



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA BARRA CEVICHERA EN EL
DISTRITO DE ATE (PROYECTO ESPECIAL HUAYCÁN)**

**PRESENTADO POR
LIZBETH WENDY CORREA DEL CASTILLO**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

***IMPLEMENTACIÓN DE UNA BARRA CEVICHERA EN EL
DISTRITO DE ATE (PROYECTO ESPECIAL HUAYCAN)***

Presentado por:

Bachiller: Lizbeth Wendy Correa Del Castillo

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

Lima - Perú

2020

Dedicatoria:

Dedicado a mi madre quien es mi motivo constante para seguir adelante, a mi padre por siempre confiar en mi, a mi esposo por su apoyo incondicional y a mi familia entera, quienes siempre han creído y apostado por mi.

Agradecimiento:

A mis padres por brindarme la mejor herencia en vida, una educación profesional y en valores, a mis maestros por compartir sus conocimientos y a Dios por darme la oportunidad de concretar esta etapa de mi vida con éxito.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES	4
1.1. Nombre o razón social	4
1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIU)	8
1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial.....	9
1.3.1. Ubicación Geográfica:.....	9
1.3.2. Factibilidad Municipal	11
1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha.....	12
1.4.1 Misión:.....	12
1.4.2 Visión:	12
1.4.3 Objetivos:	13
1.4.4 Valores	13
1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.....	14
1.6. Estructura Orgánica.....	17
1.7. Cuadro de asignación de personal.....	20
1.8. Forma Jurídica Empresarial	21
1.8.1 Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada	21
1.8.2 Sociedad Anónima Abierta.....	21
1.8.3 Sociedad Anónima Cerrada	22
1.8.4 Sociedad Anónima.....	22
1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI.....	22
1.10. Requisitos y Trámites Municipales	27
1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades.....	30
1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)	34
1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.	37
1.14. Modalidades de Contratos Laborales.	39
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO	44
2.1. Descripción del Entorno del Mercado	44
2.2. Ámbito de acción del negocio	49
2.3. Descripción del bien o del servicio.....	51
2.3.1. Marca.....	53
2.4. Estudio de la demanda.....	55
2.4.1 Definición de demanda	55
2.4.1.1 El Mercado Total (TAM).....	56
2.4.1.2 El Mercado Potencial (SAM).....	57
2.4.2 Definición de mercado	59
2.4.3 El mercado de los restaurantes.....	59
2.4.4 Cálculo de la demanda de mercado	60
2.5. Estudio de la oferta	66

2.5.1 Oferta de Restaurantes en Lima Metropolitana	66
.....	68
2.5.2 Proyección de la Oferta del mercado meta	68
2.6. Determinación de la demanda insatisfecha	69
2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar	70
2.7.1 Infraestructura	71
2.8. Descripción de la política comercial	71
2.8.1 Estrategia del producto	73
2.8.2 Estrategia del precio.....	73
2.8.3 Estrategia de distribución	74
2.8.4 Estrategia de promoción	75
CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO.....	76
3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes	76
3.1.1 Importancia del Tamaño del Negocio.....	76
3.1.2 Factores determinantes para el tamaño del negocio	77
3.1.2.1 La demanda de mercado	77
3.1.2.2 Nivel de inversión del negocio	78
3.1.2.3 Tecnología.....	79
3.1.2.4. Disponibilidad del producto o servicio.....	79
3.1.2.5. Número de empleados	80
3.1.2.6. Tamaño propuesto	80
3.2. Proceso y Tecnología.....	80
3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos	81
3.2.1.1 Proceso de atención al cliente	82
3.2.1.2 Proceso de producción.....	83
3.2.2. Capacidad instalada y operativa	84
3.2.2.1 Capacidad Instalada.....	84
3.2.2.2 Determinación de la capacidad instalada.....	84
3.2.2.3 Determinación de la capacidad efectiva del negocio.....	86
3.2.2.4. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos.....	87
3.2.2.4.2 Mobiliario.....	87
3.2.2.4.3 Equipos e insumos complementarios	88
3.2.2.4.4 Recursos humanos	88
3.2.2.4.5 Servicios basicos	88
3.2.4. Infraestructura y características físicas	89
3.3. Localización del negocio, factores determinantes	91
CAPITULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	94
4.1 Inversión Fija.....	95
4.1.1 Inversión Tangible	96
4.1.2 Inversión Intangible.....	97
4.2 Capital de Trabajo	99
4.3 Inversión total	102
4.4 Estructura de la inversión y financiamiento	103
4.5 Fuentes Financieras.....	104
4.6 Condiciones de Crédito.....	106
CAPITULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS.....	109
5.1 Presupuesto de los costos	109

5.1.1 Costo de operación:	110
5.1.2 Costo de administrar	111
5.1.3 Costo de venta.....	111
5.1.4 Costo financiero	112
5.2 Punto de equilibrio	113
5.3 Estado de ganancias y perdidas	119
5.4 Presupuesto de Ingresos	120
5.5 Presupuesto de Egresos.....	121
5.5 Flujo de Caja proyectado	122
5.7. Balance general	124
<i>CAPITULO VI: EVALUACIÓN</i>	<i>125</i>
6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición.....	125
6.1.1 Valor Actual Neto (VANE).....	126
6.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIRE)	128
6.1.3 Relación Beneficio Costo (B-C).....	129
6.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	132
6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición	133
6.2.1 Valor Actual Neto Financiero (VANF)	133
6.2.2 Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)	135
6.3. Evaluación Social	136
6.4 Evaluación Ambiental.....	138
<i>CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</i>	<i>140</i>
7.1. Conclusiones	140
7.2. Recomendaciones.....	143
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</i>	<i>1</i>

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 FORMULACIÓN DE SOLICITUD DE RESERVA DE NOMBRE DE PERSONA JURÍDICA	6
FIGURA 2 BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS.....	7
FIGURA 3 RESULTADO DE BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS	7
FIGURA 4 UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL NEGOCIO.....	10
FIGURA 5 FLUJOGRAMA DE LA OBTENCIÓN DE LICENCIA MUNICIPAL.....	11
FIGURA 6 BENEFICIOS DE LA LEY REMYPE	16
FIGURA 7 ORGANIGRAMA DE EMPRESA BARRA BRAVA SAC.....	17
FIGURA 8 FORMATO PARA REGISTRO DE MARCA	24
FIGURA 9 SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA	25
FIGURA 10 BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES	26
FIGURA 11 DECLARACIÓN JURADA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD	29
FIGURA 12 REGIMENES TRIBUTARIO	30
FIGURA 13 REGIMEN MYPE TRIBUTARIO	33
FIGURA 14 REGISTRO PLAME	35
FIGURA 15 CONCEPTOS POR DECLARAR EN EL REGISTRO PLAME	36
FIGURA 16 CONTRATO DE TRABAJO	42
FIGURA 17 DETALLE DEL PLAN ECONÓMICO FRENTE A LA COVID-19	45
FIGURA 18 LOGOTIPO BARRA BRAVA.....	54
FIGURA 19 ¿QUÉ PRECIO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR UN PLATO MARINO?	74
FIGURA 20 FACTORES DEL ESTUDIO TÉCNICO	76
FIGURA 21 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL NEGOCIO	77
FIGURA 22 DIAGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE	82
FIGURA 23 DIAGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE	83
FIGURA 24 LAY OUT BARRA BRAVA.....	89
FIGURA 25 MICROLOCALIZACIÓN DE BARRA BRAVA SAC	93
FIGURA 26 CONDICIONES DE CRÉDITO	106

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 DESCRIPCIÓN DEL CIUU R4 – 5610 DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	9
TABLA 2 CUADRO COMPARATIVO DE BENEFICIOS SOCIALES MYPE	15
TABLA 3 ASIGNACIÓN DE PERSONAL	21
TABLA 4 MATRIZ FODA.....	51
TABLA 5 POBLACIÓN LIMA METROPOLITANA POR EDAD	56
TABLA 6 POBLACIÓN LIMA ESTE POR EDAD	57
TABLA 7 NIVEL SOCIOECONOMICO LIMA ESTE EN %.....	58
TABLA 8 NIVEL SOCIOECONOMICO LIMA ESTE EN POBLACIÓN	58
TABLA 9 FUENTE: ENCUESTA CPI 2019.....	60
TABLA 10 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN EN LA ZONA ESTE DE LIMA METROPOLITANA	61
TABLA 11 DEMANDA AÑO 1 PARA RESTAURANT LIMA ESTE.....	62
TABLA 12 DEMANDA AÑO 1 PARA RESTAURANT HUAYCAN	62
TABLA 13 DEMANDA AÑO 1 PARA UN RESTAURANT DE COMIDA MARINA (POBLACIÓN HUAYCAN).....	63
TABLA 14 ¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR UN PLATO MARINO?	63
TABLA 15 OFERTA HISTÓRICA (VISITAS)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
TABLA 16 PRINCIPALES COMPETIDORES.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
TABLA 17 DEMANDA INSATISFECHA.....	69
TABLA 18 PROVISIÓN DE VENTAS	70
TABLA 19 DEMANDA DE PROYECCIÓN 2025.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
TABLA 20 TAMAÑO DE LA EMPRESA SEGÚN EL NIVEL DE LA INVERSIÓN	79
TABLA 21 CAPACIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE.....	85
TABLA 22 CAPACIDAD TOTAL POR DÍA, MES Y AÑO	85
TABLA 23 CAPACIDAD OPERATIVA DE PRODUCCIÓN AL AÑO.....	86
TABLA 24 MAQUINARIAS Y EQUIPOS	87
TABLA 25 MOBILIARIO	87
TABLA 26 EQUIPOS COMPLEMENTARIOS.....	88
TABLA 27 RECURSOS HUMANOS.....	88
TABLA 28 SERVICIOS BÁSICOS	88
TABLA 29 EVALUACIÓN DE LOCALIZACIÓN POR MÉTODO CUALITATIVO - PONDERADO.....	92
TABLA 30 EVALUACIÓN DE COSTO DE ALQUILER POR CALLES PINCIPALES.....	93
TABLA 31 INVERSIÓN TANGIBLE.....	96
TABLA 32 INVERSIÓN INTANGIBLE	98
TABLA 33 CAPITAL DE TRABAJO.....	99
TABLA 34 GASTOS PREOPERATIVOS.....	100
TABLA 35 GASTOS DE PERSONAL	100
TABLA 36 GASTOS DE VENTAS.....	101

TABLA 37 GASTOS FIJOS	101
TABLA 38 GASTOS ADMINISTRATIVOS	101
TABLA 39 GASTOS DE PLANILLA	102
TABLA 40 INVERSIÓN TOTAL	102
TABLA 41 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	104
TABLA 42 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	108
TABLA 43 ESTRUCTURA DE COSTOS DEL PLAN DE NEGOCIO	109
TABLA 44 PRESUPUESTO DE COSTOS DEL PLAN DE NEGOCIO.....	110
TABLA 45 COSTO DE OPERACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO.....	110
TABLA 46 COSTO DE ADMINISTRAR EL PLAN DE NEGOCIO	111
TABLA 47 COSTO DE VENTAS	111
TABLA 48 COSTOS DE FINANCIAMIENTO DEL PLAN DE NEGOCIO.....	112
TABLA 49 CUADRO DE DEPRECIACION DE ACTIVOS TANGIBLES.....	112
TABLA 50 COSTO DEL PRODUCTO - LECHE DE TIGRE	114
TABLA 51 COSTO DEL PRODUCTO - CEVICHE DE PESCADO	114
TABLA 52 <i>COSTO DEL PRODUCTO - CHAUFA DE MARISCOS</i>	115
TABLA 53 COSTO DEL PRODUCTO - ARROZ CON MARISCOS	115
TABLA 54 COSTO DE PRODUCTO - CHICHARRON DE PESCADO	116
TABLA 55 RENDIMIENTO POR PRODUCTO	117
TABLA 56 COSTOS VARIABLES.....	118
TABLA 57 DETERMINACION PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y SOLES.....	118
TABLA 58 ESTADO DE RESULTADOS.....	119
TABLA 59 DEMANDA PROYECTADA PARA EL PLAN DE NEGOCIO A CINCO AÑOS.....	120
TABLA 60 PRESUPUESTO DE EGRESOS DEL PLAN DE NEGOCIO PARA CINCO AÑOS.....	122
TABLA 61 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	123
TABLA 62 BALANCE GENERAL - AÑO 1	124
TABLA 63 VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO DEL PLAN DE NEGOCIO (EXPRESADO EN SOLES).....	127
TABLA 64 TASA INTERNA DE RETORNO (TIRE)	129
TABLA 65 INGRESOS NETOS ACTUALIZADOS DEL PLAN DE NEGOCIO.....	130
TABLA 66 COSTOS NETOS ACTUALIZADOS DEL PLAN DE NEGOCIO	131
TABLA 67 BENEFICIOS NETOS ACTUALIZADOS DEL PLAN DE NEGOCIO	131
TABLA 68 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)	132
TABLA 69 VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO DEL PLAN DE NEGOCIO (EN SOLES)	134
TABLA 70 FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO (EXPRESADO EN SOLES)	135
TABLA 71 TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO DEL PROYECTO	135

RESUMEN EJECUTIVO

La comida en nuestro país es un baluarte que todo peruano lleva en su corazón, sentir y pensar, durante la últimas 2 décadas nuestra gastronomía se ha hecho mas conocida y prestigiosa a nivel internacional y viendolo de manera interna, se ha visto repotenciada, es así como resulta diversos modelos de negocios gastronomicos, entre ellos encontramos un formato innovador como lo es la barra cevichera.

La barra cevichera es un concepto de restaurante, donde se preparan diversos potajes marinos donde predomina la rapidez y calidez de atención, ya que el comensal puede interectuar con el maestro cevichero. El concepto de negocio es ágil, brinda comida fresca y permite comer platos marinos a un menor precio.

Barra Brava SAC se especializará en 5 platos base, los cuales son el ceviche de pecado, leche de tigre, arroz con mariscos, chaufa de mariscos y chicharron de pescado, de estos platos resultaran diversas combinaciones que el cliente podrá pedir, se han establecido tres duos y dos trios dentro de las combinaciones posibles, con la finalidad de brindarle a nuestro público una alternativa distinta, variada y sobre todo al alcance de sus posibilidades.

Debido a la pandemia producida por el COVID – 19, el rubro gastronómico ha sido duramente golpeado, muchos restaurantes han tenido que cerrar sus puertas porque ya no podían sostener sus negocios; cambiaron los rubros, otros simplemente regresaron a sus inicios donde vendían de manera informal en calles y demas; esto se ha convertido en una oportunidad para otros, quienes desean

invertir en este rubro, por ello hemos pensando en un espacio reducido, acogedor, implementado adecuadamente para la atención al público, con una carta reducida pero a su vez dinámica y sobre todo cumpliendo con los diversos aspectos legales, sociales, ambientales, etc.

Luego de realizar el estudio de mercado, se determinó el público objetivo según la propuesta del negocio, llegando a la conclusión que esta conformada por personas mayores a 18 años, quienes tienen tiempos muy reducidos para almorzar y buscan nuevas alternativas, con un poder adquisitivo medio, perteneciendo al NSE B,C y D del Proyecto Especial de Huaycan – Ate, además tienen la característica de comer recurrentemente fuera de su hogar, esto nos impulsa a apostar por este negocio, el cual satisface las necesidades de dicho público y permite además aportar a la formalidad de la zona, lo cual nos alienta a que Barra Brava SAC tenga mucha aceptación y éxito.

Nuestro mayor anhelo es ver crecer nuestra idea de negocio, proyectándonos a un período no muy extenso, de tres años para replicar esta idea en otros puntos de Lima Este, con el formato de una franquicia, para ello queremos trabajar arduamente, bajo todos los lineamientos necesarios para hacer realidad este crecimiento.

Realizando una revisión de las finanzas proyectadas, se puede afirmar que es un negocio atractivo ya que la TIR (Tasa Interna de Retorno) proyectada para los próximos cinco años es de 46.23% y el VAN (Valor Actual Neto) es de S/ 70,647.86 soles.

En resumen, la barra cevichera Barra Brava SAC, es una excelente propuesta gastronómica que incursionará en Lima Este, como pioneros en la zona, generando empleo para 4 familias inicialmente, así mismo trabajaremos a manera constante para convertir este negocio en una alternativa completamente distinta a los demás restaurantes de comida marina de la ciudad y cautivará a todos y cada uno de sus clientes, no sólo gracias a su servicio excepcional, sino por la calidad de sus platos.

CAPÍTULO I: ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS LEGALES

1.1. Nombre o razón social

Según la Real Academia Española, el significado de sociedad en su denominación comercial indica que es el “vínculo personal entre sus miembros, por lo que es el elemento principal para construir un régimen jurídico”

Ademas de ello, según la Ley General de Sociedades, indica que la sociedad tiene una denominación o razón social, dependiendo de la forma societaria que se opte, así mismo no se puede utilizar una denominación completa, abreviada o una razón social igual o semejante a otra sociedad pre existente, excepto el caso que se demuestre la legitimidad del nombre para poder ser usado, ante esto el afectado puede demandar la modificación de la denominación o razón social (Art. 9).

Es en este sentido, que la razón social con la cual se registrará la empresa en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, en adelante (SUNARP), es Barra Brava S.A.C., empleando la palabra “Barra” debido al formato elegido para la implementación de la idea de negocio y Brava en relación al sabor de la comida, elaborando los platos en base a la gastronomía norteña, siendo estos, picantes y muy sabrosos, adicionalmente a ello, la palabra brava conjuga perfectamente en un contexto coloquial, generando una frase fácil de identificar al establecimiento y los productos a comercializar.

Como paso inicial para la constitución de la empresa fue el llenado del formulario de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica, para realizar la búsqueda del registro y de no existir ninguna observación, reservar el nombre Barra Brava en SUNARP.

Luego de ello, se elaborará la minuta de constitución que deberá ser presentada en una notaría para la elaboración de la escritura pública y posteriormente realizar la inscripción en Registros Públicos.

Finalmente, la empresa queda registrada en la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, en adelante (SUNAT) para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC).



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.

Figura 1 Formulación de Solicitud de Reserva de Nombre de Persona Jurídica
Fuente: SUNARP

Se realizó la búsqueda del nombre de persona jurídica en SUNARP, obteniendo como resultado, que no existe aún en dicho registro.



The screenshot shows the SUNARP website's search interface. At the top left is the SUNARP logo with the text 'Superintendencia Nacional de los Registros Públicos'. To the right are three buttons: 'Siguelo', 'Alerta Registral', and 'Nuestras Oficinas'. Below these is a navigation bar with links: 'INICIO', 'INSTITUCIONAL', 'PRENSA', 'ESTADÍSTICAS', 'CONTÁCTENOS', and 'Portal de Transparencia'. The main heading is 'BÚSQUEDA DE PERSONAS JURÍDICAS INSCRITAS'. Underneath is the 'CRITERIO DE BÚSQUEDA' section with two input fields: '1- Razón o Denominación:' containing 'BARRA BRAVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA' and '2- Siglas:' containing 'SAC'. There are 'Buscar' and 'Limpiar' buttons at the bottom of the search criteria.

Figura 2 Búsqueda de Personas Jurídicas
Fuente: SUNARP



Figura 3 Resultado de búsqueda de Personas Jurídicas
Fuente: SUNARP

1.2. Actividad Económica o Codificación Internacional (CIIU)

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (en adelante INEI), realizó la promulgación de la Relación Jefatural N° 024-2010- INEI, en Enero de 2010, en la cual estableció oficialmente la adopción de la cuarta revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), donde se realiza la revisión de todas las actividades económicas, este permite realizar una revisión de la información a nivel de empresas y establecimientos productivos de bienes y servicios.

Los principales criterios que emplean para definir las divisiones y grupos de la CIIU se basan en las características de las actividades de las unidades de producción, entre los principales aspectos considerados están las características de los bienes producidos y los servicios prestados, los usos a que se destinan los bienes y servicios, los insumos, el proceso y tecnología de producción.

Ante ello, la actividad económica principal de la empresa según CIIU se encuentra clasificada como:

Principal: CIIU 561 Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas

Clase: CIIU 5610 Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas

Tabla 1 Descripción del CIIU R4 – 5610 de la Actividad Económica

<i>CIIU</i> 4	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>INCLUYE</i>	<i>NO INCLUYE</i>
5610	<p>Esta clase comprende el servicio de comidas a los clientes, ya se les sirvan en mesas o se sirvan ellos mismos de un surtido de platos expuestos, y ya se trate de comida para consumir en el local, para llevar o para entrega a domicilio. Abarca la preparación y el servicio de comidas para su consumo inmediato desde vehículos, sean o no motorizados.</p> <p>Esta clase comprende las actividades de: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, reparto de pizza a domicilio, restaurantes de comida para llevar, vendedores ambulantes de helados, puestos ambulantes de comida, preparación de alimentos en puestos de mercado.</p>	<p>Se incluyen también las actividades de restaurantes y bares vinculadas a actividades de transporte, si las realizan unidades separadas.</p>	<p><i>No se incluye la explotación de instalaciones de comedor en régimen de concesión, véase la clase 5629.</i></p>

Fuente: Página web de INEI

1.3. Ubicación y Factibilidad Municipal y Sectorial

1.3.1. Ubicación Geográfica:

Según la localización geográfica de la empresa, la zona en la que se encontrará es de alto tránsito, considerado como de mayor movimiento de consumidores en la jurisdicción.

Para la implementación de la Barra Cevichera necesitamos contar con un espacio acogedor, no tan extenso, por el contrario el local deberá realizarse en un espacio aproximado de 75 metros cuadrados.

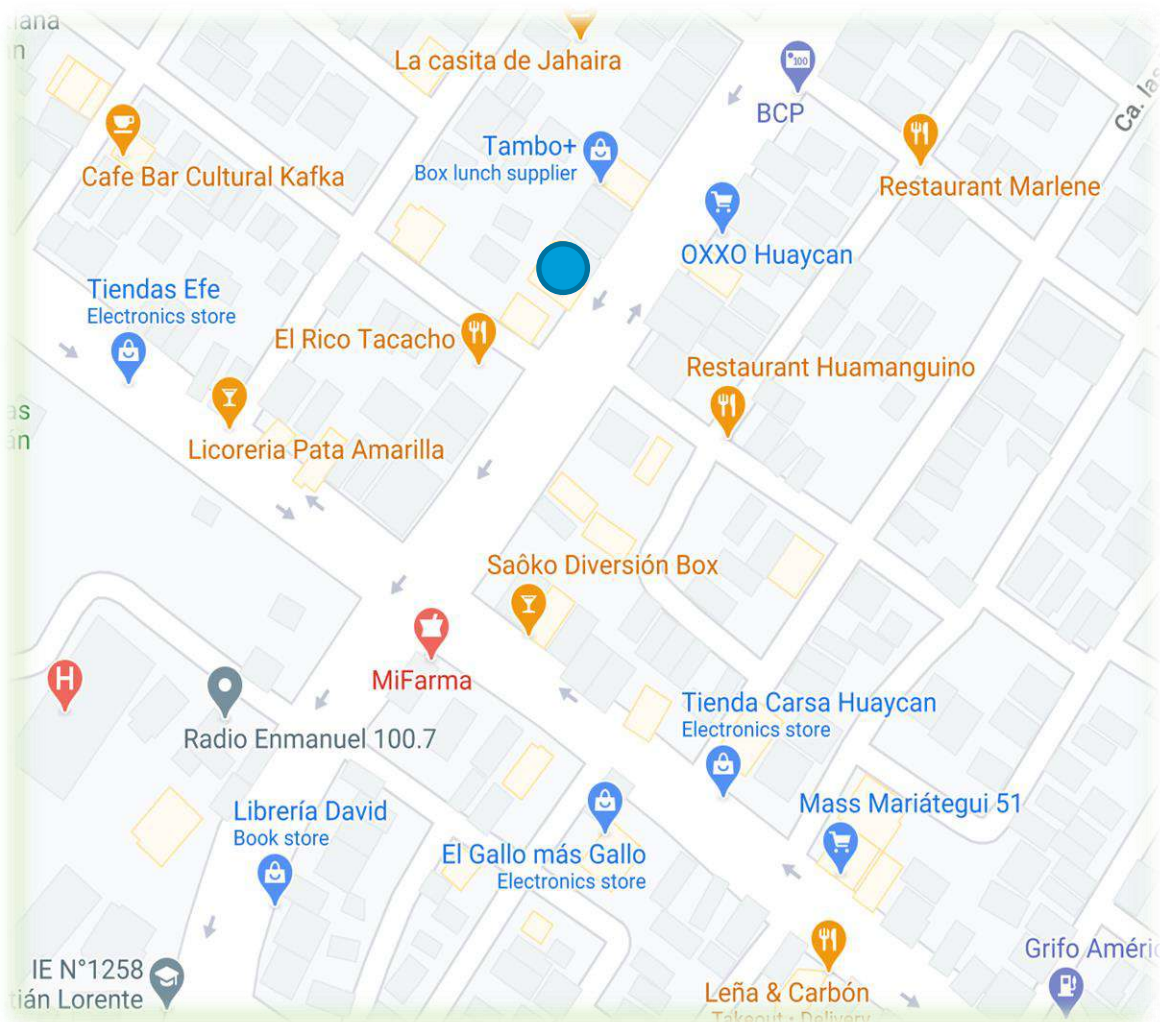


Figura 4 Ubicación geográfica del Negocio

Fuente: Google Maps

1.3.2. Factibilidad Municipal

El negocio de barra cevichera en el distrito de Ate, requiere una licencia municipal de funcionamiento, la cual se debe presentar mediante un formato de declaración, dentro de los requisitos generales que requiere el trámite se encuentra:

- Conformidad de zonificación
- Presentación del formulario autorizado
- Implementación de las medidas de defensa civil según el giro
- Pago por derecho de trámite.

El flujo del proceso es el siguiente, con una duración de 7 días hábiles (en condiciones normales).



Figura 5 Flujograma de la obtención de Licencia Municipal

Fuente: Web Municipalidad de Ate

Para el giro de negocio de restaurante, se deberá además obtener un certificado de defensa civil, el cual se deberá solicitar en la Municipalidad Distrital de Ate, donde se ejecutará el negocio, teniendo cuatro días hábiles para destinar un personal para la inspección, luego siete días para la evaluación y diez días para el veredicto final, en el cual se señalará que cosas deben mejorar o cambiar en el local y si esta apto para funcionar y recibir al público.

Dentro de los aspectos a considerar se encuentran los planos del establecimiento, la capacitación del personal en primeros auxilios, el señalamiento correcto de las salidas de emergencia en caso de un siniestro dentro del local, de obtener alguna observación estas deberán subsanarse y volverse a presentar a la entidad.

1.4. Objetivos de la Empresa, Principio de la Empresa en Marcha

1.4.1 Misión:

Brindar a nuestros clientes un excelente servicio, a través de nuestros platos y calidad de atención. Posicionarnos como la empresa N° 1 en el servicio de barra cevichera en el lapso de un año y medio en la ciudad de la esperanza, Huaycán.

1.4.2 Visión:

Llegar a ser la mejor barra - cevichera de la zona de Lima Este, ofreciendo a nuestros clientes una experiencia inolvidable para su paladar.

1.4.3 Objetivos:

- Incrementar las ventas en un 10% anualmente
- Aperturar un segundo local en el distrito de Santa Anita en un lapso no mayor de 3 años.

Slogan: ¡Tan brava, como tú!

1.4.4 Valores

Nuestra labor empresarial busca ceñirse a valores que definan la identidad de Barra Cevichera, siendo reconocida desde el primer momento como una empresa comprometida con hacer de nuestra sociedad un mejor lugar:

- **Calidad:** Buscamos brindar como parte fundamental de Barra Brava, satisfacción total a nuestros clientes durante su visita a nuestro establecimiento, ofreciéndoles platos exquisitos a base de insumos frescos y de excelente calidad.
- **Ética:** El código de ética tiene como objetivo brindar una excelente experiencia al cliente; esto puede llevar al éxito a una institución, siempre y cuando los colaboradores se encuentren comprometidos con adherirse a dicha disciplina.
- **Servicio:** La vocación de servicio de nuestros trabajadores es una de las piezas claves en la atención y prestación de sus labores, brindando una orientación adecuada a nuestros clientes durante su permanencia en el local.

- **Responsabilidad:** Tratándose de un equipo de personas (colaboradores) profesionales en sus áreas, buscamos ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia, desde la formalidad de nuestra empresa hasta los insumos utilizados para las diversas preparaciones y atención adecuada durante la visita. Nuestra responsabilidad es velar por nuestros colaboradores y clientes durante el desarrollo de nuestras actividades.

1.5. Ley de MYPES, Micro y Pequeña empresa característicos.

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) la definición de MYPE es una unidad de negocio que puede ser constituida por una persona natural o jurídica, que generen renta de 3º categoría y que comprende toda forma de sociedad prevista por Ley, incluidas las cooperativas y similares formas autogestionarias (...). Las MYPE tienen por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Las micro y pequeñas empresas se inscriben en un registro que se denomina REMYPE que se encuentra en la página web del Ministerio de Producción (PRODUCE).

Tabla 2 Cuadro comparativo de beneficios sociales MYPE

Características	Microempresa	Pequeña Empresa
Jornada Máxima	8hrs diarias / 48 h semanales	8hrs diarias / 48 h semanales
Remuneración	Minima vital (S/ 930)	Minima vital (S/ 930)
Descanso semanal	24 horas continuas por semana	24 horas continuas por semana
Vacaciones	15 días anuales	15 días anuales
Horas extras	Sí	Sí
Gratificaciones		1/2 remuneración en fiestas patrias y 1/2 remuneración en navidad
Asignación familiar		
CTS		1/2 remuneracion al año
Utilidades		De acuerdo al DL 892
Derecho colectivo		Se rigen por el régimen de la actividad
Indemnización por despido arbitrario	10 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un max de 90	20 remuneraciones diarias por cada año de servicios hasta un max de 120
Seguro de salud	SIS	ESSALUD
Seguro complementario por trabajo de riesgo		Cuando corresponda
ONP / AFP	13% remuneración	13% remuneración

Fuente: Consultas Laboral

Los requisitos para inscribirse en el REMYPE son:

- RUC vigente.
- Usuario y clave SOL.
- Tener mínimo un trabajador.
- No pertenecer al rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar.

Las MYPES se dividen en 2 categorías empresariales productivas en base al nivel de ventas anuales:

- Micro empresa: Ventas anuales hasta el monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta 1700 UIT

Los beneficios sociales de la Micro y Pequeña empresa son:

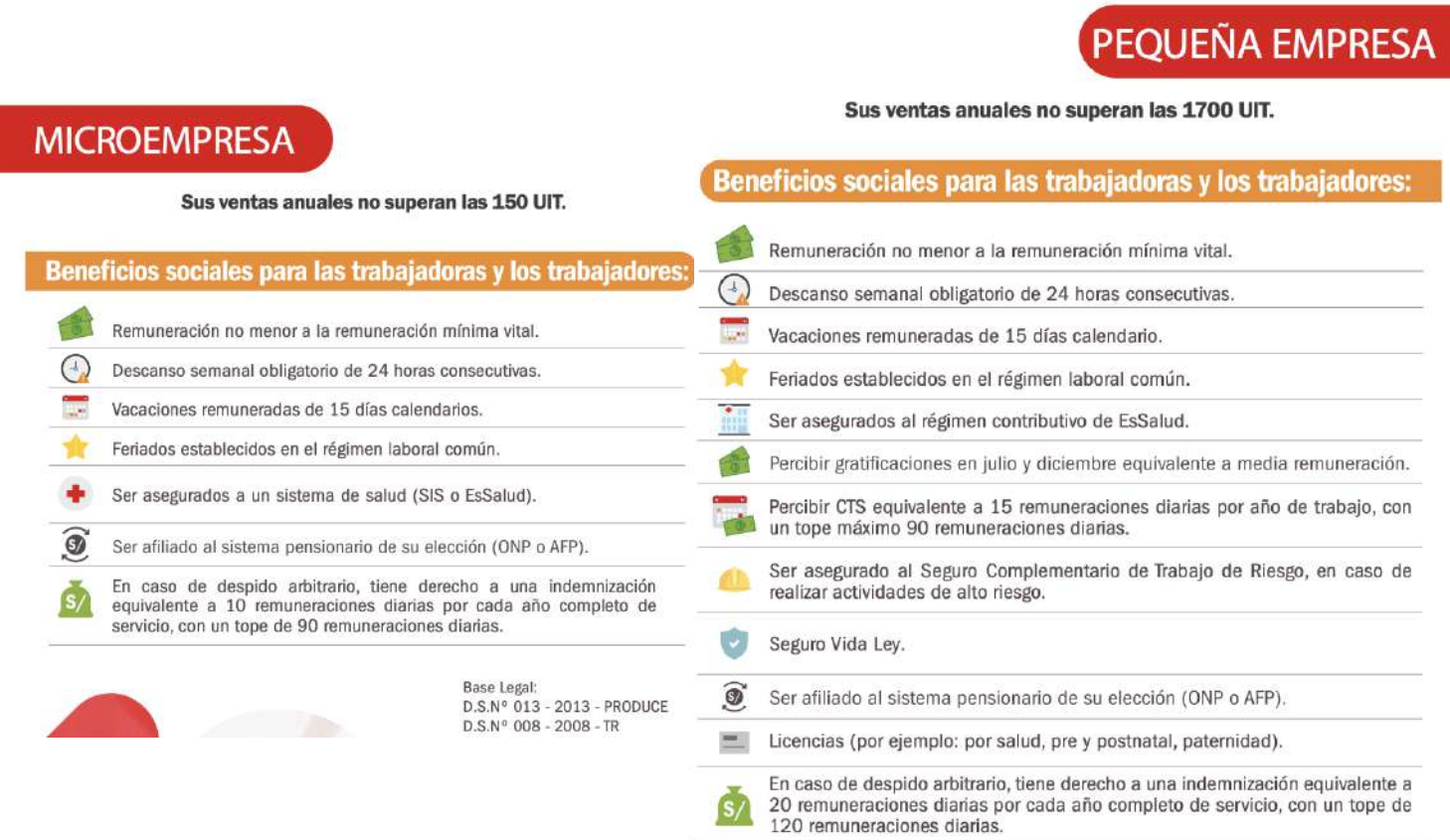


Figura 6 Beneficios de la Ley REMYPE

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Ante ello, la decisión de la presente idea de negocio es acogernos a la Ley Remype, seremos una micro empresa que tendra ventas anuales que no superan las 150 UIT.

1.6. Estructura Orgánica

La estructura orgánica de una empresa es llevada a cabo mediante funciones, además de ello los demás departamentos son agrupados bajo homogeneidad.

Barra Brava, será estructurada bajo dos departamentos específicos, departamento de compras y venta y departamento de operaciones; así mismo estará conformada inicialmente con el personal mínimo requerido por fines de inversión inicial.



Figura 7 Organigrama de Empresa Barra Brava SAC

Fuente: Elaboración propia

Nota 1: El administrador realizará las funciones de encargado del departamento de compras y ventas, departamento de operaciones, supervisando la evolución del personal, esto con fines de inicio de operaciones y reducción de inversión; y dentro de sus funciones realizará el cobro en caja de los consumos del día.

Nota 2: El cargo de contador corresponde a un consultor externo.

Cargo: Administrador

Funciones:

- Supervisar las funciones del personal, maestro cevichero, azafata, lavaplatos y seguridad.
- Gestionar el pago oportuno a proveedores y personal.
- Proponer ideas de publicidad para el negocio.
- Capacitar al personal a su cargo.
- Proponer mejoras en atención al cliente y cocina.
- Evaluar y contratar a nuevo personal.

Responsabilidades:

- Cumplir con las metas que espera la empresa.
- Mantener un buen clima laboral.
- Custodiar las llaves de ingreso.

Cargo: Maestro Cevichero

Funciones:

- Preparar los platos según el requerimiento del público.
- Optimizar el uso de ingredientes en los platos.
- Proponer ideas de nuevos platos.
- Asegurarse que el área este limpia.

Responsabilidades:

- Cerrar las llaves de gas.
- Cerrar las llaves de agua.
- Uso pertinente del uniforme.

Cargo: Ayudante de cocina

Funciones:

- Ayudar a preparar los platos de acuerdo al pedido del público.
- Limpiar el área de cocina.
- Coordinar con el área de almacén los insumos del día.

Responsabilidades:

- Uso pertinente del uniforme.

Cargo: Azafata

Funciones:

- Preparar el salón para la atención al cliente.
- Optimizar el uso de útiles a su cargo.
- Recepcionar opiniones de los clientes y hacer un informe.

- Atender de forma cordial al cliente, desde su llegada hasta el retiro del mismo.

Responsabilidades:

- Ingreso puntual al restaurant.
- Custodia de utensilios del salón, platos, cubierto, servilleteros entre otros.

Cargo: Asesor externo – Contador:

Funciones:

- Asesorar a la empresa en las declaraciones y cálculos de planilla

1.7. Cuadro de asignación de personal.

El CAP (Cuadro de Asignacion de Personal) es un documento que contiene los cargos definidos, funciones, responsabilidades, así como el pago de remuneraciones, esta elaborado según la estructura organica de la empresa. Barra Brava SAC ha considerado para el inicio de operaciones, a cuatro trabajadores, constituidas por una Gerencia General, con un integrante que a su vez cumple el rol administrativo y logístico, un departamento de operaciones con dos integrantes los cuales son un maestro cevichero y un ayudante de cocina y un departamento de atención al cliente compuesto por una azafata.

Tabla 3 Asignación de Personal

Unidad Organica	Nº de Trabajadores	Cargo desempeño
Area de Administración	1	Administrador
Area de Operaciones	2	Cocinero y ayudante de cocina
Area de Atención al cliente	1	Azafata
Asesor externo contable	1	Contador

Fuente: Elaboración Propia

1.8. Forma Jurídica Empresarial

En el Perú, según PROINVERSIÓN tenemos cuatro formas societarias jurídicas; las cuales se detallan a continuación:

1.8.1 Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada

Este tipo de sociedad cuenta entre 2 a 20 participacionistas, cuenta con junta general de socios y gerencia, su duración es indeterminada, además la transferencia de participaciones se formaliza mediante escritura pública.

1.8.2 Sociedad Anónima Abierta

El capital de este tipo de sociedad corresponde a 175 o más accionistas, cuenta con junta general de accionistas, directorio y gerencia, su duración es determinada o indeterminada y la transferencia debe ser anotada en el Libro Matrícula de Acciones de la Sociedad.

1.8.3 Sociedad Anónima Cerrada

Esta sociedad cuenta con 2 a 20 accionistas, cuenta con junta general de accionistas, directorio (opcional) y gerencia, su duración es determinada o indeterminada y la transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matricula de Acciones de la Sociedad.

1.8.4 Sociedad Anónima

Esta sociedad cuenta con 2 accionistas como mínimo y no tiene número máximo, entre los órganos que la conforman esta la junta general de accionistas, directorio y gerencia, su duración es determinada o indeterminada y la transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Es así como se decidió la forma jurídica empresarial para la presente idea de negocio, SOCIEDAD ANONIMA CERRADA (SAC), contando con dos socios; además de ello, tendrá un capital social inicial de S/ 63,928.91 soles, la forma societaria estará compuesta por 63,929 acciones, el socio mayoritario tendrá 63000 acciones y el socio minoritario 929 acciones, este capital social estará compuesto por bienes muebles y dinero en efectivo para el funcionamiento del negocio.

1.9. Registro de Marca y procedimiento en INDECOPI

Para brindar un respaldo y seguridad jurídica de la marca BARRA BRAVA SAC, se detalla a continuación los pasos para el registro de marca en INDECOPI; dicho procedimiento inicia de la siguiente manera:

1. Elegir la marca que se busca registrar
2. Definir el servicio que se ofrecerá
3. Realizar la búsqueda de antecedentes
4. Llenar la solicitud de registro de marca
5. Pagar la tasa impuesta y presentarla para su evaluación

El trámite del registro de marca inicia con la presentación de la solicitud que puede encontrarse en el portal de INDECOPI, el cual debe llenarse con los requisitos establecidos, datos de identificación del solicitante, la marca que se pretende registrar, la indicación clara del servicio que se brinda y el pago de tasa establecido, en caso de no cumplirse se otorga 60 días hábiles para subsanar las observaciones.

Caso contrario se procede a archivar; posterior a ello inicia el examen formal donde la entidad INDECOPI verificará los requisitos presentados, en caso los requisitos estén completos se realizará una publicación automática y gratuita en la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial, en el plazo de 30 días hábiles se podrá presentar alguna oposición fundamentada y siendo este el caso se remite a la Comisión de Signos Distintivos para que brinde una resolución.

En caso no exista oposición, INDECOPI procesará con el examen de registrabilidad de la marca, de otorgarse la marca se culmina con el Certificado correspondiente.



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:	Provincia: Departamento:
Referencias de domicilio:	
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 Tel: 224 7800
E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

Figura 8 Formato para registro de marca

Fuente: INDECOPI

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 <u>copia fiel del mismo logotipo</u> al correo: logos-dsd@indecopi.gob.pe (formato sugerido: JPG o TIFF, a 300 dpi y bordes entre 1 a 3 pixeles) 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 adjunta)</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>Clase</th> <th>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> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </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

Firma (conforme aparece en su documento de identidad)	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.</p>
<p>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.</p>
<p>Si la solicitud contiene todos los requisitos, la Dirección emitirá la correspondiente orden de publicación.</p>
<p>PLAZO DEL PROCEDIMIENTO: 180 días hábiles contados desde el día siguiente de la presentación de la solicitud de registro.</p>
<p>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.</p>

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 Tel: 224 7800
E-mail: asesoriavirtualdsd@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

F-MAR-03/03

Figura 9 Solicitud de Registro de Marca

Fuente: INDECOPI

SOLICITUD DE BÚSQUEDA DE ANTECEDENTES (Servicio Opcional)

SOLICITANTE:

Nombre y Apellidos / Razón Social <small>(Nombre de la persona natural o jurídica a la que se emitirá la Bolleta de Venta o Factura. Por favor, llene con letra clara y legible)</small>		N° DNI / N° RUC / N° C.E.	
Teléfono:		Correo electrónico para comunicaciones:	
1. Búsqueda figurativa	2. Búsqueda fonética	3. Búsqueda por otros	
1. Búsqueda figurativa (adjunte un ejemplar del logotipo, describalo y señale la clase con letra clara y legible)			
Descripción de la figura:			Clase
Pegar logotipo:			
2. Búsqueda fonética (Señale la denominación y la clase con letra clara y legible)			
			Clase
3. Búsqueda por otros			
Titular <input type="checkbox"/>	Denunciante <input type="checkbox"/>	Denunciado <input type="checkbox"/>	Sancionado <input type="checkbox"/>
<small>(Nombre del titular/ denunciante denunciado/ sancionado)</small>			

Importante:

1. El resultado o reporte de la búsqueda de antecedentes no es definitiva para el registro del signo, dado que la Dirección de Signos Distintivos efectuará el examen correspondiente, una vez presentada la solicitud de registro.
2. El resultado o reporte de la búsqueda de antecedentes fonéticos en una sola clase, solicitado de forma presencial será entregado aproximadamente en 30 minutos.
3. El resultado o reporte de la búsqueda de antecedentes fonéticos en más de una clase, por titular, denunciante y denunciado será comunicado a la dirección de correo electrónico en el plazo de un día (1) hábil contado a partir del día siguiente de presentada la solicitud.
4. El resultado o reporte de la búsqueda de antecedentes figurativos será comunicado a la dirección de correo electrónico dentro el plazo de tres (3) y diez (10) días hábiles contado a partir del día siguiente de presentada la solicitud, según el número de clases solicitadas.
5. El resultado o reporte de la búsqueda de antecedentes será comunicado a la dirección de correo electrónico indicada en este formato por el usuario (a), entendiéndose válidamente entregado cuando el **USUARIO** remita la comunicación, siendo responsabilidad del usuario (a) asegurar la disponibilidad y correcto funcionamiento de su dirección electrónica.
6. En caso el usuario (a) no haya indicado la dirección de correo electrónico, el plazo máximo para recoger el resultado o reporte es de 30 días calendario. Concluido el plazo, la información será destruida y no habrá lugar a reclamo.
7. Estimado usuario (a), le informamos que el **USUARIO** ha puesto a su disposición, la herramienta digital **Busca Tu Marca**, a través de la cual puede realizar gratuitamente búsqueda de antecedentes fonéticos, por denominación, por titular, por denunciado y denunciante. Puede acceder a través del siguiente [link: https://enlinea.indecopi.gob.pe/buscatumarca/#/inicio](https://enlinea.indecopi.gob.pe/buscatumarca/#/inicio)

Figura 10 Búsqueda de antecedentes

Fuente: INDECOPI

1.10. Requisitos y Trámites Municipales

Conforme a la ubicación de la barra cevichera Barra Brava, los trámites y autorizaciones municipales, corresponde a la jurisdicción de la Municipalidad de Ate, según la Ley N°28976 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, Ordenanza N° 159-MDA, toda actividad, económica, comercial, industrial y/o servicio requiere obligatoriamente de una licencia de funcionamiento para su operatividad.

Ante ello, se distinguen dos tipos de licencia de funcionamiento, las licencias con vigencia indeterminada, establecido en el Art. 11 de la Ley N°28976 y las licencias temporales, en este caso no será necesario la comunicación de cese de la actividad comercial.

En la Municipalidad de Ate se divide tres grupos económicos, y de acuerdo a ello la obtención de la licencia de funcionamiento; en el caso de Barra Brava, esta ubicada dentro del grupo 1, debido a que el área que ocupará no será mayor a los 100m².

Para solicitar la Licencia de Funcionamiento Municipal, se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Presentar una solicitud de Licencia de funcionamiento, con carácter de declaración jurada. Esta solicitud deberá contener el N° Ruc y DNI del solicitante, ya sea persona natural o jurídica, además deberá adjuntar la copia simple del DNI.

- Vigencia de poder del representante legal en caso de personas jurídicas y para personas naturales carta poder legalizada.
- Declaración jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad de Defensa Civil.

Las licencias de funcionamiento cuentan con dos horarios otorgados, el Horario General o el Horario Extraordinario, siendo el que nosotros solicitamos como empresa del rubro alimenticio, el horario general comprendido entre las 6:00 am hasta las 23:00 horas.

Seguidamente de la obtención de la Licencia Municipal de funcionamiento, se deberá solicitar la licencia de Defensa Civil, los requisitos para la obtención son los siguientes:

- Solicitud de Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones (ITSE)
- Presentar una Declaración Jurada de Observancia de las condiciones de seguridad, además de la Licencia de Funcionamiento de establecimiento menor a 100m².
- Presentar Plan de Seguridad.

Finalmente, en el marco del Estado de Emergencia que esta enfrentando nuestro país, el Ministerio de Producción ha adoptado medidas a seguir contra la lucha de la COVID -19, por ello se requiere la presentación de un Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo, el cual se le enviará mediante el correo electronico empresa@minsa.gob.pe y con la recepción del correo, se permite el funcionamiento de la lucha contra la COVID-19



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE ATE
SUB GERENCIA DE DEFENSA CIVIL

DECLARACION JURADA DE OBSERVANCIA DE CONDICIONES DE SEGURIDAD
(LEY N° 28976) - (LEY N° 29664 - SINAGERD) (DECRETO SUPREMO N° 058-2014-PCM)

RAZON SOCIAL/PERSONA NATURAL:

UBICACIÓN :

El propietario y/o conductor del local o establecimiento declara bajo juramento lo siguiente:	SI	NO CORRESPONDE
---	----	----------------

1.0 ARQUITECTURA		
1.1	El ingreso y/o salida del local o establecimiento presenta un ancho libre mínimo de 0.90 m, la puerta no abre directamente sobre un desnivel ni invade la vía pública y las vías o rutas de evacuación se encuentran libres de obstáculos y objetos que puedan caer (Estantes, anaqueles, espejos, mamparas de vidrio, elementos decorativos u otros)	
2.0 ESTRUCTURAS		
2.1	El local o establecimiento no presenta deterioro en sus elementos estructurales (techos, vigas, columnas y paredes)	
2.2	Si hubiera falso techo, este debe estar fijo o asegurado y no ser de material combustible (Tecnopor, plásticos y/o cartón)	
2.3	El local o establecimiento no presenta humedad en sus techos, paredes, pisos ni fuga de agua en sus instalaciones sanitarias.	
3.0 INSTALACIONES ELECTRICAS		
3.1	El tablero eléctrico es de material no combustible (metal o resina), tiene interruptores termomagnéticos identificados y no utiliza llaves tipo cuchilla	
3.2	El tablero eléctrico tiene interruptores diferenciales (para instalaciones nuevas a partir del 1 de julio del 2006).	
3.3	No se utiliza cable mellizo en instalaciones permanentes de alumbrado y/o tomacorriente. El Cableado eléctrico se encuentran protegido mediante canaletas o tubos de PVC y las cajas de paso tienen tapa.	
3.4	Si el local o establecimiento cuenta con equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares) los enchufes deben tener tres espigas y los tomacorrientes deben contar con conexión al sistema de puesta a tierra. Los tomacorrientes se encuentran en buen estado y no se utiliza adaptadores múltiples. Si hubiera equipos y/o artefactos eléctricos (hornos microondas, congeladoras, exhibidores y similares), estos deben contar con sistema de puesta a tierra y con protocolo de medición de la resistencia menor a 25 ohmios.	
3.5	Los equipos de alumbrado (focos, fluorescentes, lámparas, etc.) no presentan cables ni empalmes expuestos. Si cuentan con luces de emergencia (para locales o establecimientos que funcionan en horario nocturno), éstas se encuentran en buen estado y operativas.	
3.6	Los anuncios publicitarios con energía eléctrica no utilizan cables mellizos, tienen cableado adecuado y cuentan con conexión al sistema de puesta a tierra.	
4.0 SEGURIDAD Y PROTECCION CONTRA INCENDIOS		
4.1	El Local o establecimiento cuenta con señales de seguridad (direccionales de salida, salida, zona segura en caso de sismo, riesgo eléctrico y extintores).	
4.2	El local o establecimiento cuenta como mínimo un extintor de polvo químico seco de 6 kg. o al menos un extintor por cada 50 metros de área. Los extintores se encuentran en buen estado y operativos con carga vigente.	
4.3	Los objetos, materiales y/o productos están almacenados de forma adecuada y segura (Evitando que se caigan) y sin obstruir las vías o rutas de evacuación.	
4.4	Las instalaciones de gas (GLP) que utilizan balones mayores a 25 kg., tienen tuberías de cobre y están alejados de interruptores y tomacorrientes. Los balones se ubican en lugares ventilados y alejados de cualquier fuente de calor.	
4.5	Las campanas, filtros y ductos de extracción de humo (chimeneas) se encuentran libres de grasa y en buen estado de conservación y mantenimiento.	

PROPIETARIO: () REPRESENTANTE LEGAL: () CONDUCTOR/ADMINISTRADOR: ()
NOMBRES Y APELLIDOS:

Firma : _____

DNI N° _____

Fecha: _____

Figura 11 Declaración jurada de condiciones de seguridad

Fuente: Municipalidad Distrital de Ate

1.11. Régimen Tributario procedimiento desde la obtención del RUC y Modalidades

En nuestro país desde el año 2017, existen cuatro regímenes tributarios los cuales son:

	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual - Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/ 70,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	S/ 126,000.00 Con excepción de los predios y vehículos	Sin límite	Sin límite
Trabajadores	Sin límite	10 por turno	Sin límite	Sin límite

Figura 12 Regímenes Tributario

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

Detallando cada uno de ellos, obtenemos la siguiente información:

- **Nuevo Regimen Único Simplificado (NRUS)**

Aquí se encuentran las personas que tienen un pequeño negocio, en este regimen no llevan registro contable, solo se efectua un pago único mensual de acuerdo a la categoria que tiene.

Categoría 1: Tope de compras o ingresos hasta 5000 soles, pagan 20 soles.

Categoría 2: Las personas que no superen los 8000 soles, pagan 50 soles.
En este regimen solo se puede emitir boletas de venta, no facturas.

- **Regimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)**

Aquí se encuentran las personas con negocio y personas juridicas que obtengan rentas que provienen del comercio y/o industria; las ventajas que ofrece este regimen tributario:

- Solo lleva dos registros contables (Registro de Compras y Registro de Ventas)
- Presenta declaraciones mensuales
- No esta obligado a presentar declaraciones anuales.
- El limite de los ingresos anuales no deben superar los S/ 525,000, caso contrario se deberá cambiar de regimen.

- El pago del Impuesto a la Renta mensual es del 1.5% de los ingresos netos mensuales.
- Impuesto general a la ventas (IGV) mensual: 18%

- **Regimen MYPE Tributario (RMT)**

Este régimen está diseñado exclusivamente para las Micro y Pequeñas empresas, con el objetivo de promover su crecimiento y brindarles condiciones simples para cumplir con las obligaciones **tributarias**.

Como requisito para pertenecer a este régimen, los ingresos no deben superar los 1700 UIT en el ejercicio.

Entre las ventajas tenemos:

- Montos a pagar de acuerdo a la ganancia obtenida
- Tasas reducidas
- Posibilidad de suspender los pagos a cuenta
- Emitir todos los tipos de comprobantes autorizados por SUNAT
- Llevar solo registro de ventas, registro de compras y libro diario de formato simplificado.

Régimen MYPE Tributario							
¿Cuánto pagar?	Pago a cuenta del Impuesto a la Renta:						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Monto Ingresos Netos</th> <th>Tasa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menor a 300 UIT</td> <td>1% de los Ingresos Netos</td> </tr> <tr> <td>A partir del mes que supere las 300 UIT</td> <td>1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)</td> </tr> </tbody> </table>	Monto Ingresos Netos	Tasa	Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos	A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)
	Monto Ingresos Netos	Tasa					
Menor a 300 UIT	1% de los Ingresos Netos						
A partir del mes que supere las 300 UIT	1.5 % de los Ingresos Netos o Coeficiente (*)						
(*) Calculado de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 85 de la Ley del Impuesto a la Renta.							
	Impuesto General a las Ventas (IGV) mensual: 18% de sus ventas realizadas						
¿Cuándo declarar y pagar?	De acuerdo al cronograma de obligaciones mensuales						
¿Se presenta una declaración anual?	Si, con la cual se paga una regularización del impuesto equivalente a:						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tramo de Ganancia</th> <th>Tasa sobre la utilidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hasta 15 UIT</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Más de 15 UIT</td> <td>29.5 %</td> </tr> </tbody> </table>	Tramo de Ganancia	Tasa sobre la utilidad	Hasta 15 UIT	10%	Más de 15 UIT	29.5 %
	Tramo de Ganancia	Tasa sobre la utilidad					
Hasta 15 UIT	10%						
Más de 15 UIT	29.5 %						
Si los activos superan el S/. 1 000,000 se debe declarar el Impuesto Temporal a los Activos Netos (ITAN) Tasa: 0.4%							

Figura 13 Regimen MYPE Tributario

Fuente: Extraido de la pagina web de SUNAT

- **Regimen General (RG)**

En este regimen tributario se encuentran las personas con negocio y personas juridicas que desarrollan actividades que constituyen negocios como la explotación agropecuaria, forestal, pesquera u otros recursos naturales, ademas de la prestación de servicios comerciales, financieros, industriales y de transporte.

Entre las ventajas encontradas en este regimen:

- Puede desarrollar cualquier actividad sin limite de ingresos
- Puede emitir todo tipo de comprobantes de pago.

- En caso se tengan pérdidas económicas en un año, se pueden descontar de las utilidades de los años posteriores, pudiendo llegar al caso de no pagar Impuesto a la Renta de Regularización.

Para efector tributarios, Barra Brava, estará acogida al Regimen Mype tributario, debido a las condiciones establecidas y a las proyecciones de ingresos de acuerdo a la actividad, en el año.

1.12. Registro de Planillas Electrónica (PLAME)

El registro de Planillas Electronicas es el documento electronico desarrollado por la SUNAT, en la cual se registra la información de los empleadores, trabajadores, pensionistas, prestadores de servicios, personal en formación modalidad formativa laboral, entre otros.

A partir del año 2011, la planilla electronica tiene dos componentes que son el Registro de Información Laboral (T-Registro) y la Planilla Mensual de Pagos (PLAME).

En el Registro de Información laboral, se describe la información laboral de todas las personas involucradas en la empresa, este registro se realizará mediante la Clave SOL, opción MI RUC y otros registros y la Planilla Mensual de Pagos alberga información laboral, de seguridad social y otros datos sobre el tipo de ingresos de los sujetos registrados, trabajadores y derechohabientes, el metodo de acceso es a traves del programa que se

encuentra en www.sunat.gob.pe , se elabora y general el archivo y seguidamente se envia a SUNAT operaciones en Linea.

The screenshot displays the 'PDT Planilla Electrónica - PLAME' interface. The breadcrumb trail is 'Declaraciones Juradas >> Nueva declaración >> Detalle de Declaración >> Trabajadores'. The RUC is 20514002089 for 'INVERSIONES Y NEGOCIACIONES DEL PRADO E.I.R.L.'. The interface includes a sidebar with 'Empleador', 'Declaraciones Juradas', and 'Reportes'. The main content area has tabs for 'Trabajadores', 'Pensionista', 'Personal en For...', 'Personal Tercer...', and 'PS 4ta Categoría'. A search filter is set to 'Nombre'. The table below lists employee data with columns for document type, name, days, income, discounts, contributions, net pay, and status.

Tip. Doc. - Num. Doc.	Apellidos y Nombres	Dias Lab.	Ingresos	Descuentos	Aporte Trab.	Neto a Pagar	Aporte Empl.	Editar detalle	Est
01-17857964	RODRIGUEZ LUNA	31	825.00	0.00	106.34	718.66	74.25		
01-32838567	RODRIGUEZ PEREZ	31	825.00	0.00	111.55	713.45	74.25		
01-44110714	ROJAS GALINDO JC	31	825.00	0.00	107.25	717.75	74.25		
01-70192030	RUIZ DE LA CRUZ J	31	750.00	0.00	97.50	652.50	87.50		
01-08071371	SALCEDO CAMACH	31	825.00	0.00	111.55	713.45	74.25		
01-46144225	SALDAÑA LAURA A	31	750.00	0.00	97.50	652.50	87.50		
01-46549641	SALDAÑA MENDO J	31	825.00	0.00	107.25	717.75	74.25		
01-40660544	SANCHEZ TASILLA	31	1,500.00	0.00	195.00	1,305.00	135.00		

Figura 14 Registro PLAME

Fuente: Extraido de la pagina web de SUNAT

CONCEPTOS	
·	Información establecida en la R.M N.º 121-2011-TR o norma que la sustituya o modifique.
·	Retenciones del Impuesto a la Renta de quinta categoría.
·	Retenciones del Impuesto a la Renta de cuarta categoría
·	Impuesto extraordinario de Solidaridad respecto de las remuneraciones correspondientes a los trabajadores, en los casos que exista convenio de estabilidad
·	Contribuciones al Essalud, respecto de las remuneraciones o los ingresos que correspondan a los trabajadores independientes que sean incorporados por mandato de una ley especial a ESSALUD como asegurados regulares
·	Contribuciones a ESSALUD por concepto de pensiones
·	Contribuciones a ONP bajo el régimen del Decreto Ley N° 19990
·	Prima por el concepto de “+ Vida Seguro de Accidentes”
·	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo contratado con el ESSALUD para dar cobertura a los afiliados regulares del ESSALUD.
·	COSAP, creada por el artículo 4° de la Ley N° 28046
·	Registro de Pensionistas del Régimen del Decreto Ley N° 20530, a los que hace referencia en el artículo 11 de la Ley N° 28046
·	Prima por el concepto “Asegura tu pensión”, respecto de los afiliados obligatorios al Sistema Nacional de Pensiones que contraten el mencionado seguro
·	Retenciones del aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico cuyas actividades se encuentren comprendidas en los Decretos supremos N°s 029-89-TR y el Decreto Supremo N° 164-2001-EF y sus normas modificatorias, al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N° 29741.
·	Cuotas de fraccionamiento de los aporte del trabajador minero, metalúrgico y siderúrgico al Fondo Complementario de Jubilación Minera, Metalúrgica y Siderúrgica, otorgado por la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento de la Ley N° 29741, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2012-TR

Figura 15 Conceptos por declarar en el Registro PLAME

Fuente: Extraída de la página Web de SUNAT

Así mismo, el registro de información laboral (T-Registro), comprende el registro de la información laboral de los empleadores, trabajadores, prestadores de servicios, derechohabientes; este es el primer componente de la Planilla Electronica.

Así mismo se considera los días y horas trabajados, sobretiempos; por ello el PLAME se elabora obligatoriamente a partir de la información consignada en el T-REGISTRO.

1.13. Régimen Laboral Especial y General Laboral.

En el Perú, existen dos tipos de Regimenes Laborales; el Regimen Laboral Especial y el Regimen General Laboral, según la Agencia de Promoción de la Inversión Privada (PROINVERSIÓN), la legislación peruana establece derechos y beneficios comunes para los empleados del sector privado, sin embargo existen diversos componentes que los reclasifican, según la industria, la ocupación o actividad o el número de empleados de la empresa.

El regimen Laboral Especial, establece los siguientes beneficios para sus trabajadores:

- Una remuneración Mínima Vital (RMV)
- Afiliación al Seguro Integral de EsSalud o SIS
- Jornada de Trabajo de 8 horas
- Descanso semanal de un día
- Descanso vacacional de 15 días a partir del año de servicio

- Descanso en feriados
- Si el trabajador es depedido sin causa justificada deberá recibir una indemnización equivalente a 10 remuneraciones diarias por un año trabajado, siendo el maximo de 90 remuneraciones.

Por otro lado, el regimen laboral general los trabajadores son contratados bajo los siguientes derechos:

- El empleador paga el 9% de la remuneración del trabajador a EsSalud
- Trabajador cuenta con un deposito por CTS equivalente a un sueldo por año
- El trabajador cuenta con una gratificación en los meses de julio y diciembre
- El trabajador cuenta con una asignación familiar del 10% en caso tenga hijos menores a 18 años
- Cuenta ademas con vacaciones de 30 días al año
- En caso de ser despedido sin causa justificada, recibira una indemnización, calculada al 1.5 remuneraciones por cada año trabajado, con un tope de doce remuneraciones.

1.14. Modalidades de Contratos Laborales.

En el Perú existen tres tipos de contratación laboral, las cuales detallamos a continuación:

Contratos a Plazo fijo o determinado:

Este tipo de contratos se da mediante un acuerdo entre el trabajador y empleador, este documento no puede superar los cinco años de vigencia, ya que de suceder esto el contrato cambiaría a Plazo Indeterminado.

Este tipo de contratos se subdividen en tres:

- **Temporal:** Cuando se firma el contrato por una necesidad de mercado, como por ejemplo por campañas ocasionales durante el año.
- **Ocasional:** Este tipo de contratos surgen de las necesidades imprevistas como suplencia, reemplazo por vacaciones, descanso pre o post natal o alguna emergencia.
- **Accidental:** Este contrato se utiliza para actividades permanentes pero discontinuas que se dan en determinado tiempo.

Contratos a Plazo Indeterminado:

Este tipo de contratos no cuenta con fecha de termino, siendo la única causal de despido una falta grave contemplada en el contrato contraído. El empleado goza de todos los beneficios laborales, como pago de CTS, asignación familiar, gratificaciones, vacaciones, seguro social, etc.

Contratos a Plazo Parcial:

Este tipo de contrato también es llamado Part- Time, las jornadas laborales no supera las cuatro horas diarias, los trabajadores no gozan de beneficios laborales como CTS, vacaciones, etc, pero si cuenta con gratificaciones legales y derecho al descanso semanal obligatorio y feriados, horas extras, seguro social, pensiones, asignación familiar, utilidades, etc.

Para el caso de Barra Brava S.A.C, se opta por elegir un contrato a plazo fijo, sujeto a modalidad de naturaleza temporal, debido a que no se conoce el comportamiento del mercado y aceptación del producto y servicio brindado.

Modelo de contrato a plazo fijo temporal:

CONTRATO DE TRABAJO

Conste por el presente documento que se suscribe por duplicado con igual tenor y valor, un contrato de trabajo bajo el amparo del Art.4º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobada por el Decreto Supremo N° 003-97-TR y normas complementarias que celebran de una parte **BARRA BRAVA SAC**, con RUC N° representado por su Gerente General doña LIZBETH WENDY CORREA DEL CASTILLO, identificado con DNI N° 45883623 y domiciliado en MZ J. Lot 13 Dpto. 202 Urb Alameda de Ate, Distrito Ate, a quien adelante se le llamará el **EMPLEADOR**, y de otra parte **PEPE EDUARDO SILVA DIAZ**, identificado con DNI N° 45253936 con domicilio en Grupo B Mz I Lote. 10 AAHH Horacio Zevallos Gámez – Ate, quien en adelante se llamará el **TRABAJADOR**, en los términos y condiciones siguientes.

PRIMERO: **EL EMPLEADOR** es una Empresa cuyo objetivo social es Elaboración y Comercialización de productos alimentarios y derivados, platos preparados, precocida, salsas alimenticias y en general, de productos para la alimentación humana, que requiere la asistencia en el Área de Atención al Cliente.

SEGUNDO: Dada la naturaleza de la contratación y en aplicación del art. 65º de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobada por el Decreto Supremo N° 003-97-TR el **EMPLEADOR** contrata los servicios de **EL TRABAJADOR** quien desempeñara el cargo de **Mesero en el Área de Atención al Cliente** en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula anterior.

TERCERO: El presente contrato tiene un plazo de duración de 6 meses, el mismo que registrá a partir del **01 de Enero de 2021**, fecha en que **EL TRABAJADOR** debe empezar sus labores hasta el **01 de Junio de 2021**, fecha en que terminará el contrato.

CUARTO: El trabajador labora dentro del horario de trabajo que establezca **EL EMPLEADOR**, que corresponde:]

- Viernes a Miércoles de 9:00 a.m. a 6:00 p.m. Con 60 minutos de refrigerio la cual no forma parte de la citada jornada.

EL TRABAJADOR estará sujeto al cumplimiento de la jornada y horario de trabajo que disponga **EL EMPLEADOR**, la misma que respetará el límite máximo de 48 horas semanales.

QUINTO: **EL TRABAJADOR** se compromete a desarrollar para el empleador toda su capacidad de trabajo en el desempeño de sus labores, así como cumplir con las normas propias del Centro de Trabajo, las contenidas en las demás normas laborales, y la que se impartan por necesidades del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el Art. 9 de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral aprobado por el D.S. N°003-97-TUO del D. Leg. N 728.

SEXTO: En contraprestación a los servicios **EL EMPLEADOR** abonará al **TRABAJADOR** una remuneración mensual **S/ 930.00 (Novecientos treinta y 00/100 Soles)**, de la cual se deducirá las aportaciones y descuentos por tributos establecidos en la ley que resulten aplicables.

SETIMO: Queda entendido que **EL EMPLEADOR** no está obligado a dar aviso adicional referente al termino del presente contrato, operando su extensión en la fecha de su vencimiento conforme la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonará **AL TRABAJADOR** los beneficios sociales que le pudieran corresponder de acuerdo con ley.

OCTAVO: La suspensión de contrato de trabajo por alguna de las causas previstas en el artículo 12° de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral TUO del D. Ley 728, no interrumpirá el plazo de la duración del presente contrato.

NOVENO: Además de las cláusulas de rescisión sin responsabilidad para **EL EMPLEADOR** que señala la Ley de Fomento del Empleo, se consideran faltas graves por parte de **EL TRABAJADOR**, las siguientes:

- Las repetidas desavenencias con sus compañeros de trabajo.
- El hecho de que el trabajador llegue embriagado al trabajo o ingiera bebidas embriagantes en su sitio de trabajo, aun cuando sea la primera vez.
- El hecho de que **EL TRABAJADOR** no siga los procedimientos de manejo de dinero o cobranza de la empresa, así sea la primera vez.

DECIMO: En el desarrollo laboral **EL TRABAJADOR**

- Acatará las ordenes Directivas que **EL EMPLEADOR** emita observando los criterios de razonabilidad, proporcionalidad, claridad, transparencia y buena fe.
- Cumplir el Reglamento Interno de Trabajo, Resumen del Código de Conducta, así como las Normas, Directivas y Reglamentos de Seguridad y Salud en el trabajo que se emitan para un adecuado desarrollo de labores en el centro de trabajo.

DECIMO SEGUNDO: **EL TRABAJADOR** se obliga a prestar sus servicios en el centro de labores ubicado en AV. 15 DE JULIO LTE. 8 ZONA A – PROYECTO ESPECIAL HUAYCAN, o en cualquier otro que le sea designado por EL EMPLEADOR, según sea las necesidades de esta, dentro de la ciudad de Lima.

DECIMO TERCERA: En todo lo no previsto por el contrato, se estará a las disposiciones laborales que regulan los contratos de trabajo sujeto a modalidad, contenidos en el TEXTO UNICO ORDENADO del D. Leg. N° 728 (D.S. N° 003-97-TR, Ley de Productividad y Competitividad Laboral).

Como muestra de conformidad con todas las cláusulas del presente contrato firman ambas partes en la Ciudad de Lima, el 03 de Junio de 2020.

EMPLEADOR
LIZBETH WENDY CORREA DEL CASTILLO
DNI N° 45883623

TRABAJADOR
PEPE EDUARDO SILVA DIAZ
DNI N° 45253936

Figura 16 Contrato de trabajo

Fuente: Elaboración propia

1.15. Contratos Comerciales y Responsabilidad civil de los Accionistas.

Según la forma asociativa elegida para Barra Brava, Sociedad Anónima Cerrada, el capital social está determinado en un 90% - 10%, por lo que cada accionista responderá hasta el porcentaje del capital inicial, teniendo como capital inicial el importe de S/ 63,928.91 soles.

1.15.1 Contratos comerciales

Los contratos comerciales se caracterizan por ser alianzas nacionales o internacionales donde empresas de todos los tamaños generan acuerdos con proveedores que otorgan diferentes soluciones para el negocio, como arriendo de inmuebles, infraestructura, insumos, contratación de servicios de imagen corporativa, hasta el uso de vehículos o franquicias con grandes empresas. (Rentería, 2018)

Acta constitutiva; Es el que le da vida a su empresa y es muy importante saber bajo qué modalidad se constituirá la misma. Depende de la actividad económica preponderante que va a desarrollar, la calidad de los socios,

Contrato de Arrendamiento. Sirve para garantizar los derechos y delimitar las obligaciones como arrendatario, así como para establecer el domicilio legal- fiscal de su empresa.

21CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Descripción del Entorno del Mercado

En la actualidad nuestro país sufre una crisis política, por presunción de corrupción de parte del Presidente de la Republica, que mancha la imagen del gobierno actual, estas investigaciones, inestabilizan la economía de nuestro país, la cual ya se encuentra dañada por el COVID-19.

Además de ello, los emprendedores peruanos tienen mucho más temor de arriesgar en nuevos negocios, por la inestabilidad política actual, en unos meses debemos enfrentar una nueva elección presidencial, esto adicionalmente a la emergencia sanitaria mundial, es un factor que frena la inversión, por consecuencia a la creación de nuevos puestos de trabajo, según el MEF en la proyección multianual del 2021 – 2024, señala que la economía se contraerá en 12% durante este año 2020, debido al fuerte deterioro de la economía nacional, sin embargo desde mediados del mes de Mayo, el gobierno peruano implemento las fases de reanudación de los sectores económicos, lo cual ha favorecido a la recuperación económica actual.

Así mismo se estima que en el periodo proyectado del 2021 – 2024 el crecimiento promedio será de 4.5%, por lo que se prevé que para el año 2022 el Perú sería uno de los países que recobraría el PBI obtenido pre - COVID-19, debido a que un 7.8% sería el incremento de la inversión privada.

Por otro lado, hoy en día nuestra economía esta muy afectada por la propagación del nuevo COVID-19, muchas familias han perdido a integrantes de su núcleo familiar, como también perdieron puestos de trabajo, inclusive sus emprendimientos, siendo el sector más afectado el nivel socioeconómico C con un 38% que no percibe ingresos y en un 53% el nivel socioeconómico del D, es en estos niveles que se observan dos figuras que corresponde a personas desempleadas o aquellos que continúan empleados pero sus ingresos se han visto reducidos considerablemente, estos datos según un estudio realizado por IPSOS APOYO.



Figura 17 Detalle del Plan Económico frente a la COVID-19

Referente a los avances tecnológicos, los estudios científicos, no se han detenido; por el contrario durante este periodo se han desarrollado muchos proyectos en base a este punto clave, porque hoy en día, casi nadie puede vivir sin tecnología, es una herramienta indispensable para hacer negocios,

justamente en este segmento es que se viene trabajando arduamente y se han visto expuestas muchas necesidades que pueden ser cubiertas mediante un buen soporte tecnológico.

En la actualidad para hacer negocios, reuniones de trabajo, entrevistas laborales, se usa herramientas tecnológicas como la plataforma de Zoom, Microsoft Teams, entre otras.

En cuanto al estudio ecológico, Barra Brava trabajará bajo un formato eco-eficiente, implementaremos en los procesos, una manera mas eficiente de realizar nuestras operaciones, desde el tratamiento de desechos solidos, hasta el uso responsable del agua; en la actualidad los habitantes peruanos han tomado mucha mas consciencia respecto al medio ambiente, es mas frecuente ver a los consumidores preferir materiales biodegradables y eco sostenibles, los cuales permiten satisfacer sus necesidades sin poner en riesgo a las generaciones futuras.

Por ello, nuestra gestión dentro del establecimiento, de los residuos tanto solidos como líquidos, tendrán un claro procedimiento establecido, así mismo respetaremos siendo un restaurante de comida marina, las vedas impuestas por el Ministerio de Producción; promoveremos el uso de pescado de temporada.

Finalmente el aspecto legal actualmente no presenta cambios en las normas, sin embargo hoy existe mucho mas énfasis en la aplicación de la norma sanitaria conforme al artículo 6º del Reglamento sobre Vigilancia y Control

Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado mediante Decreto Supremo N°007-98-SA.

Acorde a lo dispuesto por esta norma, Barra Brava, tendrá un protocolo de bioseguridad que garantice a nuestros clientes, la correcta manipulación de los alimentos al momento de preparar sus platos, referente al local se tendrá en la entrada alcohol en gel, pediluvio, se tomará la temperatura, se desinfectarán las mesas antes y después del uso de las mesas, entre otras medidas sugeridas por PRODUCE para la operatividad.

Con respecto a nuestros principales proveedores se encuentran:

Alianzas con proveedores de pescados y mariscos.

Abastecimiento de abarrotes, con empresas como Alicorp, Gloria, etc.

Compra de verduras en el Gran Mercado Mayorista de Lima – Santa Anita.

Proveedor de menaje para restaurant – Corporación Ishikawa y Corporación Inka

Compra de insumos de limpieza y desinfección en tiendas Makro.

Así mismo nuestros compradores corresponde a un segmento diferenciado y detallado a continuación:

Hombres y mujeres mayores de 18 años, enfocado en los sectores B, C y D, cuya preferencia sea la comida rápida pero saludable, a un precio accesible en un establecimiento que brinde las condiciones de salubridad e inocuidad alimentaria, ubicados en Lima Este, en la Zona del Proyecto Especial

Huaycan, en dicho proyecto habitan aproximadamente 197 000 personas, en un espacio geográfico de 24.7 km².

La zona elegida para establecer la barra cevichera, corresponde a una zona de alto tránsito, el cual es justo el objetivo planteado para cubrir la demanda, nuestro público objetivo y el formato establecido para la presente idea de negocio esta basada en el ciudadano de paso, el que no cuenta con mucho tiempo para almorzar, pero busca un lugar adecuado, con precio accesible y comida consistente. Así mismo en la zona hay sol casi todo el año, ello ayuda en la toma de decisión final.

Dentro de nuestro mercado sustituto en la zona, podemos encontrar todos los rubros gastronómicos; pollerías, comida marina, comida oriental, pizzas, pastas, comida criolla, comida amazónica, etc.

Por otro lado, al plantear esta idea de negocio, buscamos brindar al cliente un estándar de restaurant formal, el cual contará con una instalación adecuada, moderna, limpia y ordenada; si bien es cierto en la zona de Huaycan, existe muchas carretillas de comida callejera, como ceviches, estos son más económicos, pero se encuentran en la vía pública, sin las condiciones mínimas necesarias de higiene y sin la conservación adecuada de los alimentos.

Finalmente entre el comportamiento de compra observado y puesto en evidencia en la encuesta realizada entre los habitantes de esa zona este de Lima, se dio a conocer, que buscan un espacio físico, que les de la seguridad que los insumos empleados cuentan con la conservación y preservación de

la calidad del mismo, además de brindarles la opción de comprar a través de diversas tarjetas como debito, crédito o Provis (tarjeta de alimentos); esto con el objeto de brindarle mas de una solución de pago para que disfrute libremente de su platillo favorito.

2.2. Ámbito de acción del negocio

Barra Brava, es una empresa enfocada en satisfacer las necesidades básicas o fisiológicas, como es la alimentación y mantenimiento de la salud, además de satisfacer la necesidad de seguridad, ya que dentro de las instalaciones del local el comensal se sentirá protegido y seguro al disfrutar su platillo preferido en un local que cumpla con los estandares mínimos requeridos para el expendio de comida, según la Pirámide de Maslow, al satisfacer estas, se irán satisfaciendo las siguientes necesidades y deseos.

Con respecto al negocio de barra cevichera se ha realizado un Análisis FODA, se presenta en el siguiente cuadro.

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS</p> <p style="text-align: center;">FODA</p>	<p style="text-align: center;">Principales Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamiento en redes sociales como el referente en barra cevichera en Lima Este. 2. Atender la capacidad insatisfecha, por la gran cantidad de negocios gastronómicos cerrados en la zona. 3. Aprovechar el boom gastronómico. 	<p style="text-align: center;">Principales Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingreso de nuevos competidores 2. Rebrote del nuevo COVID-19. 3. Recesión económica
<p style="text-align: center;">Principales Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Precios competitivos 2. Ubicación estratégica 3. Rapidez en el servicio y buena sazón. 	<p>Realizar campañas publicitarias via facebook e instagram, resaltando la relación precio calidad.</p> <p>Realizar promociones atractivas en horarios de menor afluencia para generar una necesidad en el consumidor, aprovechando la ubicación céntrica y los horarios de atención de otros establecimientos.</p> <p>Ofrecer en la zona una carta variada y un servicio diferenciado (rapidez y buena sazón).</p>	<p>Generar estrategias de marketing, enfocada en resaltar los beneficios de la comida marina en la dieta del consumidor de Lima Este a precios competitivos.</p> <p>Fortalecer el cuidado y protocolo de atención evitando la propagación del COVID-19, utilizando la ubicación para mostrar banners de concientización.</p> <p>Trabajar en una estrategia financiera que permita sostener una crisis; controlando gastos y costos de manera permanente, así como enfocar las ventas en la diferenciación por rapidez y buena sazón, sin perder rentabilidad.</p>

Principales Debilidades		
1. Falta de experiencia en el rubro.	Posicionarse en redes sociales como una nueva alternativa en el mercado de Lima Este.	Realizar campañas estrategicas de publicidad para resaltar los beneficios de la comida marina en la salud.
2. No contar con estacionamiento vehicular.	Promover campañas publicitarias para el público que transita en la zona (peatones), como flyer de descuento.	Fortalecer el protocolo de desinfección dentro del local y en la cola de espera, promoviendo las buenas prácticas.
3. Sistema de control de pedidos deficiente.	Contar con un sistema de pedidos, que conecte la información en tiempo real de la comanda a la cocina.	Implementar un sistema de pedidos más ágil y eficiente, que mejore la rentabilidad del negocio; optimizando gastos, el beneficio incrementará.

Tabla 4 Análisis FODA de la empresa

Fuente: Elaboración propia

2.3. Descripción del bien o del servicio

El plan de negocio establecido bajo el formato de barra cevichera con nombre Barra Brava, es como su nombre mismo lo indica una barra de ceviches que apuesta por tres puntos clave; insumos frescos y de calidad, rapidez en la atención y deliciosos platos marinos.

Nos enfocaremos en ofrecer estos pilares para captar un público que busca una alternativa distinta y que cuentan con tiempo reducido durante la hora de almuerzo.

El cliente al ingreso será evaluado por nuestro administrador quien tomará la temperatura y realizará la desinfección, luego dirigirá al cliente a un espacio adecuado y nuestra azafata podrá ofrecer la carta y tomar el pedido, durante su estadía el cliente podrá observar nuestra cocina y el proceso de preparación de nuestros platos marinos; en un tiempo breve el cliente podrá tener su pedido en mesa y disfrutar de las bondades de nuestros platos.

Esta ubicado en Av. 15 de Julio – Huaycan – Ate, en la zona financiera de Huaycan, un lugar de alta afluencia peatonal, siendo nuestro público objetivo trabajadores de la zona, comensales en general que acudan o transiten a lo largo de la avenida; quienes buscan una atención diferenciada pero sobre todo un delicioso plato marino a un precio accesible.

Se ha establecido una carta dinámica, porque permite al cliente elegir entre 4 combinaciones, 2 tríos marinos y 5 platos individuales; a continuación, el detalle de lo mencionado:

4 Combos Marinos

Ceviche + Chicharron

Ceviche + Arroz con mariscos

Arroz con mariscos + Chicharron

Chaufa de mariscos + Chicharron

2 Tríos Marinos

Ceviche + Arroz con mariscos + Chicharron

Ceviche + Chaufa de mariscos + Chicharron

5 Platos Individuales

Leche de tigre
Ceviche de pescado
Arroz chaufa de mariscos
Arroz con mariscos
Chicharron de pescado

Al tener una carta más compacta, esta permite controlar de manera idónea desde el inventario hasta la rapidez en el despacho de los productos, sin poner en riesgo la atención diferenciada al público. La elaboración de los platos es mucho más sencilla, rápida y de sabor inigualable.

Los precios asignados a esta variada pero compacta carta oscilan entre 10 y 15 soles, permitiendo además una diferenciación de precios con respecto a la competencia.

2.3.1. Marca

Una marca es un conjunto de atributos, tangibles e intangibles que logran identificar a un producto dentro de un determinado mercado, así mismo es un diseño o símbolo que caracteriza al producto o servicio y los diferencia formalmente de su competencia.

Nuestra marca Barra Brava refleja la identidad peruana, mediante uno de los platos emblemáticos de nuestra nación como es el delicioso ceviche.

La palabra barra, denota el concepto del negocio, siendo esta una mesa alargada donde se comparte y disfruta observando la preparación de los platillos y el sabor delicioso de cada elección.

Por otro lado la palabra brava, expresa picardía, pasión, criollismo, mediante un lenguaje coloquial; engloba el concepto picante pero exquisito del platillo, así como la rapidez en la atención y calidad del personal que atiende en el establecimiento.

La tipografía elegida, revela los colores de la bandera del Perú, así mismo dentro de las letras se muestran espinas de un pescado, finalmente pero no menos importante el pescado es el icono central, la razón de ser y base de nuestro emprendimiento, en el se reemplazo las espinas por cubiertos, los cuales revelan que se trata de un restaurant – cevichería.



Figura 18 Logotipo Barra Brava

Fuente: Elaboración propia

2.4. Estudio de la demanda

Este estudio es una investigación para reunir información sobre el mercado objetivo y contrastar criterios de nuestros potenciales clientes.

2.4.1 Definición de demanda

Existen muchos criterios para definir la demanda sin embargo, los expertos en mercadotecnia y economía definen que la demanda es un factor imprescindible para la sostenibilidad de una empresa, según Kotler, autor del libro “Dirección de Marketing” (Año 2002 Pág. 54), la demanda es “El deseo que el consumidor tiene a ciertos productos, que se encuentran respaldados por una capacidad de pago”.

Otros autores como Laura Fisher en su libro “Mercadotecnia”, indica que la demanda corresponde a la cantidad de un producto que el consumidor está dispuesto a comprar a los posibles precios del mercado”.

En síntesis, la demanda es la cantidad de bienes y servicio que los consumidores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades o deseos, adicional a ello cuentan con la liquidez necesaria para realizar la compra en un determinado lugar.

2.4.1.1 El Mercado Total (TAM)

El mercado total es el tamaño posible de nuestro “universo”, en el que se busca estimar el volumen de ingresos anuales, los cuales representan la oportunidad del negocio.

En el caso de Barra Brava, el mercado total esta conformado por sectores de Lima Este; siendo estos Ate, Santa Anita, El Agustino, San Luis, Chaclacayo y Lurigancho Chosica dichos habitantes son mayores de 18 años, sexo masculino y femenino.

En la siguiente tabla, se puede observar el rango por edad de Lima Metropolitana, siendo la fuente la encuesta CPI del año 2019.

Tabla 5 Población Lima Metropolitana por edad

Grupo de edad	Miles	%
0 - 5 años	941.7	9%
6 - 12 años	1102.1	10%
13 - 17 años	828.5	8%
18 - 24 años	1357.4	13%
25 - 39 años	2683.4	25%
40 - 55 años	2086.5	20%
> a 56 años	1581.3	15%
Total	10580.9	100%

Fuente: Encuesta CPI 2019

En base a ello, la estimación para la población por edad de Lima Este, se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 6 Población Lima Este por edad

Grupo de edad	Población	%
0 - 5 años	131506	9%
6 - 12 años	153906	10%
13 - 17 años	115698	8%
18 - 24 años	189558	13%
25 - 39 años	374731	25%
40 - 55 años	291375	20%
> a 56 años	220825	15%
Total	1477599	100%

Fuente: Encuesta CPI 2019

En conclusión a la estimación, nuestro mercado total esta basado en las personas mayores de 18 años, siendo en Lima Este aproximadamente 1,076,489 personas.

2.4.1.2 El Mercado Potencial (SAM)

El mercado potencial o SAM por sus siglas en ingles, representa al mercado disponible o el volumen de este, el cual es capaz de servir al modelo de negocio definido y los recursos de la empresa, en el mediano plazo.

Barra Brava, cuenta con un mercado potencial conformado por los habitantes de Lima Este dichos habitantes que pertenecen a la segmentación socioeconomica NSE B, C y D.

En la siguiente tabla se observa el porcentaje de la población de Lima Este según el nivel socioeconómico.

Tabla 7 Nivel Socioeconómico Ate en %

NSE	%
NSE A	1.40%
NSE B	11.60%
NSE C	45.60%
NSE D	33.30%
NSE E	8.10%
Total	100%

Fuente: Encuesta CPI 2019

Seguidamente observamos en la siguiente tabla el porcentaje de la población de Lima Este según el nivel socioeconómico, esta vez medido en personas.

Tabla 8 Nivel Socioeconómico del distrito de Ate y Chaclacayo en población

NSE	%	Población
NSE A	1.40%	10,000
NSE B	11.60%	82,859
NSE C	45.60%	325,721
NSE D	33.30%	237,862
NSE E	8.10%	57,858
Total	100%	714,300

Fuente: Encuesta CPI 2019

Siendo el mercado potencial el total de 646,442 personas; los cuales corresponden a personas entre 18 a 55 años, hombres y mujeres, de NSE B, C y D y que residen en Ate y Chaclacayo.

2.4.1.3 Mercado Meta (SOM)

El Mercado meta corresponde al mercado objetivo, es la estimación de aquella población dispuesta a consumir el producto o servicio ofrecido.

Barra Brava, tiene como mercado meta la población del distrito de Ate en la zona de Huaycan, de los niveles socioeconomicos B, C y D, en base a la encuesta de CPI del año 2019.

El total del mercado meta es 178,285 personas.

2.4.2 Definición de mercado

Para Cravens (1987, p.52). “Para que un mercado exista, las personas deben tener necesidades y deseos, y productos o servicio que los satisfagan”. Así mismo Kotler (1993, p.9) lo define como. “ Todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podría estar dispuestos a tener la capacidad o deseo específico para realizar un intercambio por satisfacer esa necesidad o deseo”

2.4.3 El mercado de los restaurantes

Nuestro país es conocido internacionalmente por su rica y variada comida, ante ello la Cámara de Comercio de Lima, señaló que el 43% de los turistas llegan al Perú para probar nuestra gastronomía.

Dicha entidad indicó que existen 220 mil establecimientos dedicados al expendio de comida y bebida, de ellos el 90% son pequeñas empresas, muchas debido a la informalidad terminan cerrando sus establecimientos.

Dentro de nuestra gastronomía culinaria los establecimientos que expenden alimentos y bebidas se dividen en: comida criolla, cevicherías, sandwicheras,

pizzerías, restaurantes turísticos, pollerías, comidas rápidas, restaurantes, carnes y parrillas, chifas y heladerías.

2.4.4 Cálculo de la demanda de mercado

Para el cálculo de la demanda se considera la demanda y oferta del mercado, para determinar si existe una demanda insatisfecha o si hay una sobre oferta. El resultado de esta, nos permitirá poner como objetivo un porcentaje del mercado, para obtener la demanda del proyecto.

De acuerdo a la población ajustada y a la proporción que representa estos distritos, se proyecta la demanda del presente proyecto.

Para el cálculo de la demanda se considera una la población en Lima Metropolitana de 10'580,900 de ellos en base a la Tabla N.º 9 la población en la zona de Lima Este es 1'477,600.

Tabla 9 Población Lima Este

Distrito	Población	%
Ate	667,200	45%
El Agustino	220,600	15%
Chaclacayo	47,100	3%
Lurigancho	267,600	18%
San Luis	57,200	4%
Santa Anita	217,900	15%
Total Zona Este	1,477,600	100%

Fuente: CPI (2019)

Se considera 1.01% de incremento anual de la población peruana en Lima Metropolitana para el año 2020-2025 a continuación se estima la población de los distritos objetivos.

Tabla 10 Proyección de la población en la zona este de Lima Metropolitana

Distrito	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ate	667,200	673,872	680,611	687,417	694,291	701,234	708,246
El Agustino	220,600	222,806	225,034	227,284	229,557	231,853	234,171
Chaclacayo	47,100	47,571	48,047	48,527	49,012	49,503	49,998
Lurigancho	267,600	270,276	272,979	275,709	278,466	281,250	284,063
San Luis	57,200	57,772	58,350	58,933	59,523	60,118	60,719
Santa Anita	217,900	220,079	222,280	224,503	226,748	229,015	231,305
Total Zona							
Este	1,477,600	1,492,376	1,507,300	1,522,373	1,537,596	1,552,972	1,568,502

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, para el presente proyecto se considera por el tipo de negocio la repetición por parte de los consumidores, es decir pueden ir mas de una vez a un restaurante durante un mes, a ello lo determinaremos como visitas.

A continuación, se detalla los cálculos realizados para determinar la demanda del año 2020 para un restaurante en la zona Huaycan, de acuerdo con la frecuencia de consumo de la población objetivo.

En la tabla 11 se aprecia que el 57% asistirá entre 1 y 3 veces al mes , mientras que el 23% asistiría entre 4 y 8 veces por mes y por último un 20% asistiría aun restaurant mas de 8 veces.

Tabla 11 Demanda mes 1 para Restaurant Lima Este

Frecuencia	Población	%	Semana	Semana	Semana	Semana	Frecuencia Total	Demanda mes
			1	2	3	4		
Entre 1 - 3 veces al mes	853,938	57.22%	1	1			3	2,561,813
Entre 4 y 8 veces al mes	345,037	23.12%	1	2	1	1	5	1,725,187
> a 8 veces al mes	293,401	19.66%	2	2	2	3	9	2,640,610
100%								6,927,609

Fuente: Encuesta, elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 12, la demanda mensual para un restaurant en Huaycan sería de 914,474 visitas al mes .

Tabla 12 Demanda Mensual para Restaurant Huaycan

Frecuencia	Población	%	Semana	Semana	Semana	Semana	Frecuencia Total	Demanda mes
			1	2	3	4		
Entre 1 - 3 veces al mes	112,723	57.22%	1	1			3	338,170
Entre 4 y 8 veces al mes	45,546	23.12%	1	2	1	1	5	227,732
> a 8 veces al mes	38,730	19.66%	2	2	2	3	9	348,572
100%								914,474

Fuente: Encuesta, elaboración propia

Ante ello contrastaremos estos resultados con la preferencia de los consumidores. Por ello multiplicaremos la preferencia de la comida marina

(20% según encuesta realizada). Finalmente se obtiene la demanda de comida marina en la zona de Huaycan.

Tabla 13 Demanda Año 1 para un Restaurant de comida marina (Población Huaycan)

Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda	2194738	2354954	2526866	2711327	2909254	3121629

Fuente: Encuesta

Adicional a ello en la tabla N° 14 se muestran los resultado del precio que estarían dispuestos a gastar en un plato marino, ante ello el 49% de los encuestados respondió que estarían dispuesto a pagar entre 15 y 20 soles por un plato marino, se eligió este rango ya que se encuentra entre el rango de precios de la carta establecida.

Tabla 14 ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un plato marino?

Entre 10 y 14 soles	15.61%
Entre 15 y 20 soles	49.13%
Entre 20 y 30 soles	31.79%
> a 30 soles	3.47%
Total	100.00%

Fuente: Encuesta, Elaboración propia

Por otro lado, se obtuvo información por fuentes primarias a través de la encuesta aplicada a los consumidores directos:

La fórmula para hallar la demanda es:

$$Q = n \cdot p \cdot q$$

Donde:

Q = Demanda Total en la zona de Lima Este

n = Número de personas de Lima Este entre 18 a 55 años (855,664 consumidores)

p = Precio promedio (19.4 soles)

q = Consumo promedio anual por consumidor (48 visitas)

Reemplazando:

$$Q = 855,664 * 19.4 * 48$$

$$Q = 796'794,316 \text{ soles}$$

Conclusión:

- La demanda del mercado total es de 796'794,316 soles anual zona Este de Lima.
- Podemos concluir que la zona de huaycan representa el 13.33% de Lima Este por ello su demanda total sería de 106'212,682 soles anuales.
- La demanda total de consumidores de comida marina en la zona de huaycan es 21'242,536 soles y en unidades 1'094,976, ya que la preferencia de este tipo de comida del 20%.

2.4.5 Proyección de la demanda

Luego de considerar posibles escenarios y el horizonte del proyecto, se realiza la proyección de la demanda del mercado objetivo bajo el método tasa de crecimiento medio (porcentaje promedio), este método utiliza los datos de las ventas de periodos anteriores (años).

Para el presente plan de negocio, se utilizará la tasa de crecimiento medio anual del mercado interno del rubro gastronómico del año 2017-2019 según INEI fue de 4.6%

Otro dato importante que considerar para realizar la proyección de la demanda es la proyección de crecimiento del PBI en 7.31% que realizó el Fondo Monetario Internacional para el año 2021 (Andina, 8 de junio de 2020).

Bajo el método de proyección porcentual, se procede a determinar la proyección de la demanda para los cinco años considerados en el horizonte de tiempo del negocio. Se tuvo en cuenta el coeficiente de determinación que nos reveló que la correlación entre las variables es importante.

La demanda del mercado objetivo es 21,242,536 soles anuales.

Tabla 15 Proyección de la demanda 2021-2025 en soles

Años	Año entero	Demanda
2020	0	21,242,536
2021	1	22,219,693
2022	2	23,241,799
2023	3	24,310,921
2024	4	25,429,224
2025	5	26,598,968

Fuente: Elaboración propia

La tabla refleja la proyección de la demanda, durante la primera etapa del negocio, los datos de la columna de demanda demuestran que en promedio aumenta en 4.6% anual

2.5. Estudio de la oferta

Para los autores del libro “mercadotecnia”, Laura Fisher y Jorge Espejo, la oferta se refiere a “las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios”. Es decir, son la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio en un tiempo determinado.

2.5.1 Oferta de Restaurantes en Lima Metropolitana

Existen alrededor de 220 mil restaurantes, que conglomeran a todos los rubros de venta de comida, fast food, comida criolla, marina, italiana, oriental, pollos y parrillas entre otros.

Según la publicación en el diario Gestión (2017) en la entrevista al Presidente de la Asociación de Restaurantes Marinos y Afines (ARMAP), existen aproximadamente 36 mil que se dedican a la comida marina y de estos, alrededor de 17 mil se encuentran en Lima.

Se ha realizado un trabajo de campo para poder determinar el número de visitas por año de los principales competidores que ofertan comida marina en la zona de Huaycan, siendo la capacidad anual promedio del mercado la multiplicación de personas/mesa por la cantidad de mesas y por la rotación diaria, adjunto tabla N°15.

Tabla 16 Capacidad promedio del mercado(Huaycan)

Cevichería	Días / Año	Capacidad promedio del mercado				
		Personas /Mesa	Cantidad de Mesas	Rotación diaria	Total	Total Anual
Tres Estrellas	360	4	32	2	256	76,800
Don Pánfilo	360	4	30	2	240	72,000
Cevicheria Bryan	360	4	20	2	160	48,000
El Parihuelon	360	4	15	1.2	72	21,600
Ramita Norteña	360	4	17	2	136	40,800
Cevicheria Simangas	360	4	20	1.2	96	28,800
Fresco Mar	360	4	10	1.2	48	14,400
Desego	360	4	10	1.2	48	14,400
Donde Juan	360	4	16	2	128	38,400
Punto Blue	360	4	20	2	160	48,000
La Concha de sus Mares	360	4	10	2	80	24,000
Total						427,200

Fuente: Elaboración Propia

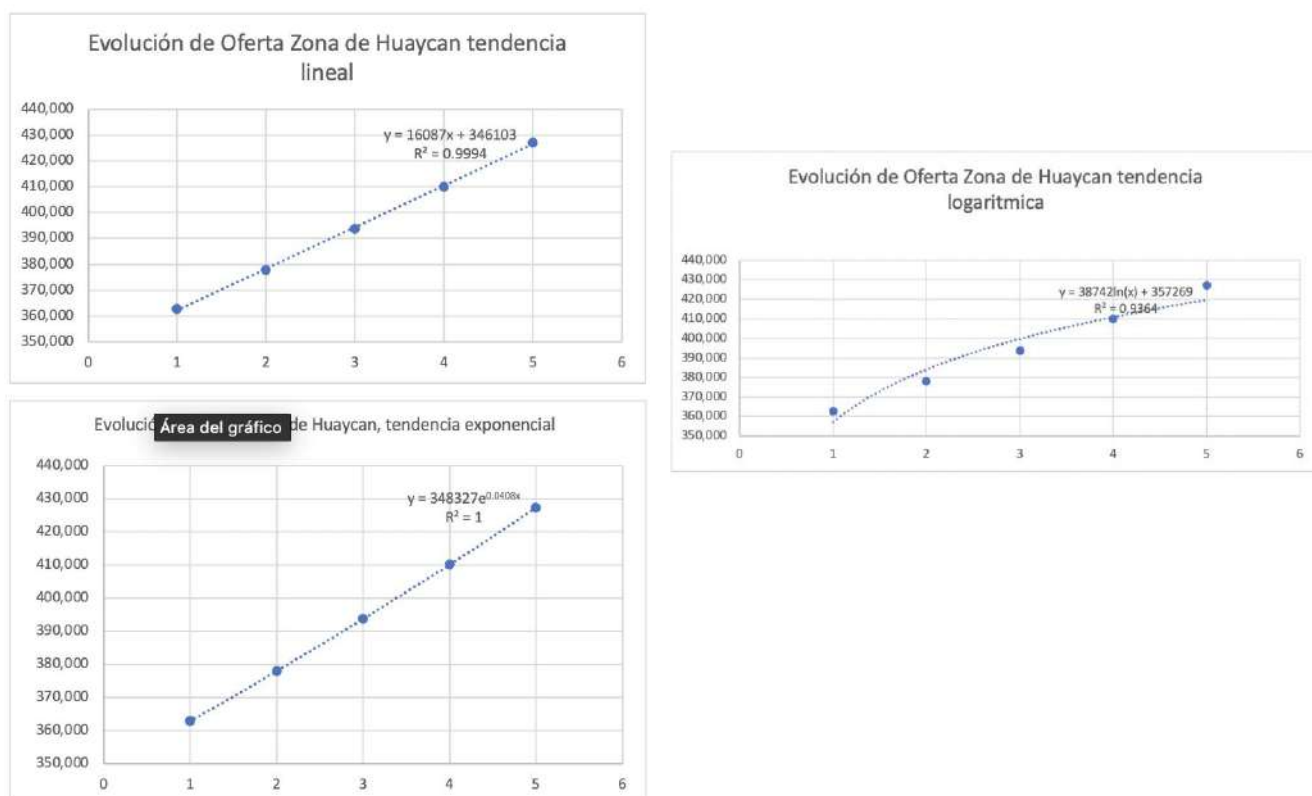
Con estos datos determinaremos la oferta histórica de los últimos 5 años en la zona de huaycan, para ello utilizaremos como variables el PBI histórico y utilizaremos como herramienta estadística la regresión lineal. En la siguiente tabla 17 esta presentada la oferta histórica.

Tabla 17 Oferta histórica del mercado meta 2019-2015

Oferta	Año	PBI
362,841	2015	3.30%
377,959	2016	4.00%
393,708	2017	2.50%
410,112	2018	4.00%
427,200	2019	2.16%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 19 Regresión lineal histórica de la oferta del mercado meta



Fuente: Elaboración Propia

Además, en la figura se puede observar que existe una correlación importante entre la cantidad de años y la cantidad de ofertada de los competidores, por lo que se considera factible continuar con el estudio. Asimismo, esta ecuación de la regresión nos permitirá conocer de qué manera se ha venido comportando el mercado de comida marina y nos puede proyectar cómo se comportaría el mercado a mediano plazo.

2.5.2 Proyección de la Oferta del mercado meta

Bajo el método de proyección lineal, se procede a determinar la proyección de la oferta para los cinco años considerados en el horizonte de tiempo del negocio. Se tuvo en cuenta los datos obtenidos de fuentes primarias y secundarias.

Tabla 18 Proyección de la oferta del mercado meta 2021-2025

Año	Oferta
2020	442625
2021	458712
2022	474799
2023	490886
2024	506973
2025	523060

Fuente: Elaboración Propia

2.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha, se tiene que conocer los datos de la demanda, la oferta y la oferta proyectada de la empresa (ver Tabla 18). En ese sentido, se tiene los siguientes datos:

La fórmula para determinar la demanda insatisfecha es la siguiente:

$$\text{Demanda Insatisfecha (anual)} = \text{Demanda (anual)} - \text{Oferta (anual)}$$

Tabla 19 Demanda Insatisfecha

Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda	21,242,536	22,219,693	23,241,799	24,310,921	25,429,224	26,598,968
Oferta	8,586,925	8,899,013	9,211,101	9,523,188	9,835,276	10,147,364
Demanda insatisfecha	12,655,611	13,320,680	14,030,698	14,787,733	15,593,947	16,451,604

Fuente: Elaboración Propia en base a los datos proyectados de la demanda, oferta y oferta de la empresa

Por lo que determinamos que la demanda insatisfecha anual en el año 2021 es de 12´770,605 soles y 41´629,247 unidades.

2.7. Proyecciones y provisiones para comercializar

El pronóstico inicial de ventas de Barra Brava en el mercado objetivo se muestra en la siguiente tabla, el crecimiento promedio será del 4.6% anual.

Tabla 20 Provisión de ventas

Año	Año completo	Venta en S/
2021	1	340,200
2022	2	355,849
2023	3	372,218
2024	4	389,340
2025	5	407,250

Fuente: Elaboración

Propia

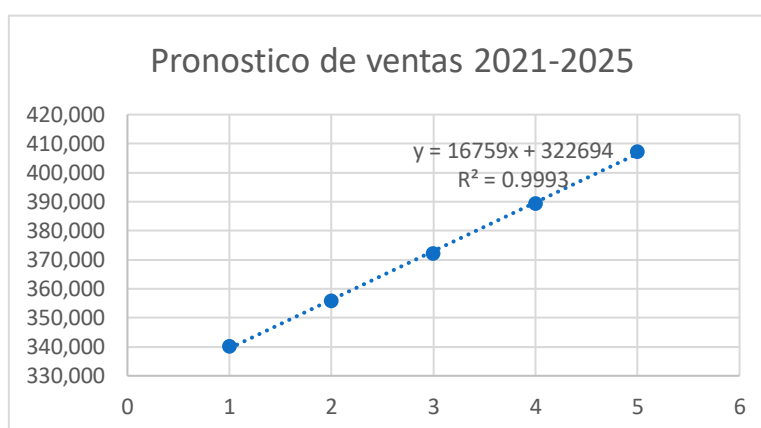


Figura 20 Pronostico de ventas

Fuente: Elaboración Propia

Coeficiente de correlación: $R^2 = 0.9993$

De la figura podemos determinar que existe una correlación positiva ya que el índice indica una dependencia entre las variables ventas y años denominado como la relación directa; es decir cuando una variable aumenta, la otra la hace de manera proporcionada constante.

Para nuestro pronóstico de ventas estamos asumiendo que implementaremos un plan de marketing y con ello lograremos crecer a un ritmo de 4.6% anualmente, para nuestro primer año, nos enfocaremos en fidelizar a los clientes, ya que en el mercado objetivo no existe una competencia directa con un formato de barra cevichera, sin embargo hay competidores como las cevicherías que ya tienen años en el mercado, por ello tendremos que diferenciarnos.

2.7.1 Infraestructura

Tratándose de un negocio que abrirá sus puertas para atender de manera presencial al público, las especificaciones técnicas del local cumplirá con un área de aproximadamente 75m², con una cocina expuesta a vista del cliente, un almacén de insumos, un salón de atención el cual incluye barras y mesas para los clientes, servicios higiénicos para damas y caballeros y el área de caja donde se realizarán los pagos del servicio.

2.8. Descripción de la política comercial

Objetivo de venta: La empresa busca generar un beneficio o rentabilidad mayor al esperado, además de ello se busca la fidelización del cliente desde el primer día de apertura, con el uso de promociones, difusión máxima en redes sociales.

Condiciones de venta: Las condiciones de venta desde el inicio de operaciones consta de pagos mediante tarjetas de crédito, débito, pagos sin contacto como yape o lukita y pagos en efectivo, esto con la finalidad de

brindarle a nuestros clientes una amplia gama de opciones que no lo limiten en su decisión de compra.

Política de remuneración: Está conformada por una remuneración mensual fija, además de ello cuentan con un sistema que les permite acumular sus propias propinas sin realizar fondos comunes como en otras empresas, ya que el esfuerzo de cada uno muchas veces es mejor recompensado que para otros.

Canal de venta: Nuestro canal de ventas está establecido mediante redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, así mismo a través de llamadas telefónicas para separación de pedidos a clientes recurrentes, además de ello contaremos con un local físico que permite al comensal asistir libremente respetando los aforos permitidos, pudiendo consumir nuestros exquisitos platos marinos.

Sistema de control: En el inicio de nuestras operaciones la empresa utilizará un sistema base que permitirá sincronizar el pedido con caja y a su vez con la cocina permitiendo comandar adecuadamente y realizar un cobro exacto al final de la venta. Además de estos detalles, el sistema permite cargar el inventario de los productos utilizados en el día a día, pudiendo tener un mejor control de los insumos.

2.8.1 Estrategia del producto

Estrategia de penetración de mercado

Se buscará atraer la atención de nuestro público utilizando los insumos disponibles en el mercado, de calidad, brindando una excelente presentación, rapidez en la atención y buen servicio.

Para ellos, nos centraremos en dos aspectos, el servicio y producto.

El servicio, que brindará Barra Brava esta enfocado en la rapidez en la atención, brindar siempre una cordial bienvenida, hacer que el cliente sienta la satisfacción de almorzar en nuestro establecimiento, resolver los inconvenientes que pueden surgir siempre a favor del cliente, mantener un ambiente a temperatura adecuada, velar por la limpieza de las mesas, barra, pisos y baños, además de brindar la seguridad a nuestros clientes y confianza de que nuestros platos son hechos con todos los protocolos de higiene e inocuidad establecidos.

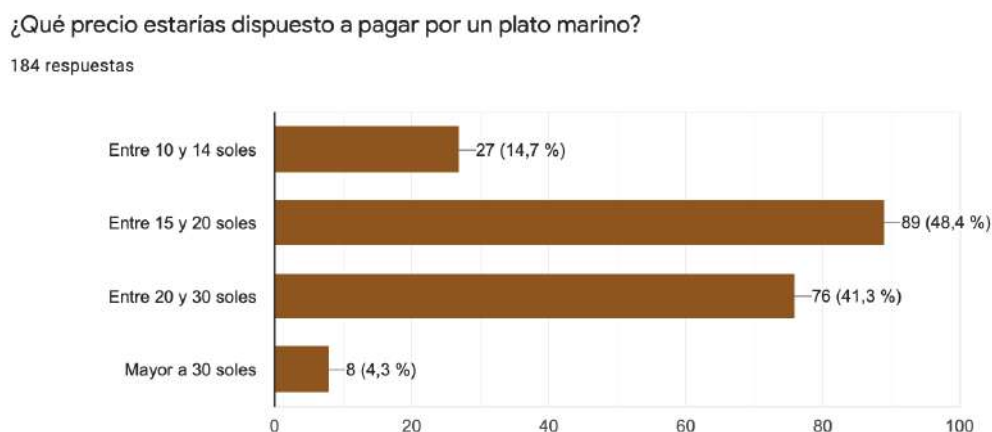
Por otro lado, tenemos cinco platos individuales, cuatro combinados y dos tríos marinos.

2.8.2 Estrategia del precio

El precio de nuestros platos se ha definido de acuerdo a un costeo de cada insumo necesario, esto ha permitido conocer el margen de contribución, establecer un punto de equilibrio y ganancias.

Así mismo, mediante una encuesta de sondeo realizada en la zona donde se desarrollará la idea de negocio, se pregunto al público entrevistado cuanto estaría dispuesto a pagar por el producto ofrecido, dentro de un nuevo formato; por lo que el público que respondió indico lo siguiente:

Figura 21 ¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un plato marino?



Fuente: Encuesta, elaboración propia

Estarían dispuestos a pagar entre 15 y 20 soles por un plato de comida marina, rango en el cual se encuentran nuestros platos y los cuales estan por debajo del promedio sin perder calidad e inocuidad.

Se espera cambiar el precio de los mismos con el paso del tiempo y de manera paulatina, ya que empezaremos con precios introductorios que permita generar confianza.

2.8.3 Estrategia de distribución

Barra Brava, iniciará sus operaciones de manera presencial debido a que se trata de un formato distinto al de un restaurant convencional, ademas de ello el mayor público consumidor de comida marina que se encuentra justamente en la calle, y ellos prefieren disfrutar este plato en un establecimiento; siendo

muy pocas las personas que obtan por el delivery ya que se trata de platos instantaneos que con el transcurso del tiempo de traslado puede sufrir diversos cambios que pueden ocasionar incluso problemas en la salud del consumidor.

Así mismo se espera en un plazo no mayor a tres años, lograr la expansión de la idea de negocio en otro punto cercano de Lima, que atienda la necesidad insatisfecha de la zona y a su vez genere mas puestos de trabajo.

2.8.4 Estrategia de promoción

Se realizarán promociones y sorteos semanales a traves de redes sociales, incentivando el consumo de nuestros platos de manera recurrente, generando a su vez trafico online, es decir que cada vez mas personas puedan conocer el lugar y saborear nuestras propuestas, gracias a las publicaciones de mas personas, recomendaciones, y participación en los diversos sorteos.



CAPITULO III: ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Tamaño del negocio, Factores determinantes

3.1.1 Importancia del Tamaño del Negocio

Definir el tamaño del negocio es de suma importancia para poder estimar la inversión de este, para ello se ha realizado una encuesta en el distrito de Ate, Huaycán, la encuesta fue aplicada al público en general que se encontraba transitando en la zona.

Con la ayuda de la encuesta aplicada, se ha podido estimar inversión, costos, rentabilidad, capacidad operativa, preferencias, viabilidad y sostenibilidad del negocio entre otros factores relevantes para el rubro elegido.

Dentro de la investigación realizada se ha evaluado algunos factores que detallaremos a continuación:

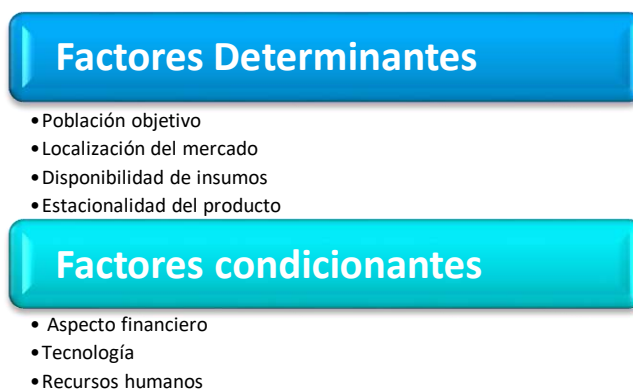


Figura 22 Factores del estudio técnico

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Factores determinantes para el tamaño del negocio

El estudio de mercado, se ha basado en la demanda del mercado total (TAM), mercado potencial (SAM) y el mercado meta (SOM):



Figura 23 Factores que determinan el tamaño del negocio

Fuente: Elaboración propia

3.1.2.1 La demanda de mercado

- El mercado total está comprendido por 1,076,489 consumidores siendo mayores de 18 años y comprendidos entre hombres y mujeres de Lima Este.
- El mercado potencial está comprendido por 689,067 personas entre los niveles socioeconómicos B, C y D de Ate y Chaclacayo.
- El mercado meta está comprendido por 178,285 personas entre los niveles socioeconómicos B, C y D y personas flotantes en Huaycan.

- Se ha realizado la tabla N°20, para establecer la cantidad de clientes que puede lograrse atender en el establecimiento.

Tabla 21 Capacidad instalada

		CAPACIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE		
Barra Cevichera	Días / Año	Sillas	Rotación diaria	Clientes por día
Ventas	365	25	3.5	87.5

Fuente: Elaboración propia

Clientes por día: 87.5

Clientes por mes: 2,625

Clientes por año: 31,500

Precio promedio plato en la barra cevichera: S/13

Se estima vender de acuerdo a nuestra capacidad instalada y operativa un porcentaje de 2.18% de la demanda insatisfecha del mercado objetivo, siendo la demanda insatisfecha 8´899,013, se estima vender a un poco mas de 31,500 clientes al año por S/13 promedio de gasto por persona.

3.1.2.2 Nivel de inversión del negocio

Para el inicio de operaciones de Barra Brava, se invertirá alrededor de S/ 63,928.91 principalmente se invertira en equipos para implementacion de la cocina, como conservadora, congeladora, mesa de trabajo en acero inoxidable, cocina e implementacion de mesas y sillas, cabe indicar que la

UIT del presente año es de S/4,300, por ello en base a la clasificación por nivel de inversión somos una microempresa

Tabla 22 Tamaño de la empresa según el nivel de la inversión

Tamaño de le empresa	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
	Hasta 150 UITs	Hasta 1,700 UITs	Hasta 2,300 UITs
Por el nivel de inversión	8.5 UIT's		

Fuente: SUNAT

3.1.2.3 Tecnología

Para el funcionamiento del negocio, se requiere maximizar la eficiencia, por ello la operatividad se apoyará en un sistema de comandas (pedidos) y de gestión, por ello se tendrá 2 computadoras y 2 ticketeras, una en caja y otra en la cocina.

3.1.2.4. Disponibilidad del producto o servicio

El producto viene hacer la materia prima que se va utilizar para la elaboración de los distintos platos y combos a despachar a los clientes, dicho esto el insumo principal es el pescado, nuestro país es considerado uno de los más diversos y ricos del mundo respecto a los recursos hidrobiológicos, así mismo tenemos 2 terminales pesqueros principales en Lima y Callao (terminal de Villa María y Ventanilla). Así mismo en cuanto a los vegetales y abarrotes tenemos opciones diversas de compra, pudiendo ser en el Gran Mercado Mayorista de Lima y El Mercado Productores, ambos son los mercados más grandes de abasto de Lima Metropolitana, ambos ubicados en Santa Anita, cerca a la localización de nuestra barra cevichera.

3.1.2.5. Número de empleados

Inicialmente serán 4 trabajadores repartidos en un solo turno ya que nuestro core de negocio se centrará en la media mañana y almuerzo, para ello se consideró un cocinero, un ayudante de cocina, una azafata y una cajera, el reparto de tareas serán 2 en el área de la cocina y 2 en el salón. Además de ello, todos los empleados estarán acogidos en la Ley Remype.

3.1.2.6. Tamaño propuesto

Para determinar el tamaño del negocio se está considerando el concepto del mismo, una barra cevichera donde la mística es el contacto cercano del comensal con el cocinero por ello el tamaño será de 75 mt².

En esa línea, se propone que el tamaño tiene que albergar al menos a 25 comensales, para poder obtener la rentabilidad esperada, cabe indicar que se proyecta una rotación de las mesas de al menos 3.5 veces por día.

3.2. Proceso y Tecnología

Un proceso es una secuencia de actividades en cadena con la finalidad de alcanzar un determinado objetivo, los procesos están orientados a optimizar los objetivos de producción, los cuales están enfocados en los costos, calidad, confiabilidad y flexibilidad.

El proceso productivo está dividido en diferentes etapas en donde los insumos van sufriendo modificaciones para obtener un producto final, el cual tendrá como destino final atender el pedido del cliente.

Los objetivos del proceso de elaboración y comercialización del presente negocio se establecen en función de la demanda estimada y a la capacidad instalada. Para ello primero se ha establecido un mapa de procesos y un proceso operativo de atención al cliente.

3.2.1. Descripción y diagrama de los procesos

Considerando la razón de ser de nuestra empresa, esta basada en dos pilares para la existencia de la misma:

- Proceso de atención al cliente
- Proceso de preparación y despacho del pedido

3.2.1.1 Proceso de atención al cliente

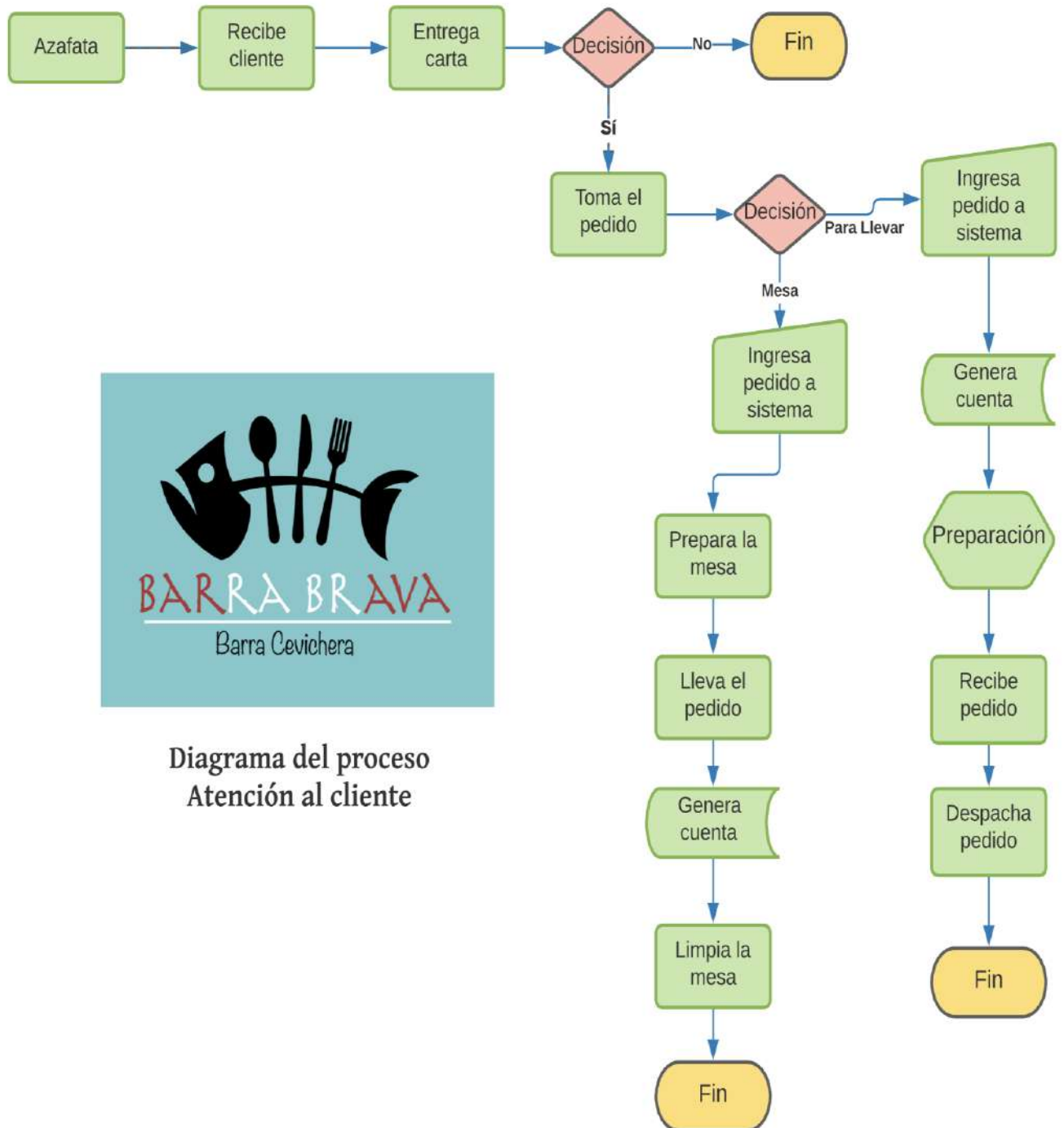


Diagrama del proceso Atención al cliente

Figura 24 Diagrama del proceso de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

3.2.1.2 Proceso de producción



Diagrama de procesos
Preparación y despacho de pedido

Figura 25 Diagrama del proceso de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Capacidad instalada y operativa

3.2.2.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el rendimiento máximo que se puede producir en un determinado proceso productivo, en este caso específico del negocio la capacidad instalada corresponde al personal operativo de la empresa; esta conformado por maestro cevichero, ayudante de cocina, azafata y cajera; esta ultima ha sido considerada ya que no solo cumple dicho rol dentro del negocio sino también atiende al público y es administradora del mismo.

Calcular la capacidad instalada de la empresa es muy importante para la gestión, de esta manera se podrá estimar el desempeño financiero; por ello cuando la capacidad productiva es menor a la demanda se estan perdiendo oportunidades de venta y cuando la capacidad productiva es superior a la demanda, la empresa corre el riesgo de desperdiciar la fuerza de trabajo.

3.2.2.2 Determinación de la capacidad instalada

La capacidad instalada u operativa, esta determinada por la cantidad de personal operativo que requiere la empresa, la cantidad de veces que puede rotar las mesas, el horario de trabajo y la cantidad de platos que son atendidos en el día.

Con respecto a la cantidad de veces que puede rotar las mesas, se ha establecido que la cantidad maxima de sillas en el establecimiento es de 25,

las cuales pueden rotar hasta 3.5 veces en un día, dandonos un total de 88 personas atendidas en un día, como promedio.

En cuanto a la cantidad de trabajadores, se ha previsto iniciar las operaciones con un maestro cevichero, un ayudante de cocina, una azafata y una cajera que cumplirá diversas funciones como atender al cliente y apoyar en la operatividad del local, dicho personal trabajará 8 horas diarias, siendo un total de 48 horas semanales y 240 al mes, sin considerar un día a la semana por tratarse del descanso.

Así mismo se ha determinado que el tiempo promedio de atención por cada cliente es de aproximadamente 7.5 min de preparación del producto; por lo que se podría atender a un total de 87.5 clientes por día, 2625 clientes por mes y 31,500 clientes atendidos en un año.

Tabla 23 Capacidad en atención al cliente

Barra Cevichera Ventas	Días / Año	Sillas	Rotación diaria	Clientes por día	Total clientes por año
	365	25	3.5	87.5	31,500

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24 Capacidad total por día, mes y año

Clientes por día	88
Clientes por mes	2,625
Clientes por año	31,500

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25 Capacidad Operativa de Producción al año

	# Personal	# Platos por hora	Nº Horas efectivas	Producción diaria	Producción anual
Maestro cevichero	1	17	5	85	30,600

Fuente: Elaboración propia

De las tablas expuestas, se considera que según la operatividad del maestro cevichero en cantidad de platos elaborados por hora con una estimación de 17, en 5 horas efectivas de trabajo por ser el horario de mayor demanda del producto, se obtiene una producción de 85 platos diarios, lo cual satisfecería a la capacidad de atención al cliente del establecimiento.

3.2.2.3 Determinación de la capacidad efectiva del negocio

La capacidad efectiva, es la capacidad que una empresa espera alcanzar dadas las restricciones operativas, en su mayoría la capacidad efectiva es menor a la capacidad diseñada ya que esta última esta relacionada al máximo nivel posible de producción o prestación del servicio.

En el caso de Barra Brava, nuestra oferta esta visionada a una expansión escalonada, debido al comportamiento creciente de la demanda; se espera un crecimiento sostenible en el tiempo que permita así mismo la expansión del negocio o que este pueda tener una replica en distritos aledaños.

Para fines del negocio, se ha establecido que la capacidad efectiva del negocio corresponde a la labor que desempeña el personal operativo antes mencionado, un maestro cevichero, un ayudante de cocina, una azafata y

una cajera que cumple a su vez la función de soporte en la atención al público y administradora del local.

Las personas mencionadas son quienes son la razón de ser del negocio, y trabajan de la mano como un engrañaje, apoyándose uno del otro, haciendo así de la capacidad operativa una capacidad efectiva dentro de la empresa.

3.2.2.4. Cuadro de requerimientos de bienes de capital, personal e insumos

A continuación los requerimientos generales que se tendrán en cuenta para el inicio del negocio:

3.2.2.4.1 Maquinarias y equipos

Tabla 26 Maquinarias y equipos

Maquinarias y equipos	Descripción	Cantidad
Computadora	Computadora HP básica	1
Ticketera	EPSON para impresión de tickets	1
Caja Registradora	Caja de seguridad para resguardar el dinero	1
Vicicooler	Capacidad de 400L - Marca Ventus	1
Conservadora	Cámara de frio de 650L - Marca Frigosur	1
Cocina	Cocina Industrial de tres hornillas	1

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.4.2 Mobiliario

Tabla 27 Mobiliario

Mobiliario	Descripción	Cantidad
Mesas	-	9
Sillas	-	25

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.4.3 Equipos e insumos complementarios

Tabla 28 Equipos complementarios

Complementos	Descripción	Cantidad
Licadoras	Licadora 600 Kw – Profesional – Oster	1
Televisor	Smart TV Lg – 49”	1
Balón de gas	Capacidad de 10 Kg	1

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.4.4 Recursos humanos

Tabla 29 Recursos humanos

Recursos Humanos	Descripcion	Cantidad
Administrador		
/Caja	Encargado de realizar los pagos y cobranza	1
Cocinero	Encargado de elaborar los platos	1
Ayudante de cocina	Encargado de ayudar en las actividades de la cocina	1
Azafata	Encargada de atender al cliente	1

Fuente: Elaboración propia

3.2.2.4.5 Servicios basicos

Tabla 30 Servicios básicos

Servicios básicos	Descripción	Frecuencia
Alquiler	Barra cevichera	Mensual
Luz	Proveedor de energía eléctrica	Mensual
Agua	Proveedor de agua potable	Mensual
Internet	Proveedor de conexión de red	Mensual
Cable	Proveedor de paquetes de programas televisivos	Mensual

Fuente: Elaboración propia

3.2.4. Infraestructura y características físicas

El local donde se desarrollará el proyecto, cuenta con 75 metros cuadrados, el cual contiene un salón de atención donde se ubican 2 barras para un aproximado de catorce personas y 7 mesas para dos personas cada una, servicios higüienicos tanto para damas como para caballeros, una cocina y un almacen de insumos, que mostramos a continuación:

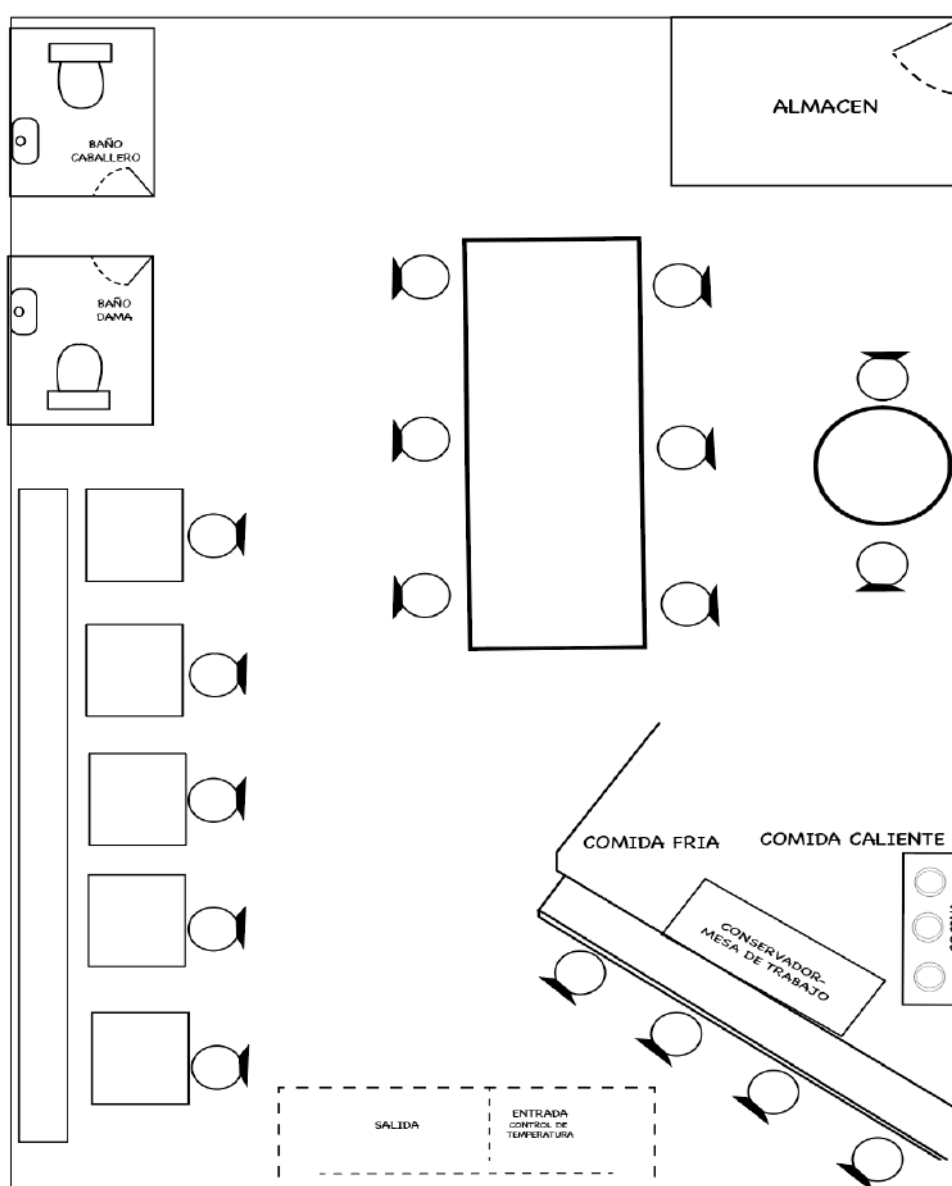


Figura 26 Lay out Barra Brava

Fuente: Elaboración propia

La infraestructura y diseño del establecimiento se realizó basado en la nueva normalidad, respetando el distanciamiento social obligatorio y optimizando los espacios al máximo para incrementar nuestra capacidad instalada.

Se ha considerado una cocina que permita exhibir sus instalaciones, para establecer un lazo más cercano con nuestro público consumidor; además de ello mostrar que se trabaja con los estándares de calidad e inocuidad ideal, así mismo esta contará con una barrera protectora que separará al cliente de la cocina; estará equipada con un lavadero amplio, una cocina a gas de 3 hornillas, licuadora, cámara conservadora y mesa de trabajo.

En cuanto a ubicación de los baños se ha buscado sea lo mas alejada posible de la cocina y mesas, para evitar inconvenientes con respecto a la limpieza de los mismos.

Finalmente, el almacén, es un área donde se guardaran los insumos fríos que necesitan conservación prolongada, las hortalizas y tubérculos, entre otros insumos que necesitan un almacenamiento adecuado.

3.3. Localización del negocio, factores determinantes

- La localización del negocio es la pieza fundamental para plantear un plan de negocio, siendo este fundamental porque podría definir el éxito o fracaso del proyecto en el corto plazo.
- Al elegir la zona se debe tener en cuenta las variaciones del mercado, infraestructura y logística, para estimar la valorización del proyecto en el tiempo; Barra Brava pretende ingresar a la zona señalada en el mapa por tratarse de alto comercio insatisfecho, entre otras cosas.
- Existen dos fases para determinar la localización de un negocio, estas son la macrolocalización y la microlocalización, siendo la primera aquella que considera Lima Metropolitana y todos los distritos que la componen, eligiendo finalmente uno donde se desarrollará el plan de negocio. Seguidamente se encuentra la microlocalización, siendo esta la zona específica del distrito donde se encontrará físicamente el negocio.

Dentro de los factores de localización del negocio, influyen algunos parámetros de decisión, a manera general se encuentran los factores económicos, políticos, demográficos, institucionales, medio ambientales, sociales, culturales, infraestructura, etc.

Los factores determinantes para la idea de negocio, se ha considerado lo siguientes:

- Transito fluido de personas en la avenida
- Cercanía a los centros de abastecimiento – proveedores

- Disponibilidad de alquiler de local
- Transporte de conexión a diversas zonas del distrito

Tabla 31 Evaluación de localización por método cualitativo - ponderado

Factor	Peso	Santa Anita		Ate	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Transito fluido	0.35	3	1	5	1.5
Cercania de proveedores	0.25	4	0.4	3	0.6
Disponibilidad de local	0.2	3	0.8	4	1
Transporte de conexión en la zona	0.2	2	0.2	3	0.8
Total	1		2.4		3.9

Fuente: Elaboración propia

Luego de la evaluación, el distrito con mayor puntaje para localizar el local dentro del distrito, es mayor en puntaje dentro del distrito de Ate.

Acceso a avenidas principales, es importante que la ubicación de Barra Cevichera cuente con acceso a avenidas principales que faciliten el acceso de los clientes, así como la llegada de los proveedores y trabajadores.

Costo de adecuación, es necesario considerar si el local a alquilar tiene una estructura que permita desarrollar los interiores como se desea, así mismo si sus instalaciones están correctamente mantenidas a nivel de puertas, ventanas, baños, pintura, instalaciones eléctricas, agua y desagüe entre otros.

Tabla 32 Evaluación de costo de alquiler por calles principales

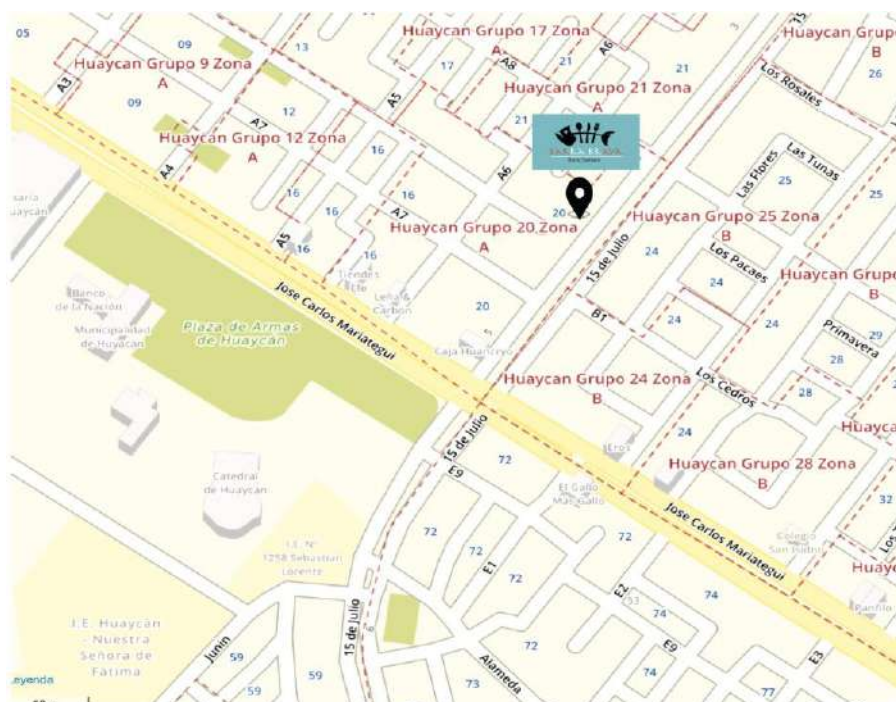
Ate			
Distrito	Metraje	Precio alquiler	Valoración transito personas
Av. 15 de Julio	70 m2	S/1,500	0.5
Av. Jose Carlos Mariategui	70 m2	S/1,300	0.25
Av. Andres Avelino Caceres	70 m2	S/1,000	0.25

Fuente: Elaboración propia

Micro localización:

Según la evaluación realizada, el mayor flujo de transito de personas corresponde a la Av. 15 de Julio, por ello el precio de alquiler de un local es mayor a las avenidas aledañas principales y consideradas en el cuadro de evaluación.

Figura 27 Microlocalización de Barra Brava SAC



Fuente: Extraído de Google Maps

CAPITULO IV: ESTUDIO DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

En función al dimensionamiento de la capacidad productiva de bienes o servicios del proyecto se deberá determinar cuáles son los bienes de capital que se requieren para cumplir con la producción que se ofertara al mercado de consumo así como el dinero en efectivo inicial para empezar la producción.

En el desarrollo del plan de negocio elegido, se ha decidido iniciar la producción y comercialización de diversos platos marinos, enfocándonos en un mercado específico en la zona de Huaycan – Ate, para lo cual se ha decidido contratar a personal especializado en comida marina, realizar compras programadas de los insumos necesarios, alquilar un espacio cómodo y de alto impacto para localizar la barra cevichera - Barra Brava, implementar el local con todos los equipos y máquinas necesarias para el desempeño de las operaciones, realizar constantes promociones para captar la atención del público de la zona y alrededores; entre otras decisiones que se toman en el transcurso de la implementación de dicha idea, es así como todas estas decisiones tendrán impacto en los estados financieros, por lo que es necesario considerar en este capítulo y evaluar adecuadamente.

El estudio de la inversión y financiamiento es importante porque permite:

- Calcular los recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocio.

- Determinar los costos totales del negocio, considerando costos operacionales, de comercialización y administración.
- Determinar el monto de inversión inicial necesario.
- Determinar las necesidades de financiamiento.
- Evaluar las fuentes de financiamiento disponibles, así como considerar las ventajas y desventajas de cada alternativa.
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocios.

Al término del desarrollo del presente estudio, se podrá conocer la rentabilidad del negocio y así determinar si la rentabilidad encontrada es la esperada y el tiempo en que retornará la inversión.

4.1 Inversión Fija

La inversión fija tiene como finalidad de proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades; la inversión fija esta conformada por inversión tangible e inversión intangible.

Así mismo la estimación de la inversión se basa en las cotizaciones de los bienes y servicios que se ejecutarán en el proyecto; esta forma parte de la infraestructura operativa del negocio.

4.1.1 Inversión Tangible

La inversión fija tangible o también considerada física son los gastos que se reflejan en los bienes fácilmente identificables; los cuales son indispensables para el funcionamiento del plan de negocio, la inversión de activos tangibles se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 33 Inversión Tangible

Nº Equipos	Cantidad	Precio		Precio Unitario con IG	Total sin IG	Total con IG
		Unitario sin IG	IG			
<u>Área de Operaciones</u>						
1 Conservadora	1	S/2,870.00	S/630.00	S/3,500.00	S/2,870.00	S/3,500.00
2 Visicooler	1	S/1,066.00	S/234.00	S/1,300.00	S/1,066.00	S/1,300.00
3 Mesa refrigerada	1	S/3,116.00	S/684.00	S/3,800.00	S/3,116.00	S/3,800.00
4 Mesa Central	1	S/1,230.00	S/270.00	S/1,500.00	S/1,230.00	S/1,500.00
5 Licuadora	2	S/287.00	S/413.00	S/350.00	S/574.00	S/700.00
6 Cocina multihornilla	1	S/1,230.00	S/270.00	S/1,500.00	S/1,230.00	S/1,500.00
7 Lavadero de tres posas	1	S/984.00	S/216.00	S/1,200.00	S/984.00	S/1,200.00
8 Barra de atención	1	S/1,640.00	S/360.00	S/2,000.00	S/1,640.00	S/2,000.00
9 Ticketera	1	S/656.00	S/144.00	S/800.00	S/656.00	S/800.00
10 Enseres	1	S/1,714.88	S/376.44	S/2,091.32	S/1,714.88	S/2,091.32
<u>Área de Administración</u>						
11 Computadora	1	S/960.00	S/240.00	S/1,200.00	S/960.00	S/1,200.00
12 Ticketera	1	S/656.00	S/144.00	S/800.00	S/656.00	S/800.00
<u>Área de Ventas</u>						
13 Computadora	1	S/984.00	S/216.00	S/1,200.00	S/984.00	S/1,200.00
14 Televisor	1	S/1,230.00	S/270.00	S/1,500.00	S/1,230.00	S/1,500.00
15 Muebles varios	1	S/1,877.80	S/412.20	S/2,290.00	S/1,877.80	S/2,290.00
TOTAL	16		S/4,879.64		S/20,788.68	S/25,381.32

Fuente: Estudio Técnico - Proveedores varios

4.1.2 Inversión Intangible

La inversión del activo intangible son aquellos bienes de una empresa que no están representados de forma física, por tanto es de naturaleza inmaterial, es considerado dentro de la contabilidad de una empresa porque tiene la capacidad de generar beneficios económicos futuros que pueden ser controlados.

Para el plan de negocio, se ha considerado algunos servicios como:

- Búsqueda del nombre de la empresa
- Reserva de nombre en SUNARP
- Elaboración de la minuta
- Elevar la minuta a escritura pública
- Inscribir la escritura pública en Registros Públicos.
- Búsqueda fonética y figurativa de marca en INDECOPI
- Registro de marca
- Licencia de funcionamiento otorgado por la Municipalidad distrital.

Para Barra Brava, se muestra la inversión intangible en la siguiente tabla:

Tabla 34 Inversión Intangible

Nº	Actividad	Costo sin IGV	IGV	Costo total con IGV
1	Búsqueda de nombre de la empresa en Registros Públicos	S/4.10	S/0.90	S/5.00
2	Reserva de nombre	S/16.40	S/3.60	S/20.00
3	Elaboración de minuta	S/287.00	S/63.00	S/350.00
4	Elevar minuta a escritura pública (ante notario)	S/328.00	S/72.00	S/400.00
5	Inscribir escritura pública en Registros Públicos	S/38.08	S/8.36	S/46.44
6	Búsqueda fonética en INDECOPI	S/25.41	S/5.58	S/30.99
7	Búsqueda figurativa en INDECOPI	S/31.54	S/6.92	S/38.46
8	Registro de marca	S/437.31	S/95.99	S/533.30
9	Publicación en diario El Peruano	S/20.50	S/4.50	S/25.00
10	Licencia de funcionamiento Ate	S/164.33	S/36.07	S/200.40
11	Software Gestión Integral en Restaurantes	S/410.00	S/90.00	S/500.00
12	Software Oficce	S/98.40	S/21.60	S/120.00
13	Antivirus Karpersky	S/40.18	S/8.82	S/49.00
TOTAL		S/1,901.24	S/417.35	S/2,318.59

Fuente: Estudio Legal - Proveedores varios

4.2 Capital de Trabajo

El inicio operacional de una empresa esta constituido por diversas actividades que representan egresos que afrontar, hasta que la empresa empiece a generar ingresos suficientes para cubrir los costos proyectados. El capital necesario para cubrir los egresos de la empresa durante este tiempo se denomina capital de trabajo.

El capital de trabajo esta conformado por tres actividades que hemos definido, los cuales generan egresos; la producción o comercialización, la administración y ventas.

Para la presente idea de negocio, se ha establecido que el capital de trabajo será por tres meses y detallado según los siguientes items:

Tabla 35 Capital de trabajo

TIPO DE INVERSION		IMPORTE
CAPITAL DE TRABAJO POR 3 MESES	Materia Primas	-
	Caja inicial	S/. 6,000.00
	Gastos Preoperativos	S/. 30,229.00
		S/.
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO POR 3 MESES		36,229.00

Fuente: Elaboración propia, basada en datos de diversos proveedores

El capital de trabajo se ha determinado por tres elementos de inversión, los cuales se detallan a continuación, mediante el desglose de cada uno de los elementos.

Tabla 36 Gastos preoperativos

GASTOS PREOPERATIVOS	
Gastos personal administrativo	S/1,815.00
Gastos de venta	S/380.00
Gastos fijos	S/2,534.00
Gastos administrativos	S/19.00
Gastos de planilla	S/3,795.00
Implementación de local	S/3,000.00
Garantía	S/1,500.00
Uniformes de personal	S/525.00
Otros	S/100.00
TOTAL	S/13,668.00

Fuente: Elaboración propia basada en datos de proveedores

Así mismo los gastos preoperativos están conformados por los siguientes ítems, los cuales detallaremos a continuación:

Tabla 37 Gastos de personal

Gastos de Personal	Remuneración	Pago Anual	Vacaciones	Sub-total	SIS	Costo Mensual	Costo Anual
Administrador	S/1,600.00	S/19,200.00	S/800.00	S/21,600.00	S/180.00	S/1,815.00	S/21,780.00
TOTAL						S/1,815.00	S/21,780.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 Gastos de ventas

Gastos de Venta	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad	S/100.00	1	S/100.00	S/1,200.00
Community Manager	S/200.00	1	S/200.00	S/2,400.00
Uniformes del cocina	S/205.00	2	S/51.25	S/1,230.00
Uniformes de ventas	S/115.00	1	S/28.75	S/345.00
TOTAL			S/380.00	S/5,175.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39 Gastos fijos

Gastos Fijos	Costo Mensual Soles	Costo Anual
Alquiler	S/1,500.00	S/18,000.00
Luz	S/500.00	S/6,000.00
Agua	S/180.00	S/2,160.00
Internet	S/65.00	S/780.00
Telefono	S/39.00	S/468.00
Impuestos	S/150.00	S/1,800.00
Contador	S/100.00	S/1,200.00
TOTAL	S/2,534.00	S/30,408.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40 Gastos administrativos

Gastos Administrativos	Costo unitario Soles	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Papel termico	S/18.00	0.5	S/9.00	S/108.00
Utiles de escritorio	S/2.00	5	S/10.00	S/120.00
TOTAL			S/19.00	S/228.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41 Gastos de planilla

Gastos de planilla	Remuneración mensual	Remuneración Anual	Vacaciones 15 días	Sub-total	SIS	Costo Mensual	Costo Anual
Cocinero Ayudante	S/1,600.00	S/18,400.00	S/800.00	S/19,200.00	S/180.00	S/1,615.00	S/19,380.00
de Cocina	S/1,200.00	S/13,800.00	S/600.00	S/14,400.00	S/180.00	S/1,215.00	S/14,580.00
Azafata	S/950.00	S/10,925.00	S/475.00	S/11,400.00	S/180.00	S/965.00	S/11,580.00
TOTAL						S/3,795.00	S/48,540.00

Fuente: Elaboración propia

Además se ha considerado los gastos por implementación del local, el cual esta compuesto por gastos de cableado, instalaciones, cambios de luces, decoración entre otros elementos para el inicio de operaciones, así mismo se ha considerado el importe por garantía del local, el cual también es desembolsado al inicio de la firma del contrato de arriendo y finalmente se ha previsto cien soles adicionales ante cualquier eventualidad o tramite.

4.3 Inversión total

El monto de inversión total requerido para el plan de negocio – Barra Brava, se detalla a continuación:

Tabla 42 Inversión total

Tipo de Inversión	Costo total	Porcentaje
Activo Tangible	S/25,381.32	40%
Activo Intangible	S/2,318.59	4%
Capital de trabajo	S/36,229.00	57%
TOTAL	S/63,928.91	100%

Fuente: Elaboración propia

Los tipos de inversión establecidos se encuentran detallados en las tablas 33, 34 y 35 respectivamente.

Se considera en la tabla 33, el activo tangible, el cual comprende una inversión desgregada como: maquinarias, equipos, herramientas, muebles y enseres.

La tabla N° 34 esta comprendida por gastos de constitución, organización, permisos, licencias municipales, gastos de publicidad, entre otros aspectos no físicos pero de gran contribución para la idea de negocio.

Finalmente la tabla 35, corresponde a capital de trabajo, se desgrega por el alquiler de local, garantía de la misma, una caja inicial para operaciones y gastos pre operativos como; gastos administrativos, fijos, de ventas, gastos de personal administrativo, planilla, entre otros.

4.4 Estructura de la inversión y financiamiento

Se ha determinado que la inversión inicial para el plan de negocio asciende a S/ 63,928.91 los cuales corresponden al financiamiento de los activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo establecido como respaldo por tres meses. Del total de la inversión, los socios de la empresa aportarán el equivalente al 53% de la inversión total, es decir la suma de S/ 33,928.91 y la diferencia se financiará, representando al 47% del total, equivalente a S/ 30,000.

En la tabla 43 se presenta la estructura de la inversión, la cual permitirá concretar la idea de negocio planteada.

A continuación se establece la estructura de inversión de Barra Brava SAC.

Tabla 43 Estructura de la inversión

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN		
Personal y/o Socios	S/.	33,928.91
Entidad Financiera	S/.	30,000.00
TOTAL INVERSION	S/.	63,928.91

Fuente: Elaboración propia

4.5 Fuentes Financieras

Los préstamos iniciales para la creación de una nueva empresa, generalmente se consiguen a través de familiares, amigos o proveedores estratégicos, a tasas de interés por debajo del promedio del estándar de la banca; sin embargo estos suelen ser reducidos o no encontrarse disponibles en el momento exacto de la inversión.

Para ello, existen préstamos bancarios establecidos exactamente para capital de trabajo, pero las diversas entidades que brindan este tipo de producto, solicita al empresario mínimo 6 meses de antigüedad del negocio, por lo que ante esta idea de negocio, no podría elegir este tipo de producto, por tratarse de un nuevo producto sin experiencia previa en el sector.

Para el financiamiento de maquinarias y equipos, el leasing es una alternativa muy usada y es solicitado a través del sistema bancario; este mecanismo de financiación se realiza mediante una entidad financiera, a solicitud del cliente, adquiriendo un activo de capital el cual está bajo la propiedad de la entidad y se lo entrega al locatario en arrendamiento financiero para su uso, al finalizar la operación de leasing, el locatario puede optar por adquirir la máquina o equipo a un precio pactado al inicio de la operación.

Uno de los productos más recientes y de gran apoyo para los emprendimientos hoy en día es el préstamo CIMA, el cual es brindado por Interbank, solicitando ciertos requisitos básicos para otorgar el préstamo, está enfocado en negocios que cuenten con un POS, y una proporción de sus ventas sean registradas mediante este mecanismo, solicitan mínimo 6 meses de trabajar con el dispositivo y el cálculo del préstamo corresponde al importe de ventas registradas en el POS, el plazo mínimo de pago es de 6 meses y tener como mínimo una venta mensual de S/ 500, así como estar activo en un mínimo de doce meses en SUNAT.

Considerando la información anterior, para el presente plan de negocio se ha considerado como fuente de financiamiento los ahorros personales de los socios, con una participación del 53% de la inversión total y el 47% restante mediante un préstamo personal como administrador del negocio, el cual mediante un contrato formal será cedido a la empresa mediante un sub-

prestamo, bajo las mismas condiciones de la tasa de interes, considerando que este prestamo será cancelado en los plazos y condiciones establecidas por la empresa.

Por ello, se ha considerado realizar el financiamiento a través del Banco Pichincha que a la fecha presenta una tasa de interés anual del 18% (según evaluación crediticia), sin embargo se detalla en la siguiente imagen el rango de las tarifas y tasas de interes efectiva anual.

Figura 28 Condiciones de crédito

CONCEPTO	TARIFAS						MODALIDAD OPORTUNIDAD DE COBRO	OBSERVACIONES
	EN MN			EN M.E.				
	Tasa S/	min	max	Tasa US\$	min	max		
TASAS								
Tasa de Interés Efectiva Anual		15.53%	70.00%		15.53%	45.00%		Según evaluación crediticia
PENALIDADES								
Penalidad por incumplimiento de pago								
Días de atraso	Penalidad en Soles			Penalidad en Dólares				
De 1 a 4 días	S/ 5.00			\$ 2.00			Se cobra en el pago de la(s) cuota(s) atrasada(s)	La penalidad será cobrada en la misma moneda con la que se contrató el crédito
De 5 a 8 días	S/ 10.00			\$ 4.00				
De 9 a 14 días	S/ 15.00			\$ 6.00				
De 15 a 29 días	S/ 40.00			\$ 16.00				
De 30 a más	S/ 80.00			\$ 32.00				

Fuente: Banco Pichincha, simulador

4.6 Condiciones de Crédito

Se ha establecido que la mejor opción de financiamiento para el inicio de operaciones e implementación de la Barra Cevichera – Barra Brava, es mediante el préstamo personal previamente evaluado en el Banco Pichincha, este credito tendrá como plazo de veinticuatro meses para su cancelación.

El préstamo personal solicitado está determinado por la suma de S/ 30,000 a una tasa efectiva anual del 18%, bajo las siguientes condiciones de financiamiento:

- El monto a financiar será de S/ 30,000.
- Plazo de amortización: 2 años
- Tasa de interés efectiva anual: 18%
- Tasa de costo efectiva anual: 18.60%
- Número de cuotas: 24 cuotas
- Cuota fija mensual: S/ 1,481.65.
- Fecha de pago: 22 de cada mes

A continuación el cuadro de simulación del cronograma de pagos establecido para las condiciones detalladas para el préstamo:

Tabla 44 Estructura de financiamiento

CONDICIONES DEL PRESTAMO							
Entidad Financiera	Pichincha						
Producto	Préstamo personal						
Tipo de moneda	Soles						
Monto a desembolsar	30,000						
TEA	18%						
TCEA	18.60%						
Plazo	24						
Cuota	S/1,481.65						
Nº Cuota	Fecha de Pago	Capital Original	Capital	Interes	Cuota sin ITF	ITF	Cuota
		30,000.00					
1	22/12/20	28,936.57	1,064.93	416.67	1,481.60	0.05	1,481.65
2	22/01/21	27,870.35	1,066.22	415.38	1,481.60	0.05	1,481.65
3	22/02/21	26,788.82	1,081.53	400.07	1,481.60	0.05	1,481.65
4	22/03/21	25,654.31	1,134.51	347.09	1,481.60	0.05	1,481.65
5	22/04/21	24,540.97	1,113.34	368.26	1,481.60	0.05	1,481.65
6	24/05/21	23,423.10	1,117.87	363.73	1,481.60	0.05	1,481.65
7	22/06/21	22,255.89	1,167.21	314.39	1,481.60	0.05	1,481.65
8	22/07/21	21,083.39	1,172.50	309.10	1,481.60	0.05	1,481.65
9	23/08/21	19,914.27	1,169.12	312.48	1,481.60	0.05	1,481.65
10	22/09/21	18,709.25	1,205.02	276.58	1,481.60	0.05	1,481.65
11	22/10/21	17,487.49	1,221.76	259.84	1,481.60	0.05	1,481.65
12	22/11/21	16,256.92	1,230.57	251.03	1,481.60	0.05	1,481.65
13	22/12/21	15,001.10	1,255.82	225.78	1,481.60	0.05	1,481.65
14	24/01/22	13,748.83	1,252.27	229.33	1,481.60	0.05	1,481.65
15	22/02/22	12,451.77	1,297.06	184.54	1,481.60	0.05	1,481.65
16	22/03/22	11,131.50	1,320.27	161.33	1,481.60	0.05	1,481.65
17	22/04/22	9,809.69	1,321.81	159.79	1,481.60	0.05	1,481.65
18	23/05/22	8,468.91	1,340.78	140.82	1,481.60	0.05	1,481.65
19	22/06/22	7,104.93	1,363.98	117.62	1,481.60	0.05	1,481.65
20	22/07/22	5,722.01	1,382.92	98.68	1,481.60	0.05	1,481.65
21	22/08/22	4,322.55	1,399.46	82.14	1,481.60	0.05	1,481.65
22	22/09/22	2,903.00	1,419.55	62.05	1,481.60	0.05	1,481.65
23	24/10/22	1,464.43	1,438.57	43.03	1,481.60	0.05	1,481.65
24	22/11/22	-	1,462.93	19.66	1,484.09	0.05	1,484.14
			30,000.00	5,559.39	35,560.89	1.20	35,562.09

Fuente: Simulador, Banco Pichincha

CAPITULO V: ESTUDIO DE LOS COSTOS, INGRESOS Y EGRESOS

Este capítulo está enfocado en cuantificar los montos de dinero que se requieren para iniciar el negocio, esto se analizó previamente en el estudio técnico, así como los ingresos por la venta de los diversos platos ofertados al mercado de consumo.

El objetivo de este estudio es tener la capacidad para identificar, cuantificar y presupuestar los ingresos, costos y gastos de la etapa operativa del plan de negocio.

5.1 Presupuesto de los costos

El presupuesto de los costos, está compuesto por los costos de operación, costo de administrar, costo de venta y costo financiero. Dicha estructura se muestra a continuación:

Tabla 45 Estructura de costos del plan de negocio

COSTO DE OPERACIÓN	Costo del producto
	Costo de mano de obra
	Costo de alquiler
COSTO DE ADMINISTRAR	Remuneraciones
	Útiles de oficina y papelería
	Pago de servicios básicos
COSTO DE VENTAS	Remuneraciones
	Publicidad
COSTO FINANCIERO	Pago de intereses

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente podemos observar el presupuesto de costos del plan de negocio, con una proyección de cinco años.

Tabla 46 Presupuesto de costos del plan de negocio

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Costo de operación	S/203,864	S/213,450	S/226,215	S/239,861	S/254,460
Costo de administrar	S/31,296	S/32,861	S/34,504	S/36,229	S/38,040
Costo de venta	S/18,180	S/19,089	S/20,043	S/21,046	S/22,098
Costo financiero	S/4,035	S/1,525	S/0	S/0	S/0
Depreciación	S/3,363	S/3,363	S/3,363	S/3,363	S/1,988
Total	S/260,738	S/270,287	S/284,125	S/300,499	S/316,586

Fuente: Elaboración propia

5.1.1 Costo de operación:

Los costos de operación esta comprendido por los costos de compra, mano de obra directa del personal encargado de realizar las operaciones de atención y preparación de los platos marinos, costo de alquiler del local comercial, donde se ubicará la barra cevichera – Barra Brava, para la atención de su publico consumidor.

A continuación la tabla de detalle de los costos incurridos en la operación, con una proyección de cinco años:

Tabla 47 Costo de operación del plan de negocio

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Compras	S/151,904	S/158,892	S/166,201	S/173,846	S/181,843
Costo de mano de obra	S/33,960	S/35,658	S/39,224	S/43,146	S/47,461
Costo de alquiler	S/18,000	S/18,900	S/20,790	S/22,869	S/25,156
Total	S/203,864	S/213,450	S/226,215	S/239,861	S/254,460

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 Costo de administrar

El costo de administrar corresponde a las remuneraciones del personal administrativo; costos de útiles de oficina y papeles, además de servicios básicos como agua, luz, internet y teléfono móvil.

Para ellos, se detalla a continuación:

Tabla 48 Costo de administrar el plan de negocio

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneraciones	S/21,780	S/22,869	S/24,012	S/25,213	S/26,474
Útiles de oficina y papelería	S/108	S/113	S/119	S/125	S/131
Pago de servicios básicos	S/9,408	S/9,878	S/10,372	S/10,891	S/11,435
Total	S/31,296	S/32,861	S/34,504	S/36,229	S/38,040

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Costo de venta

El costo de ventas comprende los costos de remuneraciones del personal del área de ventas como su nombre bien lo dice, además de los gastos de publicidad que incurre la empresa para captar nuevos y más clientes en el transcurso de sus operaciones.

A continuación la tabla a detalle del costo de venta:

Tabla 49 Costo de ventas

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Remuneraciones	S/14,580	S/15,309	S/16,074	S/16,878	S/17,722
Publicidad	S/3,600	S/3,780	S/3,969	S/4,167	S/4,376
Total	S/18,180	S/19,089	S/20,043	S/21,046	S/22,098

Fuente: Elaboración propia

5.1.4 Costo financiero

El costo financiero comprende los intereses que se aplican al financiamiento a largo plazo que se ha elegido para el presente plan de negocio; tal como se muestra en la tabla 50, el financiamiento elegido corresponde a veinticuatro cuotas, lo cual equivale a la cancelación del mismo en el año 2022, por ello en los años siguientes el pago de intereses corresponde a cero soles.

Tabla 50 Costos de financiamiento del plan de negocio

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Pago de intereses	S/4,034.62	S/1,524.77	0	0	0
Total	S/4,034.62	S/1,524.77	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

5.1.5 Depreciación

Finalmente para el cálculo del presupuesto de costos del plan de negocios, se determinó la depreciación de los activos tangibles, además se estableció que los activos intangibles se amortizan.

Tabla 51 Cuadro de Depreciación de Activos Tangibles

Concepto / Periodo	Valor inicial	Tasa Anual	1	2	3	4	5	Depreciación acumulada	Valor de mercado	Valor contable
Activo tangible	19,881	10%	1988	1988	1988	1988	1988	S/9,940.66		9941
Equipo tecnología	5,500	25%	1375	1375	1375	1375	0	S/5,500.00		0
Total			3,363.13	3,363.13	3,363.13	3,363.13	1,988.13	S/15,440.66	-	7,500.00

* Los activos intangibles se amortizan

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación +Amortización	3,363.13	3,363.13	3,363.13	3,363.13	1,988.13

Fuente: Elaboración propia

5.2 Punto de equilibrio

En terminos contables de costos, el punto de equilibrio corresponde a la relación que existe entre costos fijos, costos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales, donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir no existe utilidad ni perdida.

Considerando las ventas y costos totales, se define el punto de equilibrio del plan de negocio, el cual permite determinar el número de ventas necesarias para cubrir los costos totales.

A continuación se muestra, la fórmula, datos y procedimiento para calcular el punto de equilibrio:

$$PEU = \frac{CF}{PU-CVU}$$

Donde:

PEU: Punto de equilibrio en unidades

CF: Costos fijos

PU: Precio de venta unitario

CVU: Costo variable unitario

Para establecer el punto de equilibrio, en Barra Brava realizó un costeo minucioso de los platos ofertados, para determinar los márgenes de contribución y precio de venta promedio.

Tabla 52 Costo del Producto - Leche de Tigre

PRODUCTO	NATURALEZA DEL ACTIVO	INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR PLATO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO SIN I.G.V.		
Leche de tigre	Materia Prima	Pescado	Gramos	66.67	S/.	3.05	S/.	2.50
		Limon	Mililitros	0.17	S/.	0.52	S/.	0.43
		Ají limo	Gramos	50	S/.	0.08	S/.	0.06
		Apio	Unidad	0.13	S/.	0.06	S/.	0.05
		Cebolla	Gramos	0.07	S/.	0.11	S/.	0.09
		Culantro	Unidad	0.04	S/.	0.08	S/.	0.07
		Ajinomoto	Gramos	1	S/.	0.11	S/.	0.09
		Leche	Mililitros	0.07	S/.	0.22	S/.	0.18
		Choclo	Unidad	0.20	S/.	0.12	S/.	0.10
		Camote	Gramos	0.05	S/.	0.04	S/.	0.03
		Ajo	Gramos	0.01	S/.	0.10	S/.	0.08
		Lechuga	Unidad	0.05	S/.	0.09	S/.	0.07
		Chifle	Gramos	0.02	S/.	0.18	S/.	0.15
		Kion	Gramos	0.03	S/.	0.10	S/.	0.09
		Sal	Gramos	0.02	S/.	0.02	S/.	0.02
		Pimienta	Gramos	0.01	S/.	0.15	S/.	0.12
		Otros	otros	1.00	S/.	0.20	S/.	0.16
		Costo variable unitario					S/.	5.24
Margen esperado (46%)						2.41		
Margen de seguridad (10%)						0.52		
I.G.V (18%)						1.80		
Precio de Venta					S/.	10.00		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 53 Costo del Producto - Ceviche de pescado

PRODUCTO	NATURALEZA DEL ACTIVO	INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR PLATO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO SIN I.G.V.		
Ceviche de pescado	Materia Prima	Filete de pescado	Gramos	120.0	S/.	5.49	S/.	4.50
		Ají limo	Gramos	0.07	S/.	0.26	S/.	0.21
		Limon	Mililitros	0.17	S/.	0.52	S/.	0.43
		Cebolla	Gramos	0.10	S/.	0.17	S/.	0.14
		Choclo	Unidad	0.25	S/.	0.41	S/.	0.33
		Camote	Gramos	0.07	S/.	0.05	S/.	0.04
		Ajinimoto	Gramos	0.02	S/.	0.19	S/.	0.15
		Lechuga	Unidad	0.10	S/.	0.13	S/.	0.10
		Culantro	Unidad	0.04	S/.	0.08	S/.	0.07
		Pimienta	Gramos	0.01	S/.	0.15	S/.	0.12
		Apio	Unidad	0.07	S/.	0.16	S/.	0.13
		Ajos	Gramos	0.01	S/.	0.10	S/.	0.08
		Chifle	Gramos	0.03	S/.	0.27	S/.	0.22
		Rocoto	Gramos	0.03	S/.	0.07	S/.	0.06
		Sal	Gramos	0.03	S/.	0.38	S/.	0.31
		Otros	otros	1.00	S/.	0.20	S/.	0.16
Costo variable unitario					S/.	8.62	S/.	7.07
Margen esperado (40%)						3.45		
Margen de seguridad (5%)						0.17		
I.G.V (18%)						2.70		
Precio de Venta					S/.	15.00		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Costo del Producto - Chaufa de mariscos

PRODUCTO	NATURALEZA DEL ACTIVO	INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR PLATO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO SIN I.G.V.		
Chaufa de Mariscos	Materia Prima	Huevos	Unidad	0.07	S/.	0.40	S/.	0.32
		Aceite vegetal	Mililitros	0.03	S/.	0.18	S/.	0.15
		Langostino	Unidad	0.06	S/.	2.54	S/.	2.08
		Pota	Gramos	0.07	S/.	0.52	S/.	0.43
		Lapa	Gramos	0.02	S/.	0.62	S/.	0.51
		Conchas de abanico	Unidad	2.00	S/.	1.40	S/.	1.15
		Canela china	Gramos	0.006	S/.	0.09	S/.	0.08
		Kion	Gramos	0.03	S/.	0.10	S/.	0.09
		Ajo	Gramos	0.02	S/.	0.20	S/.	0.16
		Pimiento	Gramos	0.13	S/.	0.22	S/.	0.18
		Arroz	Gramos	100.00	S/.	0.35	S/.	0.29
		Salsa de Ostión	Mililitros	20.00	S/.	0.30	S/.	0.25
		Sillao	Mililitros	10.00	S/.	0.05	S/.	0.04
		Aceite ajonjolí	Mililitros	4.00	S/.	0.03	S/.	0.03
		Cebolla china	Gramos	0.03	S/.	0.04	S/.	0.03
		Sal	Gramos	0.02	S/.	0.30	S/.	0.25
		Otros	otros	1.00	S/.	0.20	S/.	0.16
Costo variable unitario					S/.	7.54	S/.	5.86
Margen esperado (45%)						3.39		
Margen de seguridad (10%)						0.34		
I.G.V (18%)						2.52		
Precio de Venta					S/.	14.00		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 55 Costo del Producto - Arroz con mariscos

PRODUCTO	NATURALEZA DEL ACTIVO	INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR PLATO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO SIN I.G.V.		
Arroz con mariscos	Materia Prima	Langostino	Unidad	0.06	S/.	2.54	S/.	2.08
		Pota	Gramos	0.07	S/.	0.49	S/.	0.40
		Conchas de abanico	Unidad	2.00	S/.	1.40	S/.	1.15
		Cebolla	Gramos	0.05	S/.	0.09	S/.	0.07
		Crema aji panca	Gramos	0.04	S/.	0.60	S/.	0.49
		Crema aji amarillo	Gramos	0.07	S/.	0.26	S/.	0.21
		Mantequilla	Gramos	0.05	S/.	0.60	S/.	0.49
		Tomate	Gramos	0.08	S/.	0.14	S/.	0.12
		Culantro	Gramos	0.04	S/.	0.08	S/.	0.07
		Choclo	Gramos	0.17	S/.	0.27	S/.	0.22
		Limon	Mililitros	0.03	S/.	0.10	S/.	0.09
		Ajos	Gramos	0.02	S/.	0.20	S/.	0.16
		Pimiento	Gramos	0.13	S/.	0.22	S/.	0.18
		Arroz	Gramos	100.00	S/.	0.35	S/.	0.29
		Alverja	Gramos	0.03	S/.	0.08	S/.	0.07
		Leche	Mililitros	0.05	S/.	0.17	S/.	0.14
		Culantro	Gramos	0.04	S/.	0.08	S/.	0.07
		Sal	Gramos	0.02	S/.	0.02	S/.	0.02
		Pimienta	Gramos	0.01	S/.	0.15	S/.	0.12
Otros	otros	1.00	S/.	0.20	S/.	0.16		
Costo variable unitario					S/.	8.05	S/.	2.90
Margen esperado (48%)						3.87		
Margen de seguridad (10%)						0.39		
I.G.V (18%)						2.70		
Precio de Venta					S/.	15.00		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56 Costo de producto - Chicharron de pescado

PRODUCTO	NATURALEZA DEL ACTIVO	INGREDIENTES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD POR PLATO	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE UNITARIO SIN I.G.V.		
Chicharron de pescado	Materia Prima	Pescado	Gramos	0.20	S/.	4.38	S/.	3.59
		Huevos	Unidad	0.07	S/.	0.40	S/.	0.32
		Salsa de Ostión	Mililitros	20.00	S/.	0.30	S/.	0.25
		Sillao	Mililitros	0.05	S/.	0.25	S/.	0.21
		Mostaza	Gramos	0.07	S/.	0.25	S/.	0.20
		Harina	Gramos	0.10	S/.	0.19	S/.	0.16
		Ajos	Gramos	0.01	S/.	0.10	S/.	0.08
		Cebolla	Gramos	0.05	S/.	0.09	S/.	0.07
		Limon	Mililitros	0.03	S/.	0.12	S/.	0.10
		Tomate	Gramos	0.08	S/.	0.14	S/.	0.12
		Culantro	Gramos	0.04	S/.	0.08	S/.	0.07
		Choclo	Gramos	0.17	S/.	0.27	S/.	0.22
		Chifle	Gramos	0.03	S/.	0.27	S/.	0.22
		Aceite	Mililitros	0.17	S/.	0.90	S/.	0.74
		Rocoto	Gramos	0.03	S/.	0.07	S/.	0.06
		Yuca	Gramos	0.1	S/.	0.19	S/.	0.16
		Otros	otros	1.00	S/.	0.20	S/.	0.16
Costo variable unitario					S/.	8.19	S/.	3.13
Margen esperado (45%)						3.69		
Margen de seguridad (10%)						0.37		
I.G.V (18%)						2.70		
Precio de Venta					S/.	14.00		

Fuente: Elaboración propia

Así mismo por tratarse de insumos, para la elaboración de alimentos marinos, se ha elaborado un cuadro de rendimiento del producto, en el que se detalla, cual es el costo real y necesario por kilos de cada producto.

Tabla 57 Rendimiento por producto

CUADRO DE RENDIMIENTO POR PRODUCTO						
Artículo	Unid Medida	Costo S/. Unid	Rendimiento	Factor conversión	Costo	Unidad
Pescado	Kg	S/14.00	80%	1.25	S/21.88	1
Langostino	Kg	S/35.00	90%	1.11	S/43.21	1
Pota	Kg	S/6.00	90%	1.11	S/7.41	1
Concha de abanico	Unidad	S/0.70	100%	1.00	S/0.70	1
Lapa	Kg	S/25.00	90%	1.11	S/30.86	1
Limon	Kg	S/2.00	80%	1.25	S/3.13	1
Cebolla Israel	Kg	S/1.10	80%	1.25	S/1.72	1
Choclo	Unidad	S/0.80	70%	1.43	S/1.63	1
Arroz Saman	Kg	S/3.50	100%	1.00	S/3.50	1
Apio	Atado	S/2.00	90%	1.11	S/2.47	1
Culantro	Atado	S/1.50	85%	1.18	S/2.08	1
Tomate	Kg	S/1.10	80%	1.25	S/1.72	1
Lechuga Seda	Cabeza	S/0.80	80%	1.25	S/1.25	1
Kion	Kg	S/2.00	80%	1.25	S/3.13	1
Mostaza	Kg	S/3.70	100%	1.00	S/3.70	1
Sillao	Litro	S/5.00	100%	1.00	S/5.00	1
Leche	Litro	S/3.35	100%	1.00	S/3.35	1
Canela china	Kg	S/15.00	100%	1.00	S/15.00	1
Pimienta	Kg	S/15.00	100%	1.00	S/15.00	1
Comino	Kg	S/15.00	100%	1.00	S/15.00	1
Sal	Kg	S/1.20	100%	1.00	S/1.20	1
Aceite	Litro	S/5.40	100%	1.00	S/5.40	1
Mantequilla	Kg	S/12.00	100%	1.00	S/12.00	1
Camote	Kg	S/0.60	90%	1.11	S/0.74	1
Ajo	Kg	S/8.00	90%	1.11	S/9.88	1
Chifle	Kg	S/9.00	100%	1.00	S/9.00	1
Ajinomoto	Kg	S/9.40	100%	1.00	S/9.40	1
Huevos	Kg	S/4.80	90%	1.11	S/5.93	1
Rocoto	Kg	S/2.00	90%	1.11	S/2.47	1
Pimiento	Kg	S/1.40	90%	1.11	S/1.73	1
Aceite de ajonjolí	Litro	S/8.00	100%	1.00	S/8.00	1
Cebolla china	Atado	S/1.00	90%	1.11	S/1.23	1
Salsa de Ostión	Kg	S/30.00	100%	1.00	S/30.00	1
Alverja	Kg	S/2.00	90%	1.11	S/2.47	1
Harina	Kg	S/1.90	100%	1.00	S/1.90	1
Yuca	Kg	S/1.20	80%	1.25	S/1.88	1
Aji amarillo	Kg	S/1.90	70%	1.43	S/3.88	1
Aji panca	Kg	S/15.00	100%	1.00	S/15.00	1
Aji limo	Kg	S/3.50	95%	1.05	S/3.88	1

Fuente: Elaboración propia

Se determina que el margen de contribución corresponde al 44,65%, considerando el costo variable y precio variable unitario:

Tabla 58 Costos variables

Plato	Costo Variable Unit.	Precio variable unit.
Leche de tigre	5.24	10
Ceviche de Pescado	8.62	15
Chaufa de Mariscos	7.54	14
Arroz con Mariscos	8.05	15
Chicharron de Pescado	8.19	14
Costo variable promedio	7.53	13.8
Mg	44.65%	

Fuente: Elaboración propia

Luego de realizar el costeo y determinar el margen de contribución, se determinó el punto que equilibrio, siendo este de 1407 unidades vendidas al mes o un total de S/ 19, 141 soles en un mes, se puede decir que no se generan utilidades pero tampoco perdidas durante el ejercicio del mes; siempre y cuando se cumplan alguno de los escenarios planteados.

Tabla 59 Determinacion Punto de Equilibrio en unidades y soles por mes

Estado de Resultados-Costo Variable	Cantidad	Unitario	Total	%
Ventas	1407	S/. 13.60	S/. 19,141	100.00%
Costo y Gasto variable	1407	S/. 7.53	S/. 10,598	55.37%
Margen de Contribucion	1407	S/. 6.07	S/. 8,543	44.63%
Costo y Gasto fijo			S/. 8,543	
Utilidad Operativa				
Impuesto a la renta				
Utilidad Neta				

Fuente: Elaboración propia

5.3 Estado de ganancias y perdidas

El estado de ganancias y perdidas es un balance en el cual se muestra el resumen de todos los ingresos y gastos realizados por la empresa durante el ejercicio económico y los resultados de este, pueden ser utilidades o perdidas.

La cuenta de ganancias y perdidas refleja los ingresos obtenidos y los gastos realizados, para ello se muestra el estado de ganancias y perdias de Barra Brava, correspondiente al primer año del negocio.

Tabla 60 Estado de Resultados

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS - BARRA BRAVA SAC (Del 01 de Enero 2021 al 31 de Diciembre 2025)					
	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas netas	S/340,200.00	S/ 355,849.20	S/ 372,218.26	S/ 389,340.30	S/ 407,249.96
(Costo de ventas)	S/188,295.80	S/ 196,957.41	S/ 206,017.45	S/ 215,494.25	S/ 225,406.99
Utilidad Bruta	S/151,904.20	S/ 158,891.79	S/ 166,200.81	S/ 173,846.05	S/ 181,842.97
(Gastos Administrativos)	S/22,008.00	S/ 23,108.40	S/ 24,263.82	S/ 25,477.01	S/ 26,750.86
(Gasto de Ventas)	S/84,123.00	S/ 88,329.15	S/ 92,745.61	S/ 97,382.89	S/ 102,252.03
Depreciación y amortización	S/3,363.13	S/ 3,363.13	S/ 3,363.13	S/ 3,363.13	S/ 1,988.13
Utilidad Operativa	S/42,410.07	S/ 44,091.11	S/ 45,828.25	S/ 47,623.02	S/ 50,851.94
(Gastos Financieros)	S/4,034.62	S/ 1,524.77			
Ingreso Financiero					
Utilidad antes impuestos	S/38,375.45	S/42,566.34	S/45,828.25	S/47,623.02	S/50,851.94
(Impuestos a la Renta)	S/3,837.54	S/4,256.63	S/4,582.83	S/4,762.30	S/5,085.19
Utilidad Neta	S/34,537.90	S/38,309.70	S/41,245.43	S/42,860.72	S/45,766.75

Fuente: Estado de resultados

5.4 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de los ingresos del presente plan esta conformado por las unidades a vender durante el ejercicio y el precio unitario en el ejercicio de un año.

Se cuenta con las siguientes ventas estimadas de acuerdo a la proyección del mercado objetivo, se considera una meta de venta moderada con un incremento anual de 4.5%.

Tabla 61 Demanda proyectada para el plan de negocio a cinco años

Año	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda anual unid.	-	25015	25765	26538	27865	29258
Precio unitario	-	S/13.60	S/13.60	S/13.60	S/13.60	S/13.60
Ingresos por venta	-	S/340,200	S/350,406	S/360,918	S/378,964	S/397,912

Fuente: Elaboración propia

Como estrategia de venta, la empresa ha establecido que las ventas durante los primeros meses de inicio del negocio se impulse la venta al contado, para generar mayor liquidez, realizando ofertas para pagos en efectivo.

5.5 Presupuesto de Egresos

El presupuesto de los egresos estima las salidas de recursos monetarios para un determinado periodo, estas salidas corresponden a los costos de comercialización, los costos de administrar, costos de ventas y costos financieros.

Ademas de ello, los costos de comercialización comprende las compras, el costo de mano de obra y el alquiler del establecimiento; lugar donde se realizará el negocio.

Los egresos por administrar comprende, los costos de remuneración del personal administrativo, costo de los utiles de oficina y papelería que se requiera para el desempeño de funciones y los costos de servicios básicos como luz, agua, teléfono, internet e impuestos.

Los egresos de venta comprenden los costos de remuneración del personal del área de ventas y gastos de publicidad.

Finalmente el costo financiero, corresponde a los intereses que deberá pagarse por el financiamiento requerido en la inversión inicial.

En la tabla 62 se presenta de manera detallada las partidas que conforman el presupuesto de egresos del presente plan de negocios.

Tabla 62 Presupuesto de egresos del plan de negocio para cinco años

Egresos	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de comercialización					
Compras	S/ 151,904.20	S/ 158,739.89	S/ 165,883.18	S/ 173,347.92	S/ 181,148.58
Costo de MOD	S/ 33,960.00	S/ 35,658.00	S/ 39,223.80	S/ 43,146.18	S/ 47,460.80
Costo de alquiler de local	S/ 18,000.00	S/ 18,900.00	S/ 20,790.00	S/ 22,869.00	S/ 25,155.90
Total, costo de operación	S/ 203,864.20	S/ 213,297.89	S/ 225,896.98	S/ 239,363.10	S/ 253,765.28
Costos de administración					
Remuneraciones	S/ 21,780.00	S/ 22,869.00	S/ 24,012.45	S/ 25,213.07	S/ 26,473.73
Útiles de oficina y papelería	S/ 108.00	S/ 113.40	S/ 119.07	S/ 125.02	S/ 131.27
Pago de servicios básicos	S/ 9,408.00	S/ 9,878.40	S/ 10,372.32	S/ 10,890.94	S/ 11,435.48
Total, costo de Admin.	S/ 31,296.00	S/ 32,860.80	S/ 34,503.84	S/ 36,229.03	S/ 38,040.48
Costo de ventas					
Remuneraciones	S/ 14,580.00	S/ 15,309.00	S/ 16,074.45	S/ 16,878.17	S/ 17,722.08
Gastos de publicidad	S/ 3,600.00	S/ 3,780.00	S/ 3,969.00	S/ 4,167.45	S/ 4,375.82
Total, costo de venta	S/ 18,180.00	S/ 19,089.00	S/ 20,043.45	S/ 21,045.62	S/ 22,097.90
Costo financiero					
Pago de intereses	S/ 4,034.62	S/ 1,524.77	S/ -	S/ -	S/ -
Total, costo financiero	S/ 4,034.62	S/ 1,524.77	S/ -	S/ -	S/ -
TOTAL, EGRESOS	S/257,374.82	S/266,772.46	S/280,444.27	S/296,637.76	S/313,903.67

Fuente: Elaboración propia

5.5 Flujo de Caja proyectado

El Flujo de Caja operativo muestra los ingresos y egresos durante todo el horizonte de evaluación del proyecto. Este empieza con la inversión inicial y luego se incluye las ventas proyectadas, calculada en base a la estimación de la demanda, la cual fue resultado del sondeo de mercado realizado mediante la encuesta aplicada.

Se puede observar que el proyecto tiene como ingresos solo a las ventas generadas por las ventas de platos (combos y combinados) los gastos correspondientes por la compra de materia prima, la mano de obra directa, los costos indirectos, los gastos administrativos y los gastos de ventas.

El resultado del flujo de caja proyectado será empleado para la evaluación económica y rentabilidad del plan de negocio.

Tabla 63 Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
BARRA BRAVA						
BARRA CEVICHERA						
RUBROS	AÑO 0	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
INGRESOS						
Ventas (Negocio)		S/340,200.00	S/350,406.00	S/360,918.18	S/378,964.09	S/397,912.29
TOTAL INGRESOS	0	S/340,200.00	S/350,406.00	S/360,918.18	S/378,964.09	S/397,912.29
EGRESOS						
Gatos de operación						
Compras de insumos		S/188,295.80	S/193,944.68	S/199,763.02	S/209,751.17	S/220,238.73
Gastos Administrativos						
Gasto de ventas		S/84,351.00	S/88,146.80	S/92,113.40	S/96,258.50	S/100,590.14
Gastos Administrativos		S/21,780.00	S/22,760.10	S/23,784.30	S/24,854.60	S/25,973.06
Impuestos						
Impuesto a la renta		S/4,577.32	S/4,555.44	S/4,525.75	S/4,809.98	S/5,111.04
TOTAL EGRESOS		S/299,004.12	S/309,407.01	S/320,186.47	S/335,674.25	S/351,912.96
Inversión Activo Intangible	-S/ 2,318.59	-	-	-	-	-
Inversion Activo Tangible	-S/ 25,381.32	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	-S/ 36,229.00	-	-	-	-	-
Flujo de caja económico	-S/ 63,928.91	S/41,195.88	S/40,998.99	S/40,731.71	S/43,289.84	S/45,999.34
Préstamos	S/ 30,000.00			-	-	-
Amortización		S/13,744.58	S/16,255.42			
Interes		-S/4,034.62	-S/1,524.77			
Escudo tributario						
Financiamiento Neto	S/ 30,000.00	S/9,709.96	S/14,730.65	S/0.00	S/0.00	S/0.00
Flujo de Caja financiero	-S/33,928.91	S/50,905.84	S/55,729.64	S/40,731.71	S/43,289.84	S/45,999.34

Fuente: Elaboración propia

5.7. Balance general

El balance general de una empresa es el estado financiero que muestra los activos, pasivos y patrimonio neto de una empresa en una determinada fecha; en el presente caso; en la tabla 64 se muestra la situación financiera de Barra Brava SAC en el primer año; en la cual se puede observar las cuentas de efectivo, maquinaria e intangible que son la inversión inicial para la operatividad de la empresa; así mismo se presenta la deuda financiera en dos tramos, a corto y largo plazo.

Tabla 64 Balance General - Año 1

ACTIVO CORRIENTE	S/36,229.00	PASIVO CORRIENTE	S/13,744.58
Caja y Bancos		Cuentas por pagar	
Efectivo	S/36,229.00	Proveedores	
Deposito bancario		Creditos bancarios	S/13,744.58
Cuentas por cobrar		Otras cuentas Pasivo Corriente	
Inventario			
Mercaderia			
Producto Terminado		PASIVO NO CORRIENTE	S/16,255.42
Producto en Proceso		Prestamos Largo Plazo	S/16,255.42
Materia Primas		Otras cuentas Pasivo Corriente	
Otros Inventarios			
Otras Cuentas Activo Corriente		PATRIMONIO	S/33,928.91
		Capital Social	S/33,928.91
ACTIVO NO CORRIENTE	S/27,699.91		
Inmueble			
Maquinaria y Equipo	S/25,381.32		
Intangibles	S/2,318.59		
Otras cuentas del Activo Corriente			
TOTAL ACTIVO	S/63,928.91	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/63,928.91

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO VI: EVALUACIÓN

En el presente capítulo se fundamenta la marcha del plan de negocio, mediante la determinación de parámetros que midan y justifiquen la inversión en base a criterios económicos, financieros, sociales y actualmente un aspecto importante se considera los criterios ambientales.

Así mismo se determinará si la inversión a realizar es viable en términos de costos de oportunidad del inversionista; se conocerá el porcentaje de utilidad que se obtendrá con el monto invertido y finalmente el tiempo en que la inversión podrá recuperarse, siendo esta igual a la inversión inicial.

6.1. Evaluación Económica, Parámetros de Medición

Para realizar la evaluación económica del plan de negocio, se utilizarán los siguientes parámetros:

- VAN: Valor actual Neto
- TIR: Tasa Interna de Retorno
- B-C: Relación Beneficio – Costo
- PRI: Período de recuperación de la inversión

6.1.1 Valor Actual Neto (VANE)

El VAN es uno de los criterios económicos más utilizados para la evaluación de proyectos de inversión, consistiendo en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y comparar esa equivalencia con la inversión inicial.

Para realizar un cálculo se debe considerar la tasa de descuento, con un factor de actualización, el cual se descuenta del valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, es a través de esta evaluación que se define la aceptación o rechazo de un proyecto de acuerdo con los siguientes criterios de evaluación:

- Si el VAN es < 0 , se rechaza el proyecto
- Si el VAN es $= 0$, el proyecto es indiferente
- Si el VAN es > 0 , se acepta el proyecto

Para el cálculo del VANE, se ha considerado la tasa de descuento, para este caso será el costo de oportunidad de capital, el cual se estimará mediante la metodología WACC, sus siglas en inglés indican costo medio ponderado de capital, el cual se establece mediante el costo de aporte propio y el costo de deuda.

Para determinar el costo promedio de capital (WACC), se aplica la siguiente fórmula:

$$WACC = Ke \left(\frac{P}{D+P} \right) + Kd (1 - TI) * \left(\frac{D}{D+P} \right)$$

Donde:

WACC= Coste promedio ponderado del capital

Ke= Coste de los Fondos Propios	7%
Kd= Coste de la Deuda Financiera	18%
P= Fondos Propios	S/33,928.91
D= Deuda Financiera	S/30,000.00
TI= Tasa Impositiva	29.50%

Aplicando los datos, para hallar el WACC:

$$WACC = Ke * \frac{P}{P+D} + kd * (1-TI) * \frac{D}{P+D}$$

$$WACC = 7% * \frac{33928.91}{34157.66 + 30000} + 18% * (1-29.5%) * \frac{30000}{34157.66 + 30000}$$

$$\underline{\underline{WACC = 9.66\%}}$$

Inversión inicial	S/63,928.91
WACC	9.66%

Tabla 65 Valor Actual Neto Económico del plan de negocio (expresado en soles)

Año	Flujo de caja económico	FSA	VAN
0	-S/63,928.91		
1	S/41,195.88	0.91	S/37,566.91
2	S/40,998.99	0.83	S/34,093.90
3	S/40,731.71	0.76	S/30,887.87
4	S/43,289.84	0.69	S/29,935.95
5	S/45,999.34	0.63	S/29,007.50
Total			S/161,492.13
VANE			S/97,563.22

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el resultado del VANE de la tabla N° 65, el VANE corresponde a S/ 97,563.22, esta cifra supera a cero, por lo que se observa un incremento de los beneficios en el desarrollo del plan de negocio, esto indica que el proyecto debe ser aceptado.

6.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIRE)

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión es la media geométrica de los rendimientos futuros esperados en dicha inversión. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; es decir, la tasa de descuento con la que el valor actual neto (VAN) es igual a cero.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método se muestran a continuación:

Si la TIR < es menor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, se rechaza.

Si la TIR = a la tasa mínima aceptable de rendimiento, el proyecto es indiferente.

Si la TIR > es mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento, el proyecto se acepta.

La fórmula para hallar la TIRE es la siguiente:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Aplicando la formula, encontramos que el TIRE es 58.58%, siendo mayor que la tasa de descuento 9.66%, se determina la aceptación del proyecto, por ser un plan de negocio rentable.

Tabla 66 Tasa Interna de Retorno (TIRE)

Año	Flujo de caja económico
0	-S/63,928.91
1	S/41,195.88
2	S/40,998.99
3	S/40,731.71
4	S/43,289.84
5	S/45,999.34
Total	
TIRE	58.58%

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del flujo de caja proyectado

6.1.3 Relación Beneficio Costo (B-C)

La relación beneficio – costo es un indicador que señala la utilidad que se obtiene con el costo que representa la inversión, es decir que por cada sol invertido se determina cuantos soles se pueden ganar.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo de un proyecto por este método se muestran a continuación:

- Si la relación B/C es < 1 , se rechaza el proyecto.
- Si la relación B/C es $= 1$, la decisión de invertir es indiferente.
- Si la relación B/C es > 1 , se acepta el proyecto.

La formula para hallar el beneficio – costo del plan de negocio es el siguiente:

Relación Beneficio Costo (B - C)

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Beneficios obtenidos}}{\text{Costos incurridos}}$$

Se tiene los siguientes datos:

Inversión inicial	S/63,928.91
WACC	9.66%

Tabla 67 Ingresos netos actualizados del plan de negocio

Años	Ingresos	FSA	Ingresos Netos Actualizados
0			
1	340,200.00	0.91	310,231.63
2	350,406.00	0.83	291,390.27
3	360,918.18	0.76	273,693.22
4	378,964.09	0.69	262,062.63
5	397,912.29	0.63	250,926.28
			1,388,304.02

Fuente: Elaboración propia

Tabla 68 Costos netos actualizados del plan de negocio

Años	Costos	FSA	Costos Netos Actualizados
0			
1	299,004.12	0.91	272,664.71
2	309,407.01	0.83	257,296.38
3	320,186.47	0.76	242,805.35
4	335,674.25	0.69	232,126.68
5	351,912.96	0.63	221,918.78
			1,226,811.90

Fuente: Elaboración propia

Tabla 69 Beneficios netos actualizados del plan de negocio

Años	Beneficios Netos (Ingresos - Costos)	FSA	Beneficios Netos Actualizados
0	-63928.91		
1	41,195.88	0.91	37,566.91
2	40,998.99	0.83	34,093.90
3	40,731.71	0.76	30,887.87
4	43,289.84	0.69	29,935.95
5	45,999.34	0.63	29,007.50
			161,492.13

Fuente: Elaboración propia

indicador muestra que la relación B – C es mayor a 1, por lo que se acepta el plan de negocio.

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Beneficios obtenidos} + \text{V. de recuperación actualizado}}{\text{Costos incurridos} + \text{Inversión inicial}}$$

$$\text{Relación B/C} = \frac{1,388,304.02}{1,290,740.81}$$

$$\text{Relación B/C} = 1.08$$

6.1.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión es la cantidad de tiempo que tardará la empresa en recuperar el costo de la inversión inicial en el proyecto.

Es un determinante importante para saber si se emprende el proyecto, ya que generalmente los períodos de recuperación más largos no son deseables para las posiciones de inversión.

La fórmula para hallar el PRI es la siguientes:

$$PRI = n - 1 + \frac{(FA)_{n-1}}{(F)_n}$$

Tabla 70 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Año	0	1	2	3	4	5
FCE	63,928.91	41,195.88	40,998.99	40,731.71	43,289.84	45,999.34
WACC	9.66%					

Factor de Actualización

FSA	-	0.91	0.83	0.76	0.69	0.63
-----	---	------	------	------	------	------

Años	0	1	2	3	4	5
FCE Actualizado	63,929	37,567	34,094	30,888	29,936	29,008
Flujo acumulado	63,928.91	-26,362.00	7,731.90	38,619.77	68,555.71	97,563.22

$$PRIE = \frac{38,620}{29,935.95}$$

$$PRIE = 1.96591368$$

$$PRIE = 1 \text{ año, } 3 \text{ meses, y } 6 \text{ días}$$

Fuente: Elaboración propia

Por lo que se obtiene como resultado que el periodo de recuperacion de la inversión es de 1 año, 3 meses 6 días, lo que indica que el monto de la inversión que se destina para la realización del negocio será recuperado en un mediano plazo.

6.2. Evaluación Financiera, Parámetros de Medición

La evaluación financiera, se emplea en proyectos que requieren crédito para el financiamiento.

Mediante la evaluación se puede determinar los beneficios del proyecto con respecto al valor del proyecto considerando los factores de financiamiento como capital, amortización intereses y aporte de accionistas.

Los parámetros de medición utilizados son VANF y TIRF

6.2.1 Valor Actual Neto Financiero (VANF)

El valor actual neto financiero (VANF) se calcula tomando los saldos netos del flujo de caja financiero, los mismos que se actualizan previamente a la sumatoria de estos.

Para hallar el VANF se utiliza la tasa de descuento del Costo de Oportunidad de Capital (COK), la formula empleada es la siguiente:

$$COK = R_f + \beta * (R_m - R_f) + \text{Riesgo país}$$

Realizando los calculos para el plan de negocio, se obtiene:

Valor Actual Neto Financiero(VANF)

COK	Costo de Oportunidad del Capital		
=			
Rf =	Tasa libre de riesgo		1.78%
B =	Beta desapalancada (Restaurant /Dining)		1.30
Rm =	Prima por riesgo de mercado		15.00%
Rp =	Prima por riesgo país		1.09%

$$\text{COK} = Rf + \beta * (Rm - Rf) + \text{Riesgo País}$$

$$\text{COK} = 1.78\% + 1.30 * 15.00\% - 1.78\% + 1.09\%$$

$$\text{COK} = 20.06\%$$

Inversión Inicial: S/ 63,928.91

COK: 20.06%

Prestamo: 30,000

Tabla 71 Valor actual neto financiero del plan de negocio (en soles)

Años	Flujo de caja financiero	FSA	VAN
0	-30,000.00		
1	50,905.84	0.8329	42,401.74
2	55,729.64	0.6938	38,665.04
3	40,731.71	0.5779	23,538.62
4	43,289.84	0.4814	20,837.73
5	45,999.34	0.4009	18,443.03
			143,886.17

Fuente: Elaboración propia basada en los datos del flujo de caja proyectado

$$\text{VANF} = \text{S/94,860.87}$$

Del resultado se obtiene que al cuarto año de operación del proyecto se presenta un saldo positivo de S/ 116,961.38 después de pagar los costos de comercialización, los gastos de operación, la amortización del préstamo y los

intereses del crédito. Por lo tanto, se recomienda la ejecución del plan de negocio.

6.2.2 Tasa Interna de Retorno Financiero (TIRF)

Es la tasa del rendimiento del capital, su valor representa el porcentaje de rentabilidad del proyecto, se calcula a partir del flujo de caja financiero donde la inversión inicial es financiada parcialmente por un tercero y la diferencia por el dueño del negocio.

Se tiene los siguientes datos:

Tabla 72 Flujo de financiamiento neto (expresado en soles)

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Préstamo	30,000					
Amortización		13,745	16,255		-	-
Interés		-4,035			-	-
Escudo Tributario					-	-
Financiamiento Neto	30,000	9,710	14,731		-	-
Flujo de Caja Financiero	-33,929	50,906	55,730	40,732	43,290	45,999

Fuente: Elaboración propia

Tabla 73 Tasa interna de retorno financiero del proyecto

Años	Flujo de caja financiero	FSA	VANF
0	-33,928.91		
1	50,905.84	0.8329	42,401.74
2	55,729.64	0.6938	38,665.04
3	40,731.71	0.5779	23,538.62
4	43,289.84	0.4814	20,837.73
5	45,999.34	0.4009	18,443.03
			143,886.17
TIRF =		148%	

Fuente: Elaboración propia

Del resultado se tiene que la tasa interna de retorno financiera (TIRF) es 139% mayor a la tasa de costo de oportunidad que es de 9.66% por lo que se acepta invertir en el negocio, se entiende que esta inversión genera más rentabilidad que poner el dinero en resguardo de alguna entidad financiera.

6.3. Evaluación Social

La evaluación social determina el grado de aceptación de un proyecto desde el punto de vista social, ante ello Barra Brava cumplirá con las normas legales, siendo su impacto social el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, y demás establecidas por la ley; pero aún así la responsabilidad social y la ética empresarial serán factores determinantes al momento de la toma de decisiones en la empresa.

Barra Brava entregará momentos agradables y la oportunidad de disfrutar los platos marinos de nuestro país, a través de la promoción de pescados y mariscos en una zona de gran volumen de tránsito, zona comercial, cuya producción genera importantes ingresos al país.

Promoveremos el consumo de este tipo de comidas buscando la preferencia del público de la zona, contribuiremos con los pescadores artesanales y productores nacionales quienes serán nuestros proveedores directos, creando y sosteniendo empleos indirectamente, siendo nuestras alianzas estratégicas para brindar lo mejor de Barra Brava a nuestro público.

Generaremos nuevos empleos de trabajo, incluyendo en nuestra planilla a 4 personas, a quienes se les brindará estabilidad en sus puestos de trabajo, respetando sus derechos laborales y contribuyendo al sostenimiento de sus familias, además de reducir la tasa de desempleo actual.

Barra Brava no entregará solo un servicio, entrega bienestar, salud, empleo, innovación, oportunidades laborales, crecimiento económico, nuevas opciones para el mercado.

Así mismo ofreceremos una nueva visión y un nuevo formato restaurantero, ofreciendo rapidez, calidad en el servicio y precios accesibles.

6.4 Evaluación Ambiental

Barra Brava S.A.C se acoge al cuidado del medio ambiente, por lo que los residuos de alimentos, aceites y grasas usadas no serán vertidos a la red pública de alcantarillado, ni vías de acceso público, de manera que busquemos preservar y no deteriorar el medio ambiente.

Además, los detergentes y desinfectantes utilizados serán identificados y guardados de acuerdo a las recomendaciones del fabricante y fuera del área de procesamiento de los alimentos, con la finalidad de no ocasionar incidentes que puedan perjudicar la salud de nuestro personal y público consumidor. La empresa utilizará productos naturales que no atentan al medio ambiente, por ello se caracteriza como una empresa sostenible y sustentable en tiempo y espacio.

Según datos estadísticos presentados por el Instituto Nacional de Estadística (INEI), durante el año 2014 se produjeron mas de 21 millones de toneladas de residuos, siendo esta cifra de aproximadamente 459 kilogramos por persona, por año; de esta cifra además se encontró que el 42% corresponde a residuos orgánicos o biorresiduos como césped, hojas, restos de podas o alimentos desechados entre los mas comunes; así mismo actualmente se viene implementando la propuesta de la realización de compostas en municipios; ante esta iniciativa que cada vez esta mas fortalecida, Barra Brava busca utilizar los residuos orgánicos para realizar compostas (abono orgánico), las cuales seran brindadas al municipio del distrito para el abono

en parques y zonas verdes del distrito, buscando así generar un mayor impacto favorable en el medio ambiente.

Dichas compostas consiste en separar los residuos orgánicos y colocarlos en un recipiente, como primera capa se recomienda utilizar tierra, ramas secas o despojos de jardín, seguidamente y de manera gradual los residuos previamente seleccionados, esto generará un abono orgánico y natural, el compostaje cierra el ciclo de la materia orgánica volviendo a la tierra y enriqueciéndola.

Los residuos que utilizaremos, son las cascaras, restos vegetales, cascaras de huevo, servilletas de papel, cartón etc.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

Con respecto a la organización y el marco legal:

- Según el tamaño de nuestras ventas somos una micro empresa porque nuestro volumen de ventas no supera las 150 UIT, así mismo el régimen tributario al que nos acogeremos es el Regimen Especial de Impuesto a la Renta (RER).
- La planilla mensual será de S/ 5,410.00, la cual esta comprendida por el personal administrativo, personal de ventas y operativo, dicha remuneración tiene un carácter mensual fijo y cumple con los alcances de la ley de micro empresa; el total de los trabajadores estará en planilla y contarán con los beneficios según la normativa laboral; los contratos laborales estan sujetos a la modalidad de naturaleza temporal, por inicio del negocio, siendo un periodo de prueba de 6 meses y posteriormente se consideran renovaciones periódicas.
- Barra Brava, será una sociedad anónima cerrada, debido a que esta comprendida por dos accionistas y estos no asumirán la responsabilidad de deudas y daños a terceros contraídas en el ejercicio.

Del Estudio de Mercado, se determina:

- El mercado peruano, cada vez está más comprometido con el consumo de productos saludables, están dispuestos a pagar los precios que se han fijado

por estos, siendo el precio para el consumidor final oscilante entre S/ 10 y S/ 15 soles por platos individuales. Además el estudio cualitativo también reveló que la idea de negocio "barra cevichera", es aceptada y atractiva por el público objetivo debido a la diferenciación del servicio, rapidez en la entrega de los platos y la calidad de la comida. La estrategia que se buscará implementar será la diferenciación basada en estos 3 aspectos: sabor, rapidez y excelente trato; ofreciendo cinco platos individuales, cuatro combos y dos tríos marinos.

- El público objetivo del proyecto será: Hombres y mujeres del NSE B, C y D entre 18 y 55 años, que buscan alimentarse saludablemente a un precio justo, ubicados en la zona de Lima Este – Huaycan.

Sobre el Estudio Técnico, se determina lo siguiente:

- Teniendo en cuenta los factores de localización, se determinó que la empresa esté ubicada en Lima Metropolitana, específicamente en el distrito de Ate, por lo que operativamente es posible desarrollar las actividades de la empresa ya que se cuenta con la disponibilidad de recursos humanos, recursos financieros disponibles, equipos, materia prima, vías de acceso, servicios públicos entre otros, permitiendo ahorrar costos.

Del Estudio de Inversión y Financiamiento

- Se ha considerado que el financiamiento propio corresponde a S/ 33,928.91 soles y el préstamo solicitado al Banco Pichincha por un período de dos años será de S/ 30, 000.00, siendo este equivalente al 47%, a una tasa del 18% de interés.

Del Estudio de Costos, Ingresos y Egresos, se concluye lo siguiente:

- Para el presente plan de negocios, se ha considerado que para cubrir los costos se necesita realizar una venta 1407 platos o su equivalente en soles de S/ 19,135.20; este punto de equilibrio se mantendrá durante el primer mes de gestión del negocio.
- En el estado de ganancias y pérdidas, podemos encontrar que en el primer año se obtiene una utilidad neta de S/ 34,537.90 y al quinto año se obtendrá una utilidad neta de S/ 45,766.75 soles, esto indica que el negocio en el transcurso del período de cinco años, es rentable.

De la Evaluación, se obtienen los siguientes datos:

- Luego de haber realizado el estudio financiero se puede concluir que el proyecto es viable, cumple con los criterios de rentabilidad de un proyecto, el valor VAN >0 , es positivo teniendo como resultado económico S/ 97,563.22 lo cual es muy favorable y la TIR 58.58% $>$ COK 20.59% por lo que la tasa interna de retorno del proyecto es mayor a lo esperado por los inversionistas.

La inversión inicial asciende a S/ 63,928.91 soles. El estudio también reveló que el punto de equilibrio se consigue vendiendo 16,884 platos al año 1 o su equivalente monetario de S/229,692 soles.

7.2. Recomendaciones

Con respecto a la organización y el marco legal, se recomienda:

- Evaluar la rentabilidad de la empresa en el transcurso del ejercicio, con la finalidad de incrementar los salarios paulatinamente, fidelizando a su personal, siendo ellos la razón de éxito de la misma.
- Así mismo evaluar si con el transcurso del tiempo la empresa según sus ventas debe acogerse a otro tipo de régimen tributario, esto a su vez incrementará los beneficios de su personal.

Con respecto al estudio de mercado

- Se recomienda trabajar en el impacto publicitario para atraer al público objetivo, desde el inicio de las operaciones y en el día a día para no descuidar la demanda insatisfecha.
- Realizar promociones atractivas que generen impacto en las personas que transitan en la zona, sobre todo en horarios de poca afluencia, para no generar aglomeración en las horas pico ni fracazar en la atención rápida que se busca ofrecer.

Sobre el estudio técnico, se recomienda:

- Se recomienda que el establecimiento respete los aforos indicados por PRODUCE, debido a la pandemia actual por COVID-19 que atravesamos, evitando aglomeraciones y sobre exposición.

- Así mismo se recomienda mantener un control sobre el inventario, con la finalidad de no quedarnos sin stock durante el horario de atención, y verificar que los productos se encuentren vigentes para su consumo.

Sobre los costos, ingresos y egresos:

- Se recomienda como punto importante definir los costos variables unitarios de cada plato, esto permite determinar un precio acorde a la ganancia estimada y además poder desarrollar estrategias de penetración de mercado.

Sobre la evaluación:

- Se recomienda iniciar las operaciones en el plan de negocio expuesto dado que el proyecto es viable y cumple con los requisitos para establecer la rentabilidad, generando ganancias al inversionista.
- Finalmente se recomienda no descuidar el valor agregado que es la razón de ser del negocio, brindar rapidez, calidad, variedad e higiene en nuestro sello de marca, así mismo no olvidar que uno de los factores más predominantes en el rubro es la atención al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. SUNAT. (2016). Iniciando mi negocio. 2020, de SUNAT Sitio web: <https://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
2. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Dirección de capacitación y Difusión Laboral. (2018). Beneficios sociales del régimen laboral de la micro y pequeña empresa.. 2020, de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Dirección de capacitación y Difusión Laboral Sitio web: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289279/Beneficios_sociales_de_la_micro_y_pequeña_empresa_-_Final.pdf
3. Municipalidad de Ate. (2009). AUTORIZACION MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO LEY MARCO 28976, ORDENANZA 159-MDA. 11 de Octubre,2020, de Municipalidad de Ate Sitio web: http://www.muniate.gob.pe/ate/files/licenciaFuncionamiento/PROCEDIMIENTO/requisitos_ord_159_mda_ante.pdf
4. MELGAREJO,S. (2016). FITFOOD: Comida saludable para colaboradores administrativos de empresas.. 10 de Noviembre,2020, de PUCP Sitio web: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14248/MELGAREJO_LOO_SILVANA_MARILÚ1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
5. DEL AGUILA, W. & MEJIA, S. (2019). Plan de negocios para una cevichería en barra. 12 de Noviembre,2020, de Universidad San Ignacio de Loyola Sitio web: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9524/1/2019_Del-Aguila-Arista.pdf
6. PRODUCE. (2019). RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. 2 de Noviembre,2020, de PRODUCE Sitio web: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_R_EMYPE_-_Enero_2019.pdf
7. Plataforma única del Estado Peruano. (2019). Registrar o constituir una empresa. 20 de Noviembre,2020, de Plataforma única del Estado Peruano Sitio web: <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>
8. Plataforma digital única del Estado Peruano. (2019). Regímenes tributarios. 20 de Noviembre,2020, de Plataforma digital única del Estado Peruano Sitio web: <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
9. Marco Antonio Plaza Vidaurre. (2005). EL MODELO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA Y SUS APLICACIONES. 15 de Noviembre,2020, de Pontificia Universidad Católica del Perú Sitio web: http://macareo.pucp.edu.pe/~mplaza/001/apuntes_de_clases/toeria_microeconomica/modofertademanda.pdf

10. GUERRA, J. & SEMINARIO, L. (2017). Influencia del marketing relacional para la fidelización de los clientes de las cevicherías de la ciudad de Iquitos. 03 de Noviembre, 2020, de Universidad Científica del Perú Sitio web: <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/415/MKT%20RELACIONAL%20TESIS%20FINAL%20OK.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
11. INDECOPI. (2018). Registro de Marca y Otros Signos. 07 de Noviembre, 2020, de INDECOPI Sitio web: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos>
12. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2010). ALCANCES SOBRE EL CONTENIDO BÁSICO DE LA REGULACIÓN LEGAL DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO. 07 de Octubre del 2020, de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo Sitio web: http://www.mintra.gob.pe/boletin/boletin_2_1.html
13. ESAN. (2019). VAN y TIR: ¿para qué sirven y cuándo usarlos?. 10 de Noviembre, 2020, de Universidad ESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/08/van-y-tir-para-que-sirven-y-cuando-usarlos/>
14. ESAN. (2018). Evaluación Económica Financiera: EVA y FVA. 15 de Octubre, 2020, de Universidad ESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/sala-de-prensa/2018/05/evaluacion-economica-financiera-eva-y-fva/>
15. CORTINA, M. (2018). DISEÑO DE PLAN DE MANEJO AMBIENTAL EN EL RESTAURANTE RELITOS GRILL & BEER. 22 de Noviembre, 2020, de Universidad Militar Nueva Granada Sitio web: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17326/CortinaGomezMartha2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
16. Universidad Esan. (2017). El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas. 16 de Noviembre, 2020, de Universidad Esan Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
17. Universidad ESAN. (2017). El índice beneficio/costo en las finanzas corporativas. 16 de Noviembre, 2020, de Universidad ESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-indice-beneficiocosto-en-las-finanzas-corporativas/>
18. Universidad ESAN. (2016). Evaluación económica y financiera de proyectos. 16 de Noviembre, 2020, de Universidad ESAN Sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/09/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos/>

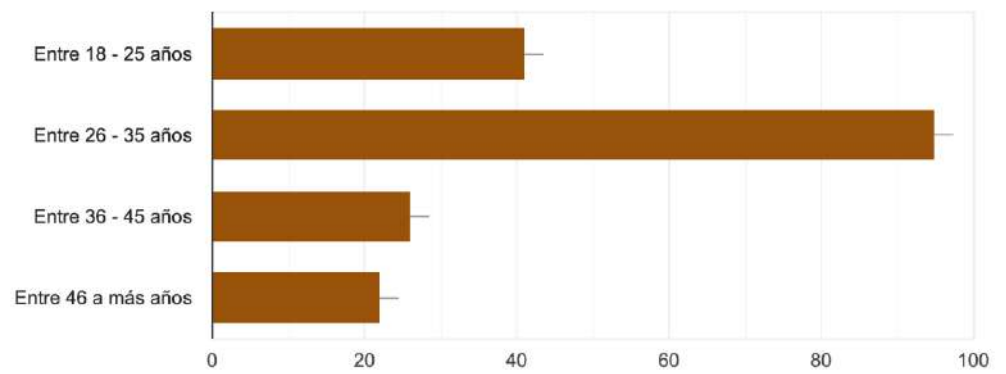
19. WEINBERGER, K. (2009). PLAN DE NEGOCIOS Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.. 10 de Noviembre,2020, de USAID Sitio web: http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
20. Bailon, P. & Cisneros, A & Vergara, L.. (2018). Plan de negocio del restaurante Doña Julia en el distrito de Los Olivos. 07 de Noviembre, de Pontificia Universidad Católica del Perú Sitio web: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/10231/BAILON_CISNEROS_VERGARA_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
21. Arriola, F. & Montalvo, Y. & Lara, J.. (2017). Plan estratégico empresarial del Restaurant Hebrón S.A.C. de la ciudad de Chiclayo. 09 de Noviembre 2020, de Pontificia Universidad Católica del Perú Sitio web: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9846>
22. SUNAT. (2020). Concepto PDT - PLAME. 11 de Noviembre,2020, de SUNAT Sitio web: <https://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/planilla-electronica/pdt-plame>
23. Diario Gestión. (2017). La esquiwa definición de las micro, pequeñas y medianas empresas para fines tributarios. 09 de Octubre,2020, de Diario Gestión Sitio web: <https://gestion.pe/blog/termometro-desarrollo/2017/10/la-esquiwa-definicion-de-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-para-fines-tributarios.html/>
24. Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). Inscripción al RUC para Persona Jurídica. 13 de Octubre,2020, de Plataforma digital única del Estado Peruano Sitio web: <https://www.gob.pe/276-inscripcion-al-ruc-para-persona-juridica>

ANEXOS

- Cuestionario y resultados de encuesta dirigido a consumidores y transeúntes del Proyecto Especial de Huaycan.

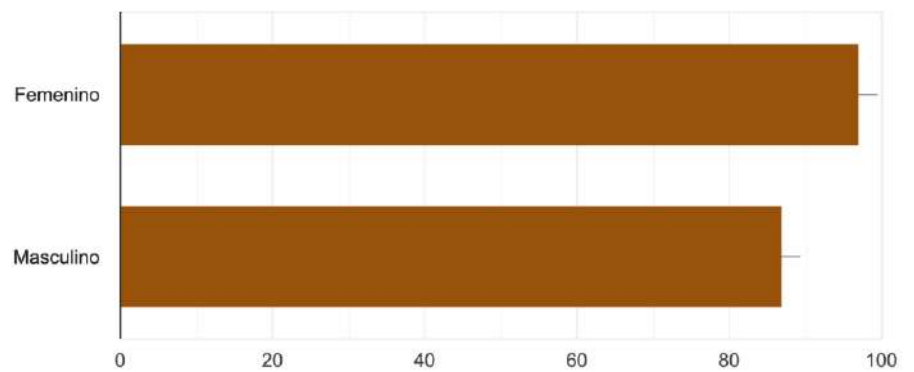
¿Cual es tu edad?

184 respuestas



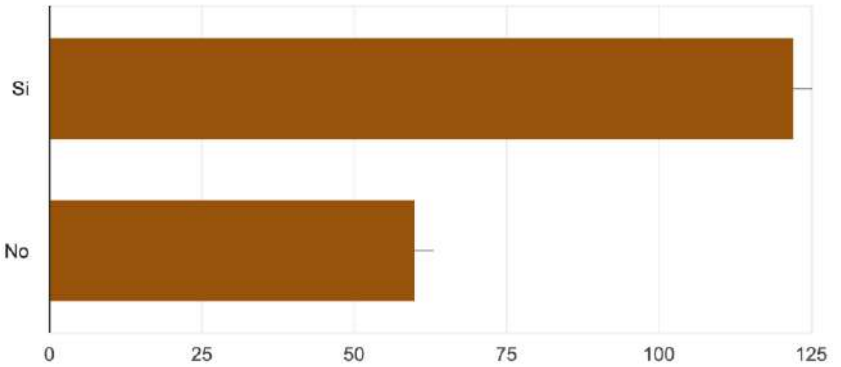
¿Cual es tu género?

184 respuestas



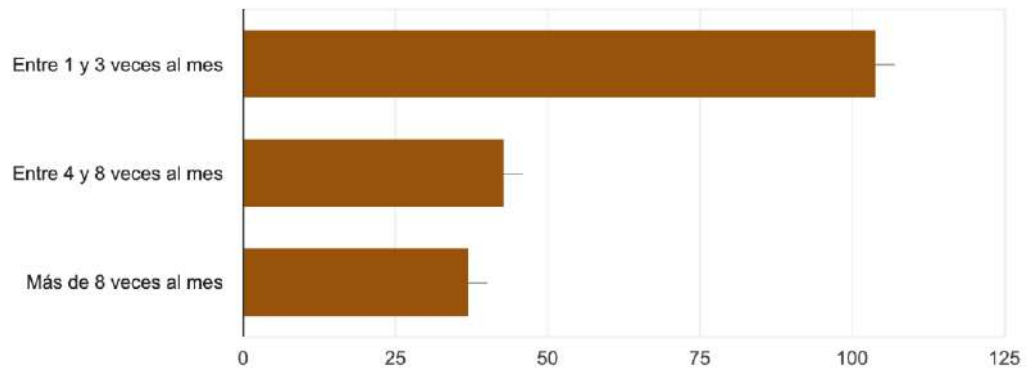
¿Sueles almorzar fuera de casa?

182 respuestas



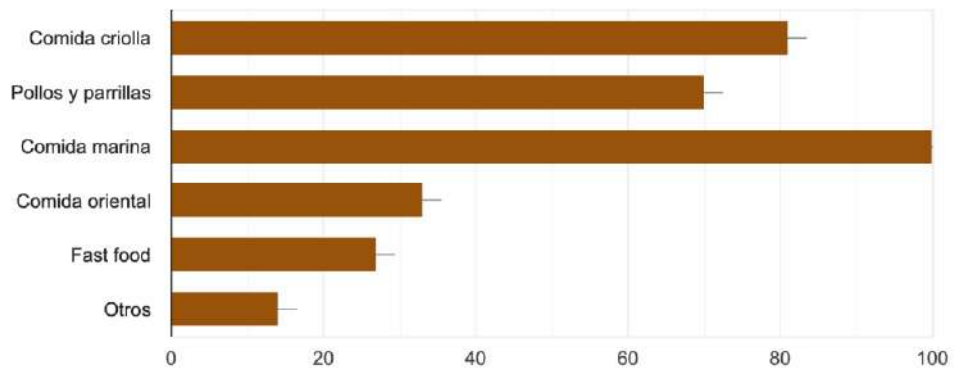
¿Con qué frecuencia almuerzas fuera de casa?

183 respuestas



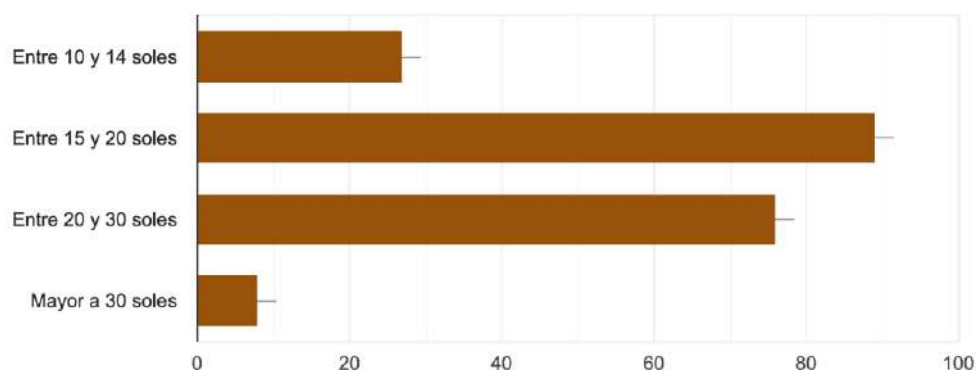
¿Al almorzar fuera de casa que comida prefieres?

183 respuestas



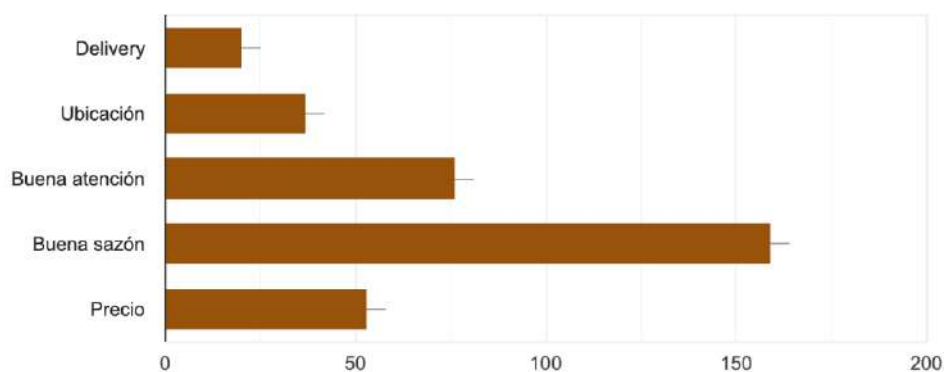
¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por un plato marino?

184 respuestas



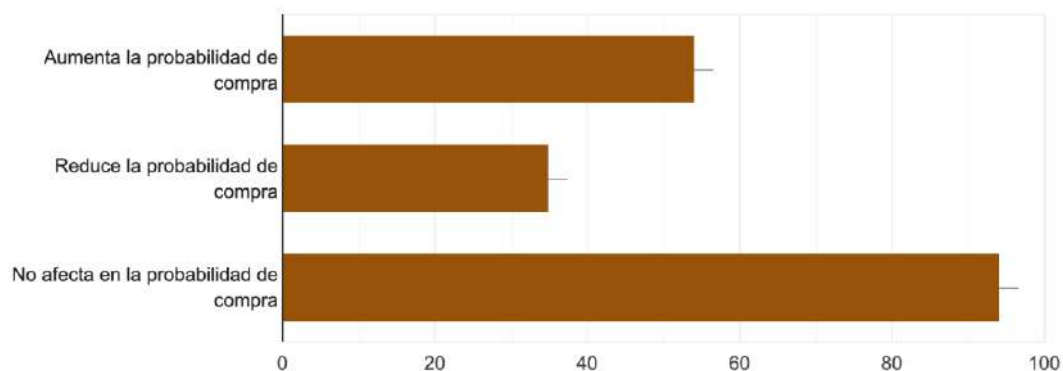
¿Qué elementos influyen en la elección de una cevichería?

184 respuestas



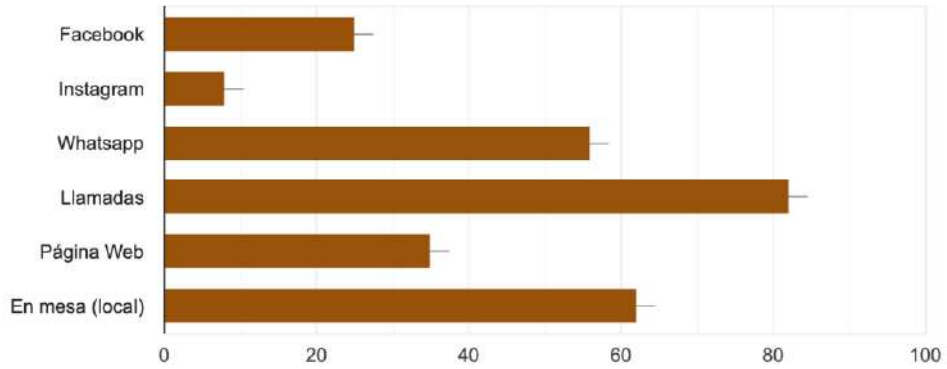
¿Cuánto afecta un precio relativamente bajo en su decisión final de compra, al momento de almorzar?

182 respuestas



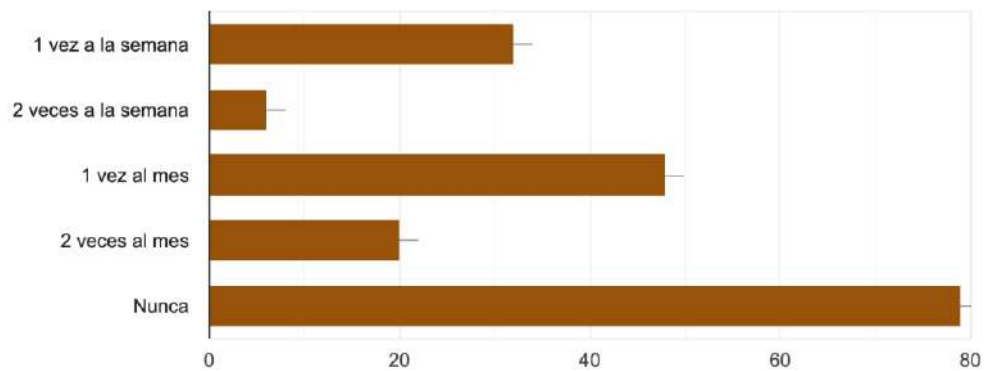
¿A través de que medio sueles pedir comida?

184 respuestas



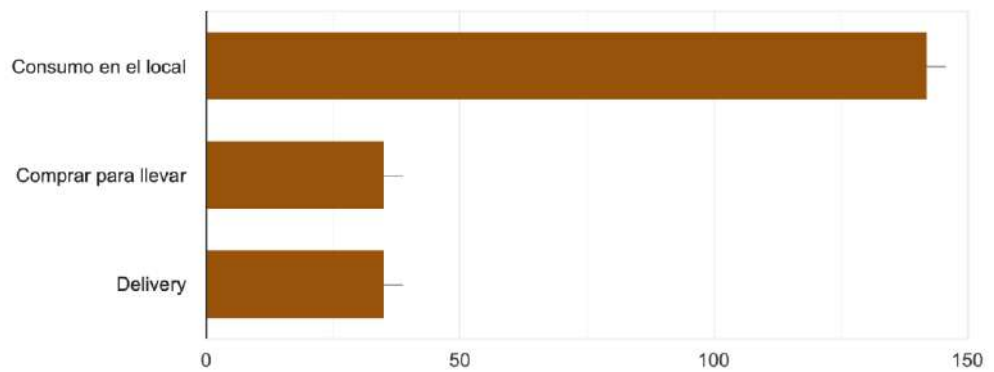
¿Con qué frecuencia solicitas delivery de una cevicheria?

184 respuestas



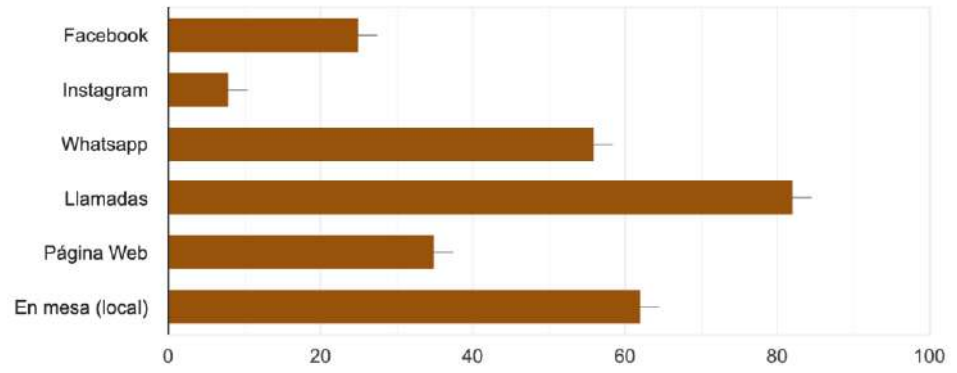
¿Qué modalidad de consumo elegirías para un plato marino?

183 respuestas



¿A través de que medio sueles pedir comida?

184 respuestas



PRECIO DUOS Y TRIOS

DUOS:

CEVICHE + CHICHARRON

COSTO CEVICHE		COSTO CHICHARRON		COSTO DEL DUO		P.V. DUO	
S/	8.62	S/	8.19	S/	8.40	S/	18.00

CEVICHE + ARROZ CON MARISCOS

COSTO CEVICHE		COSTO A. MARISCOS		COSTO DEL DUO		P.V. DUO	
S/	8.62	S/	8.05	S/	8.34	S/	17.00

ARROZ CON MARISCOS + CHICHARRON

COSTO A. MARISCOS		COSTO CHICHARRON		COSTO DEL DUO		P.V. DUO	
S/	8.05	S/	8.19	S/	8.12	S/	18.00

CHAUFA DE MARISCOS + CHICHARRON

COSTO A. MARISCOS		COSTO CHICHARRON		COSTO DEL DUO		P.V. DUO	
S/	8.05	S/	8.19	S/	8.12	S/	18.00

TRIOS:

CEVICHE + ARROZ CON MARISCOS + CHICHARRON

COSTO CEVICHE		COSTO A. MARISCOS		COSTO CHICHARRON		COSTO TRIO		P.V. TRIO	
S/	8.62	S/	8.05	S/	8.19	S/	8.29	S/	20.00

CEVICHE + CHAUFA DE MARISCOS + CHICHARRON

COSTO CEVICHE		COSTO CHAUFA MARISCOS		COSTO CHICHARRON		COSTO TRIO		P.V. TRIO	
S/	8.62	S/	7.54	S/	8.19	S/	8.12	S/	20.00