraflores, y será diseñado con una temática hawaiana y peruana al igual que una salsa para el Poke Bowls llamada acevichada para no perder el toque peruano.

El horario en que atenderemos será de lunes a domingos de 12pm a 10pm.

POKE BOWLS

Es un plato donde el cliente se encargará de armar su Poke con los ingredientes que más le gustan, primero hay que elegir el tamaño, entre pequeño o grande; segundo la base, luego los topping, salsa el Poke y finalmente los agregados donde se mostrara a continuación con más detalles.

Tabla 1: Cuadro de armado de Poke Bowls

TAMAÑO	BASE	TOPPING	SALSA	POKE	ADD ONS
Keiki (pequeño)	Arroz sushi	Col morada	Acevichada	Atún	Cebolla china
Kahuna (grande)	Quinoa sushi	Kiuri	Shoyu	Salmon	Ajonjolí
	Arroz integral	Zanahoria	Swees chili		Nori
		Tarwi			
		Gari			
		Palta			
		Nachos			
		Canchita chulpi			
		Mango			

Fuente: Elaboración propia (2019)

Figura 5: Mesa de topping



Fuente: Diario Gestión (2019)

Figura 6: Elaboración de Poke Bowls



Fuente: Diario Gestión (2019)

Siendo este el resultado elegido por el consumidor:

Figura 7: Poke Bowls



Fuente: Diario Gestión (2019)

Figura 8: Poke Bowls de Salmón



Fuente: Diario Gestión (2019)

Figura 9: Poke Bowls de Atún



Fuente: Thernomix (2019)

Valor Nutricional

A continuación, valor nutricional de los productos (topping) que se ofrecerán

Tabla 2: Valor Nutricional

Insumo 100gramos	Energía (kcal)	Proteína	Grasa	Carbo.	Fibra Dietética
Quinoa	306	13.8	5.5	49.2	7.9
Arroz sushi	349	77.5	0.23	55	2.5
Arroz integral	345.2	7.25	2.2	76.17	2.22
Col Morada	30	1.70	0.10	7	1.50
Tarwi (chocho)	438.5	44.3	16.5	28.2	7.1
Gari	69	90.2	0.2	3.7	14.1
Palta	131	1.7	12.5	5.6	6.7
Nachos	528	6.8	26	64	5.4
Mango	62	0.60	0.10	16.60	2
Cebolla China	30	3.3	-	1.5	2.5
Ajonjolí	598	20	58	-	-
Nori	345	50.4	6.5	0.34	0.24
Salmon	179.8	20.2	11	-	-
Atún	226	21.5	15.5	-	-

Fuente: adaptado a la tabla de composición de alimento

Tabla 3: Contenido Nutricional

Contenido nutricional de un Poke Bowls 16oz	
Calorías	358 cal
Carbohidratos	38g
Grasas	37g
Proteínas	49g

Figura 10: Poke Bowls



Fuente: Elaboración propia (2019)

2.3 Análisis de la demanda

Demanda

Es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido. (KOTLER, 2010)

Segmentación del mercado

Tomando el enfoque de (ESPINOZA, 2019), para realizar la segmentación del mercado se tomó como población a hombres y mujeres de 20 a 39 años del nivel socioeconómico A y B, del distrito de Miraflores.

a) Geográfico

Según CPI (2018) hay 87600 habitantes en Miraflores. (CPI, 2018)

Tabla 4: Habitantes de Miraflores 2018

Distrito	Habitantes	Fuente
Miraflores	87600	CPI

Fuente: Adaptado de CPI (2018)

b) Demográfico

Edad: entre 20 y 39 años es de 24845 de habitantes.

Tabla 5: Rango de edad en Miraflores

Rango de edad	Habitantes	%
20 a 24	5952	23%
25 a 29	6469	25%
30 y 34	6987	27%
35 y 39	6469	25%
Total	25877	100%

Fuente: Adaptado de INEI (2015)

a) Socioeconómico

Según APEIM 2018 en el distrito de Miraflores hay un 81% del nivel socioeconómico A y B, con un promedio general de ingreso s/1600 soles. (APEIM, 2018)

Tabla 6: NSE Miraflores 2017

NSE A	NSE B	NSE C	NSE D	NSE E
34.6%	46.4%	13.7%	4.2%	1.1%

Fuente: Estimaciones APEIM (2018)

b) Psicográfico

Para las personas que tienden a comer productos saludables lo clasifican como productos light, tal modo que el perfil light del consumidor que busca alimento saludable está más concentrado en el nivel socioeconómico.

Por otro lado, las características del consumidor de acuerdo a su estilo de vida marcan parámetros diferentes ante los estímulos cotidianos como el consumo y la apariencia física.

Se tomó en cuenta el estilo de vida de los sofisticados y de las modernas teniendo un 26% de participación además son personas con ingresos variados y que se fijan en el contenido nutricional cuidando mucho su apariencia personal. (ARELLANO, 2018)

Tabla 7: Descripción del Mercado Potencial

Detalle		Fuente
Ubicación	Miraflores- Lima	(CPI, 2018)
Edad	Entre los 20 y 39 años	Adaptado (INEI, 2015)
NSE	Sector A y B	(APEIM, 2018)
Nivel psicográfico	26%	(MERKADAT, 2016)

Fuente: Elaboración propia

Realizando el análisis de segmentación llegamos a la conclusión que el perfil de consumidores en el distrito de Miraflores son entre hombres y mujeres que quieren mantener o llevar una vida saludable, que esté al alcance de sus bolsillos

Investigación de mercado

- **Tipo de investigación:** Cuantitativa de nivel descriptivo
- **Diseño de investigación:** No experimental
- **Muestra:** Es un subconjunto de elementos que se son seleccionados previamente de una población para realizar un estudio.
- **Tipo de muestreo:** Muestreo probabilístico, ya que la población tiene igual probabilidad de ser seleccionado.

Para determinar el tamaño de la muestra de utilizo la siguiente formula de muestreo finita, el nivel de confianza es del 95% y el error de muestreo del 5%, con la siguiente formula se realizó un total de 382 personas. (SAVIO, 2017)

Donde:

- n=Tamaño de la muestra
- N=Tamaño población objetivo =87600
- p=Proporción de aciertos =0.5
- q=Proporción de no acierto=0.5
- i=Margen de error = (5%)
- Z= Nivel de confianza =1.96

Figura 11: Fórmula muestra finita

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

El tipo de muestreo es no probabilístico por conveniencia, ya que se realizará a personas que residan o trabajen en el distrito de tal manera que se decidió encuestar a 160 personas. Por otro lado, se realizó una encuesta piloto a 20 personas teniendo como resultado de confiabilidad 0.8125, esto quiere decir que el instrumento es confiable, la encuesta se realizó en zonas estratégicas como ya se mencionó anteriormente.

Instrumento

Encuestas, que se dará de manera personal para tener mejores resultados.

Población

Se realizó la encuesta en zonas estratégicas, donde se concentran más población, la encuesta tiene una duración 3 a 4 minutos, y el horario será de 2:00pm a 6:30pm en los días miércoles a domingos y se realizará en los siguientes lugares. (Centro comercial Larco Mar, Ovalo Gutiérrez (Calle José Sabogal, Miraflores.), Parque Kennedy

Prueba Piloto

Herramienta de Alfa de Cronbach

La confiabilidad “se refiere en que su aplicación de un instrumento repetida al mismo sujeto produce iguales resultados. Un instrumento es confiable si sus mediciones reflejan exactamente los valores verdaderos del atributo que se investiga. Para realizar la prueba de confiabilidad se utilizó la herramienta de Alfa de Cronbach, debido a que las preguntas son polinómicas se realizó la prueba de confiabilidad utilizando 10 preguntas del cuestionario y a 20 encuestados, considerando tres rangos: Alto (1), Medio (2), Bajo (3). (Cronbach)

Donde:

Figura 12: Fórmula Alfa de Cronbach

α = Alfa

K = Número de ítems = 10

Vi = Varianza independiente = 5,10

Vt = Varianza total = 14,1875

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

- Reemplazando los datos en la formula obtenemos que el Alfa de Cronbach es 0,712, esto quiere decir que el instrumento es confiable y tiene consistencia teniendo que el valor mínimo es de 0,7. **(ANEXO 4)**

Perfil de Consumidor

Para establecer el perfil del consumidor se consideró a (KLAINER, 2012), donde menciona que el perfil psicográfico describe las características y las respuestas ante su medio ambiente por lo que los compradores se dividen de acuerdo su estilo de vida, personalidad y valores principalmente.

Entonces para realizar el perfil del consumidor hemos considerado a mujeres y hombres de 20 a 39 años, que residen en el distrito de Miraflores y zonas aledañas como Chorrillos, Barranco, San Isidro, Surco, son trabajadores y estudiantes, que estarían dispuestos a consumir comida saludable porque quieren tener una vida más sana.

Clasificación de mercado de acuerdo con el tipo de demanda

Mercado Potencial:

Conjunto de consumidores que podrían necesitar el bien o servicio que es materia del proyecto.

Este grupo no consume el producto específico debido a que no tiene las características del segmento o por que consume otro producto. (FERNANDEZ, 2015)

Tabla 8: Mercado Potencial

Descripción	Porcentaje	Total
Población Miraflores		87.600
Edad	29.54%	
Nivel socioeconómico (NSE)	81%	
Nivel Psicográfico	26%	
Mercado Potencial		5450

Fuente: Elaboración propia (2019)

Mercado Disponible:

Conjunto de consumidores que tienen la necesidad de comprar el bien o servicio que ofrecen.

Tabla 9: Mercado Disponible

Descripción	Porcentaje	Total
Mercado Potencial		5450
Personas que consumen alimentos saludables	87%	
Mercado Disponible		4742

Fuente: Elaboración propia (2019)

Mercado Efectivo:

Es una parte del mercado disponible y está formado por un conjunto de consumidores que tiene además la necesidad, intención de comprar el bien o servicio.

Tabla 10: Mercado Efectivo

Descripción	Porcentaje	Total
Mercado Disponible		4742
Personas que consumirían Poke Bowls (pgta.14)	65%	
Mercado Efectivo		3082

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 11: Frecuencia de Consumo

Frecuencia	Veces x semana	Veces x año	Porcentaje	Merc.	Resultado
6 x semana	6	264	17%	2545	114219.6
2 o 3 x semana	2.5	110	42%	2545	117579
1 x semana	1	44	27%	2545	30234.6
1 cada dos semanas	0.5	22	14%	2545	7838.6
Total					269871.8

Fuente: Elaboración propia (2019)

2.4 Análisis de la oferta

Identificación de la competencia

En el distrito de Miraflores existen empresas que ofrecen comidas saludables y que específicamente se dedican a la venta de Poke Bowls, por ello se han seleccionado 4 empresas que tienen propuestas similares a nuestro plan de negocio.

Competencia Directa

La propuesta de negocio cuenta con competidores directo en el mercado que tiene características similares al de nosotros, el cual es el siguiente:

Figura 13: Competencia directa



Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 12: Características de la competencia directa



				
Nombre	SAKI POKE BOWLS	PACIFICO POKE BAR	MYSTIC BOWLS	MAIKAI POKE
¿Qué ofrece al cliente?	Atención personalizada y rápida, Variedad de topping y salsas, ambiente acogedor.	Atención relativamente rápida, el personal no tiene conocimiento sobre los insumos, ambiente amplio no cuenta con espacios al aire libre, su ambientación es rustico	Atención rápida, personal con conocimiento en general sobre los distintos topping que ofrecen, ambiente muy iluminado y colorido, dispone de mesas al aire libre.	Atención medianamente rápida, personal con conocimientos en general, instalación de superficie pequeña amplia iluminación con ambientación y mobiliario es minimalista de acuerdo al espacio del lugar
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> • Emilio Cavenecia 151 • Miguel Dasso 126 	<ul style="list-style-type: none"> • Av. La Mar 552- Miraflores 	<ul style="list-style-type: none"> • Enrique Palacios 1062- Surco • Los Laureles 112- Surco 	<ul style="list-style-type: none"> • Calle San Martin 512- Miraflores • José Galvez 226- Punta Hermosa
Horario de atención	12pm -7pm	12pm-10pm	11:30am-10pm	12pm-7:30pm
Precio	Chico- 24onz S/.24.00 Grande-32onz S/.29.00	Open Poke 26onz S/.28.00 Poke Po. 32onz S/33.00	Pokito - 12onz S/.12.00 Pokote - 24onz S/.24.00 Pokoton-32onz S/.29.00	Chico- 24onz S/.27.00 Grande-32onz S/.32.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Competencia Indirecta

En esta ocasión nuestras competencias indirectas vienen hacer los restaurantes que no necesariamente ofrezcan lo mismo que nosotros, sino que tengan otras opciones sustitutas a lo que nosotros ofrecemos.

Tabla 13: Competencia indirecta

		
Nombre	MR. SUSHI	EDO SUSHI BAR
¿Qué ofrece al cliente?	Atención rápida, ambiente acogedor, precios accesibles	Atención relativamente rápida, el personal no tiene conocimiento sobre los insumos, ambiente amplio, precios altos
N° locales	1	1
Ubicación	<ul style="list-style-type: none"> Avenida Comandante Espinar 320, Miraflores 	<ul style="list-style-type: none"> Calle Berlín 601, Miraflores
Horario de atención	12 am – 23PM	<ul style="list-style-type: none"> 12:30am 15:30pm 19pm - 23pm
Precio	S/.20.00 soles a los S/.52.90	desde S/19.00 hasta los S/60.00
¿ Cuentan con servicio Delivery?	SI	NO
Formas de Pagar	Efectivo o tarjeta	Efectivo o tarjeta

Fuente: Elaboración propia (2019)

Oferta de Poke Bowls en el distrito de Miraflores

Para tener datos exactos se realizó entrevistas personales a los gerentes o administradores de las empresas dedicadas a la venta de Poke Bowls en el

Distrito de Miraflores, bríndanos una cantidad promedio de sus ventas, el cual se refleja en el siguiente cuadro:

Tabla 14: Cantidad ofertada de Poke Bowls en Miraflores

Competencia	N° de locales	Ventas x día	Oferta x día	Oferta x semana	Oferta x año
Saki Poke Bowls	1	130	130	689	30316
Pacifiko Poke Bar	1	90	90	590	25960
Mystic Bowls	1	121	121	847	37268
Maikai Poke	1	56	56	336	14784
Mr. Sushi	1	176	176	1256	55264
Edo Sushi Bar	1	84	84	588	25872
total	6	657	657	4306	189464

Fuente: Elaboración propia (2019)

Nuestra competencia directa es Saki Poke Bowls ya que tiene mayor preferencia representando mayores ventas, por otro lado con respecto a la oferta Mr. Sushi y Edo Sushi Bar son nuestra competencia indirecta.

Análisis de la Demanda Insatisfecha

Estimación de la demanda en base a la tasa de crecimiento, es el pronóstico de demanda de consumo o ventas de un periodo a futuro dado mediante el cálculo resultado de la tasa de crecimiento de demanda de una serie de periodo anuales. (REYES, 2010).

Donde:

P_n= Periodo inicial

P_o=Periodo final

i = Tasa

n= número de años

Figura 14: Demanda en base a la tasa de crecimiento

$$P_n = P_o (1-i)^n$$

La tasa de crecimiento de la demanda es 1.44% que se obtuvo al analizar los datos históricos de la demanda, que será utilizado para el pronóstico de la demanda.

Tabla 15: Promedio de la tasa de crecimiento

Demanda	Población	Edad	NSE A	NSE B	NSE AB	
2014	82800	30.59%	30.40%	48.40%	78.80%	
		25328.52			19958.87	-8.06%
2015	81900	30.32%	29%	44.90%	73.90%	
		24832.08			18350.91	9.80%
2016	84000	30.06%	34.60%	45.20%	79.80%	
		25250.4			20149.82	0.12%
2017	85800	29.80%	34%	44.90%	78.90%	
		25568.4			20173.47	3.90%
2018	87600	29.54%	34.60%	46.40%	81.00%	
		25877.04			20960.40	1.44%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Según grupos de servicio, las actividades de restaurante crecieron 3.05% por evolución favorable de los rubros de restaurantes, por mayor afluencia de público y nuevas propuestas gastronómicas. La tasa de crecimiento de la oferta anual se obtuvo 2.39% al analizar datos históricos de la oferta. (INEI, 2018)

Tabla 16: Encuesta mensual de restaurante

	2014	2015	2016	2017	2018
Enero	3.31%	3.74%	2.85%	1.75%	2.36%
Febrero	3.22%	1.86%	2.83%	1.55%	2.46%
Marzo	1.93%	2.33%	2.37%	-1.92%	4.36%
Abril	4.13%	2.73%	2%	1.16%	3.01%
Mayo	1.60%	4.31%	2.16%	0.67%	3.12%
Junio	0.97%	3.05%	2.66%	0.72%	1.62%
Julio	2.16%	4.08%	2.99%	0.81%	2.20%
Agosto	2.78%	2.24%	2%	1.12%	4.60%
Septiembre	2.54%	2.37%	2.41%	1.57%	5.11%
Octubre	3.09%	1.09%	2.39%	0.77%	4.39%
Noviembre	3.50%	1.26%	1.65%	1.12%	3.63%
Diciembre	2.24%	3.05%	2.08%	1.84%	3.28%
	2.62%	2.68%	2.37%	0.93%	3.35%

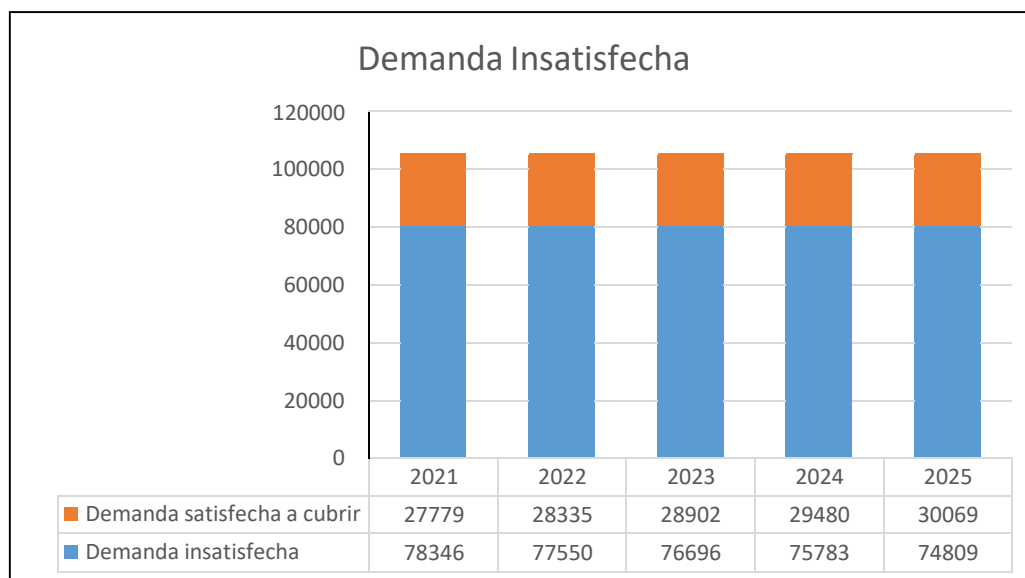
Fuente: INEI (2018)

Tabla 17: Proyección de demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Participación %	Prod.anual	Demanda satisfecha a cubrir	Prod. diaria
2018	269872	189464	80408	33%	26177	26177	99
2019	273761	193988	79773	33%	26490	26701	101
2020	277706	198620	79086	34%	26787	27235	103
2021	281709	203363	78346	35%	27067	27779	105
2022	285769	208219	77550	35%	27328	28335	107
2023	289887	213191	76696	36%	27567	28902	109
2024	294065	218281	75783	37%	27784	29480	112
2025	298303	223494	74809	37%	27975	30069	114

Fuente: Elaboración propia

Figura 15: Demanda insatisfecha



En el gráfico observamos que existe una demanda insatisfecha de 2779 Poke Bowls en el primer año y la empresa proyecta cubrir el 35% de la demanda, debido a que cuenta con la capacidad técnica y personal para atenderlas para el año 2021.

2.5 Análisis de la comercialización

Marketing Mix

Conjunto de herramientas que combina la dirección de marketing para conseguir los objetivos previstos y se desarrollan en cuatro instrumentos, precio, producto, plaza y promoción. (MARTINEZ, y otros, 2014)

Producto y Servicio

El servicio será con productos saludables, donde el cliente podrá armar su Poke con los ingredientes que más le gusten, así como elegir el tamaño grande o pequeño.

Contaremos con una carta llamativa e innovadora además de ello tendremos una pizarra donde se podrá tener una mejor visión de nuestros toppings, así como también cual es el procedimiento para pedir nuestro Poke Bowls.

Figura 16: Pizarra de topping



Fuente: Saki Poke

Nuestro Poke Bowls para llevar será servido en envases que son biodegradables en 180 días, resistente al agua y aceite, además de ello que son compostables, y no transfieren dioxinas cuidando así al medio ambiente y a nuestros clientes.

Sin embargo, para nuestro cliente que deseen comer en nuestras instalaciones el Poke Bowls será servido en Bowls de loza.

Figura 17: Bowls de loza



Fuente: Ecopack

Figura 18: Envases Biodegradables



Fuente: Ecogreen

Precio

Para determinar el precio del producto se tomó en cuenta los resultados del estudio del mercado.

Tabla 18: Precio Poke Bowls

Tamaño	Precios
Keiki (pequeño)	S/.24.00
Kahuna(grande)	S/.29.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Plaza

El cliente podrá acercarse al local para poder ser atendidos en el establecimiento o llamar para realizar reservaciones, nuestro local estará ubicado en la Calle José Sabogal, distrito de Miraflores zona donde hay bastante afluencia de público.

Promoción

La promoción se realizará a través de las redes sociales y pagina web ya que nuestro público son personas de 20 a 39 años, brindándole por esta media información de las distintas actividades o concursos que se realizaran.

Por otro lado, se le brindara una experiencia agradable en la empresa por parte de nuestros trabajadores haciendo de que no solo nuestro producto sea bueno sino también la atención, de tal manera de que el cliente nos pueda recomendar.

Mercado proveedor

Se considera más de dos proveedores en el caso de que no se pueda contar con uno de ellos, se tendrá reuniones constantes con el fin de afianzar con cada uno de ellos, obteniendo formas de pago o créditos para el pago.

Figura 19: Proveedores

PROVEEDOR	LOGO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Envase biodegradable		Parque La Puente y Cortez 287. Pueblo Libre	984715081
		Jr. Eduardo Astete 585 – Urb. Las Magnolias. Surco	984715081
Atún- Salmón y otros		Calle. Pta. Negra 418- Urb. Orratria del Mar. San Isidro	994106689
		Calle Joaquín Capello 545. Miraflores	(01)6043200
Frutas y verduras		Av. Arenales 1912. Lince	(01)7722078
Productos Japonés		Av. Los Conquistadores 238. San Isidro	(01)2220397
		Av. Aviación 3235. San Borja	(01)2263979

Fuente: Elaboración propia (2019)

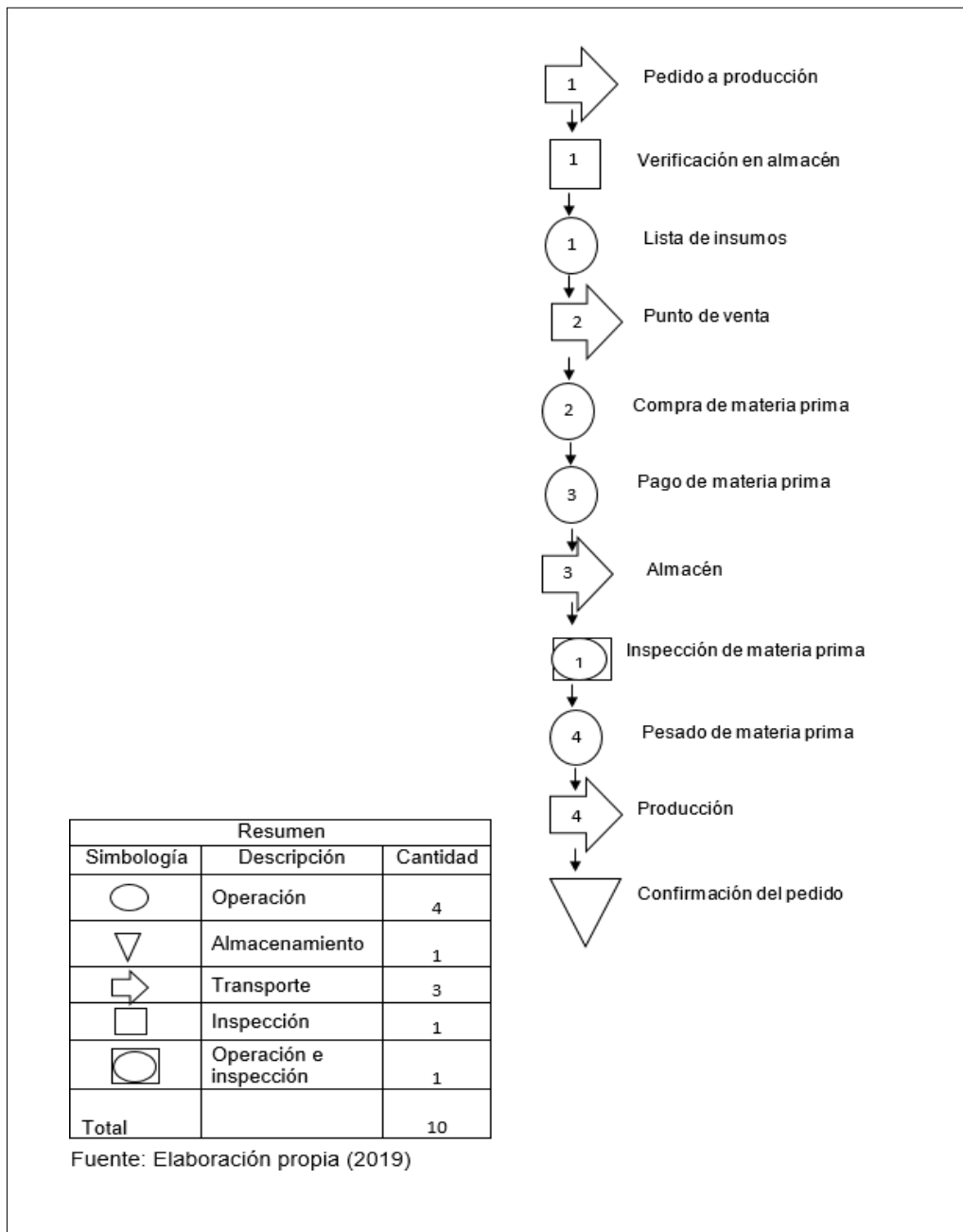
III. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Proceso productivo o de servicio

El servicio que se dará será en un local ubicado en el distrito de Miraflores, donde a continuación se observará cada proceso.

Flujograma de Proceso de Abastecimiento

Figura 20: Flujograma de proceso de Abastecimiento



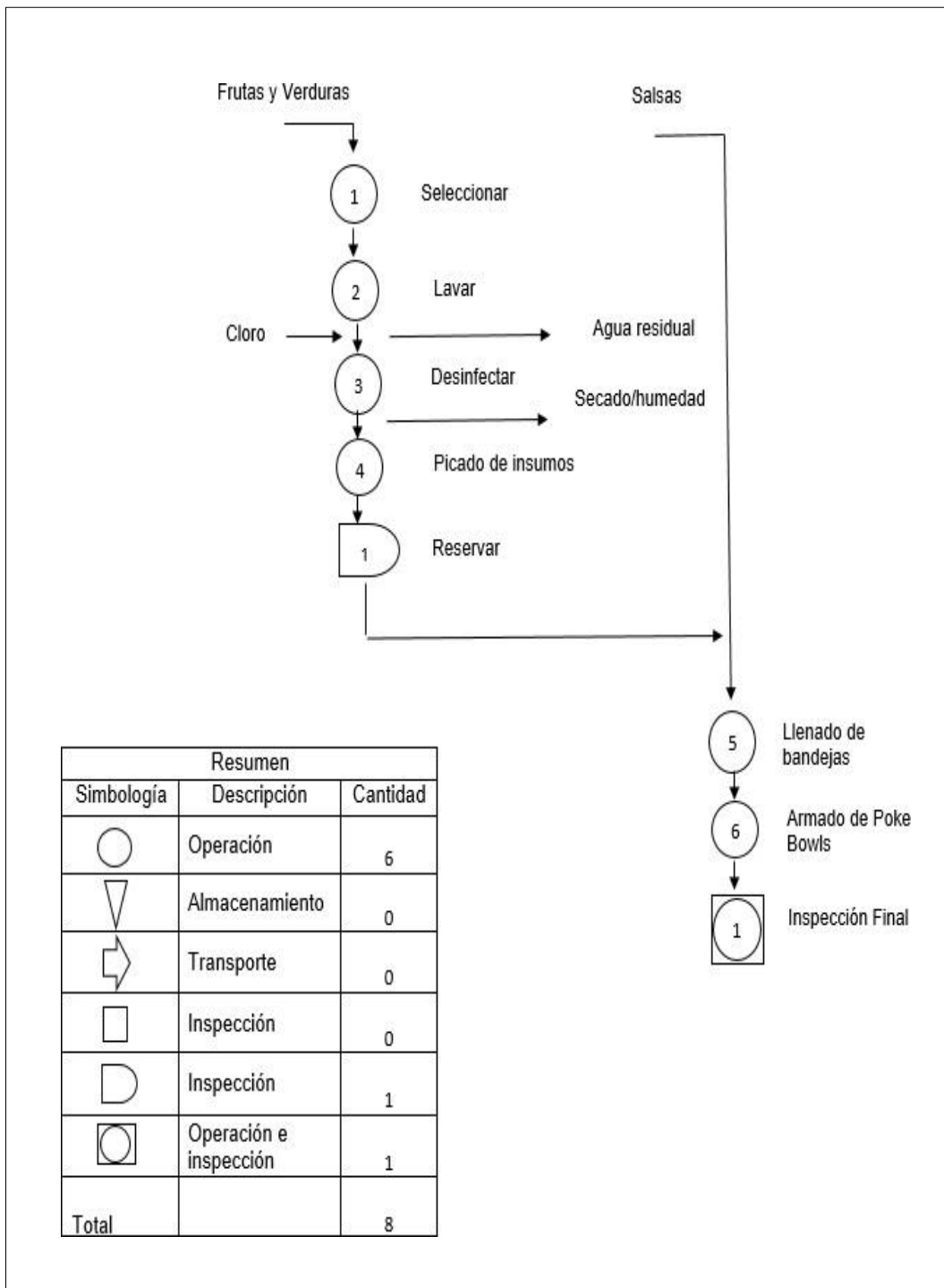
Fuente: Elaboración propia (2019)

Descripción del procedimiento de abastecimiento

- **Pedido del producto:** El encargado de la elaboración de los Poke Bowls, registrará la cantidad de materiales que requiera para la elaboración, lista que será entregado al encargado de almacén para que realice el pedido.
- **Verificación en almacén:** El encargado de almacén verificará los insumos faltantes para generar una orden de compra el mismo que será entregado al gerente para su debida aprobación.
- **Punto de venta:** Contaremos con una cartera proveedores que nos brinde productos de calidad.
- **Pago de materia prima:** El modo de pago será contra-entrega
- **Almacén:** Una vez que se tiene los insumos limpios dependiendo si son insumos perecibles, semi perecible o no perecible se procede a colocarlos en el almacén o en la congeladora.
- **Inspección de materia prima:** Al recepcionar los insumos y verificar que cumplen con los requisitos (estar en buen estado) se procede a realizar la limpieza y lavado ya que viene ser pieza fundamental en todos los procesos.
- **Pesado de materia prima:** Será pesada e inspeccionada para verificar que el producto este completa y en óptimas condiciones.
- **Producción:** Este procedimiento se realizará cada que haya un pedido, ya que el producto se elabora al instante, dependiendo del tamaño, la variedad de topping y la salsa que requiera el cliente.
- **Reservado en refrigeración o mesa de topping:** Este procedimiento lo realiza el personal encargado en atención al cliente, colocando cada insumo en la mesa de topping, así mismo con el llenado de las salsas en su respectivo envase.

Flujograma de proceso de operación

Figura 21: Flujograma de proceso de operación

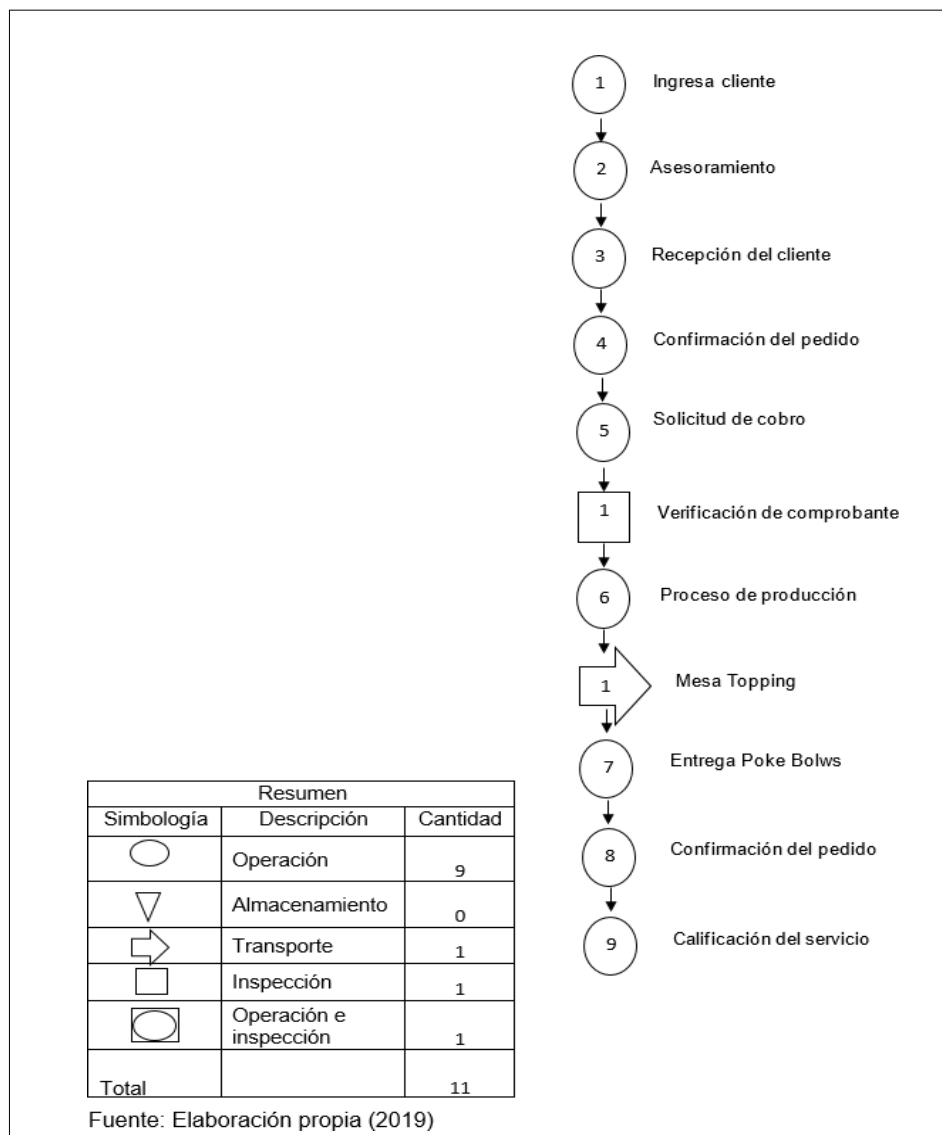


Fuente: Elaboración propia (2019)

Flujograma de proceso de venta

En la figura 22, se podrá observar el Flujograma de proceso de venta desde el momento que el cliente ingresa al restaurante y espera a ser atendido, donde el personal que lo está atendiendo consultara si es la primera vez que consume nuestro productor de ser su respuesta que si le brindara una pequeña asesoría , desde el tamaño la variedad de topping y la salsa, al entregarle su producto podrá elegir si desea cancelar en efectivo o en tarjeta (crédito o débito), se le hace entrega del comprobante de pago y si desea realizar un nuevo pedido procederá nuevamente al inicio del flujo.

Figura 22: Flujograma de proceso de venta



Fuente: Elaboración propia (2019)

Normas Sanitaria para Restaurantes y Afines 822-2018/MINSA

Los restaurantes y servicios a fines deben aplicar los Principios Generales de Higiene (PGH), que comprende las buenas prácticas de manipulación BPM y el programa de Higiene y Saneamiento (PHS), donde debe plasmarse en documentos que demuestre que estas normas sanitarias están siendo aplicadas y verificadas en el establecimiento. (MINSA, 2018)

- **AMBIENTE / LOCAL**

Se debe disponer de espacio suficiente para poder realizar las operaciones con los alimentos y permita un flujo de trabajo ordenado y así evitar contaminación cruzada.

- **ALMACEN**

- ✓ Envases exclusivos para tal fin (tapar con nombres).
- ✓ Stickers (fecha de ingreso y vencimiento).
- ✓ Rotación de inventario.
- ✓ Disposición en orden y separado del piso 20 cm, paredes, pisos, techos con espacios que permitan circular el aire, higiene y la inspección sanitaria.
- ✓ Mantener la cadena de frío si es que se requiere, las temperaturas deben estar bajo la supervisión del programa de BPM.
- ✓ Los alimentos deben mantenerse a temperaturas de 4°C a 1°C y los productos congelados a menor o igual a -18°C.

- **SERVICIOS HIGIÉNICOS Y VESTUARIO**

- ✓ Esta área debe mantenerse operativo y en buen estado de conservación e higiene, iluminación y ventilación.
- ✓ Los SS. HH debe estar en correspondencia a la demanda de los comensales.
- ✓ El lavatorio debe estar provisto de dispensador de jabón y medios higiénicos para el lavado y secado de manos.
- ✓ Colocar manual instructivo de lavado de manos.

- PERSONAL

Vestimenta del personal:

Tabla 19: Vestimenta del personal

Cocinero	Operario
<ul style="list-style-type: none"> • Cofia • Gorro • Mandil • Polo • pantalón • zapatos negro cerrado 	<ul style="list-style-type: none"> • Polo • Gorro • Cofia • Guantes • Zapatilla o zapatos negros • Pantalón Jean

Fuente: Elaboración propia (2019)

- ✓ Establecer métodos de limpieza total.
- ✓ Lavarse y desinfectarse las manos al entrar y salir del área, estas deben estar limpias y las uñas cortas.

Figura 23: Técnica lavado de manos



Fuente: OMS (Organización Mundial de Salud)

- ✓ Evitar el uso de joyería, maquillaje, o algún producto de belleza dentro del área de proceso.
- ✓ Mantener las prendas de protección individual limpias y utilizarla correctamente.
- ✓ El personal no podrá hacer uso de sus dispositivos móviles dentro del área de producción.
- ✓ Limpiar todas las superficies de trabajo y organizar los utensilios de limpieza.
- ✓ Establecer métodos de limpieza para los alimentos
- ✓ Organizar los insumos y utensilios de limpieza en distintos recipientes.
- ✓ Mantener los alimentos en envases térmicos los fríos en fríos y los calientes en calientes.
- ✓ Debe contar con gorros, mascarillas faciales, guantes y mandil.

- ATENCIÓN AL CONSUMIDOR

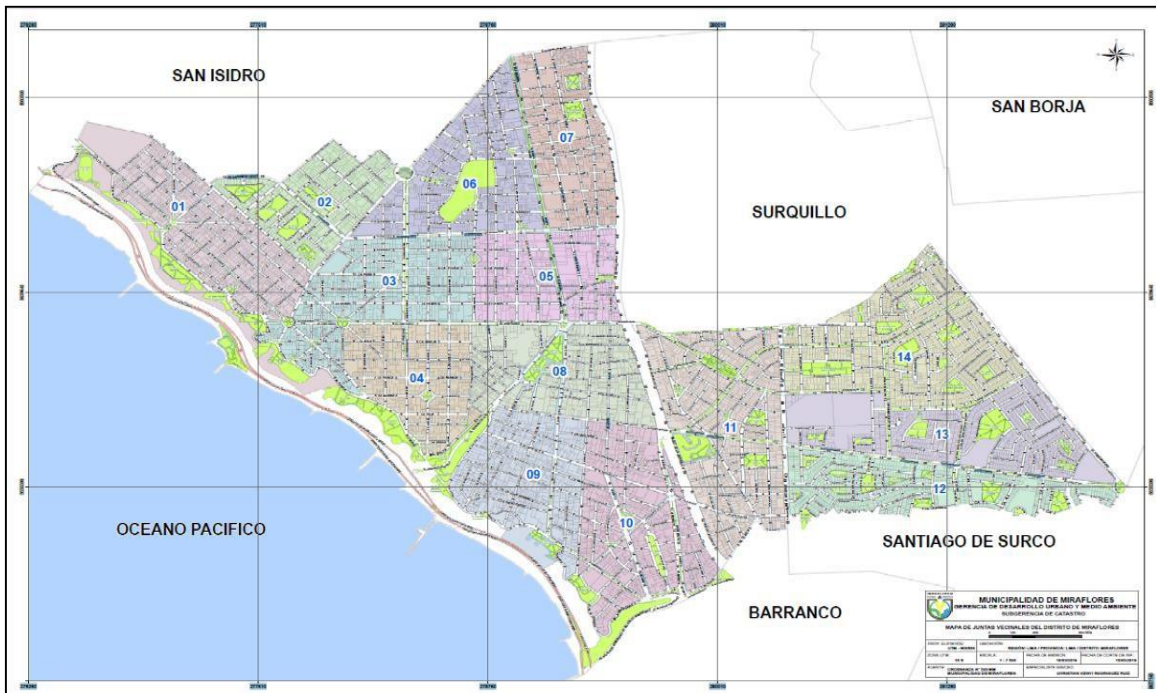
- ✓ El área de atención al consumidor debe tener sus utensilios en buen estado de higiene y conservación.
- ✓ Se colocará recipiente de basura que se mantendrán en buen estado de conservación e higiene.
- ✓ Se promoverá la práctica de lavado de manos con el manual instructivo pegado en los baños
- ✓ Si un comensal comunica ser hipersensible a un alimento inmediatamente será comunicado al área de cocina apliquen las practicas que eviten el uso a las preparaciones.

3.2 Localización

Macro –Localización

Se determinará la ubicación de la empresa por ello se consideró que este en una zona estratégica, de mucha afluencia y con cercanía a centros comerciales y otro restaurante.

Figura 24: Mapa Distrito de Miraflores



Fuente: Google Maps

Micro – Localización

Se realizará la Matriz de Enfrentamiento tomando en cuenta los siguientes factores: concentración de mercado, cercanía de proveedores, medio y costo de transporte, costo de alquiler del local y costo de servicio, luego de haber realizado el análisis se determinó que el local estará ubicado en el distrito de Miraflores, tomando en cuenta tres alternativas que se encuentran en distintas zonas del distrito que se refleja en el siguiente cuadro.

Tabla22: Alternativa de localización

	Ubicación	Zona comercial	Disponibilidad de servicio	Costo de alquiler	Seguridad	Estacionamiento para clientes	M2
Alternativa 1 Zona 14	Calle José Sabogal 239. Miraflores	Ubicada con ingreso directo de la calle en C.C. Aurora Plaza, rodeada de oficina, viviendas, bancos y embajada.	Sistema de red de gas, servicio de agua y luz.	US\$ 2080-S/.7000	Ubicada en la zona más exclusiva en Miraflores donde cuenta con vigilancia en todo momento	SI	70m2
Alternativa 2 Zona 1	Av. El Ejército. Miraflores	Ubicada en el segundo piso de un moderno edificio Boutique Soho.	Agua, luz, 1 baño, pisos laminado y luminaria, cuenta con dos ambientes divisiones echas en drywall.	US\$1900-S/.6346	Ubicada en una zona con poca frecuencia de vigilancia	NO	78m2
Alternativa 3 Zona 10	Calle San Martin	Ubicada a pocas cuadras del C.C Daniel Alcides Carrión.	Agua, luz, cable. Completamente amoblado	US\$2187-S/.7218	Ubicada en una zona segura con vigilancia durante todo el día.	NO	62.50m2

Fuente: Elaboración propia (2019)

Matriz de Enfrentamiento

Para establecer la ubicación de nuestro negocio se utilizará el método de Ranking de Factores, este método tomó como principal elemento varios factores para una adecuada localización. (AYALA Chacaltana, 2018)

Tabla 20: Cuadro de factores

Código	Factores
F1	Concentración de mercado
F2	Cercanía de proveedores
F3	Medio y costo de transporte
F4	Costo de alquiler del local
F5	Costo de servicio

Fuente: Elaboración propia (2019)

Se realiza la matriz de enfrentamiento según los factores establecidos, en el cual al enfrentar se le asignara el valor de:

- 0: Factor de la columna vertical, que tendrá menor relevancia comparado al factor enfrentado en la fila horizontal.
- 1: Factor de la columna vertical, es más o igualmente relevante comparado al factor enfrentado de la fila horizontal.

Tabla 21: Ranking de Factores

	F1	F2	F3	F4	F5	Conteo	Peso
F1		0	1	1	1	3	0.3
F2	0		0	1	1	2	0.2
F3	1	0		0	0	1	0.1
F4	1	0	0		1	2	0.2
F5	1	0	0	1		2	0.2
					Total	10	1

Fuente: Elaboración propia (2019)

Luego de realizar la matriz de enfrentamiento se determinará el peso de cada factor que se muestra en el cuadro, la calificación será tomada de la siguiente manera:

Tabla 22: Calificación -Matriz de enfrentamiento

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
5	4	3	2	1

Fuente: Elaboración propia (2019)

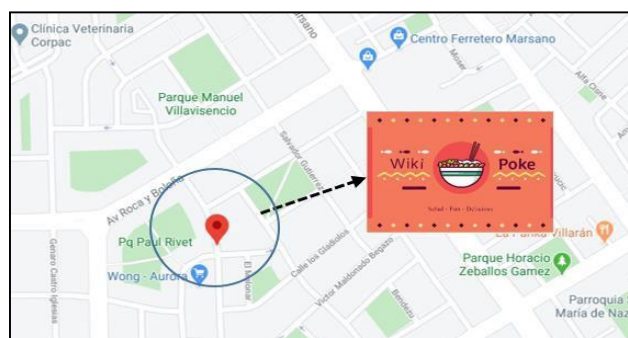
Tabla 23: Matriz de Enfrentamiento

Factores	Peso %	Local N°1		Local N°2		Local N°3	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
F1	0.3	5	1.5	3	0.9	3	0.9
F2	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
F3	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
F4	0.2	4	0.8	4	0.8	4	0.8
F5	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Total	100%		4.00		3.4		3.2

Fuente: Elaboración propia (2019)

El Local N°1 obtuvo mayor calificación, esto quiere decir que nuestro local estará ubicado en Calle José Sabogal, Miraflores.

Figura 25: Ubicación del local



Fuente: Google Maps (2019)

Referencia de la ubicación:

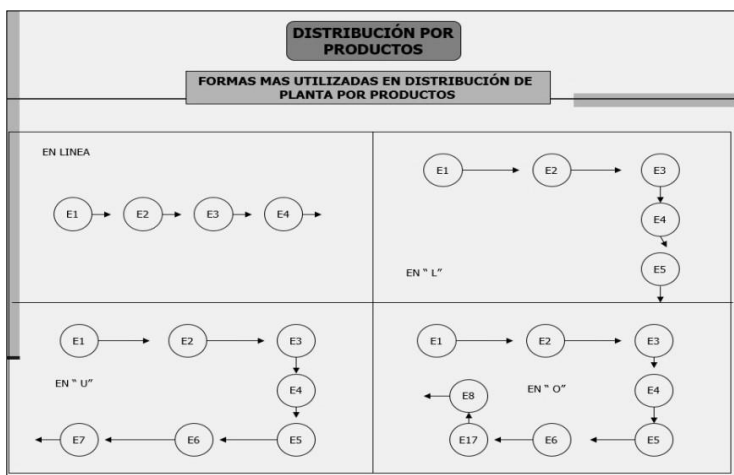
- Cerca al Centro Comercial Aurora Plaza.
- Cuenta con cochera.
- Ambiente acogedor.
- Zona céntrica de Miraflores.
- Cuenta con licencia de funcionamiento hasta las 11 pm de lunes a domingos.

A continuación, se presenta el plano del local Wiki Poke diseñado por el Arquitecto Parravicini Cunayque, Andrei Jesús.

Distribución de la planta

En distribución de nuestro producto se considerará desde el almacenamiento hasta la entrega para ello se utilizará una forma de distribución por producto en forma de “L” donde se pretende utilizar el espacio de forma eficiente para facilitar las tareas. (ALIENDRE, 2015)

Figura 27: Distribución del producto



Fuente: Aliendre (2015)

3.3 Tamaño

Capacidad instalada

Se consideró que el personal trabajar 8 horas efectivas teniendo en cuenta que se iniciará con dos trabajadores en el área de cocina y una en recepción.

Tabla 24: Capacidad

	Bowls pequeño 16 onz	Bowls grande 32 onz
Tiempo de preparación de Bowls	6.21	7.07
Número de Bowls en 8 h efectivas	154	135
Participación de ventas	35%	65%
Número promedio de Bowls en un día	142	
Número de promedio de Bowls por hora	18	
Número promedio de Bowls por mes	3400	
Número promedio de Bowls por año	37396	

Fuente: Elaboración propia (2019)

Capacidad real

La capacidad real de mano de obra equivalente a 70% de la capacidad productiva instalada. Es decir, la cantidad de arreglos que están elaborando los trabajadores son de 99 Poke Bowls, este valor representa la cantidad diaria a producir.

Tabla 25: Capacidad real

Capacidad real	70%
Número promedio de Bowls en un día	99
Número promedio de Bowls por hora	12
Número promedio de Bowls por mes	2380
Número promedio de Bowls por año	26177

Fuente: Elaboración propia (2019)

Maquinaria y equipo

Las máquinas y equipos necesarios se establecerán en base a los requerimientos del área, estos se clasifican en equipos de oficina, máquinas y equipos necesarios, equipos de producción y muebles de producción.

Tabla 26: Equipos de Oficina

Detalle	Unid	Características	Proveedor
Archivador	1	Básico	Tai Loy
Engrapadora	1	Marca: Artesco	Tai Loy
Perforadora	1	Marca: Artesco	Tai Loy
Resaltador	1	Marca: Vinifan	Tai Loy
Lapicero x12	1	Básico	Tai Loy
Cuadernillo	1	Básico	Tai Loy
Caja de grapas	1	Marca: Artesco	Tai Loy
Saca Grapas	1	Básico	Tai Loy
Caja fuerte	1	Material: acero Capacidad 26.8L Garantía: 2 años	Sodimac
Laptop	1	Marca: Dell Procesador: Intel Atom Tamaño: 10 Pulgadas	Hiraoka
Impresora multifuncional	1	Marca: Canon Función: imprime, escanea y copia	Sodimac
Teléfono inalámbrico	2	Marca: Motorola	Sodimac

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 27: Máquinas y equipos necesarios

Máquina	Marca	Característica
Licuadaora	OSTER	Modelo: BPST02 Potencia :600w Velocidad: 2 Capacidad :1.5L
Congeladora	ELECTROLUX INDURAMA	Capacidad 200L a 450L
Cocina industrial	LICCNOX PERÚ S. A	Material: acero inoxidable Con 2 hornillas
Horno microondas	INDURAMA	Capacidad: 20L Panel de control: Digital
Olla arrocera 9 kilos	IMACO	Capacidad: 9 .3 litros de Potencia: 3000 WATTS / Voltaje: 220 V / 60 H

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 28: Equipos de producción

Máquina	Cantidad	Proveedor	Característica
Balanza industrial	1	HIRAOKA	Modelo: BMR-83 Capacidad: 5kg
Cuchillo de acero inoxidable	6	SODIMAC	Altura Max 5.2 cm Altura Min 2.0 cm
Afilador de cuchillo	1	SODIMAC	Material: acero inoxidable Tamaño: aprox. 19x6x5 cm
Tabla para picar	3	SODIMAC	Material: Polipropileno Tamaño: 38 x 24.3 cm
Colador de acero	3	SODIMAC	Material: acero inoxidable Medidas:24x10
Bowls de porcelana	--	SODIMAC	Modelo clásico
Cubiertos	--	SODIMAC	Modelo clásico

Fuente Elaboración propia (2019)

Tabla 29: Muebles de producción

Máquina	Proveedor	Característica
Escritorio de oficina	SODIMAC	Material: Vidrio/metal Medidas: 73x120 cm
Silla giratoria oficina	SODIMAC	Material: polipropileno, metal Medidas:80x53cm
Estantería metálica	SODIMAC	Material: metal Numero de repisas: 5
Trampa de grasa	GASTROINOX	Material: Acero inoxidable para 20L
Mesa para topping	ICESOFT	Material: acero inoxidable Dimensión altura: 90 cm Dimensión profundidad :75cm Ancho 1 metro para 12 cubetas
Mesa de acero inoxidable	MICINOX ACERO INOXIDABLE	Medidas:60x90 cm Longitud :200 metros de Long Acabado pulido sanitario
Basurero de producción	SODIMAC	Material: plástico Capacidad :60L
Papelera	SODIMAC	Materias: metal
Pizarra de corcho	SODIMAC	Material: madera Alto: 60 cm Ancho:90cm
Estante de acero inoxidable	LUPACHICSTORE	Material: metal Medidas :176x90x40

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 30: Artículos descartables biodegradables

Artículo	Proveedor
Bowls	ECOGREEN
Tenedores	ECOGREEN
Servilleta	----

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 31: Distribución de equipos y materiales

Equipo	Local	Oficina	Almacén	Producción (cocina)
Licuadaora				2
Congeladora				2
Cocina industrial				1
Horno microondas	1			
Olla arrocera				1
Balanza industrial			1	
Cuchillo de acero				6
Afilador de cuchillo				1
Tabla para picar				3
Colador de acero				2
Bowls de porcelana				12
Cubiertos 3 piezas				8
Escritorio modular		1		
Silla giratoria		1		
Silla giratoria alta	1			
Estantería melanina		1		
Mesa para topping	1			
Lavadero industrial de acero				1
Mesa de acero inoxidable	2			1
Basurero de producción				2
Basurero oficina		2		
Basurero de baño	2			
Estante metálico			3	
Archivador		6		
Grapadora		2		
Pizarra de corcho		1		
Locker	1			
Perforadora		1		
Resaltador		3		

Equipo	Local	Oficina	Almacén	Producción	SS.HH
Perforadora		1			
Resaltador		3			
Lapicero x12		1			
Caja fuerte		2			
Computadoras	1	1			
Impresora multifuncional		1			
Teléfono inalámbrico	1	1			

Fuente: Elaboración propia (2019)

IV. ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

4.1 Estudio legal

En esta etapa se detallará los procesos que debe pasar la empresa para poder constituirse y empezar con el funcionamiento, por lado se describe la organización de la empresa, dando detalle de la función de cada área.

Tipo de Sociedad

El Fast Food “Wiki Poke” se encontrará constituida como Sociedad Anónima y contará con dos accionistas.

Constitución de la empresa

Para empezar a operar la empresa obtendrá todos los permisos legales se tiene que seguir los siguientes tramites que son necesarios para la constitución de la empresa. (PRODUCE, 2019) (**ANEXO 5**)

- Reserva del nombre de la empresa
- Minuta de Constitución de la empresa
- Abono de capital y bienes
- Escritura Publica
- Inscripción en Registros Públicos
- Inscripción al RUC (Registro Único Contribuyente)
- Registro REMYPE
- Inscripción de trabajadores en ESSALUD
- Autorización de Planillas del MINTRA
- Legalización de libro contable

Licencia de Funcionamiento

Para contar con la licencia de funcionamiento de realizaran los tramites en la Municipalidad de Miraflores.

Requisitos:

- Solicitud de licencia de funcionamiento.
- Vigencia de poder de representante.
- Inspección técnica de Seguridad en Edificación.
- Número de RUC de la empresa / Voucher de pago de permiso.

Registro de Marca

El registro de marca se realiza en Indecopi para verificar si existe otra empresa que ya cuente con el nombre, de no ser el caso el procedimiento de registro continúa.

Requisitos:

- Archivo en PDF de RUC o DNI.
- Llenar solicitud de registro de marca (tres copias).
- Enviar la imagen del logotipo al correo electrónico de Indecopi.

Gastos de Constitución

El siguiente cuadro muestra los gastos de constitución de la empresa:

Tabla 32: Gasto de constitución de Wiki Poke

Descripción	Total
Elaboración de minuta	2000
Búsqueda de índice	4
Registro de nombre	20
Escritura Pública	2000
Inscripción en Registros Públicos	90
Inscripción de Ruc	0
Registro en el REMYPE	0
Essalud	0
Autorización de planilla electrónica	0
Legalizado de libros	50
Licencia de funcionamiento y asistencia técnica	349.7
Registro de marca	69.45
Registro sanitario	390
Apertura de cuenta de banco	40
Total	S/. 5,013.15

Fuente: Elaboración propia (2019)

4.2 Estudio organizacional, estructural y funcional

En la empresa se asignará funciones de acuerdo al área establecida, lo cual nos permitirá llevar actividades de forma organizada, se realizarán reuniones una vez a la semana para evaluar las metas y logros, así como también se mantendrá en contacto vía correo o WhatsApp con el fin de estar en comunicación con el personal.

Estudio organizacional

Wiki Poke es fast food dedicada a la elaboración de Poke Bowls que es una ensalada de pescado crudo servido con distintos topping donde el cliente podrá escoger de acuerdo a su preferencia, además podrá ser remplazado por una de sus comidas diarias ya que tiene un alto contenido nutricional. Ubicada en la Calle José Sabogal 293 en el distrito de Miraflores.

- **Razón Social:** Wiki Poke S.A.C
- **Razón Comercial:** Fast Food
- **Slogan:** Salad – Fun - Delicious
- **Dirección:** Calle José Sabogal, Miraflores.
- **Visión:** Ser líder en la cadena de fast food, preferida porque garantizamos un servicio y productos de calidad, y contar con una atención amable y personalizada.
- **Misión:** Wiki Poke contribuye con el plan nutricional del cliente a través de los Poke Bowls dando a elegir los topping que desee.

Principios de la empresa

- ✓ Ofrecer productos de calidad.
 - ✓ Capacitación constante.
 - ✓ Respeto entre los colaboradores y clientes.
 - ✓ Trabajar en equipo, teniendo un compromiso el centro laboral.
 - ✓ Ser eficiente y cumplir con las labores designadas diariamente.
- **Logotipo**

Figura 28: Logo Wiki



Fuente: Elaboración propia (2019)

- **Estrategia organizacional**

Lo que nos diferenciará de otras empresas es porque brindamos un servicio personalizado y con insumos de calidad. Por otro lado, el cliente tendrá la libertad de escoger el topping que su preferencia siendo estos alimentos que aportarían a su salud.

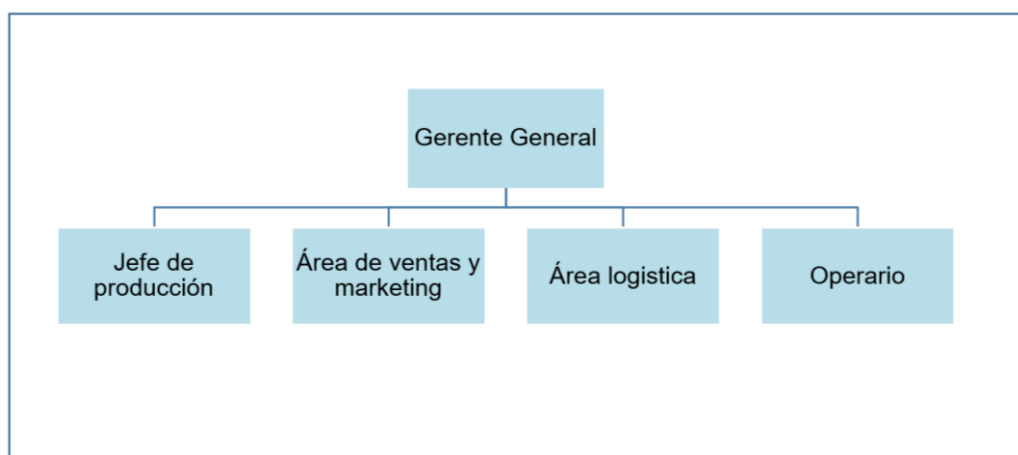
Al realizar el pago del Poke Bowls el cajero de turno verificara que el cliente este conforme con su pedido y con la atención brindada, para cumplir con el objetivo de ventas semanales se realizara eventos vía web.

Para comprar productos de calidad se establecerá alianzas estratégicas con los proveedores, alianzas que se darán con el transcurso del tiempo. Para poder tener una variedad y rotación de nuestros topping se tendrá en cuenta la opinión de los clientes por ello se realizarán encuestas sobre la satisfacción del cliente y sobre sus gustos y preferencias.

Estudio estructural

Estructura jerárquica referencial donde cada trabajador tiene una función y los equipos son agrupados por especialidades, en el organigrama presentada a continuación representara el número de personas necesarias para para cada actividad en la empresa.

Figura 29: Organigrama Estructural



Fuente: Elaboración Propia (2019)

Estudio funcional

En el siguiente cuadro se podrá observar los cargos y funciones del personal de Wiki Poke:

Tabla 33: Cargos y funciones

Puesto	Funciones	Requisitos
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con los objetivos presupuestados • Asesorar al personal en y temas relacionados al servicio. • Aseguras que los indicadores se estén cumpliendo con cabalidad. • Generar planes de acción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Universitario y/o técnica de la carrera de Ing. empresarial o afines. • Experiencia mínima de 3 años desempeñando funciones similares en restaurantes u hoteles. • Manejo de Excel a nivel intermedio. • Idioma ingles intermedio.
Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión y dirección de la planificación, coordinación y proyección futura de la producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional de la carrera de gastronomía o Admi. Hotelera • Mínimo 3 años de experiencia.
Gerente de ventas y marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar si las empresas son potenciales para realizar la venta de nuestros servicios. • Realizar la cotización de nuestros servicios en coordinación con gerencia general. • Visitar a los clientes para una presentación comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Egresado en administración o mkt. • Diplomado o especialización en mkt. • Mínimo 3 años de experiencia.
Jefe de logística	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar con el área de sistemas y otras áreas para la elaboración y ajuste de procedimientos para la mejora continua o algún inconveniente con el ERP SAP. • Elaborar, implementar y controlar el reporte de indicadores del área. • Supervisar y distribuir las actividades del personal a su cargo. • Generar y emitir reportes (cumplimiento de pedidos, reposición y control de existencia) a gerencia administrativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero industrial. • Experiencia de 3 años en puestos similares.
Operario	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir los estándares establecidos por la empresa en cuanto atención y servicio al cliente durante el desarrollo del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en ventas. • Carnet de sanidad vigente. • Disponibilidad de horario rotativo.

Fuente: Elaboración Propia (2019)

V. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

5.1 Impacto Ambiental

Para poder reducir el impacto ambiental se debe tomar en cuenta estándares que establece el ISO14000 donde resalta aspectos ambientales de productos y organizaciones, destacando la norma ISO 14004 con la finalidad de ayudar a distintas organizaciones a mejorar o implementar un sistema de gestión medioambientalista, además pretende mantener la calidad del entorno que controla la empresa y sus trabajadores.

5.2 Marco legal relacionado al sector Restaurante

Norma sanitaria para el funcionamiento de Restaurante y Servicios a fines (RM.822-2018)

Tiene como objetivo:

- Establecer los requisitos sanitario y BPM (Buenas Practicas de Manipulación) con la finalidad de elaborar alimentos inocuos para el consumo humano.
- Asegurar el cumplimiento del PGH (Principio General de Higiene) de los restaurantes para su funcionamiento.
- La vigilancia Sanitaria realizara inspecciones aplicando una ficha de evaluación a cargo de la Autoridad Sanitaria Municipal

Entre los objetivos considerados por la norma señala que los restaurantes deben contar con trampa de grasa y evitar contaminación del agua potable así como también indica que los residuos sólidos deben disponerse en recipientes de plástico que estén en buen estado de conservación. (MINSA, 2018)

Reglamento sobre la vigilancia y control sanitario de Alimentos y Bebidas (D.S N°007-98-SA)

En este documento se establece los requisitos y procedimiento higiénicos y sanitarios que están sujetos desde la elaboración de los alimentos y bebidas hasta el expendio de estos mismos, así como también contar con la certificación de productos alimenticios con fines de exportación y la vigilancia de alimento y bebidas. (MINSA, 1998)

Ley N°29338: Ley de Recursos Hídricos

Esta ley tiene como finalidad regular el uso y gestión integrada del agua, la actuación de estado y los particulares en dicha gestión, así como en los bienes asociados a esta. (MINAGRI, 2019)

Ordenanza que aprueba la Política de Uso Racional del Agua en el distrito de Miraflores (Ordenanza 244-MM/2006)

La Municipalidad de Miraflores tiene la como propósito promover el uso de agua, a través de acciones dirigidas a vigilar una dotación de agua de calidad y en la cantidad requerida teniendo como finalidad el ahorro de uso de agua potable, la reutilización de aguas servidas y el fomento de uso de nuevas fuentes de agua para riego en áreas verdes del distrito. (MF, 2006)

Ley N°27314- Ley General de Residuos Sólidos y su modificatoria, el Decreto Legislativo N°10652

Esta ley establece las obligaciones y responsabilidades de la sociedad, con la finalidad de asegurar la gestión, manejo de residuos sólidos sanitarios y ambientales adecuados, con el propósito de prevenir riesgos ambientales, asegurar el bienestar y salud de las personas. (MINAM, 2016)

Reglamento de la Ley General de Residuos Sólidos (Decreto Supremo 057-2004-PCM)

En este documento los responsables son las municipalidades y otros actores que involucran la gestión de los residuos sólidos, el cual regularan los aspectos relativos al manejo de los residuos sólidos peligroso de origen doméstico y comercial, establecido en el presente reglamento. (MINAM, 2004)

Gestión Ambiental. Gestión de Residuos: Código de colores para los Dispositivos de Almacenamiento de Residuos (Norma Técnica Peruana-NTP 9000.058-2005)

Este documento establece que los dispositivos de almacenamiento de residuo deben ser diferenciados por colores según la característica, RRSS (Segregación de Residuo Sólidos) (MINAM, 2019)

Tabla 34: Código de colores para la segregación de residuos solidos

Amarillo		Metales
Verde		Vidrio
Azul		Papel y cartón
Blanco		Plástico
Marrón		Orgánicos
Rojo		Residuos peligrosos
Negro		Residuos generales

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Identificación de factores ambientales afectados

En la siguiente tabla se puede observar los elementos ambientales considerados como afectación positiva o negativa de según el factor ambiental según el factor ambiental que se genera en la empresa.

Tabla 35: Factores Ambientales







FACTORES AMBIENTALES		
	Componentes	Elementos
Características físicas y químicas	Aire	Calidad del aire
		Olores desagradables
	Tierra	Característica fisicoquímica
	Agua	Calidad del agua
Demanda		
Condición biológica	Flora	Bajo estatus de conservación
		Abundancia
	Fauna	Flora nocivas (plagas)
		Distribución
Factores culturales	Económico	Generación de empleo
		Servicios municipales
		Comercio
		Salud
	Social	Aceptación
		Bienestar social
		Seguridad

Fuente: Elaboración Propia (2019)

5.3 Matriz de Leopold

En esta matriz el procedimiento utilizado para la valoración del estudio de impacto ambiental se considera las acciones del proyecto que son los procesos que intervienen en el negocio, que serán representadas en columnas, estos afectan positiva o de forma negativa a los factores ambientales, que serán representadas en filas donde se podrá determinar los impactos ambientales más significativos que tendrá la implementación y operación del proyecto. (INERCO, 2007)

En Matriz de Leopold se considera lo siguiente:

- **Característica del impacto:** Benéfico (+) o Adverso (-).
- **Duración de la acción:** se considerará lo siguiente:
 - Temporal: El impacto tiene el mismo tiempo de duración que la actividad Verde 
 - Prolongado: el impacto tiene una duración de uno hasta cinco años. Amarillo 
 - Permanente: El impacto ambiental afectado tiene una duración mayor a cinco años. Rojo 
- **Reversibilidad del impacto:** Al finalizar el proyecto se analizará cual fue la acción que generó el impacto, el criterio de los impactos son los siguientes:
 - Reversible a corto plazo: El componente ambiental se restablecen en un periodo < 1 año. 
 - Reversible a largo plazo: El componente ambiental se restablecen en un periodo > 1 año. 
 - Irreversible: Es donde componente ambiental no recupera sus características originales aun con la intervención del hombre. 
- **Magnitud del efecto:** Establece el área que puede ser afectada por el efecto del impacto, en el proyecto se consideró el alcance local ya que presenta a más de 200 m de donde ocurre la acción que lo genera "L".
- **Importancia del factor afectado:** Se determina las condiciones y magnitud actuales, para ello se consideró los siguientes valores: Poco significativo: (1), Significativo: (2) ,Muy significativo: (3).

(Gil Hernández, 2019)

Figura 30: Matriz de Leopold

Wiki Poke			ETAPA DE OPERACIÓN				
			Instalación de equipos y maquinarias	Pintado del local	Acabados ambientales	Generación de agua residual	Generación de residuos sólidos
FACTORES AMBIENTALES							
	Componentes	Elementos					
Características físicas y química	Aire	Calidad del aire				1 L -	1 L -
		Olores desagradables			2 L -	2 L -	
	Tierra	Característica fisicoquímica				1 L -	1 L -
	Agua	Calidad del agua			3 L -	1 L -	1 L -
		Demanda	3 L				
Condición biológica	Flora	Bajo estatus de conservación	3 L				
		Abundancia					
	Fauna	Flora nosivas (plagas)	1 L -			1 L -	1 L -
		Distribución	3 L -				
Factores culturales	Económico	Generación de empleo	2 L	1 L			
		Servicios municipales	3 L				
		Comercio					
	Social	Salud	1 L			2 L	2 L
		Aceptación	2 L				
		Bienestar social	2 L				1 L
		Seguridad	2 L				
		Total(+)	18	1	2	2	2
		Total(-)	4		5	6	3
		Impacto benéfico (+)				58%	
		Impacto adverso (-)				42%	
		Total	43		100%		

Fuente: Elaboración Propia (2019)

Como conclusión: se tiene un total de 43 impactos durante la operación del proyecto, 25 impactos benéfico (+) y 18 impacto adverso (-), contando con un total de 128 celdas.

VI. ESTUDIO DEL ESTADO DE GANANCIA Y PÉRDIDA.

6.1 Ingreso del proyecto

Ingreso directo por venta

Los ingresos estas relacionados a la estimación de la demanda que es de 2779 Poke Bowls en el primer año donde la empresa proyecta cubrir el 35 % de la demanda, debido a que cuenta con la capacidad técnica y personal para atenderlas.

Tabla 36: Pronostico de ventas de Poke Bowls

Venta trimestral	Ventas 2021	Ventas 2022	Ventas 2023	Ventas 2024	Ventas 2025
4650	18600	19158	19733	20325	20934

Fuente: Elaboración propia (2019)

Los ingresos de venta se determinaron de acuerdo al tamaño y precio del Poke Bowls.

Tabla 37: Ingreso de venta de Poke Bowls

Ingresos (S/)	2021	2022	2023	2024	2025
	S/ 58,640.40	S/ 60,399.61	S/ 62,211.60	S/ 64,077.95	S/ 66,000.29
Poke pequeño	1256	1293	1332	1372	1413
Precio de Venta	24	24	24	24	24
Poke grande	983	1012	1043	1074	1106
Precio de Venta	29	29	29	29	29

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 38: Ingreso de Ventas -IGV

Ingresos (S/)	2021	2022	2023	2024	2025
CON IGV	S/ 58,640.40	S/ 60,399.61	S/ 62,211.60	S/ 64,077.95	S/ 66,000.29
SIN IGV	S/ 48,085.13	S/ 49,527.68	S/ 51,013.51	S/ 52,543.92	S/ 54,120.24
IGV	10555.27	10871.93	11198.09	11534.03	11880.05

Fuente: Elaboración propia (2019)

6.2 Costos

Variable de pronóstico de ventas

Tabla 39: Costo de materia prima por año

Costos de Materia Prima	2021	2022	2023	2024	2025
	S/. 60,223.80	S/. 63,568.87	S/. 67,099.74	S/. 70,826.73	S/. 74,760.73
IGV	10840.28	11442.40	12077.95	12748.81	13456.93
Poke B pequeño	1256	1293	1332	1372	1413
Cv	24	25	25	26	26
Poke.B mediano	1037	1069	1101	1134	1168
Cv	29	30	30	31	32

Fuente: Elaboración propia (2019)

Costo de Mano de obra directa

Para la venta se determinó cuantos trabajadores necesitaríamos para la producción de los Poke Bowls.

Tabla 40: Costo de mano de obra directa

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Número de Operarios	3	3	3	4	4
Total (S/.)	S/. 21,699.00	S/. 21,721.50	S/. 21,721.50	S/. 43,939.00	S/. 43,961.50
IGV	3,906	3,910	3,910	7,909	7,913

Fuente: Elaboración propia (2019)

Costo indirecto de fabricación

Los costos indirectos de fabricación conformados por la mano de obra indirecta, material indirecto, gastos generales de producción y la depreciación de activos de producción (SAPAG, y otros, 2014)

Tabla 41: Costo de mano de obra indirecta

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Jefe de producción	1	1	1	1	1
Total (S/.)	S/. 24,570.00	S/. 24,570.00	S/. 24,570.00	S/. 24,570.00	S/. 24,570.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 42: Costo de materiales indirectos

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Materiales Indirectos	1,200	1,200	1,200	1,500	1,500
Total (S/.)	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 43: Gastos generales de producción anual

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Agua y Desagüe	520.58	536.20	552.28	568.85	585.92
Energía eléctrica	4273.93	4273.93	4273.93	4273.93	4273.93
Transporte	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00	1200.00
Servicio de Limpieza	5600.00	5600.00	5600.00	5600.00	5600.00
Alquiler (50%)	42000.00	42000.00	42000.00	42000.00	42000.00
Gas	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Mantenimiento maquinas	1100.00	1100.00	1100.00	1100.00	1100.00
Total	55054	55070	55086	55102	55119

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 44: Depreciación de activos de producción

Descripción	Tasa de Depreciación	Valor inicial	2021	2022	2023	2024	2025
Maquinaria	10%	2956	295.6	295.6	295.6	295.6	295.6
Equipos de planta	10%	6371.4	637.14	637.14	637.14	637.14	637.14
Muebles y enseres	20%	3009.7	601.94	601.94	601.94	601.94	601.94
Total			S/. 1,534.68	S/. 1,534.68	S/. 1,534.68	S/. 1,534.68	S/. 1,534.68

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 45: Costo indirecto de fabricación

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Mano de Obra Indirecta (MOI)	24,570	24,570	24,570	24,570	24,570
Materiales Indirectos	1,200	1,200	1,200	1,500	1,500
Gastos Generales de Producción	55,055	55,070	55,086	55,103	55,120
Depreciación de Activos de Producción	1534.68	1534.68	1534.68	1534.68	1534.68
Total	S/. 82,359.19	S/. 82,374.81	S/. 82,390.90	S/. 82,707.47	S/. 82,724.53
IGV	14,824.65	14,827.47	14,830.36	14,887.34	14,890.42
SIN IGV	56,254.51	56,270.13	56,286.22	56,602.79	56,619.85

Fuente: Elaboración propia (2019)

Costo de Venta

Se obtiene de la suma de la materia prima, la mano de obra directa y el costo indirecto de fabricación. (SAPAG, y otros, 2014)

Tabla 46: Costo de venta

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Materia Prima (MP)	S/. 60,223.80	S/. 63,568.87	S/. 67,099.74	S/. 70,826.73	S/. 74,760.73
Mano de Obra Directa (MOD)	S/. 21,699.00	S/. 21,721.50	S/. 21,721.50	S/. 43,939.00	S/. 43,961.50
Fabricación (CIF)	S/. 82,359.19	S/. 82,374.81	S/. 82,390.90	S/. 82,707.47	S/. 82,724.53
Total	S/. 164,281.99	S/. 167,665.18	S/. 171,212.14	S/. 197,473.19	S/. 201,446.76
SIN IGV	S/. 134,711.24	S/. 137,485.45	S/. 140,393.95	S/. 161,928.02	S/. 165,186.34

Fuente: Elaboración propia (2019)

Presupuesto Gasto Administrativo

Se representa con la suma de los sueldos administrativos, depreciación de activos administrativos, la amortización de activos administrativos y el presupuesto del servicio (SAPAG, y otros, 2014)

Tabla 47: Sueldo Administrativo

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Gerente General	44,371	44,371	44,371	44,371	44,371
Total (S/.)	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 48: Depreciación de Activo Administrativos

Descripción	Tasa de Depreciación	Valor inicial	2021	2022	2023	2024	2025
Equipos de Oficina	25%	237.80	59	59	59	59	0
Equipos de Cómputo	33.33%	3,500.00	1,167	1,167	1,167	0	0
Muebles y enseres	20%	724.80	144.96	144.96	144.96	144.96	144.96
Total			S/. 1,370.96	S/. 1,370.96	S/. 1,370.96	S/. 204.76	S/. 144.96

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 49: Amortización de Activo Administrativos

Descripción	Tasa de Amortización	Valor inicial	2021	2022	2023	2024	2025
Inversión en trámites de constitución	100%	5,013.15	5,013.15	0.00	0.00	0.00	0.00
Inversión en capacitación y licencia de servicios	20%	2,200.00	440.00	440.00	440.00	440.00	440.00
Inversión en acondicionamiento	10%	4,440.00	444.00	444.00	444.00	444.00	444.00
Total		S/. 11,653.15	S/. 5,897.15	S/. 884.00	S/. 884.00	S/. 884.00	S/. 884.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 50: Presupuesto de servicios Administrativos

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Agua y Desagüe	101.0	101.0	101.0	101.0	101.0
Energía eléctrica	411.3	411.3	411.3	411.3	411.3
Servicio de Limpieza	372.0	372.0	372.0	372.0	372.0
Alquiler (30%)	25200.0	25200.0	25200.0	25200.0	25200.0
Total	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 51: Presupuesto Gasto Administrativo

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldos Administrativos	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67	S/. 44,370.67
Depreciación de Activos Administrativo	S/. 1,370.96	S/. 1,370.96	S/. 1,370.96	S/. 204.76	S/. 144.96
Amortización de Activos Intangible	S/. 5,897.15	S/. 884.00	S/. 884.00	S/. 884.00	S/. 884.00
Servicios Administrativos	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35	S/. 26,084.35
Total	S/. 77,723.13	S/. 72,709.98	S/. 72,709.98	S/. 71,543.78	S/. 71,483.98
IGV	S/. 4,695.18	S/. 4,695.18	S/. 4,695.18	S/. 4,695.18	S/. 4,695.18
Sin IGV	S/. 73,027.95	S/. 68,014.80	S/. 68,014.80	S/. 66,848.60	S/. 66,788.80

Presupuesto de Gasto de Venta

Están conformados por el sueldo del personal, gastos en la publicidad, depreciación de activos de ventas, la amortización de ventas. (SAPAG, y otros, 2014)

Tabla 52: Sueldo de personal de ventas

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Gerente de Ventas y Marketing	24570	24570	24570	24570	24570
Encargado de atención al cliente	16836.4	16836.4	16836.4	31526	31526
Jefe de Logística	21294	21294	21294	23370	23370
Total	S/. 62,700.40	S/. 62,700.40	S/. 62,700.40	S/. 79,466.00	S/. 79,466.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 53: Presupuesto de servicio de venta

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Publicidad	6000	6180	6365	6556	6753
Alquiler (20%)	16800	16800	16800	16800	16800
Energía Eléctrica	555.14	555.14	555.14	555.14	555.14
Telefonía e Internet	978.0	948.0	948.0	948.0	948.0
Total	S/. 24,333.14	S/. 24,483.14	S/. 24,668.54	S/. 24,859.51	S/. 25,056.20

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 54: Depreciación de Activos de Venta

Descripción	Tasa de Depreciación	Valor inicial	2021	2022	2023	2024	2025
Equipos de Cómputo	33.33%	1,500	500	500	500	0	0
Muebles y enseres	20%	698	139.6	139.6	139.6	139.6	139.6
Vehículo	20%	0	0	0	0	0	0
Total		S/. 2,198.00	S/. 639.55	S/. 639.55	S/. 639.55	S/. 139.75	S/. 139.60

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 55: Amortización de Activos de Venta

Descripción	Tasa de Amortización	Valor inicial	2021	2022	2023	2024	2025
Posicionamiento de Marca	20%	734.00	146.80	146.80	146.80	146.80	146.80
Total		S/. 734.00	S/. 146.80	S/. 146.80	S/. 146.80	S/. 146.80	S/. 146.80

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 56: Presupuesto de Gasto de Venta

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Sueldo de Personal de Ventas	S/. 62,700.40	S/. 62,700.40	S/. 62,700.40	S/. 79,466.00	S/. 79,466.00
Gasto de Ventas	S/. 24,333.14	S/. 24,483.14	S/. 24,668.54	S/. 24,859.51	S/. 25,056.20
Depreciación de Activos Ventas	S/. 639.55	S/. 639.55	S/. 639.55	S/. 139.75	S/. 139.60
Amortización de Activos Intangibles	S/. 146.80	S/. 146.80	S/. 146.80	S/. 146.80	S/. 146.80
Total	S/. 87,819.89	S/. 87,969.89	S/. 88,155.29	S/. 104,612.06	S/. 104,808.60
IGV	S/. 4,379.97	S/. 4,406.97	S/. 4,440.34	S/. 4,474.71	S/. 4,510.12
SIN IGV	S/. 87,033.54	S/. 87,183.54	S/. 87,368.94	S/. 104,325.51	S/. 104,522.20

Fuente: Elaboración propia (2019)

Capital de trabajo

Inversión de la empresa en activos a corto plazo, de tal manera que con este valor se aseguró la operación durante el ciclo productivo. (SAPAG, y otros, 2014)

Tabla 57: Capital de trabajo

Un mes de Planilla	S/. 12,744.59
Un mes de servicios	S/. 6,761.57
Un mes de alquileres	S/. 7,000.00
Una semana de Materia Prima	S/. 1,254.66
Inversión inicial en publicidad	S/. 734.00
TOTAL	S/. 28,494.82

Fuente: Elaboración propia (2019)

6.3 Inversión

Se sumará los activos fijos tangibles y los activos fijos intangibles.

Activo fijo tangible

Tabla 58: Inversión en maquinarias

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Horno microondas	1	200	200
Licuada	2	778	1556
Cocina industrial	1	1200	1200
Total	3		S/. 2,956.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 59: Inversión en equipos de producción

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Balanza industrial	1	100	100
Cuchillo de acero	6	60	360
Afilador de cuchillo	1	30	30
Tabla para picar	3	20	60
Cubiertos (3 pzs)	8	5.9	47.2
Bol de vidrio	6	25.90	155.4
Colador de acero	2	12.00	24
Bowls de porcelana	12	7.90	94.8
mesa de topping	1	2500.00	2500
Congeladora	2	1500	3000
Total			S/. 6,371.40

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 60: Inversión en Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Archivador	6	4.70	28.2
Grapadora	2	9.00	18
Perforadora	1	12.90	12.9
Resaltador	3	1.70	5.1
Lapicero x 12	1	8.20	8.2
Basurero de oficina	2	24.90	49.8
Basurero producción	2	32.90	65.8
Basurero de baño	2	24.90	49.8
Total			S/. 237.80

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 61: Inversión en equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Computadora	2	1500	3000
Impresora multifuncional	1	500	500
Total			S/. 3,500.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 62: Inversión de muebles y enseres de planta

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Mesa de acero inoxidable	2	850	1700
Estantería metálica	3	109.9	329.7
Lavadero industrial de acero	1	980	980
Total			S/. 3,009.70

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 63: Inversión de muebles y enseres de oficina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Estante de melamine	1	299	299
Silla giratoria	1	200	200
Silla giratoria alta	1	199	199
Escritorio modular	1	200	200
Pizarra de corcho	1	24.9	24.9
Locker	1	499.9	499.9
Total			S/. 1,422.80

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 64: Inversión en Activos Tangibles

Descripción	Sub total	IGV	Total
Inversión en maquinaria	2423.92	532.08	2956
Inversión en equipos de planta	5224.55	1146.85	6371.4
Inversión en Equipos de Oficina	195.00	42.80	237.8
Inversión en equipo de cómputo	2870.00	630.00	3500
Inversión en Muebles y Enseres de planta	2467.95	541.75	3009.7
Inversión en Muebles y Enseres de oficina	1166.70	256.10	1422.8
Total	S/. 14,348.11	S/. 3,149.59	S/. 17,497.70

Fuente: Elaboración propia (2019)

Activos Fijos Intangibles

Tabla 65: Inversión tramites de Constitución

Descripción	Total
Elaboración de minuta	2000
Búsqueda de índice	4
Registro de nombre	20
Escritura Pública	2000
Inscripción en Registros Públicos	90
Inscripción de Ruc	0
Registro en el REMYPE	0
Essalud	0
Autorización de planilla electrónica	0
Legalizado de libros	50
Licencia de funcionamiento y asistencia técnica	349.7
Registro de marca	69.45
Registro sanitario	390
Apertura de cuenta de banco	40
Total	S/. 5,013.15

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 66: Inversión en capacitación de personal

Descripción	Responsable	Tiempo	Total
Inducción a la Empresa	Gerente General	2 horas	0
Capacitación: Seguridad e Higiene	Gerente de Producción	1 hora	0
Capacitación: Cumplimiento Normativo	Gerente General	2 horas	0
Inducción: Atención al cliente	Gerente General	1 hora	0
Total			S/. 0.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 67: Inversión en licencia

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Instalación y licencia de office	2	1100	S/. 2,200.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 68: Inversión de publicidad

Descripción	Total
Creación y publicidad en Facebook e instagram	100
Creación de Página Web	449
Renovación de Hosting y Dominio de Página Web, correo electrónico	185
Total	S/. 734.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 69: Inversión de Acondicionamiento

Descripción	Total
Servicio y pintado de paredes	1200
Servicio y acondicionado de suelos	2590
Instalación de equipos	650
Total	S/. 4,440.00

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 70: Inversión de Activos Intangibles

Descripción	subtotal	IGV	Total
Inversión en trámites de Constitución	S/. 4,110.78	S/. 902.37	S/. 5,013.15
Inversión en capacitación de personal y licencia	S/. 1,804.00	S/. 396.00	S/. 2,200.00
Inversión en posicionamiento de Marca	S/. 601.88	S/. 132.12	S/. 734.00
Inversión en acondicionamiento	S/. 3,640.80	S/. 799.20	S/. 4,440.00
Total	S/. 10,157.46	S/. 2,229.69	S/. 12,387.15

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 71: Estado de Ganancia y Pérdidas

	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas Netas	400,518	412,533	424,909	445,323	458,682
Delivery	0	0	0	0	0
Costo de Ventas	207,502	214,320	221,496	247,535	255,548
Utilidad Bruta	193,015	198,213	203,413	197,788	203,135
Gastos Administrativos	73,028	68,015	68,015	66,849	66,789
Gastos de Ventas	87,034	87,970	88,155	104,612	104,809
Utilidad Operativa EBITDA	32,954	42,229	47,243	26,327	31,537
Depreciación + Amortización	9,589	4,576	4,576	2,910	2,850
Gastos Financieros	4,592	1,718	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	18,772	35,935	42,667	23,417	28,687
Impuesto a la Renta	5,538	10,601	12,587	6,908	8,463
Utilidad Neta	13,234	25,334	30,080	16,509	20,224
Dividendos (%)	0%	0%	10%	10%	10%
Dividendos para los accionistas	0	0	3,008	1,651	2,022
Reserva Legal	0	0	0	0	0
Utilidad / Pérdida Retenida	S/. 13,234.40	S/. 38,568.43	S/. 68,648.70	S/. 85,157.99	S/. 105,382.38

Fuente: Elaboración propia (2019)

6.1 Financiamiento

Tabla 72: Inversión

Total

Activo Fijo Tangible	S/. 17,497.70
Activo Fijo Intangible	S/. 12,387.15
Capital de Trabajo	S/. 30,344.19
Total	S/. 60,229.04

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 73: Tipo de Financiamiento

Tipo de Financiamiento	Activos (%)	Activos (S/.)	Total	Total (%)
Aporte Propio	33%	S/. 20,000.00	S/. 20,000.00	33%
Financiamiento	67%	S/. 40,229.04	S/. 40,229.04	67%
Total		S/. 60,229.04	S/. 60,229.04	100%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Para el financiamiento se contará con un aporte propio de S/. S/. 20,000.00 y se realizara un préstamo al banco de S/. 40,229.04, por ello se realizará un estudio para saber que banco es el más conveniente para hacer el préstamo.

Tabla 74: Instituciones bancarias

Institución Bancaria	Scotiabank	BBVA	Mi Banco
Monto Mínimo	1000	1500	300
Monto Máximo	50000	120000	300000
Plazo Máximo	6 años	5 años	5 años
TEA MÍNIMA	22.13%	21%	14.97%
TEA MÁXIMA	90.20%	77%	90.12%

Fuente: Elaboración propia (2019)

Con el banco con que se quiere optar a realizar el prestamos es en Mi Banco ya que tiene una tasa de interés de 14.97%, siendo el más conveniente para realizar el préstamo.

Tabla 75: Simulación de Financiamiento

N°	Fecha pago	Capital	Amortización	Intereses	Cuota sin ITF	ITF	Cuota
		S/. 40,229.04					
1	21/01/2021	S/. 38,772.67	S/. 1,456.37	S/. 482.76	1,939.13	0.15	1,939.28
2	22/02/2021	S/. 37,298.83	S/. 1,473.84	S/. 465.29	1,939.13	0.15	1,939.28
3	22/03/2021	S/. 35,807.30	S/. 1,491.53	S/. 447.60	1,939.13	0.15	1,939.28
4	21/04/2021	S/. 34,297.87	S/. 1,509.43	S/. 429.70	1,939.13	0.15	1,939.28
5	21/05/2021	S/. 32,770.32	S/. 1,527.54	S/. 411.59	1,939.13	0.15	1,939.28
6	22/06/2021	S/. 31,224.45	S/. 1,545.88	S/. 393.26	1,939.13	0.15	1,939.28
7	21/07/2021	S/. 29,660.02	S/. 1,564.43	S/. 374.71	1,939.13	0.15	1,939.28
8	21/08/2021	S/. 28,076.82	S/. 1,583.20	S/. 355.93	1,939.13	0.15	1,939.28
9	21/09/2021	S/. 26,474.62	S/. 1,602.20	S/. 336.93	1,939.13	0.15	1,939.28
10	21/10/2021	S/. 24,853.20	S/. 1,621.43	S/. 317.71	1,939.13	0.15	1,939.28
11	22/11/2021	S/. 23,212.31	S/. 1,640.88	S/. 298.25	1,939.13	0.15	1,939.28
12	21/12/2021	S/. 21,551.74	S/. 1,660.57	S/. 278.56	1,939.13	0.15	1,939.28
13	21/01/2022	S/. 19,871.24	S/. 1,680.50	S/. 258.63	1,939.13	0.15	1,939.28
14	22/02/2022	S/. 18,170.57	S/. 1,700.67	S/. 238.46	1,939.13	0.15	1,939.28
15	22/03/2022	S/. 16,449.49	S/. 1,721.08	S/. 218.05	1,939.13	0.15	1,939.28
16	21/04/2022	S/. 14,707.76	S/. 1,741.73	S/. 197.40	1,939.13	0.15	1,939.28
17	21/05/2022	S/. 12,945.12	S/. 1,762.63	S/. 176.50	1,939.13	0.15	1,939.28
18	21/06/2022	S/. 11,161.34	S/. 1,783.79	S/. 155.35	1,939.13	0.15	1,939.28
19	21/07/2022	S/. 9,356.15	S/. 1,805.19	S/. 133.94	1,939.13	0.15	1,939.28
20	22/08/2022	S/. 7,529.29	S/. 1,826.85	S/. 112.28	1,939.13	0.15	1,939.28
21	21/09/2022	S/. 5,680.52	S/. 1,848.78	S/. 90.35	1,939.13	0.15	1,939.28
22	21/10/2022	S/. 3,809.55	S/. 1,870.96	S/. 68.17	1,939.13	0.15	1,939.28
23	22/11/2022	S/. 1,916.14	S/. 1,893.42	S/. 45.72	1,939.13	0.15	1,939.28
24	21/12/2022	S/. 0.00	S/. 1,916.14	S/. 22.99	1,939.13	0.15	1,939.28

Fuente: Elaboración propia (2019)

VII. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

7.1 Flujo de caja económico y financiero

Tabla 76: IGV.

Año	0	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas						
IGV de ingresos		87,918	90,556	93,273	97,754	100,686
IGV de delivery		0	0	0	0	0
IGV por venta de activos fijos						17,498
IGV por recuperación de capital de trabajo						5,462
Total IGV Ventas		87,918	90,556	93,273	97,754	123,646
Compras						
Inversiones						
IGV activos fijos tangibles	3,150					
IGV activos fijos intangibles	2,230					
IGV capital de trabajo	5,462					
Operaciones						
Materia prima (MP)		26,819	28,308	29,881	31,541	33,292
Mano de obra directa (MOD)						
Costos indirectos de fabricación (CIF)		14,825	14,827	14,830	14,887	14,890
IGV gastos administrativos		4,695	4,695	4,695	4,695	4,695
IGV gastos de ventas		4,380	4,407	4,440	4,475	4,510
Total IGV Compras	10,841	50,719	52,238	53,847	55,598	57,388
Diferencia	-10,841	37,200	38,318	39,426	42,156	66,258
Crédito Fiscal	10,841	0	0	0	0	0
IGV por pagar	0	26,359	38,318	39,426	42,156	66,258

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 77: Flujo de Caja Económico y Financiero

		2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos						
Ingresos por ventas		488,436	503,089	518,182	543,077	559,369
Ingresos por delivery		0	0	0	0	0
Ventas de activos fijos						17,498
Recuperación de capital de trabajo						24,882
Total de ingresos		488,436	503,089	518,182	543,077	601,749
Egresos						
Inversión en activos fijos Tangibles	-17,498					
Inversión en activos intangibles	-12,387					
Capital de trabajo	-30,344					
Materia prima (MD)		-148,994	-157,269	-166,005	-175,225	-184,958
Mano de obra directo (MOD)		-21,699	-21,722	-21,722	-43,939	-43,962
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)		-56,255	-56,270	-56,286	-56,603	-56,620
Gastos administrativos		-73,028	-68,015	-68,015	-66,849	-66,789
Gastos de ventas		-87,034	-87,184	-87,369	-104,326	-104,522
IGV por pagar		-26,359	-38,318	-39,426	-42,156	-66,258
Impuesto a la renta		-5,538	-10,601	-12,587	-6,908	-8,463
Total de egresos	-60,229	-418,905	-439,378	-451,409	-496,005	-531,571
Flujo de Caja Económico	-60,229	69,531	63,711	66,773	47,071	70,178
Préstamos						
Préstamos	40,229					
Aporte Inicial						
Amortizaciones		-18,677	-21,552			
Interés		-4,592	-1,718			
Escudo Tributario		1,355	507			
Flujo de Caja Financiero Neto	60,229	-21,915	-22,763	0	0	0
Flujo de Caja Financiero	-20,000	47,616	40,948	66,773	47,071	70,178

Fuente: Elaboración propia (2019)

7.2 Determinación de la tasa de descuento

Se represente en la siguiente tabla:

Tabla 78: Costo de oportunidad de capital

COK soles	16.89%
------------------	--------

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 79: Costo promedio ponderado

Variable	Datos
D: Financiamiento	40,229
E: Aporte Propio	20,000
id: Costo de la deuda	15.39%
T: Tasa impositiva	29.5%
ie: Costo de Oportunidad de capital	15.39%
WACC	12.36%

Fuente: Elaboración propia (2019)

7.3 Indicadores de rentabilidad

Valor actual neto económico y financiero

En el VAN mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos el inversionista recupera su inversión y una cantidad adicional. (PASCUAL, 2007)

En el siguiente cuadro se realizó la evaluación del valor actual neto económico con la tasa WACC y la evaluación del valor actual neto financiero con la tasa COK

Tabla 80: Valor neto económico y financiero

VAN E	S/. 156,563
VAN F	S/. 149,905

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tasa interna de retorno económico y financiero

Expresa el crecimiento del capital en términos relativos y determina la tasa de crecimiento del capital por periodo (PASCUAL, 2007)

Tabla 81: Tasa interna de retorno económico y financiero

TIR E	107%
TIR F	237%

Fuente: Elaboración propia (2019)

La tasa interna de retorno económico y financiero son mayores a las tasas del costo de oportunidad COK es de 16.89% y el costo promedio ponderado de capital WACC es de 12.36%.

Tabla 82: Actualización de flujo de caja financiero

Detalle	Año 0	2021	2022	2023	2024	2025
Flujo de Caja Financiero	-20,000	47,616	40,948	66,773	47,071	70,178
VAN		42,379	36,445	59,429	41,894	62,460
Acumulado		22,379.17	54,815.52	101,890.89	131,426.65	170,617.97

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 83: Tiempo de recuperación de inversión

Año	0.385941434	0
Meses	4.631297209	4
Días	18.93891627	18

Fuente: Elaboración propia (2019)

La recuperación de inversión se obtendrá en cuatro meses dieciocho días.

7.4 Indicador Costo Beneficio

Tabla 84: Relación beneficio costo

Beneficios descontados	1,776,739
Costos descontados	-1,620,176.60
Ratio B/C	1.10

Fuente: Elaboración propia (2019)

DISCUSIÓN

Para poder realizar el plan de negocio primero iniciamos con el modelo Canvas, según Osterwalder (2010) indica que es una herramienta que nos permite desglosar aspectos fundamentales para iniciar con algún negocio o emprendimiento, el cual responde a oportunidades y necesidades importantes para la viabilidad de la empresa tal como se muestra en la figura 3. Asimismo para dar soporte a la viabilidad de la empresa se realizó una matriz FODA que se puede visualizar en la Figura 4, Espinoza (2015) menciona que el principal objetivo es tener un diagnóstico conciso para la toma de decisiones en el proceso de la investigación.

En el nuestro plan de negocio se realiza un análisis de mercado, donde se describe el producto que se va a ofrecer, los insumos que incluyen así también como el contenido nutricional

Se realizó un estudio del sector las características la competencia y lo relacionado a lo que compete la segmentación de mercado, según Fernández (2015) la segmentación del mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos según sus características u otros, ante este concepto se realizaron encuestas en el distrito de Miraflores y aledaños para identificar la demanda del producto

Por otro lado se realizó diagramas de flujo de las áreas de la empresa detallando el proceso operativo que se realizara, así como también, se determinó el tamaño y estudio de localización utilizando la Matriz de Enfrentamiento para establecer la ubicación del negocio, siendo el más conveniente el de la Calle José Sabogal, Miraflores.

El plan de negocios mantiene una relación con la demanda potencial de un Fast Food saludable positivamente de acuerdo a la investigación realizada, se determina que el plan de negocio impacta en la demanda disponible. Asimismo, se obtuvo como resultado que el 63% de los encuestados manifiestan que asistirían a un fast food saludable y un 43% de los encuestados indican que consumirían Poke bowls de 2 a 3 veces por semana.

El plan de negocio propuesto se relaciona positivamente de acuerdo a la investigación antes realizada donde se puede determinar que es un plan de

negocio viable ya que tiene un impacto favorable ante la demanda, según la investigación este proyecto estima a un plazo de 5 años donde se cuenta con un VAN económico S/156,563 y financiero S/149,905 así como un TIR económico 107.33% y financiero 237,07 % estos datos permiten saber que el plan de negocio es viable , esta información se visualiza en la Tabla nº80

CONCLUSIONES

- La idea de negocio surge debido a que hoy en día el alimentarse bien está siendo un boom en el mundo y muchas personas lo toman como una hábito, debido a ello se realizó una investigación para tener la idea más clara y concisa de lo que se va a ofrecer al mercado, teniendo a los Fast food con una alta demanda, así mismo se tiene que una buena alternativa, fácil, rápida y nutritiva sería los Poke Bowls dándole opción a los clientes de elegir sus propios ingredientes, sabemos que el buen sabor va de mano del buen servicio es por ello que la empresa se caracterizará por la atención llevada desde que ingresa hasta que se retira dándole todo alcance, para que este vuelva y ser recomendados.
- Nuestro producto se conceptualiza en un Poke Bowls que es elaborado con alimentos bajo en calorías y con distintas alternativas (topping), la presentación será en dos tamaños, grande (Kahuna) y pequeño (Keiki).
- En el análisis de mercado nos enfocamos en las personas entre 20 y 39 años del sector socioeconómico A y B en el distrito de Miraflores y zonas aledañas. El análisis de demanda se determinó a través de la ayuda de encuesta, así mismo tenemos que la demanda anual es de 27779 Poke Bowls. Con respecto a la oferta se consideró a cuatro posibles competidores que se dedican al mismo rubro analizando cada una de ellas para poder realizar un benchmarking en nuestra empresa.
- La marca de nuestra empresa es Wiki Poke que tiene como significado “rápido- ensalada” en idioma Hawaiano, con el slogan de Salad –Fun-Delicious (ensalada divertido y delicioso)
- Se determinó el proceso productivo de la elaboración del producto, ventas; Wiki Poke se encontrará ubicado en la Calle José Sabogal, Miraflores, en una zona comercial del distrito. Se consideró que el personal trabajara ocho horas efectivo, teniendo en cuenta que se iniciara con tres trabajadores donde la capacidad de producción diaria es de 105 Poke Bowls.
- La empresa Wiki Poke se encontrará constituida como Sociedad Anónima y se contará con diez accionistas, se realizará el registro de marca ante Indecopi, los gastos de constitución de la empresa serán de s/.5013.15. la

Misión de Wiki Poke es contribuir con el plan nutricional del cliente a través de los Poke Bowls dando a elegir los topping que desee.

- El estudio de ganancia y pérdidas se obtuvo que monto inicial para el financiamiento del proyecto será de S/40,2029.04 que se realizara en la entidad financiera Mi Banco ya que cuenta con la tasa de interés más conveniente para la empresa y el capital de trabajo se dispone de S/. 20.000.
- En la evaluación económica y financiera se determinó la viabilidad del proyecto donde se elaboró un plan financiero, determinando los apalancamientos más eficientes a través del VAN y la TIR.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos se brinda las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda analizar las tendencias de consumo actuales a nivel nacional y global, ya que con ello se sabrá de la necesidad, gustos y presencia de los clientes, también tener en cuenta la implementación de una bebida u otras el cual será un agregado en la empresa.
- Innovar o agregar otra colección de topping con la finalidad de ser diferenciados por los competidores
- Se recomienda iniciar el primer año con tres trabajadores, ya que es un producto que se está dando a conocer en el mercado y se irá incrementando el personal de acuerdo a su requerimiento.
- Brindar asesorías sobre el tiempo de vida de los productos así también implementar diagrama de procesos para tener un control en la empresa e identificar aspectos que se puedan mejorar.
- Integrar a los trabajadores en el área administrativa o financiera, dándole facilidades como capacitaciones y así poder brindarles líneas de carrea en la empresa.
- Se recomienda iniciar el proyecto con una buena difusión de la empresa y el producto a través de vía web y redes sociales, contratando a un especialista en el tema de publicidad.
- Continuar con el plan de negocio para la implementación de un Fast food saludable teniendo como base que el Poke Bowls es un producto nuevo en el mercado además de ello porque los resultados de evaluación son favorables para el interesado.

REFERENCIAS

- **ALIENDRE, Freddy. 2015.** Distribución de instalaciones. [En línea] 2015. <https://freddyaliendre.files.wordpress.com/2018/07/10-distribucion-de-instalaciones.pdf>.
- **APEIM. 2018.** Asociación Peruana de Empresas de Investigación del Mercado. [En línea] 2018. <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/APEIM-NSE-2018.pdf>.
- **—. 2018.** Nivel Socioeconómico 2017. [En línea] 2018. <http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/APEIM-NSE-2017.pdf>.
- **ARELLANO. 2018.** Los estilo de vida. [En línea] 2018. <https://www.arellano.pe/estilos-de-vida/>.
- **AYALA Chacaltana, Pedro. 2018.** Método de Evaluación de localización. [En línea] 2018. http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6647/Ayala_Pedro_Evaluacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- **CPI. 2018.** Compañía peruana de estudio de mercado y opinión pública. [En línea] 2018. http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201405_1.pdf.
- **—. 2018.** Perú - Población . [En línea] 2018. http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201805.pdf.
- **Cronbach, Lee.** Alfa de Cronbach. [En línea] https://es.slideshare.net/ViancaFatima_1990/alfa-de-cronbach-para-los-test.
- **ESPINOZA, Roberto. 2015.** Matriz de análisis FODA. [En línea] 2015. <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda>.

- **—.** **2019.** Segmentación del mercado, concepto y enfoque. [En línea] 2019. <https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>.
- **FERNANDEZ, Ricardo.** **2015.** Segmentación de mercados. México: McGraw-Hill 2015, 2015.
- **GESTION.** **2019.** [En línea] 13 de Abril de 2019. <https://gestion.pe/peru/instituto-nacional-salud-ins-advirtio-cerca-70-adultos-sobrepeso-obesidad-nndc-264148-noticia/>.
- **—.** **2019.** [En línea] 2019. <https://gestion.pe/peru/instituto-nacional-salud-ins-advirtio-cerca-70-adultos-sobrepeso-obesidad-nndc-264148-noticia/>.
- **Gil Hernández, Reyna.** **2019.** Estudio de impacto ambiental. [En línea] 2019. <https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgiraDocs/documentos/qroo/resumenes/2014/23QR2014TD059.pdf>.
- **INEI.** **2015.** Encuesta Mensual del Sector Servicios 2015. [En línea] 2015. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-sevicios-agosto.pdf>.
- **—.** **2018.** Encuesta Mensual del Sector Servicios 2018. [En línea] 2018. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-02-febrero-2019-1ra-correccion.pdf>.
- **INERCO.** **2007.** Valoración de impactos ambientales. [En línea] Diciembre de 2007. http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48150/componente48148.pdf.
- **INS.** **2019.** Instituto Nacional de Salud. [En línea] 28 de Marzo de 2019. <https://web.ins.gob.pe/es/prensa/noticia/cerca-del-70-de-adultos-peruanos-padecen-de-obesidad-y-sobrepeso>.
- **KLAINER, Vanessa.** **2012.** Segmentación Psicografica, Conocer al consumidor. [En línea] 2012.

<http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/Segmentacion%20Psicografica,%20Conociendo%20al%20Consumidor.PDF>.

- **KOTLER. 2010.** Dirección de Marketing. España: Pentice Hall, 2010.
- **MARTINEZ, Alicia y Escriva, Carmen. 2014.** Introducción al Marketing. [En línea] 2014. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/844819358X.pdf>.
- **MERKADAT. 2016.** Arellano Marketing. [En línea] 2016. <https://merkadat.com/producto/festividades-2016/>.
- **MF. 2006.** Ordenanza que aprueba la Política de Uso Racional del Agua. [En línea] 2006. <http://www.miraflores.gob.pe/Gestorw3b/files/img/9860-22396-ordenanza%20241.pdf>.
- **MINAGRI. 2019.** Ley de los Recursos Hídricos: Ley N° 29338. [En línea] 2019. <https://www.ana.gob.pe/publicaciones/ley-no-29338-ley-de-recursos-hidricos>.
- **MINAM. 2004.** Reglamento de la Ley General de Residuos Sólidos. [En línea] 2004. <https://sinia.minam.gob.pe/normas/reglamento-ley-general-residuos-solidos>.
- **—. 2016.** Ley General de Residuos Sólidos. [En línea] 2016.
- **—. 2019.** Norma Técnica Peruana de Colores NTP 900.058.2019. [En línea] 2019. <http://www.minam.gob.pe/gestion-de-residuos-solidos/norma-tecnica-peruana-de-colores-ntp-900-058-2019/>.
- **MINSA. 1998.** Decreto Supremo N° 007-98-SA. [En línea] 1998. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/256394-007-98-sa>.
- **—. 2018.** Normas Sanitaria para Restaurantes y Afines. [En línea] 7 de Septiembre de 2018. http://www.digesa.minsa.gob.pe/NormasLegales/Normas/RM_822-2018-MINSA.pdf.
- **OMS. 2019.** Organización Mundial de la Salud. [En línea] 2019. <https://www.who.int/topics/nutrition/es/>.

- **OSTERWALDER, Alexander. 2010.** [En línea] 2010. <https://www.getbillage.com/es/blog/alexander-osterwalder-business-model-canvas>.
- **PASCUAL, Joan. 2007.** Los criterios Valor Actual Neto y Tasa Interna de Rendimiento. [En línea] 2007. https://www.researchgate.net/publication/28239645_Los_criterios_Valor_Actual_Neto_y_Tasa_Interna_de_Rendimiento.
- **PRODUCE. 2019.** Proceso para Constituir una Empresa. [En línea] 2019. <https://www.gob.pe/269-ministerio-de-la-produccion-registrar-o-constituir-una-empresa>.
- **REVISTA20. 2018.** Poke Bowls y su origen. [En línea] 2018 de Diciembre de 2018. <https://www.20minutos.es/noticia/3519219/0/poke-bowl-que-es-cual-es-origen/>.
- **REYES, Durbet. 2010.** Proyección de la demanda. [En línea] 2010. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010c/744/Proyeccion%20de%20la%20Demanda.htm>.
- **SAPAG, Nassir y Sapag, Reinaldo. 2014.** Preparación y Evaluación de proyectos. [En línea] 2014. <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/03/Preparación-Y-Evaluación-De-Proyectos-Sapag-Sapag.pdf>.
- **SAVIO, Domingo. 2017.** Calculo del tamaño de la muestra. [En línea] 2017. <https://es.slideshare.net/FilomenoCarvajal1/clculo-del-tamao-de-muestra-con-ejemplos>.

ANEXOS

Anexo 01: Población en el distrito de Miraflores

Figura 31: Población estimada según distrito

No.	DISTRITO	POBLACIÓN	%	HOGARES
1	San Juan de Lurigancho	1,137.0	11.1	279.7
2	San Martín de Porres	733.5	7.1	177.9
3	Ate	655.8	6.3	160.8
4	Comas	550.7	5.3	141.4
5	Villa El Salvador	482.0	4.7	117.3
6	Villa María del Triunfo	467.8	4.5	116.5
7	San Juan de Miraflores	422.2	4.1	109.0
8	Los Olivos	388.7	3.8	109.0
9	Puente Piedra	366.8	3.5	89.5
10	Santiago de Surco	364.0	3.5	109.8
11	Chorrillos	340.7	3.3	90.7
12	Carabayllo	314.4	3.0	76.3
13	Lima	287.8	2.8	94.1
14	Santa Anita	238.2	2.3	60.8
15	Lurigancho	228.1	2.2	56.8
16	Independencia	227.0	2.2	68.9
17	El Agustino	199.8	1.9	52.8
18	La Molina	181.3	1.7	48.9
19	La Victoria	180.7	1.7	57.4
20	Rimac	173.5	1.7	51.4
21	San Miguel	143.5	1.4	45.6
22	Pachacamac	134.4	1.3	32.8
23	San Borja	119.0	1.1	38.5
24	Surquillo	96.6	0.9	33.6
25	Lurin	88.6	0.9	21.8
26	Miraflores	87.6	0.8	34.4
27	Pueblo Libre	81.0	0.8	28.2

Fuente: CPI

Figura 32: Grupos quinquenales de edad

3.5 PROVINCIA DE LIMA: POBLACIÓN TOTAL AL 30 DE JUNIO, POR GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD, SEGÚN DISTRITO, 2014 - 2015																	Conclusión.	
Año y distrito	Total	Grupo quinquenal de edad																
		0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39	40 - 44	45 - 49	50 - 54	55 - 59	60 - 64	65 - 69	70 - 74	75 - 79	80 y más
2015	8 894 412	712 599	708 821	713 499	790 439	864 588	754 367	728 119	693 304	580 034	530 716	475 496	379 086	304 859	231 356	172 714	126 997	127 427
Lima	271 814	17 667	17 915	18 403	21 666	23 595	21 171	20 754	20 559	18 516	18 112	16 705	13 875	11 639	9 816	8 395	6 587	6 439
Ancón	43 382	3 890	4 110	4 523	4 169	3 838	3 380	3 252	3 475	2 975	2 526	2 178	1 572	1 197	893	559	446	399
Ate	630 086	57 122	55 787	54 771	60 988	69 026	57 518	52 557	48 196	39 098	34 234	29 221	22 630	16 773	12 162	8 314	5 993	5 696
Barranco	29 984	1 577	1 663	1 830	2 034	2 258	2 074	2 183	2 214	1 883	2 156	2 217	1 839	1 600	1 303	1 120	928	1 106
Breña	75 925	4 631	4 600	4 807	5 811	6 232	5 752	5 628	5 410	4 843	5 298	5 015	4 213	3 492	2 882	2 378	2 072	2 361
Carabayllo	301 978	28 416	28 871	28 545	28 116	28 506	25 095	24 914	24 375	19 436	16 671	13 798	11 175	8 603	6 116	4 201	2 671	2 469
Chaclacayo	43 428	3 222	3 264	3 447	3 647	3 811	3 369	3 522	3 403	2 768	2 622	2 372	2 112	1 718	1 396	1 043	882	830
Chorrillos	325 547	25 559	26 160	25 520	28 871	31 055	27 428	26 751	26 226	22 162	19 789	17 416	13 873	11 158	8 446	6 142	4 324	4 267
Cieneguilla	47 080	4 189	3 742	4 186	4 787	4 807	3 803	3 785	3 354	2 868	2 493	2 086	2 000	1 591	1 221	796	566	515
Comas	524 894	42 565	42 677	43 824	45 499	47 490	43 993	44 502	42 520	33 582	29 208	26 743	23 136	20 045	15 119	10 503	7 176	6 312
El Agustino	191 365	16 419	16 041	15 952	18 078	19 780	16 456	15 040	14 393	12 431	11 301	9 745	7 183	5 658	4 434	3 479	2 664	2 311
Independencia	216 822	17 288	17 655	17 795	18 874	19 806	17 774	17 810	18 304	15 468	12 606	10 113	7 796	7 235	6 574	5 468	3 624	2 632
Jesús María	71 589	3 337	3 461	3 657	4 901	5 684	5 368	5 378	5 269	4 672	4 839	5 161	4 431	3 839	3 305	2 990	2 410	2 977
La Molina	871 646	10 245	11 133	11 088	13 898	15 074	13 032	13 001	13 415	11 963	11 969	12 102	10 274	8 404	5 711	4 203	2 979	3 365
La Victoria	171 779	12 203	11 700	11 906	14 585	17 152	14 240	13 153	12 364	10 945	10 501	9 912	8 176	6 799	5 656	4 889	3 865	3 763
Linces	50 228	2 406	2 516	2 662	3 501	3 929	3 885	3 847	3 735	3 362	3 488	3 608	3 048	2 642	2 183	2 001	1 672	1 743
Los Olivos	371 229	28 897	27 533	28 404	33 945	38 689	33 218	30 525	27 931	24 066	23 005	21 029	16 562	13 426	9 225	6 280	4 244	4 260
Lurigancho	218 978	19 468	19 566	20 223	20 926	22 024	18 366	17 693	16 882	13 585	11 871	10 212	7 972	6 381	4 811	3 571	2 825	2 600
Lurin	85 132	8 309	8 004	7 968	8 355	8 547	7 151	7 018	6 744	5 461	4 553	3 591	2 830	2 114	1 698	1 177	815	797
Magdalena del Mar	64 656	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046	3 046
Miraflores	81 932	3 313	3 277	3 433	4 633	5 699	6 154	6 662	6 330	5 396	5 988	6 182	5 554	5 014	3 875	3 238	3 007	4 166
Pacifico del Sur	12 965	1 348	1 402	1 572	2 210	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720	2 720
Pucallpa	17 044	1 797	1 723	1 667	1 511	1 563	1 414	1 368	1 249	973	973	794	636	459	357	257	188	115
Pueblo Libre	76 114	3 832	3 935	4 204	5 487	5 893	5 433	5 556	5 372	5 499	5 388	4 539	3 822	3 385	2 894	2 553	2 253	3 256
Puente Piedra	383 327	34 537	33 596	34 012	36 079	37 896	30 272	28 455	27 505	22 563	19 502	15 675	10 809	7 774	5 614	3 877	2 627	2 534
Punta Hermosa	7 609	642	591	617	686	687	596	590	667	520	504	466	331	248	196	117	83	68
Punta Negra	7 934	647	714	676	649	724	620	647	659	540	447	465	348	282	206	115	108	87
Rimac	164 911	11 582	11 826	12 548	13 810	14 487	12 875	12 337	12 174	10 971	10 524	10 156	7 975	6 542	5 272	4 503	3 614	3 715
San Bartolo	7 699	573	636	668	912	824	583	596	566	542	451	387	234	201	174	134	102	86
San Borja	111 928	5 677	5 859	5 562	7 731	8 894	8 375	8 646	8 787	7 644	7 675	7 702	6 639	6 197	5 388	4 411	3 344	3 397
San Isidro	54 206	2 262	2 379	2 439	3 087	3 562	3 306	3 178	3 067	2 618	2 410	2 164	1 814	1 537	1 267	967	707	819
San Juan de Lurigancho	1 091 303	95 874	91 741	93 383	104 536	120 364	101 734	91 365	81 536	67 823	62 407	55 256	41 350	30 137	20 992	14 215	9 651	8 939
San Juan de Miraflores	404 001	32 034	32 615	33 561	37 078	40 649	34 794	32 618	30 720	25 978	25 071	21 899	16 213	12 439	9 531	7 291	5 372	5 098
San Luis	57 600	3 380	3 929	3 756	4 714	5 529	4 945	5 042	4 768	3 921	3 421	2 935	2 383	2 332	2 182	1 573	1 133	1 037

Fuente: INEI (2015)

Anexo 2. Encuesta en el distrito de Miraflores

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN FAST FOOD SALUDABLE EN MIRAFLORES 2019”

1. Rango de edad
 - a) 20-24 años
 - b) 25-29 años
 - c) 30-34 años
 - d) 35-39 años
2. ¿Cuántas veces en la última semana ha comido fuera de casa?
 - a) 1 vez a la semana
 - b) 2 veces a la semana
 - c) 3 veces a la semana
 - d) 4 a más veces a la semana
3. ¿Cuál es el monto personal de consumo comiendo fuera de casa?
 - a) 0 - S/49.00 soles
 - b) S/52.00 – S/55.00 soles
 - c) S/50.00 – S/59.00 soles
 - d) S/65.00 – S/100.00 soles
4. ¿Cuál es el motivo por el que asistiría a un Fast Food?
 - a) Precio
 - b) Buena atención
 - c) Buena sazón
 - d) Ambiente agradable
5. ¿Qué considera que es más importante en el servicio?

	muy importante	importante	poco importante	indiferente
precio				
atención				
calidad				

6. ¿Qué servicio delivery utiliza con más frecuencia?
 - a) Rappi
 - b) Glovo

- c) Uber eats
- d) Otros.

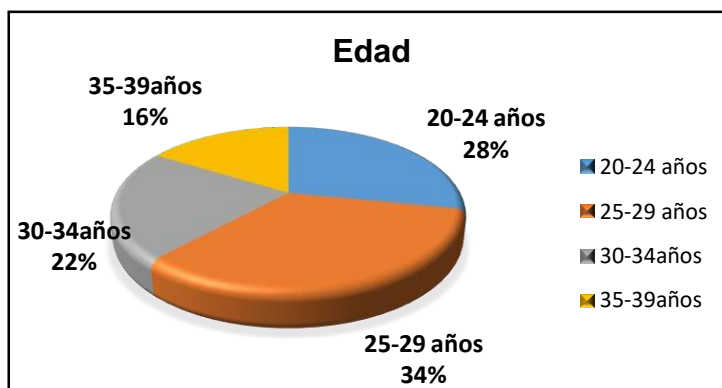
7. ¿Estaria dispuesto a consumir comida saludable?
 - a) Si (ir a la pregunta 8)
 - b) No
8. ¿Qué lo animaría a consumir comida saludable?
 - a) Tener una vida sana
 - b) Quiere bajar de peso
 - c) Mi entorno social me lo recomendó
 - d) Sufro de alguna enfermedad
9. ¿Con que frecuencia suele consumir comida saludable?
 - a) 1 vez a la semana
 - b) 2 veces a la semana
 - c) 3 veces a la semana
 - d) 4 a más veces a la semana
10. ¿Cuál es el grado de importancia que le da usted a la comida saludable?
 - a) Indiferente
 - b) Poco importante
 - c) Importante
 - d) Muy importante
11. ¿Conoce sobre los Poke Bowls?
 - a) Si
 - b) No
12. ¿Cuánto gasto al mes en alimentos saludables?
 - a) 0 – S/99.00 soles
 - b) S/100.00 – S/120.00 soles
 - c) S/150.00 – S/200.00 soles
 - d) S/210.00 – S/250.00 soles

13. ¿En qué momento del día sustituiría algunas de sus comidas por un Poke Bowls?
- a) Almuerzo
 - b) Cena
 - c) Merienda
 - d) Otros
14. ¿Con que frecuencia consumirías Poke Bowls?
- a) 1 vez a la semana
 - b) 2 veces a la semana
 - c) 3 veces a la semana
 - d) 4 a más veces a la semana
15. ¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls pequeño de 16 Oz?
- a) S/19.00 – S/21.00 soles
 - b) S/22.00 – S/25.00 soles
 - c) S/25.00 – S/28.00 soles
 - d) S/29.00 – S/31.00 soles
16. ¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls grande de 32 Oz?
- a) S/24.00 – S/28.00 soles
 - b) S/29.00 – S/31.00 soles
 - c) S/32.00 – S/32.00 soles
 - d) S/36.00 – S/39.00 soles
17. ¿Qué tamaño de preferencia de Poke Bowls elegiría usted para su consumo?
- a) Poke Bowls pequeño
 - b) Poke Bowls grande
18. ¿Cuál sería su frecuencia de compra mensual de Poke Bowls?
- a) 1 vez al mes
 - b) 2 veces al mes
 - c) 3 veces al mes
 - d) 5 veces al mes
19. ¿Qué modalidad de pago prefiere al adquirir el producto?
- a) Efectivo
 - b) Tarjeta de crédito
 - c) Tarjeta debito
20. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse del Fast Food saludable?
- a) Redes sociales
 - b) Periódico
 - c) TV
 - d) Volantes

Anexo 3: Resultados de las encuestas realizadas.

Pregunta N°1: Rango de edad

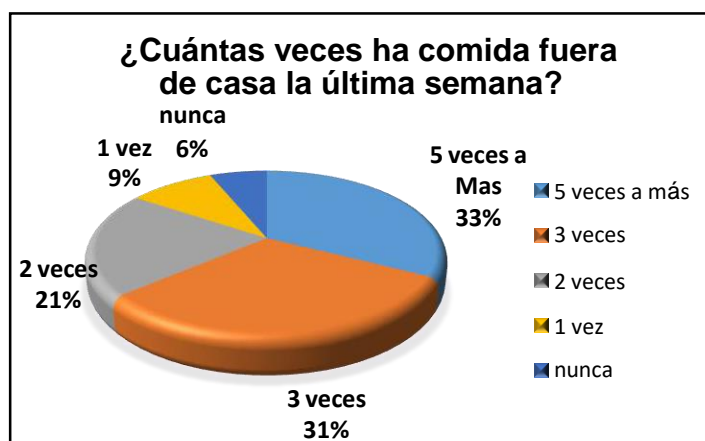
Edad	20-24	25-29	30-34	35-39	Total
Porcentaje	28%	34%	22%	16%	100%



✚ **Interpretación:** Del total de personas encuestadas el 34% es de 25 a 29 años.

Pregunta N°2: ¿Cuántas veces en la última semana ha comido fuera de casa?

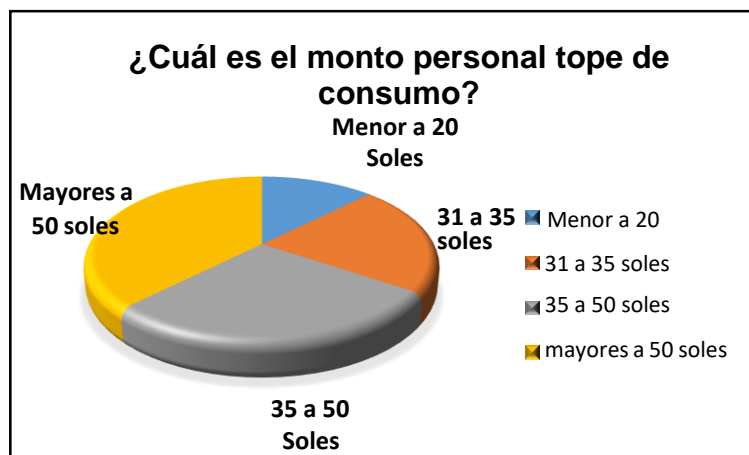
¿Cuántas veces ha comido fuera de casa?	5 veces a mas	3 veces	2 veces	1ra vez	Nunca	Total
Total	52	50	33	15	10	160
Porcentaje	33%	31%	21%	9%	6%	100%



✚ **Interpretación:** De la encuesta se determinó que el 33% comen 5 a más veces fuera de casa

Pregunta N°3: ¿Cuál es el monto personal de consumo a comer fuera de casa?

¿Cuál es el monto personal tope de consumo?	Menores a S/20	S/31 a S/35	S/35 a S/50	Mayores a S/50	Total
Total	20	35	45	60	160
Porcentaje	13%	22%	28%	38%	100%



✚ **Interpretación:** El monto personal es del 38% esto quiere decir que su gasto personal es mayor a 50 soles

Pregunta N° 4: ¿Cuál es el motivo por el que asistiría a un fast food?

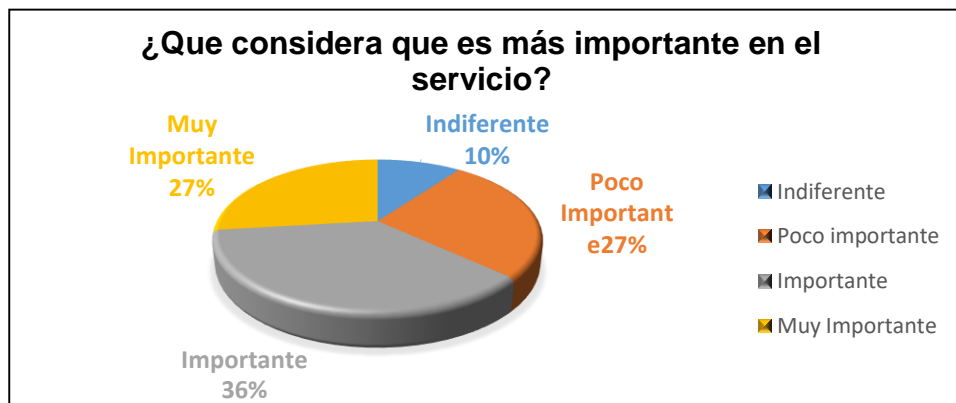
¿Motivo por el cual asiste a un fast food?	Por darse un gusto	Por falta de tiempo	Total
Total	101	59	160
Porcentaje	63%	37%	100%



✚ **Interpretación:** De la encuesta se determinó que el 63% asienten a un fast food por darse un gusto.

Pregunta N° 5 ¿Considera que es importante el servicio?

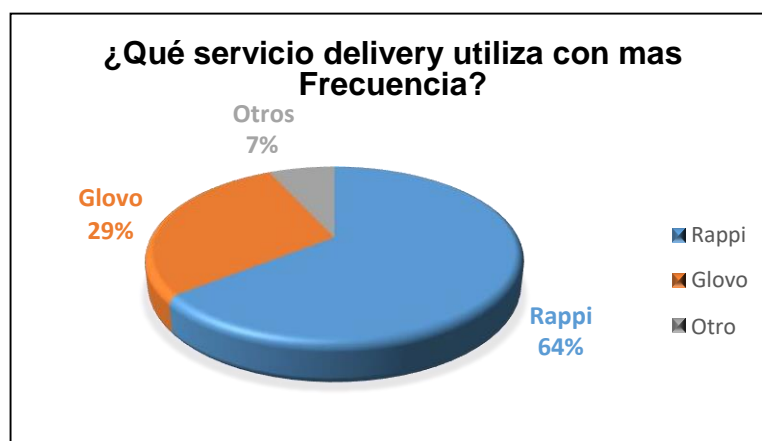
¿Considera que es importante el servicio?	Indiferente	Poco importante	Importante	Muy importante	Total
Total	16	43	58	43	160
Porcentaje	10%	27%	36%	27%	100%



✚ **Interpretación:** Según la encuesta refleja que el servicio es importante en el restaurante dando un 58% de los encuestados

Pregunta N° 6: ¿Qué servicio delivery utiliza con más frecuencia?

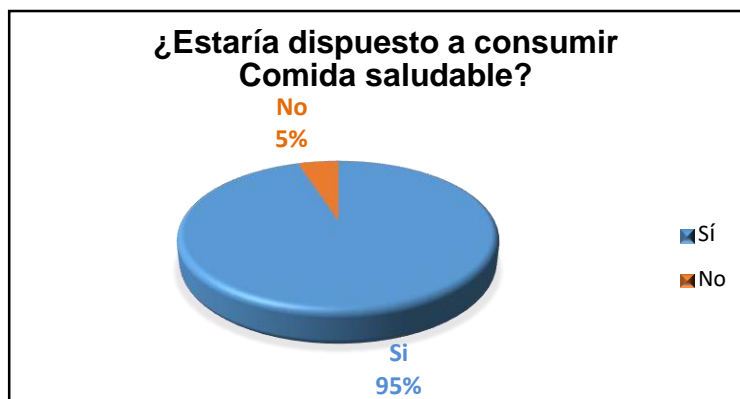
¿Qué servicio delivery utiliza con más frecuencia?	Rappi	Glovo	Otros	Total
Total	103	46	11	160
Porcentaje	64%	29%	7%	100%



✚ **Interpretación:** Para los encuestados el servicio que utilizan con más frecuencia es Rappi arrojando un 64%.

Pregunta 7 N°: ¿Estaría dispuesto a consumir comida saludable?

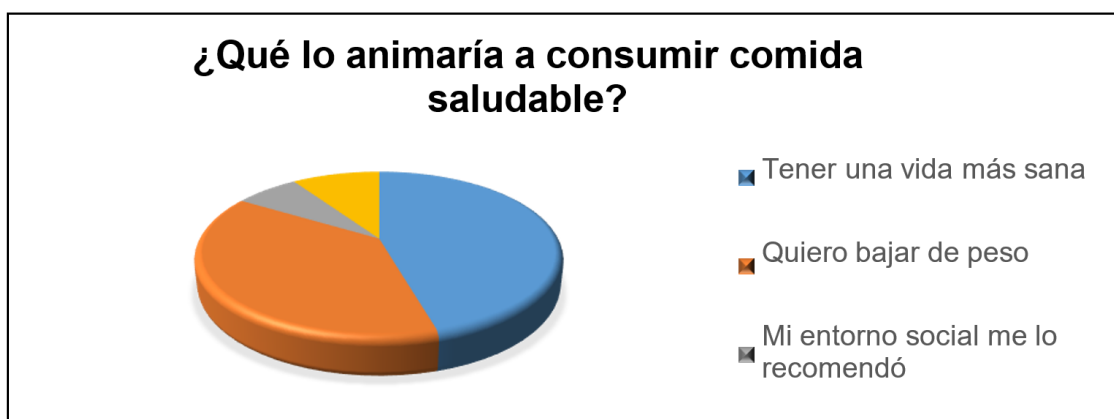
¿Estaría dispuesto a consumir comida saludable?	SI	NO	Total
Total	152	8	160
Porcentaje	95%	5%	100%



✚ **Interpretación:** Según los encuestados el 95% de personas estarían dispuesto a consumir comida saludable.

Pregunta N° 8: ¿Qué lo animaría a consumir comida saludable?

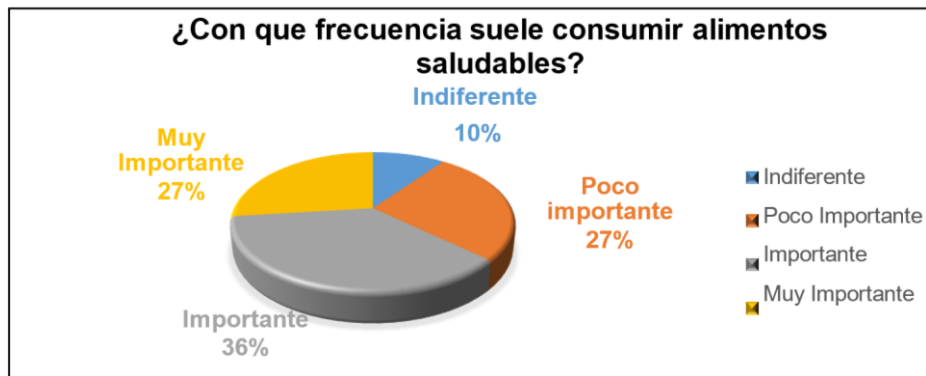
¿Qué lo animaría a consumir comida saludable?	Tener una vida más sana	Quiero bajar de peso	Mi entorno social me lo recomendó	Sufro de alguna enfermedad	Total
Total	73	61	11	15	160
Porcentaje	46%	38%	7%	9%	100%



✚ **Interpretación:** El 46% de los encuestados refleja que consumirían comida saludable porque quieren tener una vida sana

Pregunta N°9: ¿Con que frecuencia suele consumir alimentos saludables?

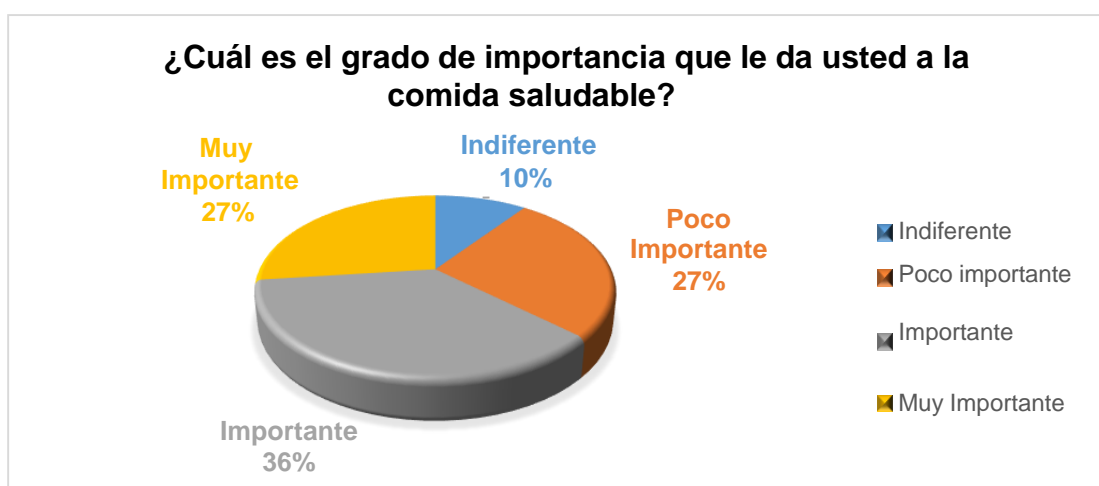
¿Con que frecuencia suele consumir alimentos saludables?	1 vez a la semana	2 veces a la semana	3 veces a la semana	4 a más veces a la semana	Total
Total	16	41	51	49	160
Porcentaje	10%	26%	32%	31%	100%



✚ **Interpretación:** La frecuencia que consumirían alimentos saludables es del 31%, esto quiere decir que consumirían 4 veces a la semana

Pregunta N° 10: ¿Cuál es el grado de importancia que le da usted a la comida saludable?

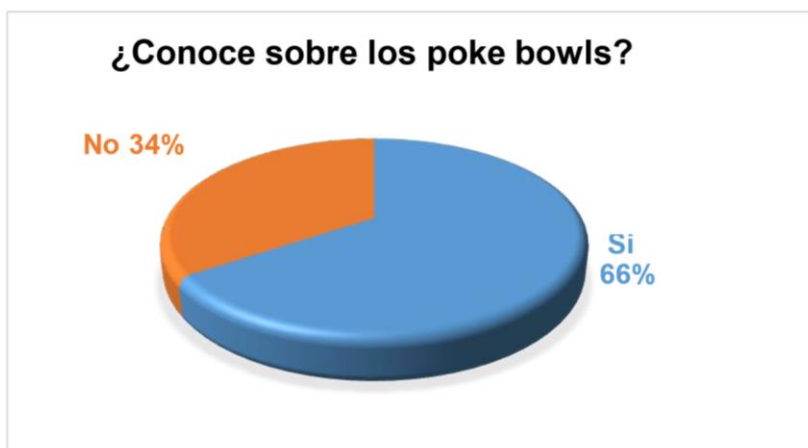
¿Cuál es el grado de importancia que le da usted a la comida saludable?	Indiferente	Poco importante	Importante	Muy importante	Total
Total	16	41	51	49	160
Porcentaje	10%	26%	32%	31%	100%



✚ **Interpretación:** Consideran que el grado de importancia que le dan a la comida saludable es de 32% (Importante)

Pregunta N° 11: ¿Conoce sobre los Poke Bowls?

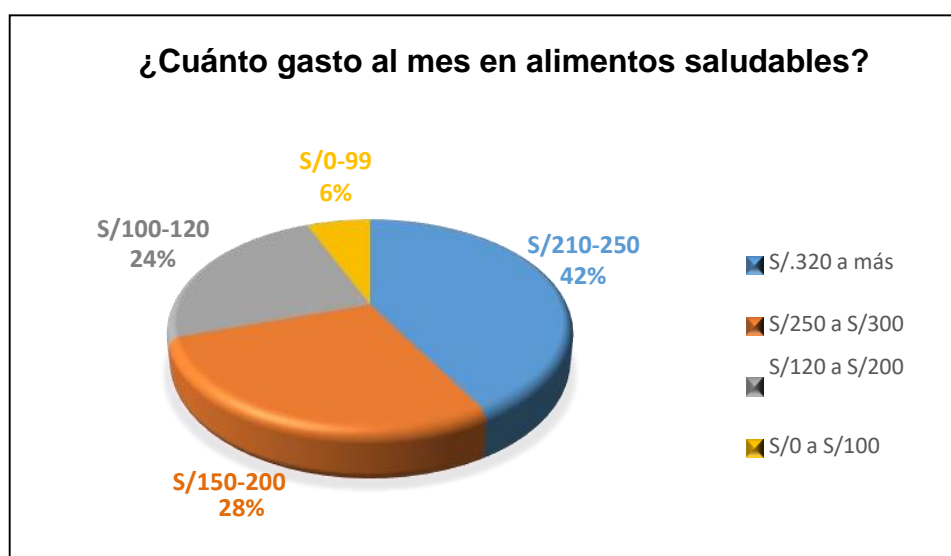
¿Conoce sobre los Poke Bowls?	SI	NO	Total
Total	105	55	160
Porcentaje	66%	34%	100%



✚ **Interpretación:** Según los encuestados el 66% conoce sobre el Poke Bowls, el porcentaje refleja a 105 personas encuestadas

Pregunta N° 12: ¿Cuánto gasto al mes en alimentos saludables?

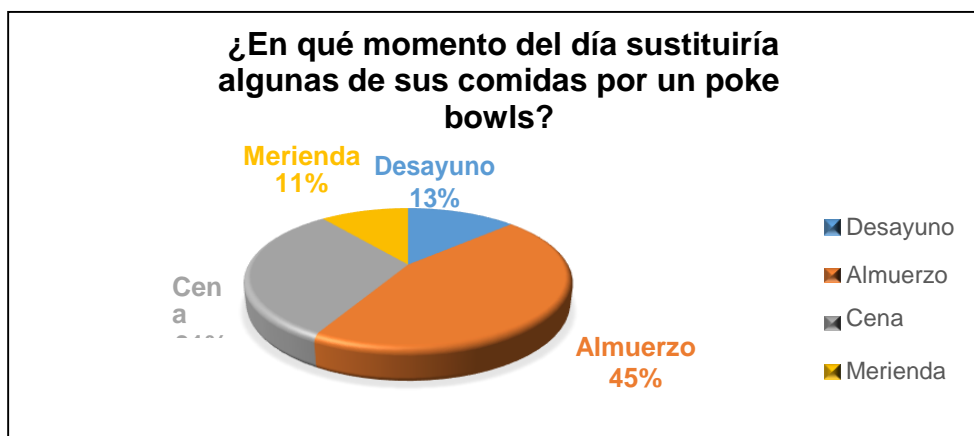
¿Cuánto gasto al mes en alimentos saludables?	S/210 a S/250	S/150 a S/200	S/100 a S/120	S/0 a S/99	Total
Total	67	45	38	10	160
Porcentaje	42%	28%	24%	6%	100%



✚ **Interpretación:** El gasto en alimentos saludables es del 42% variando de S/150 a S/200 soles.

Pregunta N° 13: ¿En qué momento del día sustituiría algunas de sus comidas por un Poke Bowls?

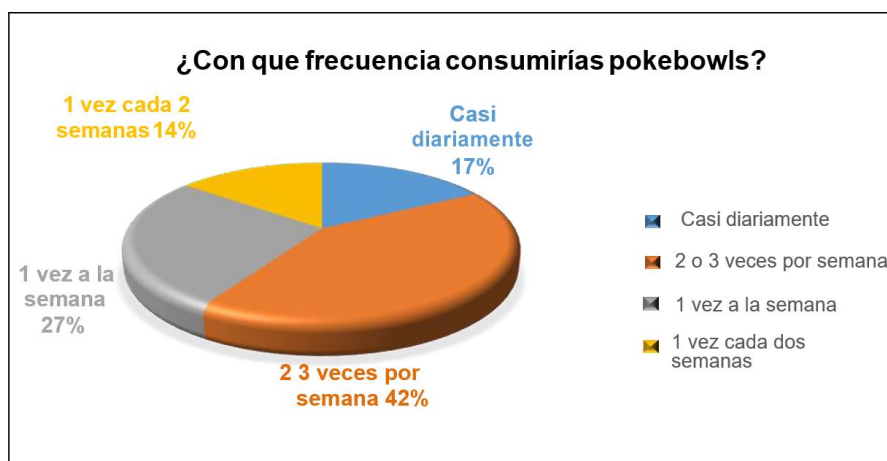
¿En qué momento del día sustituiría algunas de sus comidas por un Poke Bowls?	Desayuno	Almuerzo	Cena	Merienda	Total
Total	21	72	50	17	160
Porcentaje	13%	45%	31%	11%	100%



Interpretación: El momento que sustituirían sus comidas por un Poke Bowls sería en el almuerzo dando 45% en las encuestas

Pregunta N° 14: ¿Con que frecuencia consumirías Poke Bowls?

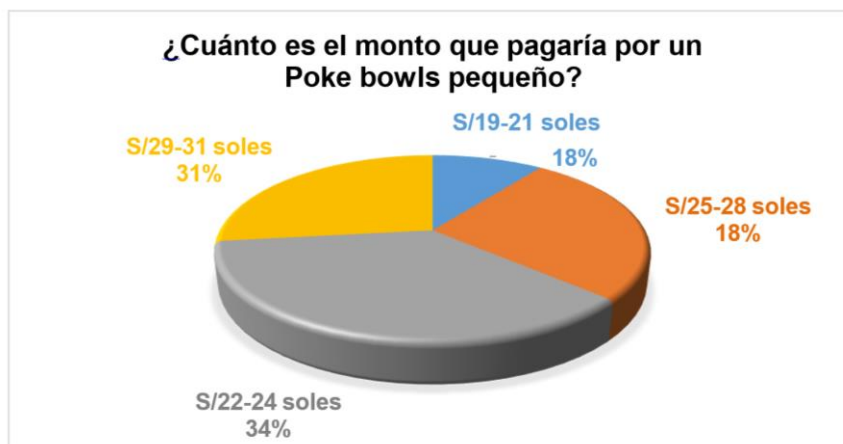
¿Con que frecuencia consumirías Poke Bowls?	Diariamente	2 o 3 veces por semana	1 vez a la semana	1 vez cada dos semanas	Total
Total	27	67	43	23	160
Porcentaje	17%	42%	27%	14%	100%



Interpretación: La preferencia de consumo de Poke Bowls representa el 42%, teniendo frecuencia de 2 o 3 veces por semana

Pregunta N° 15: ¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls pequeño?

¿Con que frecuencia consumirías Poke Bowls?	Diariamente	2 o 3 veces por semana	1 vez a la semana	1 vez cada dos semanas	Total
Total	27	67	43	23	160
Porcentaje	17%	42%	27%	14%	100%



✚ **Interpretación:** El 34% estaría dispuesto a pagar entre S/22 a 24 soles por un Poke Bowls, mientras que el 31% estarían dispuestos a pagar entre S/29 a 31 soles

Pregunta N° 16: ¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls grande?

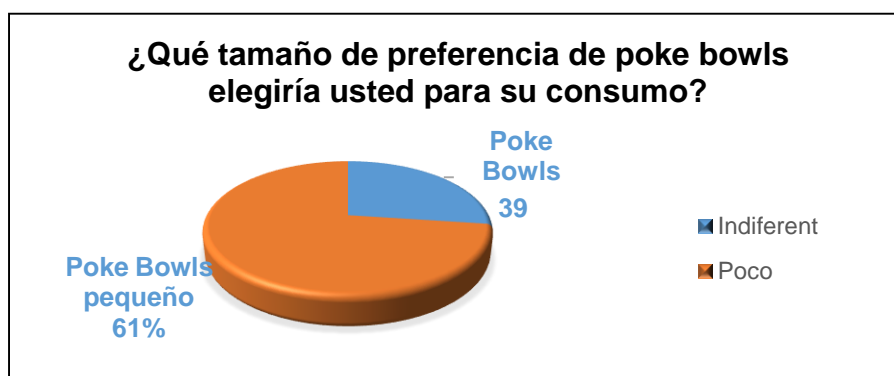
¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls grande?	S/24 – S/28 soles	S/29 – S/31 soles	S/32 – S/34 soles	S/36 – S/39 soles	Total
Total	30	53	28	49	160
Porcentaje	19%	33%	18%	31%	100%



✚ **Interpretación:** El 33% estaría dispuesto a pagar entre S/29 a 31 soles por un Poke Bowls.

Pregunta N°17: ¿Qué tamaño de preferencia de Poke Bowls elegiría usted para su consumo?

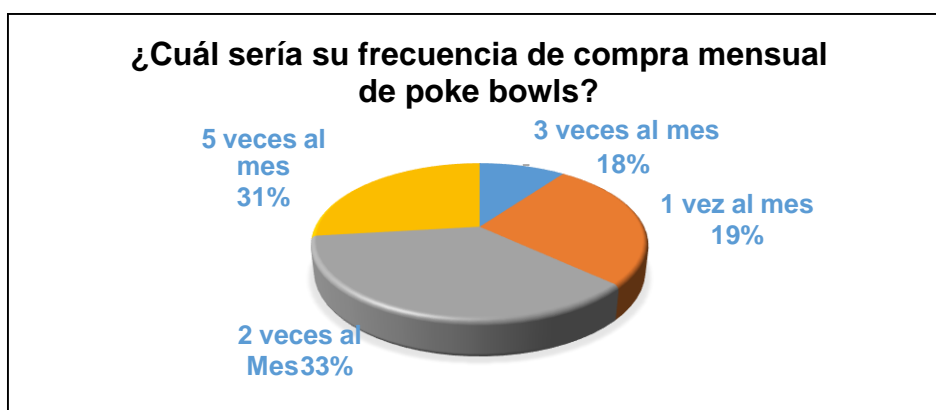
¿Qué tamaño de preferencia de Poke Bowls elegiría usted para su consumo?	Poke Bowls pequeño	Poke Bowls grande	Total
Total	97	63	160
Porcentaje	61%	39%	100%



✚ **Interpretación:** El 61% de los encuestados prefieren el Poke Bowls pequeños sin embargo el 39% optan por el Poke Bowls grande.

Pregunta N° 18: ¿Cuál sería su frecuencia de compra mensual de Poke Bowls?

¿Cuál sería su frecuencia de compra mensual de Poke Bowls?	1 vez al mes	2 veces al mes	3 veces al mes	5 veces al mes	Total
Total	30	53	28	49	160
Porcentaje	19%	33%	18%	31%	100%



✚ **Interpretación:** La preferencia de los encuestados es del 33% reflejando que tendrían una frecuencia mensual de 2 veces al mes.

Pregunta N° 19: ¿Qué modalidad de pago prefiere al adquirir el producto?

¿Qué modalidad de pago prefiere adquirir el producto?	Efectivo	Tarjeta de crédito	Tarjeta debito	Total
Total	63	31	66	160
Porcentaje	39%	19%	41%	100%



✚ **Interpretación:** La modalidad de pago que prefieren adquirir es por efectivo 39% y tarjeta debito el 41 %

Pregunta N° 20: ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse del fast food saludable?

¿A través de que medio se comunicación le gustaría enterarse del fast food saludable?	Redes sociales	Periódico	TV	Volantes	Total
Total	133	6	12	9	160
Porcentaje	83%	4%	8%	6%	100%



✚ **Interpretación:** El 83% de los encuestados prefieren enterarse sobre el fast food Saludable por medio de redes sociales

Anexo 4: Prueba Piloto

Tabla 85: Prueba de confiabilidad

	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM11	ITEM 12	ITEM 16	ITEM 17	ITEM 18	ITEM 10	SUMA
Nº 1	2	2	2	3	1	2	2	1	1	1	17
Nº 2	2	1	3	2	2	1	1	1	1	1	15
Nº 3	1	1	2	3	2	2	1	1	1	1	15
Nº 4	2	2	3	3	1	2	2	1	1	1	18
Nº 5	3	2	1	3	3	3	2	3	1	3	24
Nº 6	1	1	3	2	1	2	1	1	1	1	14
Nº 7	2	1	3	3	1	1	2	1	1	1	16
Nº 8	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1	17
Nº 9	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	26
Nº 10	1	1	3	2	2	2	2	1	1	1	16
Nº 11	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	12
Nº 12	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	21
Nº 13	1	1	1	1	3	2	2	2	1	2	16
Nº 14	3	2	2	3	3	2	1	1	1	1	19
Nº 15	1	2	2	3	1	1	1	2	2	2	17
Nº 16	1	1	1	3	1	2	1	3	2	3	18
Nº 17	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2	19
Nº 18	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	24
Nº 19	1	1	3	1	3	2	1	1	1	2	16
Nº 20	2	3	2	3	3	3	3	3	2	1	25
VARIANZA	0.49	0.428	0.5275	0.55	0.7475	0.3475	0.41	0.71	0.1875	0.71	14.1875

Fuente: Elaboración propia (2019)

Tabla 86: Preguntas - Prueba Piloto

	¿Cuántas veces en la última semana ha comido fuera de casa?	¿Cuál es el monto personal de consumo a comer fuera de casa?	¿Que considera que es más importante en el servicio?	¿Con que frecuencia suele consumir alimentos Saludables?	¿Cuál es el grado de importancia que le da usted a la comida	¿Cuánto gasto al mes en alimentos saludables ?	¿Con que frecuencia consumirías Poke Bowls?	¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls pequeño de 16 oz?	¿Cuánto es el monto que pagaría por un Poke Bowls grande de 32 oz?	¿Cuál sería su frecuencia de compra mensual de Poke Bowls?
Nº 1	3 veces a la semana	52-55 soles	Importante	1 vez a la semana	Importante	100-120 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 2	1 a 2 veces a la semana	52-55 soles	Muy importante	3 veces a la semana	Muy importante	0-99 soles	1 vez a la semana	22-24 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 3	1 a 2 veces a la semana	0-49 soles	Importante	3 veces a la semana	Importante	100-120 soles	1 vez a la semana	22-24 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 4	3 veces a la semana	52-55 soles	Muy importante	1 vez a la semana	Muy importante	100-120 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 5	3 veces a la semana	50-59 soles	Indiferente	3 veces a la semana	Indiferente	210-250 soles	2 veces a la semana	24-26 soles	29-30 soles	5 veces al mes
Nº 6	1 a 2 veces a la semana	65-100 soles	Muy importante	1 vez a la semana	Muy importante	100-120 soles	1 vez a la semana	20-22 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 7	1 a 2 veces a la semana	0-49 soles	Muy importante	1 vez a la semana	Muy importante	0-99 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	24-29 soles	1 vez al mes
Nº 8	3 veces a la semana	65-100 soles	Importante	2 veces a la semana	Importante	100-120 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	29-30 soles	5 veces al mes
Nº 9	4 a más veces a la semana	52-55 soles	Indiferente	4 veces a mas	Indiferente	210-250 soles	3 veces a la semana	22-24 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 10	1 a 2 veces a la semana	65-100 soles	Muy importante	2 veces a la semana	Muy importante	210-250 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	24-29 soles	5 veces al mes
Nº 11	1 a 2 veces a la semana	0-49 soles	importante	1 vez a la semana	Importante	100-120 soles	1 vez a la semana	20-22 soles	29-30soles	1 vez al mes
Nº 12	3 veces a la semana	52-55 soles	Importante	2 veces a la semana	Importante	0-99 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	24-29 soles	3 veces al mes
Nº 13	1 a 2 veces a la semana	52-55 soles	Indiferente	2 veces a la semana	Indiferente	100-120 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	29-30 soles	5 veces al mes
Nº 14	3 veces a la semana	65-100 soles	Importante	1 vez a la semana	Importante	100-120 soles	1 vez a la semana	24-26 soles	24-29 soles	3 veces al mes
Nº 15	3 veces a la semana	65-100 soles	Importante	1 vez a la semana	Importante	0-99 soles	1 vez a la semana	22-24 soles	24-29 soles	1 vez al mes
Nº 16	1 a 2 veces a la semana	50-59 soles	Indiferente	2 veces a la semana	Indiferente	150-200 soles	2 veces a la semana	24-26 soles	29-30 soles	3 veces al mes
Nº 17	3 veces a la semana	65-100 soles	Muy importante	4 veces a mas	Muy importante	150-200 soles	2 veces a la semana	22-24 soles	29-30 soles	1 vez al mes
Nº 18	3 veces a la semana	50-59 soles	Importante	4 veces a mas	Importante	150-200 soles	2 veces a la semana	24-26 soles	24-29 soles	3 veces al mes
Nº 19	1 a 2 veces a la semana	0-49 soles	Muy importante	4 veces a mas	Muy importante	150-200 soles	1 vez a la semana	20-22 soles	24-29 soles	3 veces al mes
Nº 20	4 a más veces a la semana	50-59 soles	Importante	4 veces a mas	Importante	210-250 soles	3 veces a la semana	24-26 soles	24-29 soles	5 veces al mes

Fuente: Elaboración propia (2019)

Anexo 5: Modelo de Minuta

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA

Sin minuta de conformidad con el artículo 58 inciso h del decreto ley n° 26002 (ley del notariado), modificado por la ley n° 28580 y concordado con la ley n° 28015 (ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa)

PACTO SOCIAL

PRIMERO. - Los otorgantes manifiestan su libre voluntad de constituir una sociedad anónima, bajo la denominación de “..... s.a.”, siendo su nombre abreviado “..... S.a.”; obligándose a efectuar los aportes para la formación del capital social y a formular el correspondiente estatuto.

SEGUNDO. - El monto del capital de la sociedad es de s/.,dividido en.....acciones nominativas de un valor nominal de s/ 1.00 cada una suscritas y pagadas de la siguiente manera:

1.Nombre del socio:de nacionalidad profesióncon DNI., estado civil con Don, de nacionalidad, profesión con DNI. suscribe.....acciones nominativas y paga S/..... mediante aportes en bienes NO DINERARIOS / DINERARIOS.
2. nombre del socio: de nacionalidad profesióncon DNI.estado civil con Don, de nacionalidad, profesióncon DNI., suscribeacciones nominativas y pagamediante aportes en bienes no dinerarios ymediante aportes en bienes dinerarios.

El capital social se encuentra totalmente suscrito y pagado

TERCERO- La sociedad se registrará por el **estatuto** siguiente y en todo lo no previsto por este, se estará a lo dispuesto por la ley general de sociedades – ley 26887 – que en adelante se le denominará la “ley”.

ESTATUTO

ARTICULO 1.- DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO: la sociedad se denomina: “..... s.a.” siendo su nombre abreviado “..... S.A.”; tiene una duración indeterminada, inicia sus operaciones en la fecha de este pacto; con domicilio para efectos de este instrumento en..... distrito deprovincia de departamento de

ARTICULO 2.- OBJETO SOCIAL: la sociedad tiene por objeto dedicarse a:
.....

Se entienden incluidos en el objeto social los actos relacionados con el mismo que coadyuven a la realización de sus fines. Para cumplir dicho objeto, podrá realizar todos aquellos actos y contratos que sean lícitos, sin restricción alguna.

ARTÍCULO 3.- CAPITAL SOCIAL: el monto del capital de la sociedad es de dividido enacciones nominativas de un valor nominal de S/1.00 cada una suscritas y pagadas.

El capital se encuentra totalmente suscrito y pagado.

ARTICULO 4.- ACCIONES: la creación, emisión, representación, propiedad, matrícula, clases de acciones, transmisión, adquisición, derechos y gravámenes sobre acciones, se sujetan a lo dispuesto por los artículos 82° a 110° de la “ley”.

ARTÍCULO 5°. - REGIMEN DE LOS ORGANOS DE LA SOCIEDAD:

Junta general de accionistas: la junta general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad. Los accionistas constituidos en junta general debidamente convocada, y con el quórum correspondiente, deciden por la mayoría que establece la “ley” los asuntos propios de su competencia. Todos los accionistas incluso los disidentes y los que no hubieran participado en la reunión, están sometidos a los acuerdos adoptados por la junta general.

ARTICULO 6°.- JUNTA OBLIGATORIA ANUAL: la junta general se reúne obligatoriamente cuando menos una vez al año dentro de los tres meses siguientes a la terminación del ejercicio económico, tiene como objeto tratar los asuntos contemplados en el artículo 114° de la “ley”.

OTRAS JUNTAS GENERALES: compete, asimismo a la junta general las acciones previstas en el artículo 115° de la “ley”.

Los requisitos y forma de la convocatoria a junta general se sujetan a lo dispuesto por los artículos 116° a 119° de la ley.

El quórum y la adopción de acuerdos se sujetan a lo dispuesto por los artículos 125°, 126° y 127° de la ley.

ARTICULO 7°. - EL DIRECTORIO: el directorio es el órgano colegiado elegido por la junta general. La sociedad tiene un directorio compuesto por.....tres miembros; con una duración de tres años.

Para ser director no se requiere ser accionista.

El funcionamiento del directorio se rige por lo dispuesto en los artículos 153° a 184° de la “ley”.

ARTICULO 8°. - LA GERENCIA: la sociedad cuenta con uno o mas gerentes. El gerente puede ser removido en cualquier momento por el directorio o por la junta general, cualquiera que sea el órgano del que haya emanado su nombramiento.

El gerente general esta facultado para la ejecución de todo acto y/o contrato correspondiente al objeto de la sociedad, pudiendo asimismo realizar los siguientes actos:

- A. Dirigir las operaciones comerciales y administrativas.
- B. Asistir con voz, pero sin voto a las sesiones del directorio, salvo que este acuerde sesionar de manera reservada.
- C. Asistir con voz, pero sin voto a las sesiones de junta general, salvo que esta decida lo contrario.
- D. Representar a la sociedad ante toda clase de autoridades. En lo judicial gozara de las facultades generales y especiales, señaladas en los artículos 74°, 75°, 77° y 436° del código procesal civil, así como la facultad de representación prevista en el artículo 10° de la ley n° 26636 y demás normas conexas y complementarias; teniendo en todos los casos facultad de delegación o sustitución.
- E. Abrir, transferir, cerrar y encargarse del movimiento de todo tipo de cuenta bancaria; girar, cobrar, renovar, endosar, descontar y protestar, aceptar y reaceptar cheques, letras de cambio, vales, pagares, giros, certificados, conocimientos, pólizas, cartas fianzas y cualquier clase de títulos valores, documentos mercantiles y civiles, otorgar recibos y cancelaciones, sobregirarse en cuenta corriente con garantía o sin ella, solicitar toda clase de prestamos con garantía hipotecaria, prenda y de cualquier forma.
- F. Adquirir y transferir bajo cualquier título; comprar, vender, arrendar, donar, dar en comodato, adjudicar y gravar los bienes de la sociedad sean muebles o inmuebles, suscribiendo los respectivos documentos, ya sean privados o públicos. En general podrá celebrar toda clase de contratos nominados e innominados, inclusive los de: leasing o arrendamiento financiero, consorcio, asociación en participación y cualquier otro contrato de colaboración empresarial, vinculados con el

objeto social. Además, podrá someter las controversias a arbitraje y suscribir los respectivos convenios arbitrales.

G. Solicitar, adquirir, disponer, transferir registros de patentes, marcas, nombres comerciales, conforme a ley suscribiendo cualquier clase de documentos vinculados a la propiedad industrial o intelectual.

H. Participar en licitaciones, concursos públicos y/o adjudicaciones, suscribiendo los respectivos documentos, que conlleve a la realización del objeto social.

El gerente general podrá realizar todos los actos necesarios para la administración de la sociedad, salvo las facultades reservadas a la junta general de accionistas o al directorio.

ARTICULO 9°.- MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: la modificación del pacto social, el aumento y reducción de capital se sujetan a lo dispuesto por los artículos 198° al 220° de la "ley".

ARTICULO 10°.- ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES. - se rige por lo dispuesto en los artículos 40°, 221° a 233° "ley".

ARTICULO 11°.- DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION: en cuanto a la disolución, liquidación y extinción de la sociedad, se sujeta a lo dispuesto por los artículos 407°, 409°, 410°, 411°, 412°, 413° al 422° de la "ley".

CUARTO. - el primer directorio de la sociedad estará integrado por:

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO: DNI.

DIRECTOR: DNI.

DIRECTOR: D.N.I.

QUINTO. - queda designado como gerente general: con DNI., con domicilio en:, distrito, provincia de, departamento de

CLAUSULA ADICIONAL I.- se designa como sub. -gerente de la sociedad a con DNI., con domicilio en:, distrito de, provincia de, departamento de, quien tendrá las siguientes facultades:

- reemplazar al gerente en caso de ausencia.

- intervenir en forma individual o conjunta con el gerente general, en los casos previstos en los incisos e, f, g y h del artículo 8 del estatuto.

CLAUSULA ADICIONAL II.- DE conformidad al artículo 315 del código civil, interviene:, cónyuge de....., autorizando expresamente el aporte en bienes no dinerarios. De conformidad al artículo 315 del código civil, interviene:, cónyuge de, autorizando expresamente el aporte en bienes no dinerarios.

Fecha: lima de del

Firma de los accionistas/cónyuge:

DECLARACIÓN JURADA DE RECEPCION DE BIENES

Por el presente documento, yo, IDENTIFICADO CON DNI N°, en mi calidad de gerente general designado de la empresa denominada "..... S.A.", que se constituye, declaro bajo juramento haber recibido los bienes no dinerarios que a continuación se precisan, como aporte al capital de la citada empresa, dejando constancia que la presente valorización se efectúa de acuerdo a valorización de mercado.

Detalle de los bienes aportados por socio valorizados en soles indicando su descripción, valor unitario y valor total

DESCRIPCION DE LOS BIENES	CRITERIO PARA VALORIZACION	VALOR ASIGNADO
1.-, APORTA:		
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	valor/mercado	S/ XXXXXXX
	TOTAL	S/ XXXXXXX
2.-, APORTA:		
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	valor/mercado	S/ XXXXXXX
	TOTAL	S/ XXXXXXX
	VALOR TOTAL:	S/ XXXXXXX

Fecha:

Nombre y documento de identidad del gerente general:

FIRMA _____

1. En caso de aporte dinerario acompañar recibo original del depósito bancario realizado en entidad financiera nacional a nombre de la sociedad.
2. En caso de aportarse bien mueble y ser casado el aportante debe prestar su consentimiento el cónyuge.

Anexo 6. Solicitud de inscripción de RUC

SUNAT FORMULARIO 2119	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; font-weight: bold;">00000999</div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">USO SUNAT</th> </tr> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">LOTE</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">FOLIO</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td style="height: 20px;"></td> </tr> </table>	USO SUNAT		LOTE	FOLIO																																																																																						
USO SUNAT																																																																																												
LOTE	FOLIO																																																																																											
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">TIPO DE SOLICITUD <small>(MARCAR CON "X")</small></td> <td style="width: 30%;">NÚMERO DE RUC</td> <td style="width: 50%;">APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL</td> </tr> <tr> <td>INSCRIPCIÓN</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>AFECTACIÓN DE TRIBUTOS</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			TIPO DE SOLICITUD <small>(MARCAR CON "X")</small>	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL	INSCRIPCIÓN			AFECTACIÓN DE TRIBUTOS																																																																																			
TIPO DE SOLICITUD <small>(MARCAR CON "X")</small>	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL																																																																																										
INSCRIPCIÓN																																																																																												
AFECTACIÓN DE TRIBUTOS																																																																																												
RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 40%;">TIPO DE CONTRIBUYENTE <small>(Ver Tabla Anexa N° 2)</small></td> <td style="width: 10%;">CÓDIGO</td> <td style="width: 15%;">TELÉFONOS</td> <td style="width: 35%;">CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO <small>(Ver Tabla N° 11)</small></td> </tr> <tr> <td>NOMBRE COMERCIAL</td> <td>N° LICENCIA MUNICIPAL</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small></td> <td>CÓDIGO CIU</td> <td>FAX</td> <td>FECHA INICIO ACTIV. DÍA MES AÑO</td> </tr> <tr> <td>ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small></td> <td>CÓDIGO CIU</td> <td>SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO <small>(MARCAR CON "X")</small></td> <td>MANUAL MAQUINA REGIST. COMPUTARIZADO</td> </tr> <tr> <td></td> <td>CÓDIGO CIU</td> <td>SISTEMA DE CONTABILIDAD <small>(MARCAR CON "X")</small></td> <td>MANUAL COMPUTARIZADO</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR <small>(MARCAR CON "X")</small></td> <td>EXPORTADOR IMPORTADOR</td> </tr> <tr> <td>CORREO ELECTRÓNICO</td> <td>CORREO ELECTRÓNICO</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			TIPO DE CONTRIBUYENTE <small>(Ver Tabla Anexa N° 2)</small>	CÓDIGO	TELÉFONOS	CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO <small>(Ver Tabla N° 11)</small>	NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL			ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	FAX	FECHA INICIO ACTIV. DÍA MES AÑO	ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL MAQUINA REGIST. COMPUTARIZADO		CÓDIGO CIU	SISTEMA DE CONTABILIDAD <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL COMPUTARIZADO			ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXPORTADOR IMPORTADOR	CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO																																																																
TIPO DE CONTRIBUYENTE <small>(Ver Tabla Anexa N° 2)</small>	CÓDIGO	TELÉFONOS	CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO <small>(Ver Tabla N° 11)</small>																																																																																									
NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL																																																																																											
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	FAX	FECHA INICIO ACTIV. DÍA MES AÑO																																																																																									
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL MAQUINA REGIST. COMPUTARIZADO																																																																																									
	CÓDIGO CIU	SISTEMA DE CONTABILIDAD <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL COMPUTARIZADO																																																																																									
		ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXPORTADOR IMPORTADOR																																																																																									
CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO																																																																																											
RUBRO III. DOMICILIO FISCAL																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 40%;">DEPARTAMENTO</td> <td style="width: 60%;">PROVINCIA</td> </tr> <tr> <td>DISTRITO</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ZONA <small>(Ver Tabla Anexa N° 3)</small></td> <td>VIA <small>(Ver Tabla Anexa N° 4)</small></td> </tr> <tr> <td>TIPO NOMBRE</td> <td>TIPO NOMBRE</td> </tr> <tr> <td>Número</td> <td>Interior</td> </tr> <tr> <td>Kilometro</td> <td>Dpto.</td> </tr> <tr> <td>Manzana</td> <td>Lote</td> </tr> <tr> <td colspan="2">OTRAS REFERENCIAS</td> </tr> <tr> <td colspan="2">CONDICIÓN DEL INMUEBLE</td> </tr> </table>			DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO		ZONA <small>(Ver Tabla Anexa N° 3)</small>	VIA <small>(Ver Tabla Anexa N° 4)</small>	TIPO NOMBRE	TIPO NOMBRE	Número	Interior	Kilometro	Dpto.	Manzana	Lote	OTRAS REFERENCIAS		CONDICIÓN DEL INMUEBLE																																																																									
DEPARTAMENTO	PROVINCIA																																																																																											
DISTRITO																																																																																												
ZONA <small>(Ver Tabla Anexa N° 3)</small>	VIA <small>(Ver Tabla Anexa N° 4)</small>																																																																																											
TIPO NOMBRE	TIPO NOMBRE																																																																																											
Número	Interior																																																																																											
Kilometro	Dpto.																																																																																											
Manzana	Lote																																																																																											
OTRAS REFERENCIAS																																																																																												
CONDICIÓN DEL INMUEBLE																																																																																												
RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">DOCUMENTO DE IDENTIDAD <small>(Tabla 5)</small></td> <td style="width: 15%;">FECHA DE NACIMIENTO O SUCESIÓN</td> <td style="width: 10%;">SEXO <small>(Tabla 6)</small></td> <td style="width: 15%;">NACIONALIDAD <small>(Tabla 7)</small></td> <td style="width: 20%;">PAIS DE PROCEDENCIA <small>(Sólo si es extranjero)</small></td> <td style="width: 20%;">DOMICILIADO <small>(Tabla 8)</small></td> </tr> <tr> <td>TIPO NÚMERO</td> <td>DÍA MES AÑO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			DOCUMENTO DE IDENTIDAD <small>(Tabla 5)</small>	FECHA DE NACIMIENTO O SUCESIÓN	SEXO <small>(Tabla 6)</small>	NACIONALIDAD <small>(Tabla 7)</small>	PAIS DE PROCEDENCIA <small>(Sólo si es extranjero)</small>	DOMICILIADO <small>(Tabla 8)</small>	TIPO NÚMERO	DÍA MES AÑO																																																																																		
DOCUMENTO DE IDENTIDAD <small>(Tabla 5)</small>	FECHA DE NACIMIENTO O SUCESIÓN	SEXO <small>(Tabla 6)</small>	NACIONALIDAD <small>(Tabla 7)</small>	PAIS DE PROCEDENCIA <small>(Sólo si es extranjero)</small>	DOMICILIADO <small>(Tabla 8)</small>																																																																																							
TIPO NÚMERO	DÍA MES AÑO																																																																																											
RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">FECHA DE INSCRIP. EN LOS RR.PP.</td> <td style="width: 15%;">PARTIDA REGISTRAL</td> <td style="width: 15%;">TOMO O FICHA</td> <td style="width: 15%;">FOLIO</td> <td style="width: 15%;">ASIENTO</td> <td style="width: 20%;">ORIGEN DEL CAPITAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 8)</small></td> <td style="width: 20%;">PAIS DE ORIGEN <small>(Si es mto. o extranjero)</small></td> </tr> <tr> <td>DÍA MES AÑO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			FECHA DE INSCRIP. EN LOS RR.PP.	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA	FOLIO	ASIENTO	ORIGEN DEL CAPITAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 8)</small>	PAIS DE ORIGEN <small>(Si es mto. o extranjero)</small>	DÍA MES AÑO																																																																																		
FECHA DE INSCRIP. EN LOS RR.PP.	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA	FOLIO	ASIENTO	ORIGEN DEL CAPITAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 8)</small>	PAIS DE ORIGEN <small>(Si es mto. o extranjero)</small>																																																																																						
DÍA MES AÑO																																																																																												
RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS																																																																																												
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small></th> <th rowspan="2">AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small></th> <th rowspan="2">EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small></th> <th colspan="3">FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO</th> <th rowspan="2">CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small></th> <th rowspan="2">AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small></th> <th rowspan="2">EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small></th> <th colspan="3">FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO</th> </tr> <tr> <th>DÍA</th> <th>MES</th> <th>AÑO</th> <th>DÍA</th> <th>MES</th> <th>AÑO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO			CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO			DÍA	MES	AÑO	DÍA	MES	AÑO																																																																								
CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>				FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO						CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO																																																																													
			DÍA	MES	AÑO	DÍA	MES	AÑO																																																																																				
<p>MARQUE CON "X", SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: S <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: center;">IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA:</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">DOCUMENTO DE IDENTIDAD</td> <td style="width: 40%;">APELLIDOS Y NOMBRES</td> <td style="width: 30%;">FIRMA</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 40%;">FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL</td> <td style="width: 60%;">APELLIDOS Y NOMBRES</td> </tr> </table>			DOCUMENTO DE IDENTIDAD	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA	FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL	APELLIDOS Y NOMBRES																																																																																					
DOCUMENTO DE IDENTIDAD	APELLIDOS Y NOMBRES	FIRMA																																																																																										
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL	APELLIDOS Y NOMBRES																																																																																											
		CONSTANCIA DE RECEPCIÓN SELLO Y FIRMA																																																																																										

FORMULARIO GRATUITO - LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMENDADURAS

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)

EL PRESENTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ CUANDO EL CONTRIBUYENTE SOLICITE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) O PARA COMUNICAR LA AFECTACIÓN O EXONERACIÓN DE TRIBUTOS QUE SE HUBIERA PRODUCIDO EN FORMA POSTERIOR A SU INSCRIPCIÓN

RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL

Deberá indicar si se trata de una **inscripción**, en cuyo caso deberá completar, además del rubro I, la información de los rubros II, III, IV o V (dependiendo si es una persona natural o no) y el rubro VI.

De tratarse de una **afectación u exoneración de tributos**, deberá completar, además de la información del rubro I, el rubro VI, indicando el tributo por el que se comunica la afectación u exoneración y la fecha desde cuando rige ésta.

Formularios a ser adjuntados:

En caso sea una persona distinta a la natural, deberá adjuntar obligatoriamente al presente formulario, el formulario 2054 informando los representantes legales de la empresa.

De contar con establecimientos anexos distintos al declarado como domicilio fiscal, deberá adjuntar el formulario 2046.

RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE

Datos obligatorios

Deberá completar obligatoriamente la información respecto a su tipo de contribuyente, actividad económica principal, fecha de inicio de actividades, sistema de emisión de comprobantes de pago y sistema de contabilidad. En caso se tratara de trabajadores independientes, deberán completar además la información referente al código de profesión u oficio.

Datos no obligatorios

Si bien los datos correspondientes a nombre comercial, número de fax, número de teléfono, actividades económicas secundarias, actividad de comercio exterior y correo electrónico no son obligatorios, es conveniente que consigne dicha información con el propósito de tener actualizados los datos de su registro y poder brindarle un adecuado servicio.

RUBRO III. DOMICILIO FISCAL

Deberá completar la información referente a su domicilio fiscal, debiendo consignar el departamento, provincia y distrito donde se ubica. Asimismo deberá indicar si se ubica dentro de una zona (debe entenderse por zona: Urbanización, Pueblo Joven, Unidad Vecinal, Conjunto Habitacional, Asentamiento Humano, Cooperativa, Residencial, Zona Industrial, Caserío, Fundo, u otros) y/o de una vía (debe entenderse por vía: Avenida, Jirón, Calle, Pasaje, Alameda, Malecón, Ovalo, Parque, Plaza, Carretera, Block, u otros).

Deberá indicarse el número referente a la vía, de no contar con éste, deberá consignarse el kilómetro en el que se encuentra (sólo si su tipo de vía es una carretera) o la manzana en la que se encuentra el domicilio. De encontrarse dentro de una edificación o manzana, consignar el N° o letra del interior, departamento o lote que corresponda.

De existir una referencia que facilite la ubicación de su domicilio fiscal, ésta deberá ser consignada en el campo de Otras Referencias.

Condición del Inmueble: Finalmente deberá indicar si su domicilio fiscal corresponde a un local propio, alquilado, cesión en uso u otros.

RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL

En este rubro se consignará información referente a los datos de identificación del contribuyente en caso este fuera una persona natural, sociedad conyugal o sucesión indivisa.

Los documentos de identificación válidos para inscribirse en el RUC son los siguientes: DNI, Carné de Extranjería, Pasaporte y Cédula Diplomática de Identidad.

En caso su documento de identidad sea DNI, verifique que la información respecto a sus apellidos y nombres del Rubro I, y la información respecto a su fecha de nacimiento y sexo del Rubro IV, correspondan a la que figura en su documento de identidad debido a que la información definitiva respecto a estos datos se obtendrá del RENIEC. De corresponder su nacionalidad a extranjero, deberá indicar el país de su nacionalidad.

De tratarse de una sucesión indivisa, no será obligatorio que consigne información referente al documento de identidad, fecha de nacimiento y sexo. Lo que si deberá indicar en forma obligatoria es la fecha de inicio de la sucesión.

Recuerde que al consignar su condición de domiciliado debe regirse por lo establecido en la Ley del Impuesto a la Renta.

RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA

En este rubro se consignará información referente a los datos de identificación del contribuyente en caso no se tratara de una persona natural, sociedad conyugal o sucesión indivisa

De ser una sociedad constituida al amparo de la Ley General de Sociedades o ser una entidad que cuenta con Inscripción en los Registros Públicos, deberá indicar en forma obligatoria la fecha de inscripción, el número de su Partida Registral o el número de Tomo o Ficha y el Folio. Asimismo, deberá completar información respecto al país de origen del capital de la empresa y el país de origen de dicho capital.

De ser una sociedad irregular o de no contar con inscripción en los Registros Públicos, será obligatorio que indique cuál es el origen de la entidad y el capital de origen.

De corresponder el capital de la empresa a más de un país, deberá indicarse aquel cuya participación en el capital es mayoritario.

RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS

En este rubro se consignará información referente a la afectación u exoneración del contribuyente. Asimismo se podrá comunicar afectaciones u exoneraciones posteriores a la inscripción.

Consignar los códigos de los tributos a los cuales está afecto.

Finalmente, deberá indicar la fecha a partir de la cual corresponde la afectación o la exoneración del tributo.

Anexo 7. Representantes legales

SUNAT	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	00000999									
FORMULARIO 2119		USO SUNAT									
		LOTE	FOLIO								
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL											
TIPO DE SOLICITUD <small>(MARCAR CON "X")</small>	NÚMERO DE RUC	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL									
INSCRIPCIÓN											
AFECTACIÓN DE TRIBUTOS											
RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE											
TIPO DE CONTRIBUYENTE <small>(Ver Tabla Anexa N° 2)</small>	CÓDIGO	TELÉFONOS	CÓDIGO DE PROFESIÓN U OFICIO <small>(Ver Tabla N° 11)</small>								
NOMBRE COMERCIAL	N° LICENCIA MUNICIPAL										
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	FAX	FECHA INICIO ACTIV. DÍA MES AÑO								
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS <small>(Ver Tabla Anexa N° 1)</small>	CÓDIGO CIU	SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL MAQUINA REGIST. COMPUTARIZADO								
	CÓDIGO CIU	SISTEMA DE CONTABILIDAD <small>(MARCAR CON "X")</small>	MANUAL COMPUTARIZADO								
	CÓDIGO CIU	ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXPORTADOR IMPORTADOR								
CORREO ELECTRÓNICO	CORREO ELECTRÓNICO										
RUBRO III. DOMICILIO FISCAL											
DEPARTAMENTO	PROVINCIA										
DISTRITO	USO SUNAT UBIGEO										
ZONA <small>(Ver Tabla Anexa N° 3)</small>		VIA <small>(Ver Tabla Anexa N° 4)</small>									
TIPO	NOMBRE	TIPO	NOMBRE								
Número	Interior	OTRAS REFERENCIAS									
Kilometro	Dpto.										
Manzana	Lote										
		CONDICIÓN DEL INMUEBLE									
RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL											
DOCUMENTO DE IDENTIDAD <small>(Tabla 5)</small>		SEXO <small>(Tabla 6)</small>	NACIONALIDAD <small>(Tabla 7)</small>								
TIPO	NÚMERO										
FECHA DE NACIMIENTO O INICIO DE LA SUCESIÓN DÍA MES AÑO		PAIS DE PROCEDENCIA <small>(Solo si es extranjero)</small>	DOMICILIADO <small>(Tabla 8)</small>								
RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA											
FECHA DE INSCRIP. EN LOS RR.PP.	PARTIDA REGISTRAL	TOMO O FICHA	FOLIO								
DÍA MES AÑO											
ASIENTO		ORIGEN DEL CAPITAL <small>(Ver Tabla Anexa N° 9)</small>	PAIS DE ORIGEN <small>(Si es mixto o extranjero)</small>								
RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS											
CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO			CÓDIGO <small>(Ver Tabla Anexa N° 10)</small>	AFECTACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	EXONERACIÓN <small>(MARCAR CON "X")</small>	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO		
			DÍA	MES	AÑO				DÍA	MES	AÑO
MARQUE CON "X", SI AUTORIZA O NO A OTRA PERSONA PARA LA PRESENTACIÓN DE ESTA DECLARACIÓN: S <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>											
IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA AUTORIZADA:											
DOCUMENTO DE IDENTIDAD				APELLIDOS Y NOMBRES				FIRMA			
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS DATOS EXPRESAN LA VERDAD											
FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL						APELLIDOS Y NOMBRES					
						HUELLA DIGITAL PERSONA AUTORIZADA					
						CONSTANCIA DE RECEPCION SELLO Y FIRMA					

FORMULARIO GRATUITO - LEER INSTRUCCIONES AL DORSO

NO SE ACEPTAN BORRONES NI ENMIENDAS

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)

EL PRESENTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ CUANDO EL CONTRIBUYENTE SOLICITE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) O PARA COMUNICAR LA AFECTACIÓN O EXONERACIÓN DE TRIBUTOS QUE SE HUBIERA PRODUCIDO EN FORMA POSTERIOR A SU INSCRIPCIÓN

RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL

Deberá indicar si se trata de una **inscripción**, en cuyo caso deberá completar, además del rubro I, la información de los rubros II, III, IV o V (dependiendo si es una persona natural o no) y el rubro VI.

De tratarse de una **afectación u exoneración de tributos**, deberá completar, además de la información del rubro I, el rubro VI, indicando el tributo por el que se comunica la afectación u exoneración y la fecha desde cuando rige ésta.

Fomularios a ser adjuntados:

En caso sea una persona distinta a la natural, deberá adjuntar obligatoriamente al presente formulario, el formulario 2054 informando los representantes legales de la empresa.

De contar con establecimientos anexos distintos al declarado como domicilio fiscal, deberá adjuntar el formulario 2046.

RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE

Datos obligatorios

Deberá completar obligatoriamente la información respecto a su tipo de contribuyente, actividad económica principal, fecha de inicio de actividades, sistema de emisión de comprobantes de pago y sistema de contabilidad. En caso se tratara de trabajadores independientes, deberán completar además la información referente al código de profesión u oficio.

Datos no obligatorios

Si bien los datos correspondientes a nombre comercial, número de fax, número de teléfono, actividades económicas secundarias, actividad de comercio exterior y correo electrónico no son obligatorios, es conveniente que consigne dicha información con el propósito de tener actualizados los datos de su registro y poder brindarle un adecuado servicio.

RUBRO III. DOMICILIO FISCAL

Deberá completar la información referente a su domicilio fiscal, debiendo consignar el departamento, provincia y distrito donde se ubica. Asimismo deberá indicar si se ubica dentro de una zona (debe entenderse por zona: Urbanización, Pueblo Joven, Unidad Vecinal, Conjunto Habitacional, Asentamiento Humano, Cooperativa, Residencial, Zona Industrial, Caserío, Fundo, u otros) y/o de una vía (debe entenderse por vía: Avenida, Jirón, Calle, Pasaje, Alameda, Malecón, Ovalo, Parque, Plaza, Carretera, Block, u otros).

Deberá indicarse el número referente a la vía, de no contar con éste, deberá consignarse el kilómetro en el que se encuentra (sólo si su tipo de vía es una carretera) o la manzana en la que se encuentra el domicilio. De encontrarse dentro de una edificación o manzana, consignar el N° o letra del interior, departamento o lote que corresponda.

De existir una referencia que facilite la ubicación de su domicilio fiscal, ésta deberá ser consignada en el campo de Otras Referencias.

Condición del Inmueble: Finalmente deberá indicarse si su domicilio fiscal corresponde a un local propio, alquilado, cesión en uso u otros.

RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL

En este rubro se consignará información referente a los datos de identificación del contribuyente en caso este fuera una persona natural, sociedad conyugal o sucesión indivisa.

Los documentos de identificación válidos para inscribirse en el RUC son los siguientes: DNI, Carné de Extranjería, Pasaporte y Cédula Diplomática de Identidad.

En caso su documento de identidad sea DNI, verifique que la información respecto a sus apellidos y nombres del Rubro I, y la información respecto a su fecha de nacimiento y sexo del Rubro IV, correspondan a la que figura en su documento de identidad debido a que la información definitiva respecto a estos datos se obtendrá del RENIEC. De corresponder su nacionalidad a extranjero, deberá indicar el país de su nacionalidad.

De tratarse de una sucesión indivisa, no será obligatorio que consigne información referente al documento de identidad, fecha de nacimiento y sexo. Lo que si deberá indicar en forma obligatoria es la fecha de inicio de la sucesión.

Recuerde que al consignar su condición de domiciliado debe registrarse por lo establecido en la Ley del Impuesto a la Renta.

RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA

En este rubro se consignará información referente a los datos de identificación del contribuyente en caso no se tratara de una persona natural, sociedad conyugal o sucesión indivisa

De ser una sociedad constituida al amparo de la Ley General de Sociedades o ser una entidad que cuenta con inscripción en los Registros Públicos, deberá indicar en forma obligatoria la fecha de inscripción, el número de su Partida Registral o el número de Tomo o Fich y el Folio. Asimismo, deberá completar información respecto al país de origen del capital de la empresa y el país de origen de dicho capital.

De ser una sociedad irregular o de no contar con inscripción en los Registros Públicos, será obligatorio que indique cuál es el origen de la entidad y el capital de origen.

De corresponder el capital de la empresa a más de un país, deberá indicarse aquel cuya participación en el capital es mayoritario.


RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS

En este rubro se consignará información referente a la afectación u exoneración del contribuyente. Asimismo se podrá comunicar afectaciones u exoneraciones posteriores a la inscripción.

Consignar los códigos de los tributos a los cuales está afecto.

Finalmente, deberá indicar la fecha a partir de la cual corresponde la afectación o la exoneración del tributo.

Anexo 8. Solicitud de Registro de Marca

	PERÚ	Presidencia del Consejo de Ministros	INDECOPI
---	-------------	--------------------------------------	----------

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS
SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE

1. **DATOS DEL SOLICITANTE** N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)

<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL	<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA
Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)	
Nacionalidad / País de Constitución:	
Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídicas RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):	
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú	
Dirección:	
Distrito: Referencias de domicilio:	Provincia:
Departamento:	
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.	Número de teléfono fijo y/o celular

2. **INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder):**
 (De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida)

<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ (Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____

3. **PAGO DE TASA ADMINISTRATIVA (No llenar si adjunta voucher)**

N° de comprobante _____	Fecha de pago _____
-------------------------	---------------------

4. **PRIORIDAD EXTRANJERA (marcar la opción de corresponder):**

<input type="checkbox"/> Marcar este recuadro si reivindica Prioridad Extranjera (Llenar ANEXO C)

5. **INTERÉS REAL PARA OPOSICIÓN ANDINA (llenar sólo de ser el caso):**

5.1 Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real de la oposición formulada en el(los) Expediente(s) N°	5.2 Clase(s)

(*) De acuerdo con el D.S. 013-2013-PRODUCE será considerada como micro empresa, aquella que tenga ventas anuales no mayor a las 150 U.I.T.; pequeña empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 150 U.I.T. ni mayor a las 1700 U.I.T. y mediana empresa, aquella que tenga ventas anuales no menor a las 1700 U.I.T. ni mayor a las 2300 U.I.T.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
 Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
 E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

6. DATOS RELATIVOS A LA MARCA A REGISTRAR

<p>6.1. Tipo de Marca:</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa (compuesto sólo por palabras y/o números)</p> <p><input type="checkbox"/> Denominativa con grafía (compuesta por una o más palabras con un tipo de letra particular, con o sin color)</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta (combinación de palabras y elementos gráficos)</p> <p><input type="checkbox"/> Tridimensional (constituida por envases u otras formas, vistas de todos sus ángulos)</p> <p><input type="checkbox"/> Figurativa (compuesta sólo por una o más figuras, con o sin colores)</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>6.2. En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA, escriba la denominación a solicitar</p>	<p>6.3. Reproducción del Signo</p> <p>En caso de haber marcado la opción DENOMINATIVA CON GRAFÍA, MIXTA, FIGURATIVA O TRIDIMENSIONAL, insertar la reproducción de la marca.</p> <p>Se sugiere enviar copia fiel del mismo logotipo al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles)</p> <p>Se considerarán los colores que se aprecian en la reproducción adjunta, salvo comunicación en contrario en cada expediente.</p>						
<p>6.4. Precise si desea proteger el color o colores como parte de la Marca: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (en caso de NO MARCAR alguna opción, y de contener el signo algún color, se protegerán éstos conforme aparecen en la reproducción adjuntada)</p>								
<p>6.5. LISTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS (De solicitar una marca multiclase, deberá pagar una tasa de tramitación por cada clase en la que solicita el registro. Asimismo, es responsabilidad del usuario la correcta inclusión de los productos y/o servicios en la solicitud y su posterior verificación en la Gaceta electrónica del Indecopi)</p>								
<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="322 896 422 929">Clase</th> <th data-bbox="422 896 1276 929">Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="322 929 422 996"> </td> <td data-bbox="422 929 1276 996"> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="322 996 422 1064"> </td> <td data-bbox="422 996 1276 1064"> </td> </tr> </tbody> </table>			Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)				
Clase	Productos y/o servicios (se sugiere consultar la lista de productos y servicios de la Clasificación de Niza en el buscador PERUANIZADO que se encuentra disponible en la página web del Indecopi)							
<p>De no ser suficiente el espacio anterior, indicar las clases, productos y/o servicios adicionales en el ANEXO B</p>								

7. FIRMA DEL SOLICITANTE O DEL REPRESENTANTE, DE SER EL CASO

<p align="center">Firma (conforme aparece en su documento de identidad)</p>	<p align="center">Nombre y/o calidad del firmante</p>

IMPORTANTE: Toda información consignada en esta solicitud se considera cierta, en atención al Principio de presunción de veracidad reconocido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, la misma que estará sujeta a fiscalización posterior.

EXAMEN DE FORMA: Dentro de los quince (15) días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, la Dirección verificará si la misma cumple con todos los requisitos previstos en los artículos 50 y 51 del Decreto Legislativo 1075. Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.

PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.

En cumplimiento de lo dispuesto por la Ley N° 29733, Ley de protección de Datos Personales, le informamos que los datos personales que usted nos proporcione serán utilizados y/o tratados por el Indecopi (por sí mismo o a través de terceros), estricta y únicamente para administrar el sistema de promoción, registro y protección de derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, invenciones y nuevas tecnologías, y derecho de autor) en sede administrativa, así como, de ser el caso, para las actividades vinculadas con el registro de usuarios del sistema de patentes, pudiendo ser incorporados en un banco de datos personales de titularidad del Indecopi.

Se informa que el Indecopi podría compartir y/o usar y/o almacenar y/o transferir su información a terceras personas, estrictamente con el objetivo de realizar las actividades antes mencionadas.

Usted podrá ejercer, cuando corresponda, sus derechos de información, acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales en cualquier momento, a través de las mesas de partes de las oficinas del Indecopi.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
 Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800
 E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

Anexo 9: Reserva de nombre



ANEXO 1: FORMULARIO

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA

SEÑOR REGISTRADOR DEL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS:

Yo, _____ identificado con:

DNI° CIP CE OTROS _____ N° _____

en mi calidad de (titular socio abogado notario representante) domiciliado en _____, distrito de _____, Provincia de _____, ante Ud. con el debido respeto me presento y digo:

SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA para:

Constitución **Modificación de Estatuto**

Podrá indicar hasta 03 nombres y de forma opcional sus correspondientes abreviaturas tratándose de denominaciones.¹
 Sólo se concederá la reserva de un nombre (completo o abreviado) de forma excluyente.

NOMBRE COMPLETO DE LA PERSONA JURÍDICA OBLIGATORIO	NOMBRE ABREVIADO DE LA PERSONA JURÍDICA OPCIONAL
1. _____ _____	1. _____ _____
2. _____ _____	2. _____ _____
3. _____ _____	3. _____ _____

TIPO DE PERSONA JURÍDICA: (Marque una opción)

S.A ASOCIACIÓN S.R.L COMITÉ S. CIVIL
 S.A.C E.I.R.L COOPERATIVA OSB


OTROS (precisar el tipo de persona jurídica) _____

NOMBRE (S) Y APELLIDOS DE TODOS LOS INTEGRANTES DE LA PERSONA JURÍDICA EN CONSTITUCIÓN O NOMBRE DE LA PERSONA JURÍDICA CONSTITUIDA EN CASO DE MODIFICACIÓN DE ESTATUTOS O NOMBRE DE LAS PERSONAS AUTORIZADAS PARA LA FORMALIZACIÓN (letra imprenta):

Lima, _____ de _____ del 20__

Firma del Solicitante

¹ También podrá solicitar la reserva de nombre ingresando a la página web www.sunarp.gob.pe, servicios en línea, donde podrá indicar hasta cinco (5) nombres y de forma opcional sus abreviaturas tratándose de denominaciones.



Anexo 10: Licencia de Funcionamiento



MIRAFLORES
MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES
GERENCIA DE AUTORIZACION Y CONTROL
Sub Gerencia de Comercialización
comercializacion@miraflores.gob.pe

SOLICITUD - DECLARACION JURADA PARA OBTENER LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

SEÑOR ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES:

Yo , identificado con
(Apellidos y Nombres / Razón Social) (RUC N°)
con , con domicilio fiscal en
(DNI N°) Dirección/Distrito
y domicilio legal en , debidamente representado por
Dirección/Distrito
..... , identificado con
(Apellidos y nombres) (DNI N°)
con , Solicito se me otorgue la Licencia de
(Correo Electrónico) (Teléfono)
Funcionamiento para desarrollar la actividad de:
(Giros y/o actividades a realizar)

Para lo cual declaro bajo juramento que los datos que proporciono en este documento son verdaderos, que actúo de buena fe y que conozco las normas legales que regulan el otorgamiento de la Licencia de Funcionamiento.

Asimismo conforme lo dispuesto por el Art. 20° de la Ley N° 27444 - Ley de Procedimiento Administrativo General, autorizo al Municipio de Miraflores a notificarme las observaciones derivadas en el transcurso del trámite de mi expediente, al correo electrónico señalado en la Declaración Jurada presentada en la fecha; comprometiéndome a la revisión diaria del mismo, para tal efecto.

I. TIPO DE PROCEDIMIENTO

LICENCIA DEFINITIVA <input type="checkbox"/>	AMPLIACION O CAMBIO DE GIRO <input type="checkbox"/>	MODIFICACION DE AREA <input type="checkbox"/>
LICENCIA TEMPORAL <input type="checkbox"/>	CAMBIO DE NOMBRE COMERCIAL <input type="checkbox"/>	CAMBIO DE RAZON SOCIAL <input type="checkbox"/>
MODIFICACIÓN DE CUALQUIER DATO DE LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO <input type="checkbox"/>		

II. UBICACIÓN DEL LOCAL

..... (Av./Calle/Jr./Pje.) (N°/Dpto./Tda.) (Mz/Lt.) (Urbanización.) (Teléfono)
-------------------------------	--------------------------	-------------------	--------------------------	---------------------

III. CONDICION DEL LOCAL

PROPIO <input type="checkbox"/>	ARRENDADO <input type="checkbox"/>	CEDIDO <input type="checkbox"/>	OTROS (Especificar)
AREA A OCUPAR M ²		ÁREA ÚTIL PARA EL CÁLCULO DE ESTACIONAMIENTO	
(área libre m ² área construida m ²)		NIVELES OCUPADOS	

IV. NOMBRE COMERCIAL:

V. USO DEL RETIRO MUNICIPAL Y/O AREA COMUN

(Solo para Restaurantes, Cafeterías,
Fuentes de Soda y afines; con material
desmontable y/o elementos móviles.
Solo en zonas Residenciales.)

VII. PUBLICIDAD EXTERIOR

Dimensiones máximas: De acuerdo
a lo regulado en la Ord. 295-08-MM.

VII. TOLDO

(Solo con apoyos únicamente a la
fachada y sin apoyos verticales)

SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
LARGO	ANCHO			LARGO	ANCHO
N° MESAS	N° SILLAS			ALTURA	
				UBICACIÓN	
				COLOR	
				MATERIAL	

NOTA: De comprobarse falsedad en lo declarado por el administrado, se considera no satisfecha la exigencia respectiva para todos sus efectos, procediéndose conforme a lo establecido en el Artículo 32.3 de la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley No. 27444; sin perjuicio de promover las acciones penales por los Delitos contra la Fe Pública del Código Penal. Y la información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

VIII. DECLARO:

<input type="checkbox"/>	Que estoy informado que si los actos que realizo para obtener la licencia fueran ilícitos o la información que proporcione fuera ilícita o falsa será pasible de ser denunciado(a) por el delito cometido, sin perjuicio de las sanciones administrativas a las que diera lugar, según Artículo 32.3 de la Ley 27444.
<input type="checkbox"/>	Que cuento con poder suficiente para actuar como representante legal de la persona jurídica conductora, debidamente inscrito en RR.PP.
<input type="checkbox"/>	Que el local cuenta con las condiciones técnicas y arquitectónicas autorizadas para desarrollar el giro solicitado, de acuerdo a la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y al Reglamento Nacional de Edificaciones (R.N.E.).
<input type="checkbox"/>	Que el local cuenta con las condiciones de seguridad necesarias para proteger a los usuarios y a los vecinos, según lo dispuesto en el D.S. N° 066-07-PCM.
<input type="checkbox"/>	Que el local cumple con los Niveles Operacionales, según lo establece la Ordenanza N° 348-11-MM.
<input type="checkbox"/>	Que el local cumple con las condiciones higiénicas y de sanidad exigidas por las normas vigentes en la materia.
<input type="checkbox"/>	Que cuento con estacionamientos de acuerdo a la Ordenanza N° 342-11-MM y Ordenanza N° 348-11-MM.
<input type="checkbox"/>	Que en el local de mi conducción NO SE PERMITIRA EL CONSUMO DE TABACO, en concordancia con lo dispuesto en la Ley N° 29517 y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 015-2008-SA (modificado por Decreto Supremo N° 001-2010-SA y 001-2011-SA), y con la Ordenanza N° 307-MM y 349-11-MM.
<input type="checkbox"/>	Que cuento con título profesional (en caso de consultorios médicos, jurídicos u otros servicios profesionales).
<input type="checkbox"/>	Que cuento con documento de la entidad competente (Constancia del Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Ministerio de Energía y Minas, Digemid, etc., de acuerdo al giro solicitado).
<input type="checkbox"/>	Que cuento con Licencia de Construcción y/o Conformidad de Obra y/o Declaratoria de Fábrica en caso de haberse efectuado obras, inscrita en RR.PP sin carga, y de acuerdo a la norma GE.040 del R.N.E.
<input type="checkbox"/>	Que cuento con acondicionamiento y estudio acústico, refrendado por un profesional especialista en la materia, debidamente implementado y/o acondicionado en el establecimiento objeto de licencia de funcionamiento (Ordenanza N° 263-07-MM).
<input type="checkbox"/>	Que la instalación (edificio o Centro Comercial) que alberga mi local cuenta con Informe favorable y/o Certificado de Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil de Detalle (D.S. N° 066-07-PCM).
<input type="checkbox"/>	Que cuento con el documento que acredite la posesión legítima del inmueble
<input type="checkbox"/>	Que cuento con la autorización de los propietarios en un 50% + 1, en caso de propiedad horizontal y quintas

Autorizo a otra persona a realizar el trámite y ratificar la presente, en caso el Asesor de la Plataforma de Comercialización señale Observaciones adicionales , a la presente Declaración Jurada	Nombres y Apellidos	N° D.N.I.

.....
 Firma del Solicitante y/o Rpte. Legal
 Nombre:
 DNI

IX. NO LLENAR (solo por el Asesor de la Plataforma de Comercialización)

Clasificación de Categorías:

Categoría IA Categoría IB Categoría II Categoría III

NUMERO DE ESTACIONAMIENTOS	NIVELES OPERACIONALES	
PROPIOS	PERSONAL OCUPADO	N° DE MAQUINA
ALQUILADOS	HORARIO DE TRABAJO	FUERZA MOTRIZ

Observaciones adicionales (Solo para ser llenado por el asesor):

.....

Miraflores, ____ de ____ del 20__

.....
 Firma del Responsable de trámite
 Nombre
 DNI

NOTA: De comprobarse falsedad en lo declarado por el administrado, se considera no satisfecha la exigencia respectiva para todos sus efectos, procediéndose conforme a lo establecido en el Artículo 32.3 de la Ley del Procedimiento Administrativo General, Ley No. 27444; sin perjuicio de promover las acciones penales por los Delitos contra la Fe Pública del Código Penal. Y la información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

Anexo 11: Solicitud Declaración Jurada para informar el desarrollo de actividades simultaneas

Logo de la entidad	FORMATO DE DECLARACIÓN JURADA PARA INFORMAR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES SIMULTANEAS Y ADICIONALES A LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO (Ley N° 28976.- Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificatorias)	Versión:01	N° de expediente:
		Fecha de recepción:	

Con Licencia de Funcionamiento N° _____ otorgada con fecha _____ se autorizó el desarrollo de la actividad _____ a _____ identificado(a) con DNI/ _____
 (Nombres y apellidos del titular o Razón Social)
 RUC N° _____.

Declaro bajo juramento que:

En mi calidad de titular/representante legal de la licencia de funcionamiento informo que:

- Se ha iniciado el desarrollo de la actividad simultánea y adicional de: _____.
- Completar sólo en caso de cesionario:
 Esta actividad está siendo desarrollada por _____
 (Nombres y apellidos o Razón Social del cesionario)
 identificado(a) con DNI/RUC N° _____.
- La actividad a realizar está de acuerdo con lo establecido por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N°-2017-PRODUCE y el suscrito garantiza, bajo responsabilidad, que no afecta las condiciones de seguridad del establecimiento.
- Tengo conocimiento que la presente Declaración Jurada está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información que no corresponde a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

 Firma del titular/ representante legal
 N° DNI: _____

1 Artículo 3° de la Ley N° 28976 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento: No se requiere solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento, ni una licencia de funcionamiento para cesionarios, cuando el titular de una licencia de funcionamiento o un tercero cesionario, bajo responsabilidad de dicho titular, desarrolle alguna de las actividades simultáneas y adicionales que establezca el Ministerio de la Producción, siempre que no se afecten las condiciones de seguridad del establecimiento. Para ello, basta que el titular de la licencia de funcionamiento presente previamente a la Municipalidad una declaración jurada informando que se desarrollará dicha actividad y garantizando que no se afectarán las condiciones de seguridad en el establecimiento. En caso un tercero cesionario vaya a desarrollar dicha actividad, el titular de la licencia de funcionamiento asume la responsabilidad respecto de las condiciones de seguridad en la totalidad del establecimiento y, sólo con fines informativos, incluye en su declaración jurada los datos generales del tercer cesionario y, de existir un contrato escrito, copia de dicho contrato.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la EAP de Ingeniería Empresarial de la UCV, en la sede Lima Norte, promoción 2019, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Ingeniero.

El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: “Plan de Negocio para el establecimiento de un fast food saludable en Miraflores, 2019” siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

García Coral Geanine Caró

D.N.I: 48322119

Anexo 12. Matriz de Operacionalización de variables


Variable: Estudio de Mercado

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición conceptual	Indicadores	Ítems	Escala
Estudio de Mercado	Es un proceso de recolección de información acerca de los clientes, competidores y el mercado, para crear un plan de negocio (Baca2015,25p.),	DEMANDA	La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos. (Mankiw,2016, p23)	Tamaño de demanda	1,2,3,8,13,14	Nominal – Ordinal
				Preferencia	4,6,9,10,15,19	Nominal
				Ingreso	5	Ordinal
				Precio	17,18,21	Ordinal
				Gasto	12	Ordinal
		OFERTA	Está constituida por la mercancía producida, costo de producirlos, la preferencia (Astudillo,2012, 63 p.)	Preferencia	11	Nominal
				Tamaño de oferta	16	Ordinal
				Servicio	7	Ordinal
		CANAL DE DISTRIBUCION	Se relacionan con la cobertura del mercado, ayuda al servicio faciliten el acceso al producto por parte del consumidor (Astudillo,2012,63p)	Medio de distribución	20	Nominal
				Publicidad	22	Nominal

Fuente: Elaboración propia (2019)

Anexo 13. Juicio de Expertos

Experto 01


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL ESTUDIO DE MERCADO

PREGUNTAS		PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Demanda								
Tamaño de la demanda		/		/		/		
Preferencia		/		/		/		
Ingreso		/		/		/		
Precio		/		/		/		
Gasto		/		/		/		
Promoción		/		/		/		
Oferta		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preferencia		/		/		/		
Tamaño de oferta		/		/		/		
Servicio		/		/		/		
Promoción		/		/		/		
Canales de distribución		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Medio de distribución		/		/		/		
Publicidad		/		/		/		


Observaciones (precisar si hay suficiencia) Si hay

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable (X)** **Aplicable después de corregir ()** **No aplicable ()**

Apellidos y nombre del juez validador. Dr. / Mg: Jorge Malpartida G DNI: 10400346

Especialidad del validador: Ing. Industrial

... de ... del 2019


Firma del Experto Informante

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso exacto y directo.

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planeados son suficientes para medir la dimensión.

Experto 02



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL ESTUDIO DE MERCADO

PREGUNTAS		PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
Demanda		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Tamaño de la demanda		✓		✓		✓		
Preferencia		✓		✓		✓		
Ingreso		✓		✓		✓		
Precio		✓		✓		✓		
Gasto		✓		✓		✓		
Promoción		✓		✓		✓		
Oferta		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preferencia		✓		✓		✓		
Tamaño de oferta		✓		✓		✓		
Servicio		✓		✓		✓		
Promoción		✓		✓		✓		
Canales de distribución		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Medio de distribución		✓		✓		✓		
Publicidad		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia) HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable (✓)** Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombre del juez validador. Dr. / Mg: Mg. ZOLA RAMOS JOSE DNI: 12533125

Especialidad del validador: INGENIERO INDUSTRIAL


15 de 11 del 2019

Firma del Experto Informante

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso exacto y directo.

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planeados son suficientes para medir la dimensión.

Experto 3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE EL ESTUDIO DE MERCADO

PREGUNTAS		PERTINENCIA ¹		RELEVANCIA ²		CLARIDAD ³		SUGERENCIAS
Demanda		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Tamaño de la demanda		✓		✓		✓		
Preferencia		✓		✓		✓		
Ingreso		✓		✓		✓		
Precio		✓		✓		✓		
Gasto		✓		✓		✓		
Promoción		✓		✓		✓		
Oferta		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Preferencia		✓		✓		✓		
Tamaño de oferta		✓		✓		✓		
Servicio		✓		✓		✓		
Promoción		✓		✓		✓		
Canales de distribución		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Medio de distribución		✓		✓		✓		
Publicidad		✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia) _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable (X)** Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombre del juez validador. Dr. (Mg) BENITES RODRIGUEZ LEONIDAS RIMER DNI. 10614957

Especialidad del validador..... INGENIERO INDUSTRIAL.....


¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso exacto y directo.

NOTA: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planeados son suficientes para medir la dimensión.

..11. de ..11. del 2019



Mg. Leonidas Rimer Benites Rodriguez
Ingeniero Industrial
Reg. CIP. N° 189692

Firma del Experto Informante



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RODRIGUEZ ALEGRE LINO ROLANDO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA y Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "“PLAN DE NEGOCIO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UN FAST FOOD SALUDABLE EN MIRAFLORES,2019”", del (los) autor (autores) GARCIA CORAL GEANINE CARO, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 30 de julio de 2020

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RODRIGUEZ ALEGRE LINO ROLANDO DNI: 06535058 ORCID 0000-0001-6130-257X	Firmado digitalmente por: LRRODRIGUEZA el 30 Jul 2020 13:07:53

Código documento Trilce: 55085