



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“ZEGEL”
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACION DE UN
RESTAURANTE 24 HORAS “DOS PATAS” EN EL DISTRITO DE
PIURA**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en
Administración de Empresas**

RICARDO ENRIQUE RIVERA SULLÓN

(0009-0008-0232-1453)

HARRISON RUSSELL DIEGO ZAPATA ENCALADA

(0009-0002-7374-0782)

Piura – Perú

2023

A Dios, mis padres, mi familia y todos los que han estado a mi lado en este viaje, les agradezco de corazón por su amor, apoyo y guía. Sin ustedes, esto no habría sido posible.

Agradezco a todos quienes, de alguna manera, han contribuido a mi formación académica. A mi familia, que no solo me brindó amor y comprensión, sino que también compartió la responsabilidad de financiar mis estudios. Este logro no solo es mío, sino también de quienes creyeron en mí y me apoyaron en cada paso.

Índice General

Resumen ejecutivo	11
Introducción	12
Capítulo I Definición del Negocio	15
Idea de negocio.....	15
Diagnóstico de la idea de negocio	15
Capitulo II Diagnostico del plan de negocio	20
Análisis del Microentorno	20
<i>Clientes</i>	20
<i>Competidores</i>	20
<i>Proveedores</i>	21
<i>Intermediarios</i>	21
<i>Productos Sustitutos</i>	22
Análisis del Macroentorno	22
<i>Factor Económico</i>	22
<i>Factor Cultural y Social</i>	22
<i>Factor Político</i>	23
<i>Factor Geográfico – Demográfico</i>	24
<i>Factor Tecnológico</i>	24
Capitulo III Planeamiento Estratégico	25
Misión.....	25
Visión	25
Valores.....	25
Objetivos Estratégicos Generales	26
Matriz FODA	27
Evaluación de los Factores Externos	30

Evaluación de los Factores Internos	30
Matriz Interna – Externa.....	31
Mapa estratégico.....	32
Estrategia Genérica de Porter	32
Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt)	33
Capítulo IV Estudio de Mercado.....	34
Oferta.....	34
<i>Restaurante Don Parce</i>	34
<i>Nagasaki Fusión Piura</i>	35
<i>Tayanti Restaurante</i>	36
Demanda.....	38
<i>Objetivo</i>	38
<i>Metodología</i>	39
<i>Resultados</i>	40
<i>Interpretación</i>	48
<i>Proyección de la demanda</i>	51
Capítulo V Plan de Comercialización	53
Mercado.....	53
Marketing Mix.....	53
<i>Producto</i>	53
<i>Precio</i>	58
<i>Plaza</i>	61
<i>Promoción</i>	63
Formulación Estratégica ANSOFF	64
<i>Penetración de mercado</i>	64
<i>Desarrollo de mercado</i>	64

Proyección de ventas	65
<i>Capacidad instalada</i>	65
Capítulo VI Plan técnico	72
Localización de la Empresa.....	72
Tamaño del Negocio	73
Necesidades	74
<i>Maquinarias y Equipos</i>	74
<i>Mano de Obra</i>	76
<i>Materia Prima</i>	78
Costos	82
<i>Costos Directos</i>	82
<i>Costos Indirectos</i>	83
Proceso de Producción u Operación.....	85
Certificaciones necesarias	87
<i>Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica</i>	87
<i>Autorización DIGESA</i>	87
Impacto en el Medio Ambiente	88
Capítulo VII Plan Organizacional, de Personal y Legal	90
Constitución de la empresa.....	90
<i>Búsqueda y reserva del nombre</i>	90
<i>Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)</i>	91
<i>Abono de capital y bienes</i>	91
<i>Elaboración de Escritura Pública</i>	92
<i>Inscripción en Registros Públicos</i>	93
<i>Inscripción al RUC para Persona Jurídica</i>	93
<i>Licencia municipal de funcionamiento</i>	94

Obligaciones	95
<i>Obligaciones Tributarias</i>	95
<i>Obligaciones Laborales</i>	96
Estructura Organizacional	97
Descripción de Funciones	98
Capítulo VIII Plan Económico – Financiero	104
Inversiones.....	104
Ingresos y Egresos	113
Deuda.....	118
Flujo de Caja	118
Evaluación Económica y Financiera	120
Conclusiones	122
Recomendaciones	123
Referencias Bibliográficas.....	125
Anexos	127

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Matriz FODA</i>	27
Tabla 2 <i>Análisis FODA cruzado</i>	28
Tabla 3 <i>Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE)</i>	30
Tabla 4 <i>Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI)</i>	30
Tabla 5 <i>Carta de restaurante Don Parce</i>	34
Tabla 6 <i>Carta gastronómica Restaurante Nagasaki Fusión</i>	36
Tabla 7 <i>Carta gastronómica restaurante Tayanti</i>	37
Tabla 8 <i>Carta Gastronómica Restaurante "Dos Patas"</i>	38
Tabla 9 <i>Segmentación de la población total</i>	39
Tabla 10 <i>Cálculo de la muestra</i>	40
Tabla 11 <i>¿Hay algún comentario adicional que desees compartir sobre la propuesta de "Dos Patas" o alguna sugerencia que creas importante?</i>	47
Tabla 12 <i>Estimación de la demanda con base en la encuesta</i>	51
Tabla 13 <i>Proyección de la demanda mensual</i>	52
Tabla 14 <i>Necesidad 1 en implementación delivery propio</i>	62
Tabla 15 <i>Costo de anuncios pagados en redes sociales</i>	63
Tabla 16 <i>Gasto en publicidad anual</i>	64
Tabla 17 <i>Tiempo promedio de estadía de un comensal</i>	65
Tabla 18 <i>Capacidad instalada en base a las mesas</i>	65
Tabla 19 <i>Capacidad instalada atención diurna</i>	66
Tabla 20 <i>Capacidad instalada atención tarde/ noche</i>	66
Tabla 21 <i>Calculo para la proyección de ventas del restaurante "Dos Patas"</i>	67
Tabla 22 <i>Cantidad de platos en la proyección de ventas</i>	68
Tabla 23 <i>Proyección de ventas en soles año 1, de enero – junio</i>	69
Tabla 24 <i>Proyección de ventas en soles año 1, de julio - diciembre</i>	70
Tabla 25 <i>Proyección de ventas anual 5 años</i>	71
Tabla 26 <i>Matriz de localización</i>	72
Tabla 27 <i>Maquinarias, equipos y herramientas requeridos</i>	74
Tabla 28 <i>Planilla de mano de obra</i>	76
Tabla 29 <i>Materia prima para elaboración de platos criollos – Cabrito a la norteña</i>	78
Tabla 30 <i>Materia prima para elaboración de platos criollos - Seco de Chavelo</i>	78

Tabla 31 <i>Materia prima para elaboración de platos marinos – Ceviche de pescado</i>	79
Tabla 32 <i>Materia prima para elaboración de platos marinos – Arroz con mariscos</i>	79
Tabla 33 <i>Materia prima para elaboración de comida rápida – Hamburguesa clásica</i>	79
Tabla 34 <i>Materia prima para elaboración de comida rápida – Hamburguesa vegetariana</i> ..	80
Tabla 35 <i>Materia prima para elaboración de bebidas – Chicha morada</i>	80
Tabla 36 <i>Materia prima para elaboración de bebidas – Refresco de maracuyá</i>	80
Tabla 37 <i>Proyección de compras materia prima enero – junio</i>	81
Tabla 38 <i>Proyección de compras materia prima julio - diciembre</i>	81
Tabla 39 <i>Costos directos anuales</i>	82
Tabla 40 <i>Costos indirectos mensuales</i>	83
Tabla 41 <i>Costos indirectos anuales</i>	84
Tabla 42 <i>Inversión en activo fijo depreciable</i>	104
Tabla 43 <i>Inventario inicial</i>	105
Tabla 44 <i>Inversión en activo fijo no depreciable</i>	107
Tabla 45 <i>Inversión en activo intangible</i>	111
Tabla 46 <i>Estructura del financiamiento</i>	112
Tabla 47 <i>Financiamiento del proyecto</i>	113
Tabla 48 <i>Depreciación de equipos de activo fijo en 5 años</i>	113
Tabla 49 <i>Amortización de activos intangibles por áreas</i>	114
Tabla 50 <i>Total de amortización activos intangibles</i>	115
Tabla 51 <i>Ingresos y Egresos 5 años</i>	115
Tabla 52 <i>Estado de resultados en soles</i>	117
Tabla 53 <i>Flujo de caja económico y financiero</i>	118
Tabla 54 <i>Resumen flujo de caja</i>	120
Tabla 55 <i>Calculo del costo de oportunidad del capital (COK)</i>	120
Tabla 56 <i>WACC</i>	120
Tabla 57 <i>VAN Y TIR económico y financiero</i>	121
Tabla 58 <i>Cálculo del beneficio/ Costo</i>	121

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Modelo Business Canvas para Restaurante Dos Patas</i>	18
Figura 2 <i>Matriz Interna - Externa</i>	31
Figura 3 <i>Mapa estratégico "Dos Patas"</i>	32
Figura 4 <i>Diagrama de Gantt</i>	33
Figura 5 <i>Selecciona tu genero</i>	41
Figura 6 <i>¿En qué rango de edad se encuentra?</i>	41
Figura 7 <i>¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu nivel socioeconómico?</i>	42
Figura 8 <i>¿Frecuenta usted restaurantes?</i>	42
Figura 9 <i>En una escala del 1 al 5 ¿Qué tan importante es para ti la ubicación de un restaurante al momento de decidir dónde comer?</i>	43
Figura 10 <i>¿Qué factores son más importantes para ti al elegir un lugar para comer?</i>	43
Figura 11 <i>¿Cuál es tu percepción sobre la propuesta de tener un restaurante abierto las 24 horas en Piura, como "Dos Patas"?</i>	44
Figura 12 <i>En "Dos Patas", nos esforzamos por satisfacer todos los gustos. ¿Cuál de estas opciones de nuestro menú te resulta más atractiva?</i>	44
Figura 13 <i>¿Cuánto estarías dispuesto/a a gastar al momento de visitar el restaurante?</i>	45
Figura 14 <i>¿Con qué frecuencia estimas que visitarías el restaurante "Dos Patas" en Piura?</i>	45
Figura 15 <i>Contaremos con servicio de entrega a domicilio las 24 horas, ¿Qué opinas de la idea de disfrutar tus pedidos cuando lo desees?</i>	46
Figura 16 <i>¿Te gustaría que el restaurante "Dos Patas" ofreciera promociones especiales durante ciertos días de la semana o meses del año?</i>	46
Figura 17 <i>Considerando la información proporcionada sobre "Dos Patas", ¿te gustaría visitar este restaurante 24 horas en Piura?</i>	47
Figura 18 <i>Seco de cabrito a la norteña</i>	54
Figura 19 <i>Seco de chavelo</i>	54
Figura 20 <i>Ceviche de pescado</i>	55
Figura 21 <i>Arroz con mariscos</i>	55
Figura 22 <i>Hamburguesa clásica</i>	56
Figura 23 <i>Hamburguesa vegetariana</i>	56
Figura 24 <i>Chicha morada</i>	57

Figura 25 <i>Refresco de maracuyá</i>	58
Figura 26 <i>Rango de precios platos criollos</i>	59
Figura 27 <i>Rango de precios platos marinos</i>	59
Figura 28 <i>Rango de precios comida rápida</i>	60
Figura 29 <i>Rango de precios bebidas</i>	60
Figura 30 <i>Interfaz WhatsApp Business</i>	62
Figura 31 <i>Layout del restaurante Dos patas</i>	73
Figura 32 <i>Fachada exterior</i>	74
Figura 33 <i>Proceso de atención al cliente, área de ventas – Mozo</i>	85
Figura 34 <i>Proceso para la preparación de un plato, área de cocina</i>	85
Figura 35 <i>Régimen MYPE tributario</i>	96
Figura 36 <i>Derechos laborales pequeña empresa - MYPE Tributario</i>	97
Figura 37 <i>Estructura organizacional Restaurante Dos Patas</i>	98
Figura 38 <i>Administrador - Perfil de puesto</i>	99
Figura 39 <i>Asistente administrativo - Perfil de puesto</i>	100
Figura 40 <i>Ayudante de cocina - Perfil de puesto</i>	101
Figura 41 <i>Cheff ejecutivo - Perfil de puesto</i>	102
Figura 42 <i>Mozo de restaurante - Perfil de puesto</i>	103

Resumen ejecutivo

En este estudio, se diseñó un plan de negocio para el RESTAURANTE 24 HORAS “DOS PATAS” en la provincia de Piura. El restaurante ofrecerá comida marina, platos rápidos, platos típicos y opciones vegetarianas. Para desarrollar esta propuesta, se definió la idea de negocio, se realizó un diagnóstico del plan de negocio y su respectivo planeamiento estratégico. Además, se llevó a cabo un estudio de mercado para determinar la demanda. Con esta información, se diseñó el plan de comercialización, el plan técnico, el plan organizacional y de personal, el plan legal, y finalmente, el plan económico financiero. Los resultados del estudio indican que hay una demanda de 163,875 platos, con un segmento de mercado que muestra una aceptación del 83.2%. La capacidad instalada del restaurante será de 1,650 platos semanales. De lo cual se considera atender el 1% de la demanda. El TIR económico resultó ser mayor que el COK ($57\% > 24.07\%$), y el valor del VAN económico resultó positivo. En conclusión, se considera viable y rentable la propuesta del plan de negocio para la creación del “RESTAURANTE 24 HORAS “DOS PATAS” en el distrito de Piura.

Introducción

¿Se te antoja comer algo en horas poco convencionales?, ¿No hay ningún restaurante atendiendo a esa hora?, estas son las preguntas que este plan de negocio quiere llegar a resolver. En un mundo donde los antojos no conocen de horarios, nuestro restaurante se propone romper con la tradición y ofrecer una experiencia culinaria sin restricciones de tiempo.

Por ello este proyecto lleva como propósito crear un restaurante de atención extendida, se presenta a “Dos Patas”, comprometido a satisfacer los paladares de sus clientes las 24 horas del día, cinco días a la semana. Este proyecto ambicioso busca llenar un vacío en el mercado local, ofreciendo una amplia variedad de platos criollos, marinos y opciones de comida rápida que se ajustan a todos los gustos.

La innovación no solo se limita a la oferta de platos, sino que también se extiende a nuestros servicios. Además de nuestro acogedor restaurante, ofrecemos un conveniente servicio de entrega a domicilio. Ya sea que te encuentres en casa, en el trabajo o en cualquier lugar de Piura, "Dos Patas" lleva la deliciosa comida directamente a tu puerta.

Con una ubicación estratégica en el distrito de Piura, nuestro restaurante tiene como objetivo llegar a habitantes y visitantes por igual. La segmentación de nuestro público abarcará diferentes niveles socioeconómicos, desde A hasta C, asegurando que todos tengan acceso a la calidad y variedad que ofrecemos.

El plan de negocio se estructura en ocho capítulos, los cuales detallarán de manera más exhaustiva el análisis realizado para esta idea empresarial:

En el Capítulo I, se definió la idea de negocio y se llevó a cabo el diagnóstico correspondiente.

En el Capítulo II, se realizó un análisis exhaustivo del microentorno y el macroentorno.

El Capítulo III abordó el planeamiento estratégico, donde se estableció la misión, se delineó la visión, se propusieron los valores, se fijaron los objetivos estratégicos generales, se efectuó el análisis FODA, se evaluaron los factores internos y externos mediante la matriz interna y externa, se creó el mapa estratégico, se implementó la estrategia genérica de Porter, y se plasmó todo en un diagrama de Gantt.

En el Capítulo IV, se llevó a cabo el estudio de mercado, basándose en la oferta de competidores potenciales y la demanda esperada, respaldado por los resultados de encuestas y una proyección de la demanda.

El Capítulo V se centró en el plan de comercialización, segmentando el mercado, identificando variables del marketing mix, aplicando la formulación estratégica de Ansoff en dos factores, y proyectando las ventas con el cálculo de la capacidad instalada.

En el Capítulo VI, se desarrolló el plan técnico, aplicando la matriz de localización, determinando el tamaño del negocio, identificando las necesidades en maquinaria, equipos, mano de obra y materia prima. Se segmentaron los costos en directos e indirectos, se elaboró un flujograma del proceso de atención al cliente y preparación del pedido en cocina, y se identificaron certificaciones y el impacto ambiental del restaurante.

En el Capítulo VII, se detallaron aspectos relacionados con el plan organizacional, de personal y legal del restaurante. Se describió el proceso para la constitución de la empresa, se

consideraron obligaciones tributarias y laborales bajo el régimen MYPE tributario, se diseñó el organigrama y se elaboró la descripción de funciones.

El Capítulo VIII abordó el plan económico y financiero del proyecto, identificando inversiones, ingresos y egresos, el flujo de caja y la evaluación económica y financiera mediante VAN y TIR.

Para concluir, se redactaron conclusiones y recomendaciones derivadas de la implementación de este restaurante

Capítulo I

Definición del Negocio

Idea de negocio

Esta idea está basada en la creación de un Restaurante 24 horas, “Dos Patas” nace con la idea innovadora de un restaurante ubicado en el departamento de Piura, que abre sus puertas las 24 horas del día (5 días a la semana), para satisfacer los antojos de sus clientes en cualquier momento. En Dos Patas, puedes disfrutar de tus comidas favoritas, ya sean platos criollos, marinos, comida rápida, así como de bebidas a toda hora. Nuestra carta se inspira en los sabores únicos de Piura, además de una gran variedad de platos adaptados a todos los gustos, incluyendo opciones vegetarianas y veganas para satisfacer a los comensales.

Además de nuestro acogedor restaurante, ofrecemos un servicio de entrega a domicilio. Así que, no importa si te encuentras en casa, en el trabajo o en cualquier lugar de Piura, ¡te llevamos la comida a tu puerta!

El Restaurante “Dos Patas” se situará en el distrito de Piura, y pretende tener un alcance para los habitantes y visitantes del mismo. La segmentación será variada consideraremos clientes de niveles socioeconómicos A, B y C.

Nuestro restaurante cuenta con un ambiente acogedor que te hace sentir como en casa. Disfruta de una experiencia gastronómica agradable en cualquier momento del día.

Diagnóstico de la idea de negocio

"Dos Patas" surge como una respuesta a una necesidad insatisfecha en el departamento de Piura. A pesar de la presencia de varios restaurantes en la región, ninguno de ellos ofrece las características únicas que proponemos. En "Dos Patas," hemos adoptado un

enfoque innovador al estar abiertos las 24 horas del día, para satisfacer los antojos de nuestros clientes en cualquier momento.

Por otro lado, Piura es un departamento turístico, por lo que de manera recurrente llegan residentes de otros distritos, provincias, departamento e incluso, de otros países a visitarla. Aquí se refleja la importancia de un negocio como el Restaurante “Dos Patas”, pues sería un complemento perfecto llegar a un lugar agradable luego de hacer turismo, en el break laboral o después de una fiesta.

Justificación del plan del negocio

Los restaurantes, son establecimientos donde las personas comparten momentos familiares y amicales; al asistir a un restaurante, una persona busca salir de la rutina y espera encontrar comida de buen sabor, tranquilidad e incluso, espacios de relajación o actividades que se puedan realizar en grupo. Es por ello, que existe la motivación de crear el Restaurante “Dos Patas”, porque en él se desea implementar todo lo que una persona busca las 24 horas del día: comidas, bebidas, y una excelente ubicación.

Para justificar el proyecto, nos basamos en casos de éxito en restaurantes con el mismo concepto de atención de 24 horas en Perú,

Así lo demuestra Perú 21, en un artículo:

- “¿Dónde comer cebiche a cualquier hora? ¡Q Cebiche! lo ofrece las 24 horas en distintas presentaciones. También tiene platos calientes. En el Hotel Ibis Larco (Av. Larco 1140, Miraflores).
- Siete Sopas es parada obligada en una ruta de 24 horas. Su carta ofrece shambar trujillano, chupes, sopa de frejoles a la leña, patasca, menestrón y más. Cuadra 23 de la Av. Arequipa, Lince.

- El caldo de gallina es un clásico de las 24 horas. Si se le antoja, puede ir al Buen Sabor (cdra. 15 de la Av. Arenales) o a Caldo de Gallina Santa Catalina (Av. Santa Catalina 136, La Victoria).
- Si lo suyo es la abundancia, El Lomito es una buena opción. Su especialidad, como lo dice su nombre, es el lomo saltado. Buenos precios. Está en la Av. Aviación 2953, San Borja. (Sánchez, 2018)

Se puede afirmar que la concepción de establecer un restaurante abierto las 24 horas ya es una realidad en el Perú, especialmente en áreas de la capital. La intención es replicar esta idea en Piura, con la esperanza de lograr una afluencia y reconocimiento similares.

El Modelo Canvas de Negocio aplicado al Restaurante Dos Patas ofrece una visión holística de la propuesta empresarial, permitiendo así abordar de manera eficiente las necesidades de los comensales. (Figura 1).

Figura 1*Modelo Business Canvas para Restaurante Dos Patas*

"Dos Patas" es un innovador restaurante 24 horas ubicado estratégicamente en el distrito de Piura, con la promesa de mantener un horario extendido, brindando a residentes y la posibilidad de disfrutar de deliciosos platillos locales a cualquier hora del día. La propuesta de valor se centra ser un restaurante con un enfoque innovador, siento un negocio singular en tener una atención ininterrumpida las 24 horas del día, además de tener una carta variada que abarca desde opciones criollas y marinas hasta comida rápida, incluyendo alternativas vegetarianas y veganas para satisfacer a una amplia audiencia, desde NSB A hasta C. Además del restaurante físico, se ofrece un servicio de entrega a domicilio, cubriendo todo el distrito. Con un enfoque en la experiencia del cliente, "Dos Patas" busca establecer relaciones sólidas a través de redes sociales, programas de fidelización y atención al cliente de alta calidad. Los

ingresos provienen tanto de las ventas en el restaurante como del servicio de entrega recibidas a través de medios de pago como Visa, MasterCard, y de billeteras electrónicas como son Yape y Plin, también se cuenta con presencia en plataformas en línea para maximizar la visibilidad. Los recursos clave incluyen personal calificado, infraestructura del restaurante y una flota de entrega. La estrategia de marketing se basa en campañas locales, presencia activa en redes sociales y programas de descuentos. La métrica del éxito se mide mediante la satisfacción del cliente, el número de pedidos, el retorno de inversión en marketing y el crecimiento en redes sociales. Con planes de expansión, "Dos Patas" busca consolidarse como el referente gastronómico 24 horas en Piura, adaptándose continuamente para mantenerse relevante en el mercado.

Capítulo II

Diagnostico del plan de negocio

Análisis del Microentorno

Clientes

La segmentación de clientes en el distrito de Piura reveló la presencia de varios grupos de clientes potenciales, cada uno con diferentes preferencias y necesidades alimentarias. Entre estos grupos se incluyen los residentes locales, los trabajadores nocturnos de empresas cercanas, los estudiantes universitarios y los viajeros que llegan o parten en horarios no convencionales.

El comportamiento de compra de estos grupos varía significativamente a lo largo del día. Durante la noche, los residentes locales y los trabajadores nocturnos tienden a buscar comidas más sustanciosas y opciones de entrega a domicilio, mientras que los estudiantes universitarios pueden preferir opciones económicas y rápidas. Por otro lado, durante las primeras horas de la mañana, los viajeros pueden mostrar un interés particular en desayunos rápidos, lo que subraya la importancia de adaptar las ofertas y estrategias de negocio para satisfacer las necesidades de estos diversos grupos de clientes en horarios específicos.

Competidores

En el proceso de identificación de competidores en el distrito de Piura, hemos encontrado tres restaurantes que tienen horarios de atención prolongados hasta altas horas de la noche como lo son: Restaurante Don Parce (7 am – 10 pm), Nagasaki Fusión Piura (1 pm – 12 am) y Tayanti Restaurante (8 am – 1 am). Aunque sus menús varían, todos ellos ofrecen una combinación de platos tradicionales y opciones de comida rápida. Asimismo, hemos

identificado algunos establecimientos principales de comida rápida como: KFC, Carbon Burger y La Romana, que compiten directamente en la categoría de comidas nocturnas.

Las ventajas competitivas de "Dos Patas" son notables en este contexto. El restaurante se distingue al ofrecer platos criollos, marinos, comida rápida, así como bebidas. Además, su disponibilidad las 24 horas y la posibilidad de entrega a domicilio, tanto a través de su propia logística como mediante terceros, son ventajas clave en la satisfacción de las necesidades de los clientes que buscan comida en horarios no convencionales. Asimismo, la atención al cliente y la rapidez en el servicio son características que destacan la propuesta de valor.

Proveedores

En el ámbito de la gestión de insumos y la garantía de calidad de nuestros productos, "Dos Patas" mantendrá relaciones sólidas con proveedores locales de alimentos frescos, como pescado y productos agrícolas. Esta colaboración directa con proveedores regionales será un pilar fundamental para asegurar la calidad y frescura de los ingredientes utilizados en nuestra cocina y garantizar la continuidad de insumos. Además, trabajaremos estrechamente con proveedores de carnes y lácteos de alta calidad, negociando precios competitivos y plazos de entrega adecuados para asegurar un flujo constante de insumos. Esta estrategia de gestión de proveedores respaldará nuestra capacidad para ofrecer a nuestros clientes una experiencia culinaria excepcional.

Intermediarios

Tenemos un canal de venta directa en el local que ofrece una experiencia de cliente de alta calidad, con un ambiente acogedor y personal amable. Además, se tendría servicio de entrega a domicilio.

Productos Sustitutos

Hemos identificado que los principales productos sustitutos incluyen otras opciones de comida rápida y restaurantes similares. Para destacarnos, hemos ajustado nuestro menú y promocionados platos tradicionales únicos, así como la disponibilidad constante de servicio, con el objetivo de atraer a clientes y diferenciarnos de la competencia. Nuestra estrategia tiene como objetivo atraer a clientes y diferenciarnos de la competencia, ofreciendo una propuesta gastronómica única y la comodidad de disfrutar de nuestras ofertas en cualquier momento del día o la noche.

Análisis del Macroentorno

Factor Económico

“La economía crecerá 0,4% en 2023 y 2,3% en 2024. La sorpresa negativa de la actividad en el segundo trimestre del año, el deterioro de los pronósticos para el fenómeno El Niño, y la sostenida debilidad del gasto privado nos llevan a revisar a la baja el crecimiento en 1,2pp este año y en 0,3pp el próximo” (BBVA Research)

La fluctuación de los precios de los ingredientes: Los precios de los ingredientes utilizados en la cocina de "Dos Patas" pueden variar debido a factores económicos, como la inflación y, las condiciones climáticas que han afectado las cosechas en el norte del país o la disponibilidad de materias primas.

Factor Cultural y Social

La gastronomía es una gran influencia en la vida cotidiana. La comida peruana es un elemento central en la cultura, y los peruanos tienen un profundo amor por su diversa y deliciosa cocina. Los restaurantes y la comida callejera son puntos de encuentro comunes para encontrarse con la familia, amigos, etc.

Por otra parte, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), El 26,9 % de la población peruana a partir de los 15 años a nivel nacional urbano, fue víctima de algún delito en el primer semestre de 2023. Se llega a la conclusión que este índice está afectando al país en la actualidad provocando desconfianza e inseguridad ciudadana. Incurriendo en la creación de pequeños emprendimientos y disminuyendo la cantidad de clientes que asisten a los mismos.

Factor Político

Actualmente el Gobierno peruano viene atravesando imprevistos, y esto se debe a la ineficiencia por parte de nuestro presidente, ministros y congresistas. En lo que refiere a la opinión pública, según la última encuesta del Instituto de Estudios Peruano (IEP), la desaprobación de Boluarte se encuentra por encima del 80 %, similar a lo arrojado en junio y julio. El mayor rechazo en rangos etarios es entre jóvenes de 25 a 39 (83 %) y en el Centro y Sur del país, localizaciones desde las que partieron las movilizaciones de rechazo a Boluarte.

Según el mismo estudio, la desaprobación del Congreso se mantiene por encima del 90 % en las siete investigaciones demoscópicas realizadas desde febrero de este año. El Congreso encabeza la desconfianza institucional, superando incluso a Dina Boluarte, al Poder Judicial, la fiscalía general y a los medios de comunicación. (“Perú: informe de coyuntura política — CELAG”)

Por otro lado, el sector de la alimentación está sujeto a una serie de regulaciones gubernamentales, como normas de seguridad alimentaria e higiene. Cualquier cambio en estas regulaciones podría afectar las operaciones y los costos del restaurante. Es fundamental para "Dos Patas" mantenerse actualizado y cumplir con todas las regulaciones relevantes.

Factor Geográfico – Demográfico

La provincia de Piura cuenta con una población de 944 104 habitantes, según ministerio de salud REUNIS. Por otra parte, el distrito de Piura donde se ubicaría el restaurante Dos Patas cuenta con 189 548 habitantes.

El distrito de Piura es un centro urbano con una densidad de población considerable y una mezcla diversa de residentes locales y visitantes. “El departamento de Piura, ubicado en la zona norte del país, por sus atractivos físicos y culturales se perfila como una zona de importancia turística”. (BCRP)

Esta ubicación permite que el restaurante tenga acceso a una amplia audiencia de comensales potenciales, desde habitantes locales que buscan autenticidad culinaria hasta turistas que desean experimentar la comida regional. Además, la proximidad a áreas de interés turístico y a zonas residenciales agrega un componente geográfico significativo a la estrategia de ubicación. Esta diversidad demográfica y geográfica presenta oportunidades para personalizar el menú y las estrategias de marketing, lo que contribuye al éxito del restaurante en un contexto de flujo constante de clientes de diversas procedencias y preferencias.

Factor Tecnológico

El ámbito de hoteles y restaurantes experimenta ventajas gracias a la tecnología, ya que posibilita la mejora en la satisfacción del cliente al reducir los tiempos de servicio. A modo de ilustración, en diversos restaurantes locales e internacionales, los mozos emplean tablets con una aplicación específica del establecimiento para tomar nota de los pedidos de los comensales, los cuales se envían de inmediato a la cocina para su preparación, eliminando la necesidad de que un mozo entregue la orden en la cocina, ya que este proceso se lleva a cabo automáticamente mediante la tecnología.

Capítulo III

Planeamiento Estratégico

Misión

“En Restaurante Dos Patas, nuestra misión es ofrecer una experiencia gastronómica única y accesible las 24 horas del día. Nos comprometemos a satisfacer los antojos de nuestros clientes, proporcionando platos auténticos de la rica herencia culinaria de Piura. Con un enfoque innovador y servicio a domicilio disponible en todo momento, buscamos ser el destino culinario preferido para residentes y visitantes, brindando un oasis gastronómico en cualquier ocasión.”

Visión

“Para 2025, Restaurante Dos Patas será el principal proveedor de alimentos 24 horas en Piura, creciendo un 1% anual. Implementaremos prácticas para reducir costos en un 2%, garantizando rentabilidad. Nuestra auténtica cocina peruana nos convertirá en el destino preferido de residentes y turistas. Expandiremos nuestros servicios de entrega para cubrir toda la ciudad, aumentando las ventas en un 5% anual, y mantendremos una calificación de satisfacción del cliente del 90%”.

Valores

- Autenticidad: Nos comprometemos a ofrecer platos auténticos que reflejen la rica herencia culinaria de Piura, preservando la esencia de los sabores locales.
- Innovación: Adoptamos un enfoque innovador al estar abiertos las 24 horas, adaptándonos a las necesidades cambiantes de nuestros clientes y proporcionando opciones vegetarianas y veganas para satisfacer diversos gustos.

- **Hospitalidad:** Nuestro restaurante busca crear un ambiente acogedor que haga sentir a nuestros clientes como en casa. Valoramos la hospitalidad y nos esforzamos por brindar un servicio cálido y amable en todo momento.
- **Accesibilidad:** Estamos comprometidos a ser accesibles en todo momento, ya sea a través de nuestro servicio de entrega a domicilio las 24 horas o manteniendo nuestras puertas abiertas para recibir a nuestros clientes en cualquier momento del día.
- **Excelencia:** Buscamos la excelencia en la calidad de nuestros platos, en el servicio al cliente y en la experiencia gastronómica general. Nos esforzamos por superar las expectativas y mantener altos estándares en todo lo que hacemos.

Objetivos Estratégicos Generales

En “Dos patas” se aspira por el logro de los siguientes objetivos estratégicos:

- Mejorar las habilidades y la satisfacción laboral del personal a través de la implementación de programas de capacitación continua, asegurando que al menos el 80% del personal complete un curso trimestralmente, dentro de los próximos 12 meses.
- Alcanzar una calificación promedio de satisfacción del cliente de al menos el 90% en las encuestas de retroalimentación, introduciendo mejoras basadas en los comentarios de los clientes para lograrlo dentro de los próximos 12 meses.
- Establecer reconocimiento como el principal restaurante 24 horas en Piura, destacando nuestra cocina auténtica y servicio excepcional, incrementando el reconocimiento en encuestas de mercado y menciones en medios locales en un 20%, dentro de los próximos 18 meses.
- Optimizar la eficiencia en el servicio al cliente y la gestión de pedidos mediante la implementación de un sistema avanzado de punto de venta (POS),

reduciendo el tiempo de procesamiento de pedidos en un 30% y aumentando la precisión de estos en un 95%, dentro de los próximos 6 meses.

- Incrementar en un 10% la base de seguidores en las plataformas de redes sociales durante el primer año, implementando estrategias de contenido y promoción específicas para alcanzar este objetivo.

Matriz FODA

Tabla 1

Matriz FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Innovación en horarios de atención • Menú variado • Personal capacitado en la atención del público • Servicio de entregas a domicilio • Enfoque en sabores locales 	<ul style="list-style-type: none"> • Costos operativos elevados • Desgaste del personal • Gestión logística de entregas a domicilio • Fluctuaciones en la demanda • Dependencia en la tecnología
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Personas que suelen realizar actividades con horarios nocturnos • Colaboración con hoteles y empresas locales • Incremento de celebraciones o fiestas locales • Tendencia creciente hacia opciones de comida saludable 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de cadenas de comida rápida • Riesgos de seguridad nocturnos • Condiciones climáticas • Cambios en regulaciones

En la Tabla 2, se realizó la matriz del FODA cruzado.

Tabla 2

Análisis FODA cruzado

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS FODA CRUZADO	<p>F1. Innovación en horarios de atención.</p> <p>F2. Menú variado.</p> <p>F3. Personal capacitado en la atención del público.</p> <p>F4. Servicio de entregas a domicilio</p> <p>F5. Enfoque en sabores locales</p>	<p>D1. Costos operativos elevados</p> <p>D2. Desgaste del personal</p> <p>D3. Gestion logística de entregas a domicilio</p> <p>D4. Fluctuaciones en la demanda</p> <p>D5. Dependencia de la tecnología</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS OFENSIVAS (FO)	ESTRATEGIAS REORIENTATIVAS (DO)
<p>O1. Personas que suelen realizar actividades con horarios nocturnos</p> <p>O2. Colaboración con hoteles y empresas locales</p> <p>O3. Incremento de celebraciones o</p>	<p>Aprovechar el horario 24 horas para atraer a trabajadores nocturnos y estudiantes. (F1, O1)</p> <p>Expandir el menú con más opciones saludables y veganas para atraer a clientes preocupados por la salud. (F2, O4)</p> <p>Ofrecer servicios de entrega exclusivos y convenios especiales</p>	<p>Establecer alianzas para ofrecer paquetes de comida a empresas y hoteles, reduciendo costos operativos mediante ingresos adicionales. (D1, O2)</p> <p>Implementar programas de bienestar y turnos flexibles para mantener motivado al personal y atraer empleados que prefieran horarios nocturnos. (D2, O1)</p>

<p>fiestas locales</p> <p>O4. Tendencia creciente hacia opciones de comida saludable</p>	<p>con hoteles y empresas locales. (F4, O2)</p> <p>Participar activamente en eventos locales y promocionar platillos típicos para atraer tanto a locales como a turistas. (F5, O3)</p>	<p>Optimizar la logística de entregas con tecnologías eficientes y ofrecer opciones saludables como parte del servicio de entrega. (D3, O4)</p> <p>Ajustar el inventario y personal basándose en la demanda estacional y en eventos locales para mejorar la eficiencia operativa. (D4, O3)</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (FA)</p>	<p>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA (DA)</p>
<p>A1. Competencia de cadenas de comida rápida</p> <p>A2. Riesgos de seguridad nocturnos</p> <p>A3. Condiciones climáticas</p> <p>A4. Cambios en regulaciones</p>	<p>Promocionar el horario extendido como una ventaja única sobre las cadenas de comida rápida que no operan 24 horas. (F1, A1)</p> <p>Entrenar al personal en medidas de seguridad y protocolos para minimizar riesgos durante la operación nocturna. (F3, A2)</p> <p>Desarrollar un plan de contingencia para mantener el servicio de entrega eficiente y seguro durante condiciones climáticas adversas. (F4, A3)</p> <p>Mantenerse actualizado con las regulaciones y ajustar el menú para cumplir con las normativas, destacando la variedad y calidad de los platillos. (F2, A4)</p>	<p>Implementar medidas de ahorro de costos y eficiencia operativa para mantenerse competitivo frente a las cadenas de comida rápida. (D1, A1)</p> <p>Mejorar las condiciones laborales y la seguridad para reducir el desgaste y mantener un ambiente de trabajo seguro y atractivo. (D2, A2)</p> <p>Invertir en tecnologías y sistemas logísticos que aseguren la eficiencia y la puntualidad de las entregas, incluso en condiciones climáticas difíciles. (D3, A3)</p> <p>Diversificar las herramientas y sistemas tecnológicos utilizados para evitar interrupciones y asegurar el cumplimiento regulatorio. (D5, A4)</p>

Evaluación de los Factores Externos

Tabla 3

Matriz de evaluación de los factores externos (MEFE)

	Peso	Clasificación	Puntuación
OPORTUNIDADES			
Celebraciones o Fiestas Locales	15%	4	0.6
Turismo en Piura	12%	4	0.48
Alianzas con Proveedores y Empresas Locales	10%	4	0.4
Tendencias de Comida Saludable	7%	3	0.21
Crecimiento del Delivery	5%	3	0.15
AMENAZAS			
Fluctuaciones en los Costos de los Insumos	15%	2	0.3
Impacto Económico Global	10%	2	0.2
Críticas en Redes Sociales	10%	2	0.2
Competencia de Grandes Cadenas	8%	1	0.08
Problemas de Logística en la Entrega	8%	2	0.16
Total	100%		2.78

Luego de completar la matriz de evaluación de factores externos se obtuvo 2.78, esto sugiere que "Dos Patas" está en una posición relativamente fuerte para aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas identificadas en el entorno externo.

Evaluación de los Factores Internos

Tabla 4

Matriz de evaluación de los factores internos (MEFI)

	Peso	Clasificación	Puntuación
FORTALEZAS			
Atención 24 Horas	18%	4	0.72
Calidad de los Ingredientes	13%	3	0.39
Eficiencia Operativa	12%	4	0.48
Ambiente Acogedor	10%	3	0.3
Estrategias de Marketing	5%	3	0.15

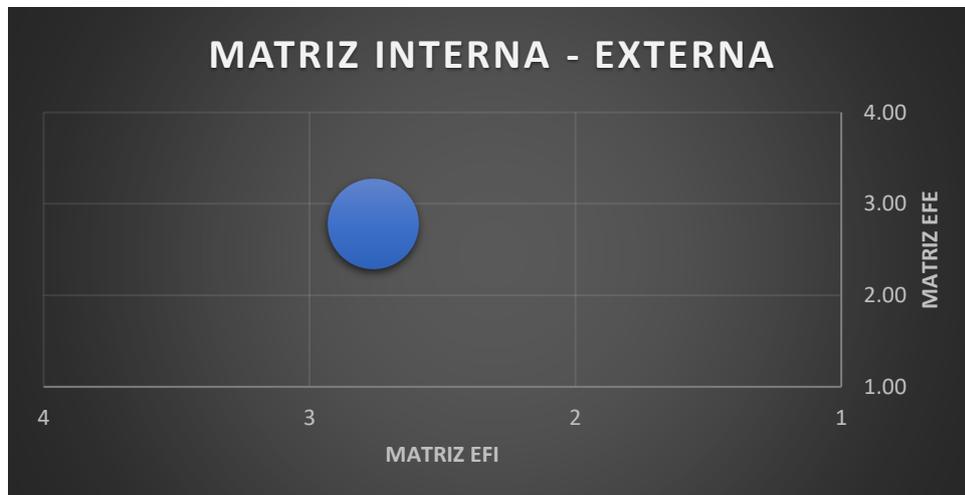
DEBILIDADES			
Ser Nuevos en el Mercado	13%	2	0.26
Dependencia de Proveedores Específicos	9%	2	0.18
Falta de experiencia en la administración de horarios prolongados.	8%	2	0.16
Falta de Experiencia en Marketing Digital	7%	1	0.07
Oferta Limitada del Menú	5%	1	0.05
Total	100%		2.76

Con el resultado de la matriz de factores internos de 2.76 indica que "Dos Patas" posee fortalezas internas que le brindan una posición sólida para enfrentar sus debilidades internas.

Matriz Interna – Externa

Figura 2

Matriz Interna - Externa



Mapa estratégico

Figura 3

Mapa estratégico "Dos Patas"



Estrategia Genérica de Porter

Michael E. Porter, describe tres estrategias competitivas genéricas, que se diferencian en función de la ventaja competitiva que generan y el ámbito en el que compiten: liderazgo en costos, liderazgo en diferenciación, y segmentación de mercado.

Capítulo IV

Estudio de Mercado

Oferta

Se identificaron tres competidores con un nivel de amenaza medio: Restaurante Don Parce, Nagasaki Fusión Piura y Tayanti Restaurante. En cuanto a la calidad en la atención y la comida que ofrecen, podemos decir que son competidores fuertes. Los horarios de atención en los que operan llegan hasta altas horas de la noche, pero ninguno opera durante las madrugadas.

A continuación, se pasa a describir aspectos importantes de cada competidor, en el cual se analizó el ambiente, los horarios de atención y la carta gastronómica (reducida a los platos más representativos del restaurante).

Restaurante Don Parce

- Ambiente: Don Parce Restaurante está ubicado en el corazón de Piura/calle Arequipa 943 frente a Ripley. Tiene 17 años de trayectoria gastronómica en la región, cuenta con una amplia carta de platos regionales, nacionales e internacionales, además de amplios y cómodos ambientes para tener a gusto a sus clientes. También cuenta con personal ampliamente capacitado y ofrece servicio de entrega a domicilio.
- Horario de atención: (7 am – 10 pm) Cuenta con un horario extenso, ofrece una experiencia culinaria completa. Desde desayunos frescos hasta cenas sofisticadas, destaca por su versatilidad y compromiso con la calidad durante todo el día.
- Carta gastronómica (Tabla 5):

Tabla 5

Carta de restaurante Don Parce

Platos	Precio
Criollos	
Seco de chavelo	S/ 27.00
Majado de Yuca	S/ 27.00
Cabrito norteño	S/ 28.00
Chicharrón de chancho	S/ 23.00
Arroz con pato con papa a la huancaína	S/ 44.00
Arroz con pato con papa a la huancaína	S/ 24.00
Marinos	
Ceviche de pescado	S/ 30.00
Sudado de pescado	S/ 40.00
Chicharrón de pescado	S/ 27.00
Arroz con mariscos	S/ 38.00
Jalea de pescado	S/ 36.00
Comidas rápidas	
Hamburguesa "Don Parce"	S/ 30.00
Hamburguesa "Clásica"	S/ 20.00
Pizza don Parce	S/ 30.00
Sándwiches triples especial	S/ 18.00
Bebidas (Jarra)	
Cebada	S/ 10.00
Chicha morada	S/ 15.00
Limonada Frozen	S/ 23.00

Nagasaki Fusión Piura

- Ambiente: Nagasaki Fusión, un destacado restaurante de sushi en Piura, Perú, se ubica en la calle Carlos Monge 113, Piura 20008. Especializado en la fusión de sabores japoneses auténticos. Cuenta con horarios extendidos y abierto todos los días, Nagasaki Fusión brinda una experiencia culinaria deliciosa y conveniente.
- Horario de atención: (1 pm – 12 am) Cuenta con horarios extendidos y abierto todos los días, Nagasaki Fusión brinda una experiencia culinaria deliciosa y conveniente.
- Carta gastronómica (Tabla 6):

Tabla 6*Carta gastronómica Restaurante Nagasaki Fusión*

Platos	Precio
Criollos	
Costillas criollas	S/ 30.00
Majado de Yuca	S/ 20.00
Lomo saltado	S/ 25.00
Tacu Tacu con lomo saltado	S/ 30.00
Seco de chabelo	S/ 35.00
Marinos	
Ceviche clásico	S/ 20.00
Ceviche mixto	S/ 30.00
Chicharrón de pescado	S/ 20.00
Arroz con mariscos	S/ 25.00
Tiradito en ají amarillo	S/ 25.00
Comidas rápidas (Pizzas)	
Americana	S/ 20.00
	S/ 30.00
Pepperoni	S/ 20.00
	S/ 30.00
Mollejitas a la parrilla	S/ 20.00
Bebidas (1L)	
Refresco de maracuyá	S/ 12.00
Limonada Frozen	S/ 15.00
Refresco de Piña	S/ 12.00

Tayanti Restaurante

- Ambiente: Tayanti es un restaurante que ofrece la mejor gastronomía piurana, proporcionando una experiencia culinaria inolvidable. Con ingredientes locales de alta calidad y auténticas técnicas culinarias, el restaurante destaca por su delicioso sabor y ambiente encantador.
- Horario de atención: (8 am – 1 am) Ofrece horarios extendidos todos los días, Tayanti proporciona una experiencia culinaria accesible desde las 8 am hasta la 1 am.

- Carta gastronómica (Tabla 7):

Tabla 7

Carta gastronómica restaurante Tayanti

Platos	Precio
Criollos	
Cabrito a la Norteña	S/ 46.00
Arroz con Pato	S/ 49.00
Carne seca	S/ 30.00
Parihuela a la norteña	S/ 66.00
Ronda criolla	S/ 110.00
Marinos	
Ceviche de pescado	S/ 46.00
Leche de tigre	S/ 45.00
Sudado de pescado	S/ 66.00
Arroz con mariscos	S/ 49.00
Comidas rápidas	
Tequeños	S/ 40.00
Alitas	S/ 45.00
Costillas BBQ	S/ 80.00
Hamburguesa Hawaiana	S/ 25.00
Hamburguesa A lo Pobre	S/ 28.00
Pizza Hawaiana	S/ 40.00
Pizza Pepperoni	S/ 40.00
Pizza Vegetariana	S/ 30.00
Bebidas	
Limonada	S/ 37.00
Sangría Frozen	S/ 33.00
Jugos de estación	S/ 35.00

Demanda

Objetivo

El objetivo principal de "Dos Patas" es consolidarse como el restaurante de referencia en el distrito de Piura, destacando por su propuesta innovadora de operar las 24 horas. Se busca ofrecer una experiencia gastronómica excepcional, posicionando al establecimiento como el destino preferido para los residentes locales y visitantes en cualquier momento del día. A continuación, se detallan los ambientes con los que contará el restaurante, así como la carta gastronómica.

- Ambientes: Dos Patas contará con un comedor amplio con 10 mesas, las cuales tendrán sillas para cuatro personas
- Carta gastronómica (Tabla 8)

Tabla 8

Carta Gastronómica Restaurante "Dos Patas"

Platos	Precio
Marinos	
Ceviche de pescado	S/ 35.00
Sudado de Pescado	S/ 32.00
Chicharrón de Pescado	S/ 25.00
Arroz con Mariscos	S/ 30.00
Criollos	
Seco de chabelo	S/ 32.00
Majado de Yuca	S/ 27.00
Cabrito Norteño	S/ 30.00
Comida rápida	
Hamburguesa Clásica	S/ 18.00
Hamburguesa Royal	S/ 22.00
Hamburguesa Hawaiana	S/ 20.00
Hamburguesa Vegetariana	S/ 25.00
Pollo a la brasa	S/ 50.00
Bebidas (en jarra)	

Chicha Morada	S/ 12.00
Refresco de Maracuyá	S/ 15.00

Nota. Para iniciar las ventas en el restaurante, se comenzará ofreciendo algunos de los platos mencionados en la carta gastronómica. A medida que el crecimiento en las ventas se consolide, se considerará la posibilidad de agregar gradualmente los platos restantes a la oferta del menú.

Metodología

Para determinar la muestra, primero se segmentó en base a departamento, provincia y el distrito de Piura al que dirigimos el restaurante, según Ministerio de Salud REUNIS (Tabla 9)

Tabla 9

Segmentación de la población total

	Descripción	Cantidad
1	Población total departamento de Piura	2 130 677
2	Población provincia de Piura	944 104
3	Población distrito de Piura	189 548
4	Hombres y mujeres entre edades de 18 a 49 años	45.07%
	Total, población segmentada del distrito de Piura	85 429

En cuanto a la segmentación se realizó en hombres y mujeres entre edades de 18 a 49 años, obteniendo un total de 85 429 personas.

Calculando la muestra con la fórmula de muestra finita (Tabla 10):

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

n=Tamaño de muestra buscado

N=Tamaño de la Población o Universo

Z=Parámetro estadístico que depende el nivel de Confianza

e=Error de estimación máximo aceptado

p=probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q=(1-p) =probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Tabla 10

Cálculo de la muestra

Parámetro	Valor
N	85 429
Z	95%
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%
Resultado	382.44

Luego para el cálculo se consideró un margen de error de 5%, como nivel de confianza un 95%, el valor $p=0,5$ y $q=0,5$. Llegando así a obtener un resultado como muestra de 382 personas a las cuales se aplicará la encuesta

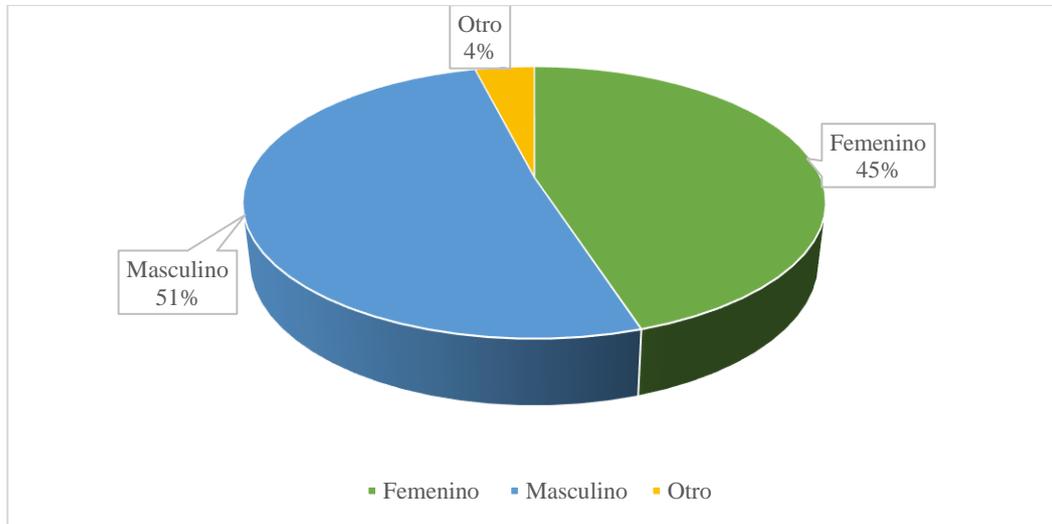
Posterior a ello se diseñó un formulario en Google forms, generando así un link que fue compartido a los habitantes del distrito de Piura, el formulario estuvo habilitado por trece días, dando tiempo así para que respondan aquellos que conforman la muestra

Resultados

Se muestran las preguntas con sus respectivos resultados obtenidos de la encuesta, están expresados en tablas con frecuencias relativas y gráficos con medidas porcentuales.

Figura 5

Selecciona tu genero

**Figura 6**

¿En qué rango de edad se encuentra?

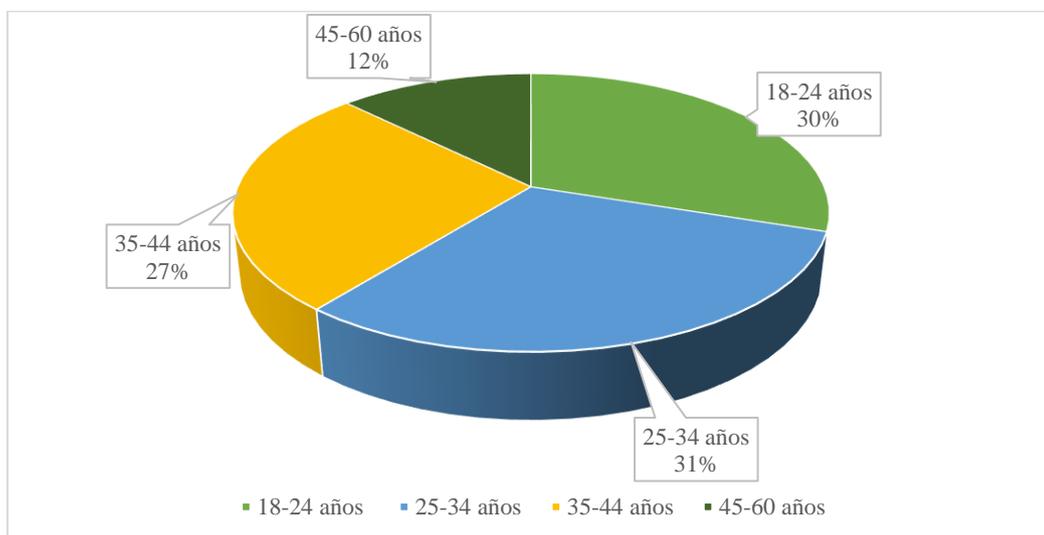
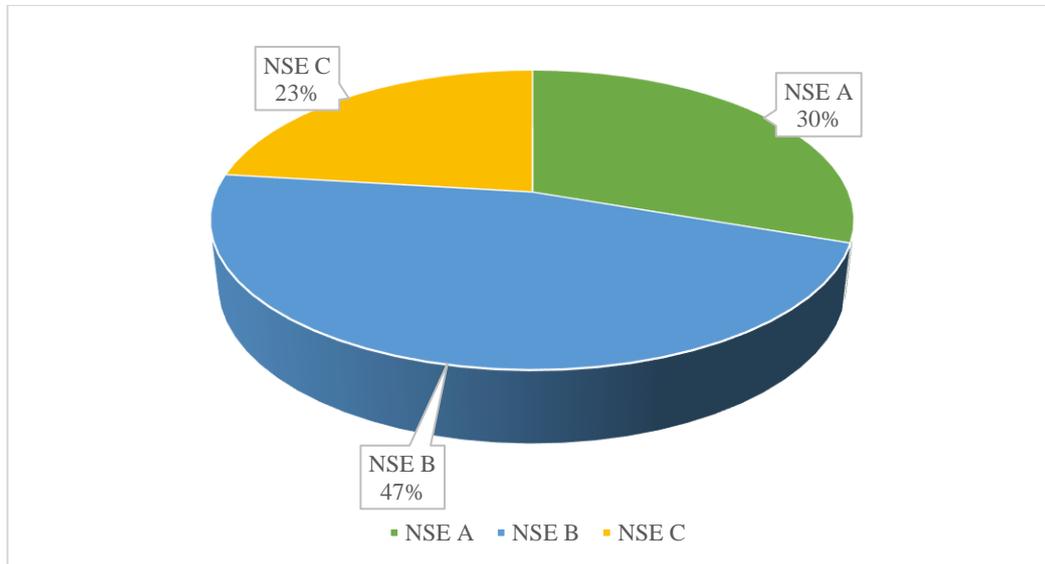


Figura 7

¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor tu nivel socioeconómico?

**Figura 8**

¿Frecuenta usted restaurantes?

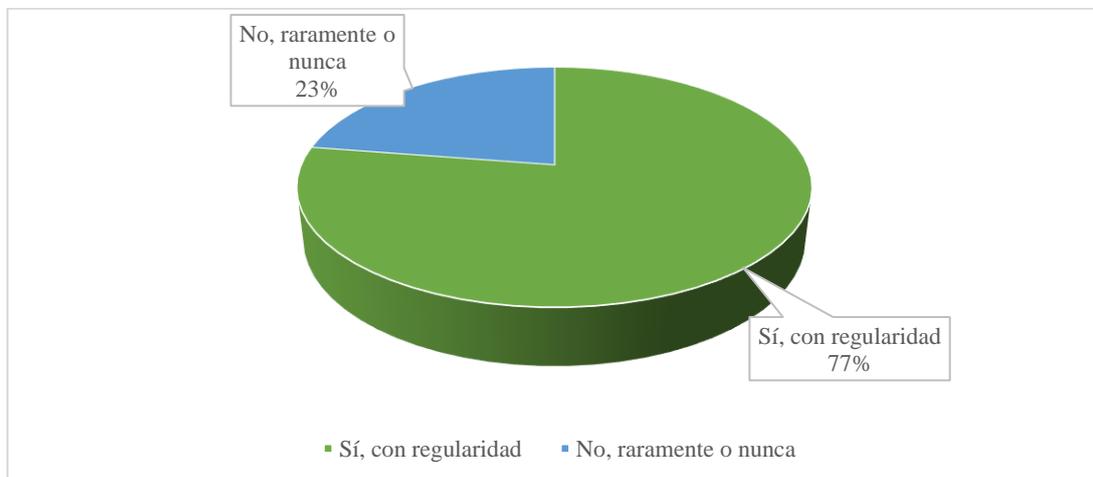
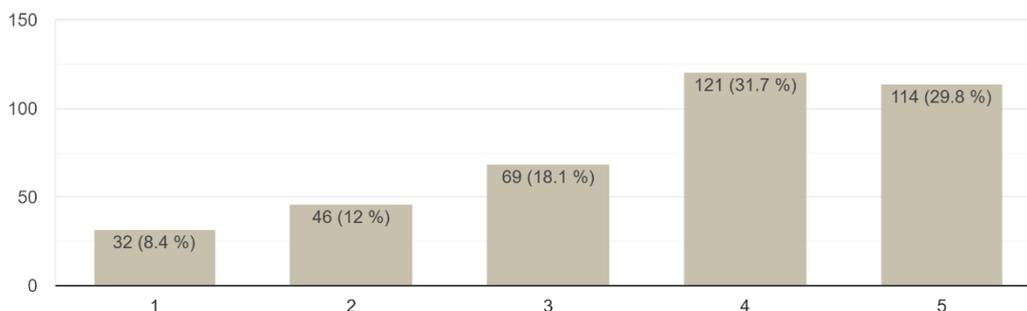


Figura 9

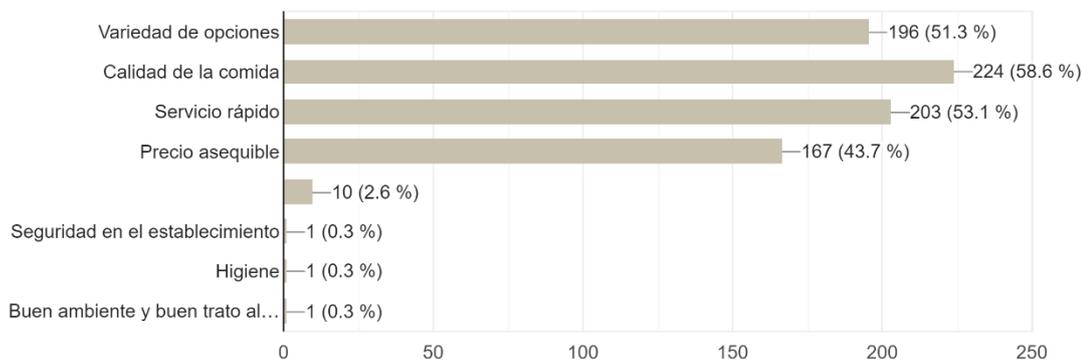
En una escala del 1 al 5 ¿Qué tan importante es para ti la ubicación de un restaurante al momento de decidir dónde comer?



Nota. En esta pregunta se permitió marcar múltiples alternativas, por ello se obtienen más respuestas.

Figura 10

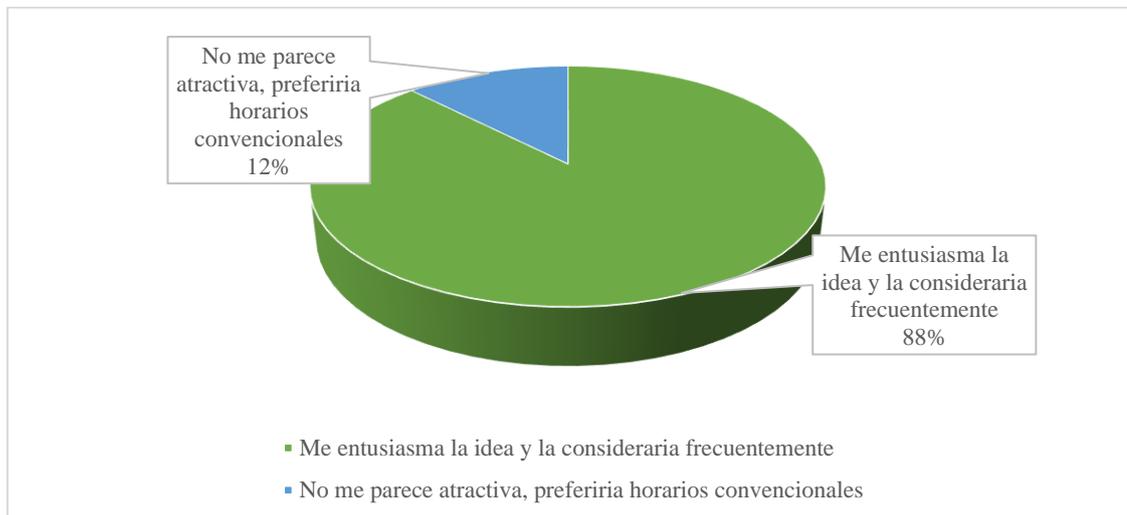
¿Qué factores son más importantes para ti al elegir un lugar para comer?



Nota. Esta pregunta es de tipo opción múltiple, se consideraron cuatro alternativas/factores (Variedad de opciones, calidad de la comida, servicio rápido y precio asequible), además de una quinta opción de poder agregar otros factores a criterio propio del encuestado.

Figura 11

¿Cuál es tu percepción sobre la propuesta de tener un restaurante abierto las 24 horas en Piura, como "Dos Patas"?

**Figura 12**

En "Dos Patas", nos esforzamos por satisfacer todos los gustos. ¿Cuál de estas opciones de nuestro menú te resulta más atractiva?

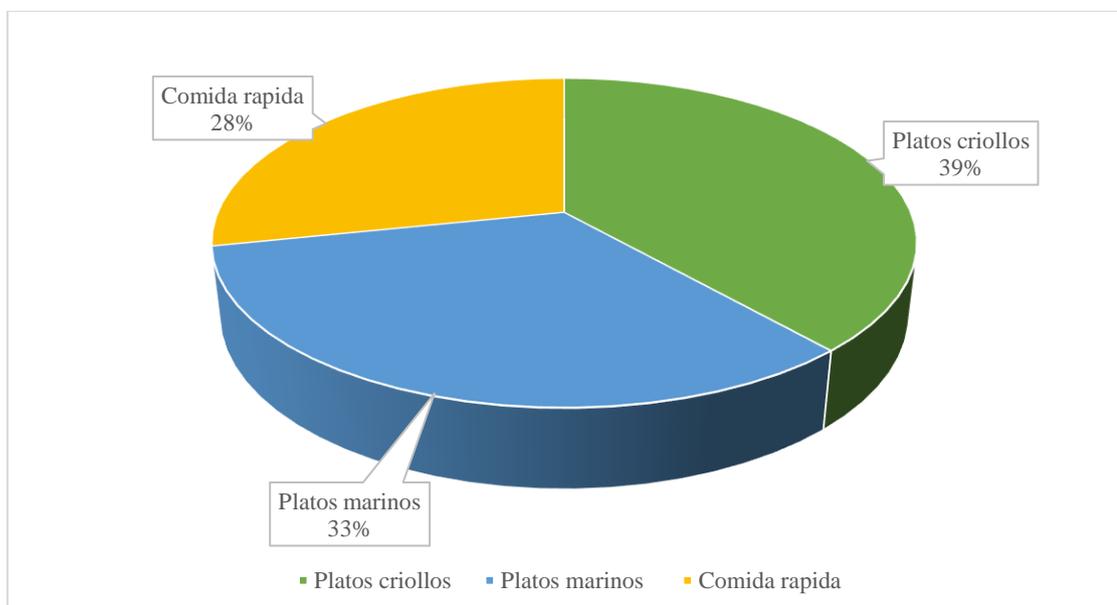
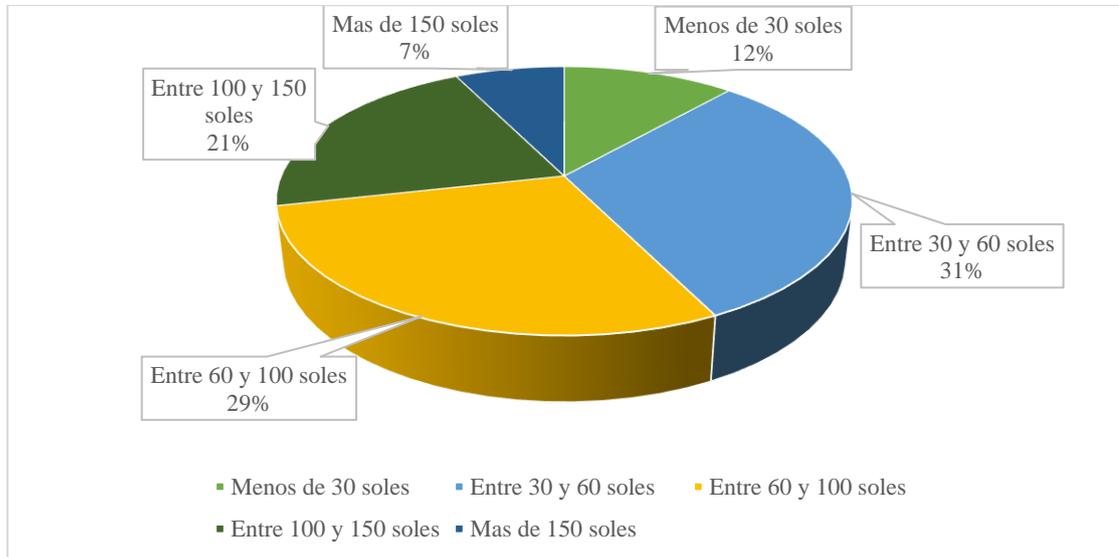


Figura 13

¿Cuánto estarías dispuesto/a a gastar al momento de visitar el restaurante?

**Figura 14**

¿Con qué frecuencia estimas que visitarías el restaurante "Dos Patas" en Piura?

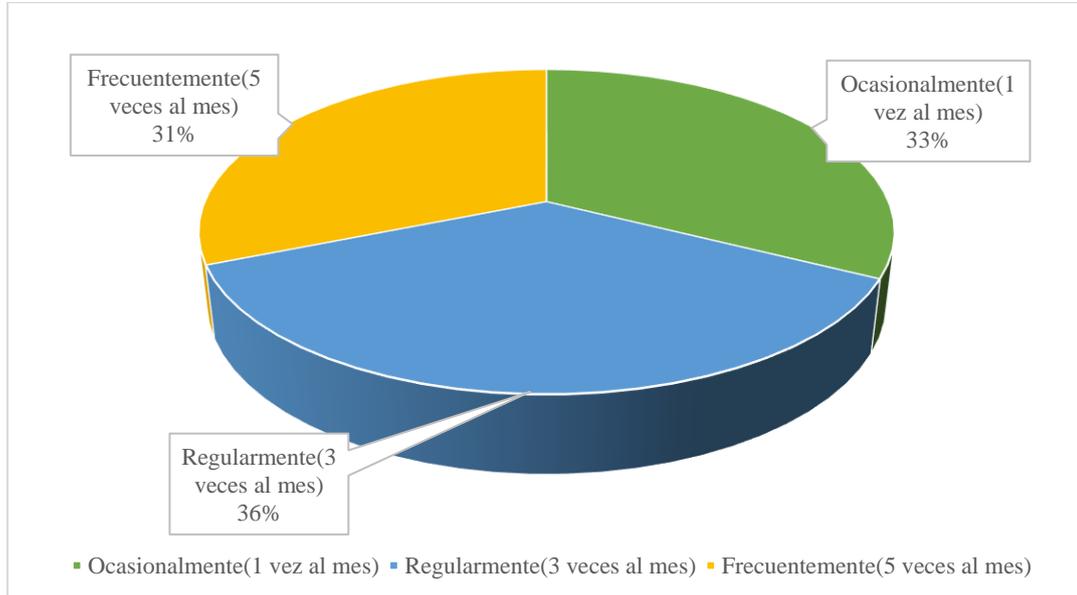
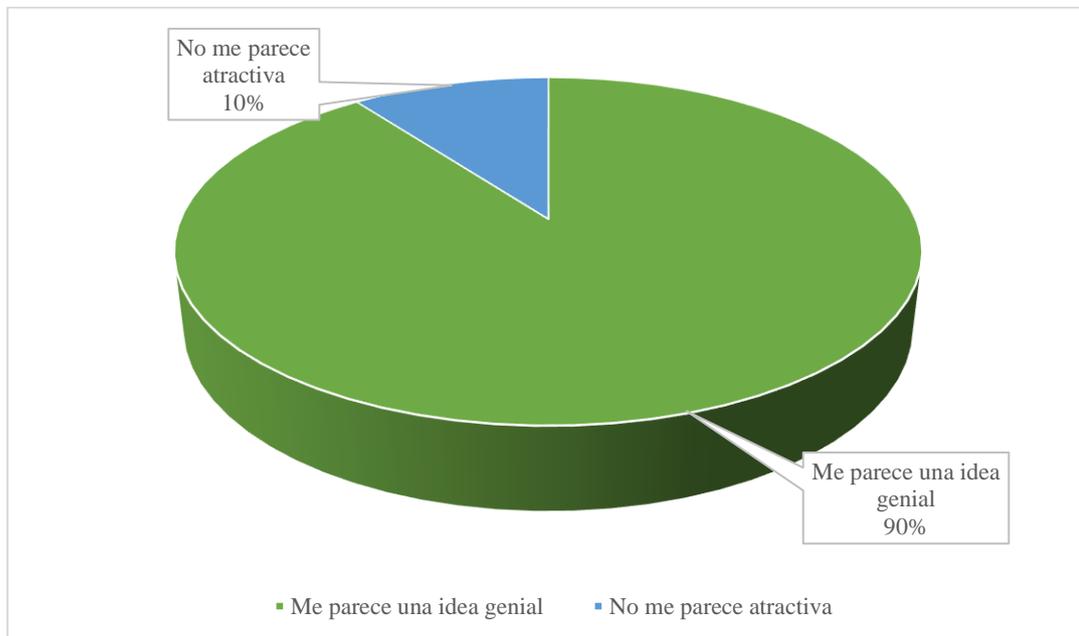


Figura 15

Contaremos con servicio de entrega a domicilio las 24 horas, ¿Qué opinas de la idea de disfrutar tus pedidos cuando lo desees?

**Figura 16**

¿Te gustaría que el restaurante "Dos Patas" ofreciera promociones especiales durante ciertos días de la semana o meses del año?

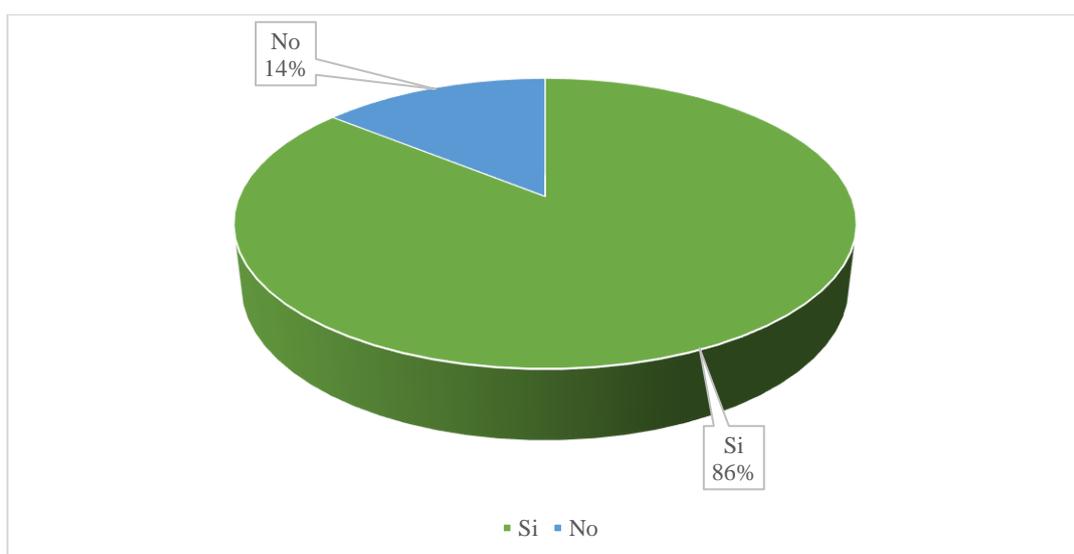
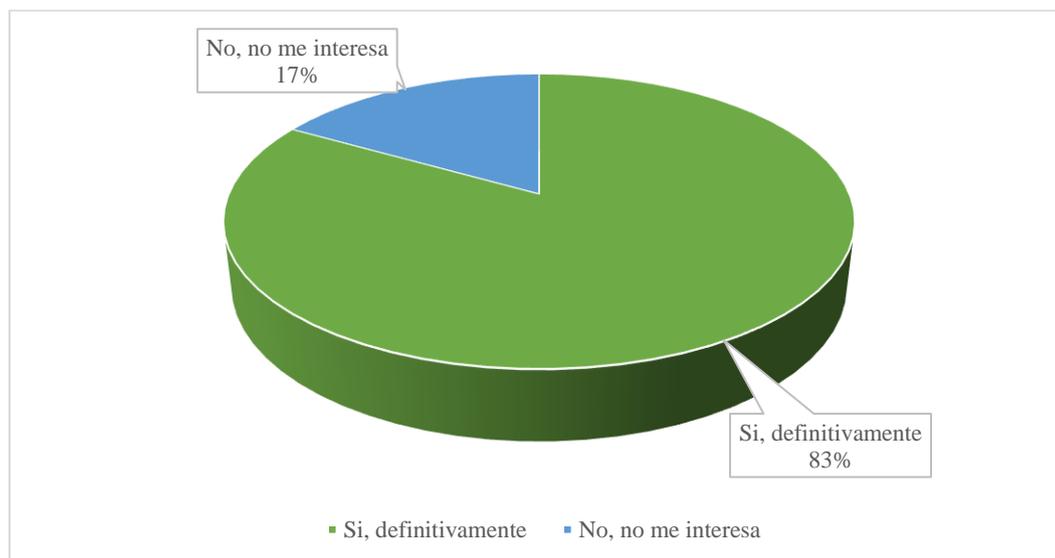


Figura 17

Considerando la información proporcionada sobre "Dos Patas", ¿te gustaría visitar este restaurante 24 horas en Piura?

**Tabla 11**

¿Hay algún comentario adicional que desees compartir sobre la propuesta de "Dos Patas" o alguna sugerencia que creas importante?

Comentarios	
1	“Me parece genial la idea de este nuevo emprendimiento, y estoy seguro de que será uno de los mejores en la ciudad”
2	“Me gusta la idea del restaurante sobre todo que se identifique con qué tipo de comida venderá ya sea comida rápida, criolla o marina y si el local es en Piura que realice un estudio de mercado ya que el piurano es de comida tradicional y la ubicación tiene que ser estratégica”
3	“La propuesta en general me parece agradable y me emociona saber que habrá un lugar así en Piura ¡Éxitos!”
4	“Que sea un espacio amplio, seguridad siempre porque si estará abierto hasta en la madrugada este es un horario peligroso, en caso de los deliverys que tengan cobertura en todo Piura y no solo lugares específicos, haya variedad de comida, bebida y combos, eso ayudaría bastante”
5	“Que los insumos sean de buena calidad, la limpieza de los ambientes sea constante y que la atención no demore más de lo esperado”
6	“La comida puede variar en las 24 horas. Por ejemplo, en la mañana ofrecer descuentos y combos en desayuno, en la tarde menú de almuerzo a precio asequible. En las noches ofrecer promociones en comida rápida y postres”

-
- 7 “Es necesario un restaurante que ofrezca comida las 24 horas y mejor aún si cuentan con delivery, ya que muchas veces me ha pasado que me he amanecido sea por algún evento o estudios y siempre en la madrugada se abre el apetito, así que sí es muy necesario contar con ello”
 - 8 “La seguridad es un aspecto que deben tomar en cuenta, ya que el horario extendido puede ocasionar robos al establecimiento”
 - 9 “Que sea un lugar con vigilancia permanente y en una zona bien iluminada para mayor seguridad”
 - 10 “Es interesante, Sobre todo los fines de semana, donde solemos salir de fiesta, o para las personas que trabajan hasta muy tarde”
-

Nota. La última pregunta de la encuesta fue una pregunta abierta que no era obligatorio responder, del total de encuestados obtuvimos treinta respuestas, se consideraron diez, ya que son las más singulares, la cantidad que no se mencionaron tenían comentarios de aprobación que se repetían (“Todo bien”, “Muy buena idea”, “Ninguno”, “Excelente”).

Interpretación

Se interpretó los resultados de la encuesta, obteniendo que:

- En la pregunta sobre el rango de edad, encontramos que la mayoría de nuestros encuestados estuvieron entre los rangos de 18 a 44 años representando un 87% de respuestas en estas edades.
- De la pregunta donde se solicitó que identifiquen su nivel socioeconómico, encontramos que los niveles socioeconómicos más predominantes entre los encuestados son el A y B, teniendo un total de 30% y 47% respectivamente. Mientras que el NSE C representa un 23%.
- En cuanto a la pregunta sobre la tendencia a visitar restaurantes, el 77 % de encuestados suele visitar restaurantes, aquí encontramos el mercado potencial, que tiene conocimiento o interacción con el rubro de negocio.

- Se puede determinar que la ubicación del establecimiento influye en la decisión donde ir a consumir, ya que en la escala del 1 al 5, obtuvieron mayores respuestas las ponderaciones más altas (ponderación 4 con 121 respuestas y ponderación 5 con 114 respuestas).
- También se llega a la conclusión que la variedad de opciones, la calidad de la comida, el servicio rápido y los precios asequibles son factores comunes que todos los encuestados esperan encontrar en un restaurante y que además son determinantes en ir a consumir.
- ¿Cuál es tu percepción sobre la propuesta de tener un restaurante abierto las 24 horas en Piura, como "Dos Patas"? En esta pregunta, el 87% de los encuestados mostró entusiasmo por la idea y consideraría frecuentarlo. El porcentaje de encuestados ha experimentado en algún momento la necesidad de consumir algo en un restaurante, pero no pudo hacerlo porque los establecimientos cerraron su atención o no ofrecían servicio de entrega a cualquier hora. Además, se puede determinar que sienten la falta de un establecimiento que atienda las 24 horas, ya sea por tener trabajos nocturnos u otras actividades que requieren movilización a altas horas de la noche.
- En la pregunta de las opciones de menú, un 38.48% de las personas encuestadas respondieron que prefieren platos criollos por encima de platos marinos 33% y comida rápida 28%.
- En la pregunta ¿Cuánto estarías dispuesto/a a gastar al momento de visitar el restaurante? Un 31% de las personas encuestadas prefieren pagar entre 30 – 60 soles, mientras que un 29% entre 60 – 100 soles. Esto nos podría ser útil para ajustar estrategias de precios o diseñar productos y servicios que se alineen con las preferencias y presupuestos de los consumidores.

- En los datos de frecuencia de visitas del restaurante “Dos Patas”, un 36% de las personas encuestadas respondieron que prefieren ir al restaurante tres veces al mes. Después, un 32% visita ocasionalmente, al menos una vez al mes. Por último, hay un grupo más pequeño del 31% que visita el restaurante con mayor frecuencia, alrededor de cinco veces al mes. Esto significa que el restaurante tiene una base sólida de clientes regulares y ocasionales, lo que es positivo para el negocio.
- En la pregunta **contaremos con servicio de entrega a domicilio las 24 horas, ¿Qué opinas de la idea de disfrutar tus pedidos cuando lo desees?** Un 89% de personas que respondieron la encuesta, encuentra genial la idea de tener entrega a domicilio las 24 horas, mientras que solo un pequeño porcentaje del 11% no la considera atractiva. La respuesta positiva sugiere un fuerte interés en este servicio.
- En la pregunta **¿Te gustaría que el restaurante "Dos Patas" ofreciera promociones especiales durante ciertos días de la semana o meses del año?** Un 86% de las personas encuestadas están a favor de que el restaurante ofrezca promociones especiales en días específicos de la semana o en determinados meses del año. Mientras que un pequeño porcentaje del 14% no muestra interés en esta propuesta. Esto nos quiere decir que nos sugieren implementar promociones podría ser una estrategia efectiva para atraer y retener clientes en el restaurante.
- La mayoría de las personas encuestadas que son un 83% muestra un interés definitivo en visitar el restaurante "Dos Patas" las 24 horas en Piura. En comparación, un porcentaje más reducido del 17% indica falta de interés en la propuesta. Esta respuesta positiva sugiere que la idea de tener el restaurante abierto las 24 horas puede ser bien recibida por la comunidad local.

Proyección de la demanda

En primer lugar, de la población del distrito de Piura anteriormente segmentada por edades de entre 18 a 49 años, se calculó el mercado potencial en base a la pregunta: “¿Frecuenta usted restaurantes?”, de las 382 personas encuestadas el 77.5%, tiene la necesidad de asistir a un restaurante, al realizar el cálculo (Tabla 12), se obtuvo un mercado potencial de 66 197 personas. Para calcular el mercado objetivo, se determinó con base en la pregunta: “Considerando la información proporcionada sobre "Dos Patas", ¿te gustaría visitar este restaurante las 24 horas en Piura?”, de las 382 personas encuestadas, 318 marcaron la alternativa 'Sí, definitivamente', lo que representa el 83.2%. Al realizar el cálculo en función del mercado objetivo, se obtuvo un segmento de mercado/mercado objetivo de 55 106 (Tabla 12).

Tabla 12

Estimación de la demanda con base en la encuesta

Ítem	Descripción	Cantidad
1	Población segmentada del distrito de Piura	85 429
2	% de mercado potencial según pregunta 4	77.49%
3	Mercado potencial	66 197
3	% de mercado objetivo según pregunta 13	83.25%
4	Mercado objetivo	55 106
5	Demanda	163 875

Con los porcentajes obtenidos en la pregunta sobre la frecuencia de visitas al restaurante, se calculó la proyección de la demanda (Tabla 13) para así determinar la cantidad de platos al mes. Después del cálculo, se obtuvo un total de 163 875 platos al mes como demanda.

Tabla 13*Proyección de la demanda mensual*

Pregunta: ¿Con qué frecuencia estimas que visitarías el restaurante "Dos Patas" en Piura?		Segmento de mercado	Consolidado de respuestas		Visitas al restaurante
1	veces	55 106	32.46%	17 888	17 888
3	veces	55 106	36.39%	20 052	60 155
5	veces	55 106	31.15%	17 167	85 833
			100%	55 106	163 875

Capítulo V

Plan de Comercialización

Mercado

El mercado será segmentado en los siguientes aspectos:

- Geográficamente: centrado en el distrito de Piura, departamento de Piura
- Demográficamente: orientado a hombres y mujeres, mayores de 18 años, sin distinguir ocupación, de niveles socioeconómicos A, B y C
- Psicográficamente: orientado a aquellos que buscan un punto de encuentro social durante todas las horas, con experiencias culinarias en cualquier momento del día ya que pueden compartir momentos agradables con amigos y familiares.
- Conductual: orientado a aquellos que buscan la posibilidad de elegir entre platos criollos, marinos, comida rápida, así como opciones vegetarianas y veganas, todo en un solo lugar.

Marketing Mix

Producto

En cuanto al producto que se ofrecerá al comensal en el restaurante, se basará en cuatro categorías principales (platos criollos, marinos y comida rápida), así como bebidas.

Se representan cuatro categorías de platos/ bebidas consideradas principales, ya que dentro de cada categoría hay más platos en la carta, pero se consideró los más representativos

Platos criollos. En esta categoría ofreceremos: Seco de cabrito a la norteña (Figura 18) y Seco de chavelo (Figura 19)

Figura 18

Seco de cabrito a la norteña



Delicioso platillo norteño con carne de cabrito cocida lentamente en especias y chicha de jora. Acompañado de arroz y frijoles.

Figura 19

Seco de chavelo



Plátanos verdes fritos con carne de res en una mezcla de especias y chicha de jora. Reconfortante y sabroso.

Platos marinos. En esta categoría tendremos platos como: Ceviche de pescado (Figura 20) y Arroz con mariscos (Figura 21)

Figura 20

Ceviche de pescado



Fresco pescado marinado en limón, ají y cilantro. Servido con camote y maíz.

Un clásico refrescante.

Figura 21

Arroz con mariscos



Arroz con mezcla de mariscos, camarones y calamares en un sabroso sofrito.

Una explosión de sabores marinos.

Comida rápida. Tenemos alternativas como hamburguesas, se tienen dos tipos:

Clásica (Figura 22) y Vegetariana (Figura 23)

Figura 22

Hamburguesa clásica



Clásica hamburguesa con carne sazonada, lechuga, tomate, queso y salsas. Una opción familiar y reconfortante.

Figura 23

Hamburguesa vegetariana



Alternativa ligera sin carne, con ingredientes vegetales. Ideal para quienes prefieren opciones vegetarianas

Bebidas. Principales alternativas: Chicha morada (Figura 24) y refresco de maracuyá (Figura 25)

Figura 24

Chicha morada



Bebida refrescante hecha con maíz morado, frutas y especias. Un toque dulce y tradicional.

Figura 25*Refresco de maracuyá*

Refresco tropical con pulpa de maracuyá, refrescante y perfecto para acompañar cualquier platillo en "Dos patas".

Precio

Con restaurante "Dos patas" se busca competir con los precios de los principales competidores, ofreciendo una mejor calidad a precios accesibles, los precios por categorías se visualizan en las Figuras 27, 28, 29 y 30

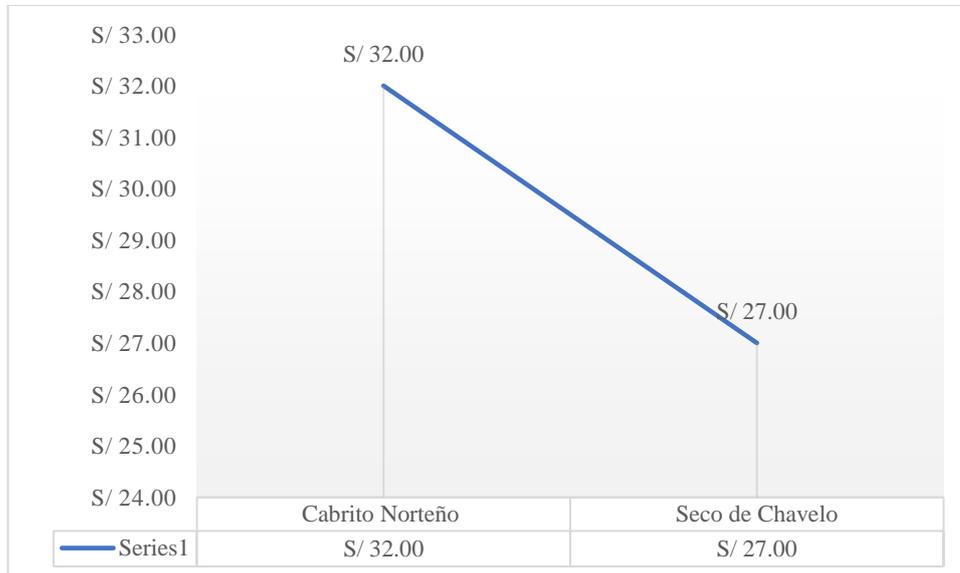
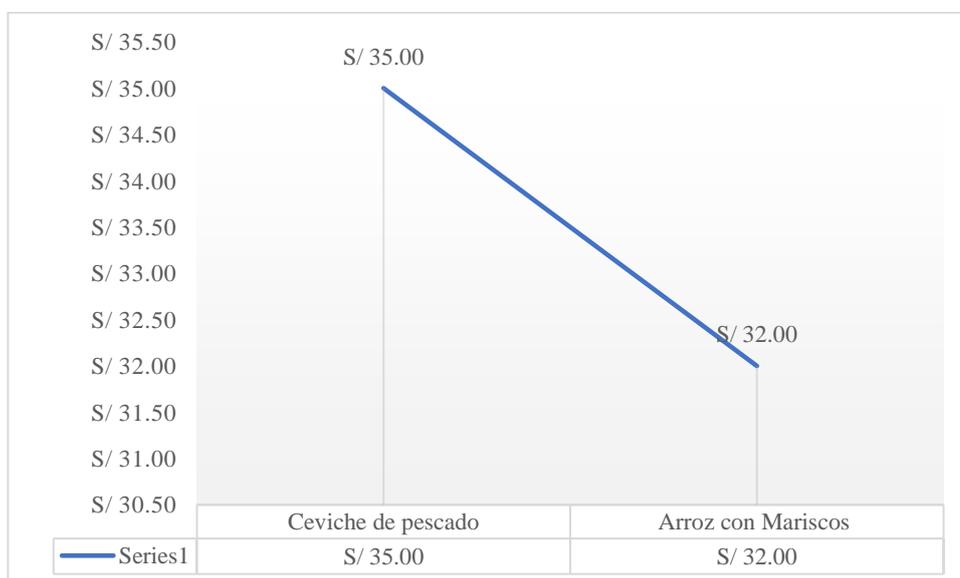
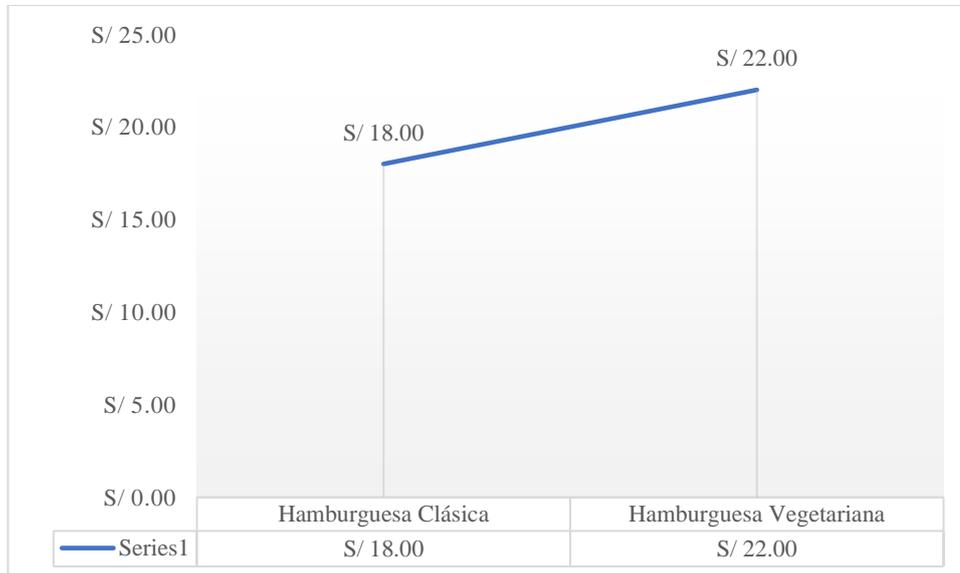
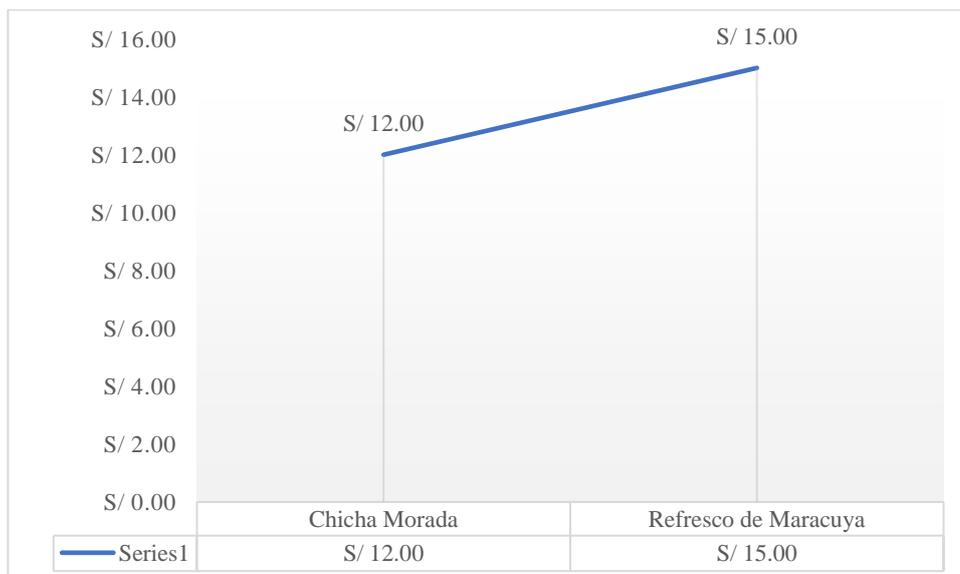
Figura 26*Rango de precios platos criollos***Figura 27***Rango de precios platos marinos*

Figura 28*Rango de precios comida rápida***Figura 29***Rango de precios bebidas*

Plaza

En dos patas se contará con dos medios de distribución:

Venta directa en el establecimiento. Con el compromiso de brindar un servicio excepcional, "Dos Patas" se complace en anunciar que nuestra atención estará disponible las 24 horas – 5 días a la semana (miércoles a domingo), asegurando que nuestros clientes disfruten de una experiencia única en cualquier momento del día o de la noche.

En relación con la atención en el mismo establecimiento, "Dos Patas" seleccionará cuidadosamente su ubicación en el distrito de Piura, considerando no solo la accesibilidad, sino también la visibilidad para atraer a clientes potenciales. El diseño interior estará orientado a crear un ambiente acogedor, con una disposición de mesas que permita una circulación fluida y cómoda.

Contaremos con un total de 10 mesas, distribuidas estratégicamente para ofrecer tanto opciones más privadas como espacios para grupos. Cada mesa estará equipada con menús detallados que reflejen la diversidad de la carta.

Servicio de delivery. Para tener mayor amplitud de venta y distribución más eficiente, en “Dos patas” contaremos con servicio de delivery

Delivery. Se contará con 8 horas de delivery propio (10 pm – 6 am) en la cual mantendremos el control de los pedidos.

Para gestionar el delivery propio se empieza con la necesidad contar con medios de transporte (motocicleta) para poder realizar el recorrido, así como del uso de la interfaz de WhatsApp Business, como se muestra en la

Figura 30, estaría configurada con un Bot de respuesta (Chat Bot) que se encargará de responder a los usuarios el costo del envío.

Figura 30

Interfaz WhatsApp Business



Nota. Adaptado de *Estadísticas de WhatsApp Business: Mide la efectividad de tus mensajes*, de Islas, T., 2023, <https://leadsales.io/estadisticas-whatsapp-business/>

A continuación, se calculó el costo total del alquiler de una motocicleta (Tabla 14).

Tabla 14

Necesidad 1 en implementación delivery propio

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Alquiler de Moto Yamaha	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00

Promoción

La promoción de “Dos Patas”, se llevará a cabo en canales físicos y digitales, y se realizaría de manera intercalada a lo largo de los meses:

Canales físicos. En los canales físicos de promoción, "Dos Patas" implementará estrategias locales para aumentar la visibilidad y atraer a clientes en el distrito de Piura. Se usará la publicidad ATL, como son muñecos publicitarios fuera del establecimiento, anuncios pagados en las principales revistas de la región, impresiones, tarjetas y globos para decorar el local.

Además, se establecerán alianzas con empresas locales para promociones conjuntas, como descuentos para empleados o eventos corporativos en el restaurante.

Canales digitales. En los canales digitales se aplicaría publicidad BTL, "Dos Patas" aprovechará las redes sociales como Instagram, Facebook, X y TikTok. En TikTok, se crearán videos creativos y entretenidos que destaquen la experiencia única de "Dos Patas". Estos videos pueden incluir la preparación de platos, interacciones con el personal y desafíos que involucren a la comunidad local. Además, se compartirán en otras plataformas para aumentar la visibilidad. También se utilizarán anuncios pagados en plataformas de redes sociales para llegar a un público más amplio. En la Tabla 15 se puede apreciar el costo diario de cada red social.

Tabla 15

Costo de anuncios pagados en redes sociales

Descripción	Costo Diario
Anuncio en Facebook	S/ 20.00
Anuncio en Instagram	S/ 1.90
Anuncio en TikTok	S/ 20.00
Anuncio en X	S/ 12.40

Nota. Los beneficios de los anuncios por redes sociales son visibilidad y más alcance a tu negocio.

Tabla 16

Gasto en publicidad anual

Concepto	Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
Publicidad BTL (Flash publicitarios en redes)	3,600.00	3,600.00	4,000.00	3,000.00	3,000.00
Publicidad ATL (Muñeco publicitario, revistas)	2,000.00	2,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
Movilidad	1,100.00	1,100.00	1,000.00	1,000.00	500.00
Impresiones /tarjetas/globos	1,300.00	1,300.00	600.00	600.00	600.00
TOTALES	8,000.00	8,000.00	8,600.00	7,600.00	7,100.00

Nota. Los gastos en publicidad se reducirán en los años 4 y 5, ya que se espera que el restaurante gane mayor reconocimiento y fidelice a un mayor número de clientes.

Formulación Estratégica ANSOFF

Penetración de mercado

- Implementar programas de lealtad para clientes frecuentes en Piura.
- Ofrecer promociones especiales dirigidas a residentes locales.
- Colaborar con eventos locales para aumentar la visibilidad y atraer más clientes en Piura.

Desarrollo de mercado

- Establecer acuerdos con servicios de entrega para llegar a ubicaciones fuera del distrito.
- Realizar campañas publicitarias que destaquen la disponibilidad del servicio de entrega a domicilio en lugares cercanos.

Proyección de ventas

En primer lugar, se calculó la capacidad instalada (Tabla 18), el cálculo se realizó considerando los cuatro tipos de alimentos/ bebidas, que se ofrecerían en “Dos Patas”, dentro de aquí encontramos platos criollos, platos marinos, comida rápida y bebidas,

“La capacidad del restaurante se refiere a la cantidad máxima de comensales que pueden ser atendidos simultáneamente en función del espacio y la cantidad de mesas y sillas disponibles”. (Barros, 2019)

Capacidad instalada

Tabla 17

Tiempo promedio de estadía de un comensal

	Persona	2 personas	Familia (4 personas)
Tiempo sentado en mesa	40min	60min	1.5Hras

Tabla 18

Capacidad instalada en base a las mesas

N° de mesas	N° de personas	Medida
1	4	1.5m ²
8	32	12.0m ²
10	40	15.0m ²

Nota. El tamaño total del área de comensales es de 30 m².

Se realizó el cálculo de la capacidad instalada en función de la cantidad de comensales que pueden asistir al restaurante durante el horario de atención. Este proceso se fundamentó

principalmente en diversos factores, tales como los días de reunión familiar y aquellos días de mayor demanda.

Tabla 19

Capacidad instalada atención diurna

	Día						Total, de visitas(personas)
	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Martes	
Personas(individual)	10	10	10	5	5	8	48
2 personas	8	10	10	10	10	8	56
Familia (4 personas)	0	0	24	40	56	0	120
	18	20	44	55	71	16	224

Tabla 20

Capacidad instalada atención tarde/ noche

	Tarde / Noche						Total, de visitas(personas)
	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Martes	
Personas(individual)	4	4	4	4	4	4	24
2 personas	6	4	6	4	6	6	32
Familia (4 personas)	0	0	0	16	16	12	44
	10	8	10	24	26	22	100

Luego de realizar el cálculo de la capacidad instalada, se determinó que el restaurante puede atender a 324 visitas semanalmente y 1296 visitas mensuales durante las 24 horas de atención.

En la Tabla 18, se muestra el consolidado obtenido en cuanto a la proyección de ventas, se estima tener un total de ventas mensuales esperadas de 1650 platos, atendiendo el 1% de la demanda.

Tabla 21

Calculo para la proyección de ventas del restaurante "Dos Patas"

Ítem	Descripción	Cantidad
1	Población segmentada del distrito de Piura	189 548
2	Mercado potencial	85 429
3	Mercado objetivo	55 106
4	Demanda	163 875
5	% de demanda que se espera atender	1%
6	Clientes esperados al mes en base a la capacidad instalada	1296
9	Ventas mensuales esperadas	1650

Luego de calcular el total de las ventas mensuales esperadas, se realizaron aproximados en ventas por tipo de platos/bebidas que se ofrecerán en el restaurante “Dos patas” (Tabla 19)

Tabla 22

Cantidad de platos en la proyección de ventas

	Tipo	%	Enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	setiembre	octubre	noviembre	diciembre
5%	Platos criollos	35.00%	578	606	637	669	702	737	774	813	853	896	941	988
3%	Platos marinos	30.00%	495	520	546	573	602	632	663	697	731	768	806	847
3%	Comida rápida	25.00%	413	433	455	478	501	526	553	580	609	640	672	706
3%	Bebidas	10.00%	165	173	182	191	201	211	221	232	244	256	269	282
	TOTAL	100.00%	1650	1733	1819	1910	2006	2106	2211	2322	2438	2560	2688	2822

Nota. el crecimiento mensual de la cantidad de platos vendidos se basa en categorías, teniendo un aumento de 5% en los platos criollos, 3% en platos marinos, 3% en comida rápida, y 3% en bebidas. Y al primer año se espera vender un total de 26 264 platos/ bebidas.

Para proyectar las ventas se consideró un aumento de 25% en los meses de julio y diciembre, según el Comercio, “La gratificación tiene un impacto significativo en la economía peruana, ya que su pago estimula el consumo y contribuye a dinamizar diversos sectores comerciales

durante los meses de julio y diciembre. Para los trabajadores, representa un ingreso adicional que les permite cubrir gastos, realizar compras o incluso ahorrar para futuros proyectos”. (El Comercio Perú, 2023)

Por esta razón, se prevé un aumento significativo en las ventas durante esos dos meses, ya que se supone que son dos de los meses en los que se registra un mayor gasto. Además, estos meses coinciden con dos de las temporadas más reconocidas en Perú: las celebraciones de Fiestas Patrias en julio y la Navidad en diciembre.

Tabla 23

Proyección de ventas en soles año 1, de enero – junio

Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Platos criollos	S/ 17,325.00	S/ 18,191.25	S/ 19,100.81	S/ 20,055.85	S/ 21,058.65	S/ 22,111.58
Platos marinos	S/ 16,953.75	S/ 17,801.44	S/ 18,691.51	S/ 19,626.08	S/ 20,607.39	S/ 21,637.76
Comida rápida	S/ 8,910.00	S/ 9,355.50	S/ 9,823.28	S/ 10,314.44	S/ 10,830.16	S/ 11,371.67
Bebidas	S/ 2,227.50	S/ 2,338.88	S/ 2,455.82	S/ 2,578.61	S/ 2,707.54	S/ 2,842.92
Valor de precio mensual total	S/ 38,488.35	S/ 40,412.76	S/ 42,433.40	S/ 44,555.07	S/ 46,782.83	S/ 49,121.97
IGV	S/ 6,927.90	S/ 7,274.30	S/ 7,638.01	S/ 8,019.91	S/ 8,420.91	S/ 8,841.95
Total mensual	S/ 45,416.25	S/ 47,687.06	S/ 50,071.42	S/ 52,574.99	S/ 55,203.74	S/ 57,963.92

Tabla 24*Proyección de ventas en soles año 1, de julio - diciembre*

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Platos criollos	S/ 25,649.43	S/ 24,378.01	S/ 25,596.92	S/ 26,876.76	S/ 28,220.60	S/ 32,735.90
Platos marinos	S/ 27,047.20	S/ 23,855.63	S/ 25,048.41	S/ 26,300.83	S/ 27,615.87	S/ 29,228.48
Comida rápida	S/ 14,214.59	S/ 12,537.26	S/ 13,164.13	S/ 13,822.33	S/ 14,513.45	S/ 17,839.45
Bebidas	S/ 2,985.06	S/ 3,134.32	S/ 3,291.03	S/ 3,455.58	S/ 3,628.36	S/ 3,809.78
Valor de precio mensual total	S/ 59,234.13	S/ 54,156.97	S/ 56,864.82	S/ 59,708.06	S/ 62,693.46	S/ 70,858.99
IGV	S/ 10,662.14	S/ 9,748.25	S/ 10,235.67	S/ 10,747.45	S/ 11,284.82	S/ 12,754.62
Total mensual	S/ 69,896.28	S/ 63,905.22	S/ 67,100.49	S/ 70,455.51	S/ 73,978.29	S/ 83,613.60

Tabla 25*Proyección de ventas anual 5 años*

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas anuales	S/ 625,310.81	S/ 643,148.08	S/ 667,293.25	S/ 696,507.36	S/ 731,332.73
IGV	S/ 112,555.95	S/ 115,766.65	S/ 120,112.79	S/ 125,371.33	S/ 131,639.89
Total anual	S/ 737,866.76	S/ 758,914.73	S/ 787,406.04	S/ 821,878.69	S/ 862,972.62

En la proyección de ventas se espera un crecimiento anual de 2% para el año 2, 3% para el año 3, 4% para el año 4 y 5% para el año 5, según el Peruano “La actividad de restaurantes (servicios de comidas y bebidas) aumentó 1.07% en julio del 2023, como resultado de la evolución positiva de tres de sus cuatro componentes, reportó el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Precisa que la variación acumulada de este sector fue 4.84% en el período enero-julio del año 2023”. INEI (como se citó en El Peruano, 2023)

Capítulo VI

Plan técnico

Localización de la Empresa

Para la localización del restaurante “Dos Patas”, se optó por elegir tres lugares para la ubicación, basándose en factores que influyen mucho en el rubro de negocio y los horarios de atención extendidos como son: Facilidad de acceso a comensales, competencia local, seguridad, demanda nocturna y proximidad con proveedores. Luego de evaluar se escogió la ubicación del establecimiento es la Av. Vice – Piura con una ponderación total de 8.95. (Tabla 26)

Tabla 26

Matriz de localización

Factores	Peso	Av. Vice, Piura		Jr. La Arena 904, Piura		Av. Sánchez Cerro S/N	
		Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación
Facilidad de acceso a los comensales	0.25	9	2.25	5	1.25	6	1.5
Competencia local	0.10	8	0.8	8	0.8	8	0.8
Seguridad	0.20	10	2	7	1.4	8	1.6
Demanda nocturna	0.30	9	2.7	5	1.5	6	1.8
Proximidad con proveedores	0.15	8	1.2	7	1.05	8	1.2
TOTAL	1		8.95		6		6.9

Tamaño del Negocio

La capacidad de aforo del restaurante será de 51 personas, incluidos los 11 colaboradores del turno en el cual estén trabajando. El tamaño del restaurante será de 94 m², distribuidos de la siguiente manera: 60 m² para la atención a los comensales (permitiendo acomodar a 40 personas en 10 mesas), 14 m² para la cocina, 8 m² para la oficina, 6 m² para el almacén, 4 m² para la zona de motorizados y 4 m² para los servicios higiénicos.

Figura 31

Layout del restaurante Dos patas

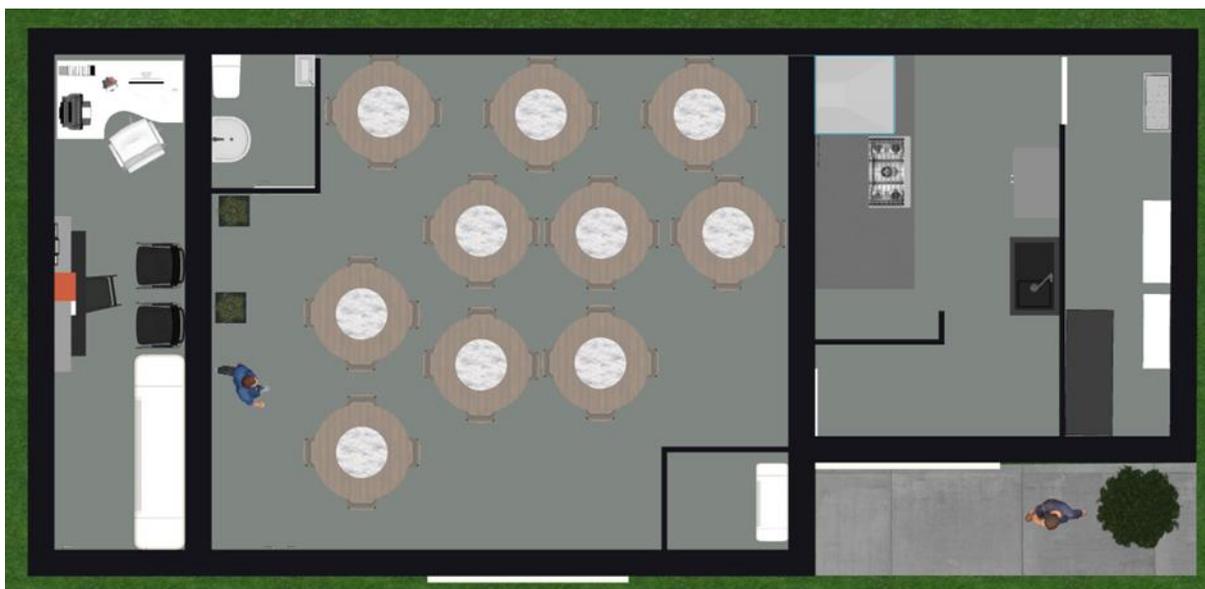


Figura 32*Fachada exterior***Necesidades*****Maquinarias y Equipos***

En el restaurante, se requiere disponer de maquinaria, equipos y herramientas para poder entrar en funcionamiento, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 27*Maquinarias, equipos y herramientas requeridos*

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	I.G.V. (18%)	Total Precio
Cocina industrial	1	5,000.00	5,000.00	900.00	5,900.00
Refrigeradora	1	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Congeladora	1	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Horno eléctrico	1	3,500.00	3,500.00	630.00	4,130.00
Mesa de cocina de 2x3m.	1	1,500.00	1,500.00	270.00	1,770.00
Laptop Dell i3 Modelo 3567 1TB, 4GB RAM	1	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Impresora Multifunción MFC-T4500DW	1	1,500.00	1,500.00	270.00	1,770.00
Muebles de Oficina	1	1,000.00	1,000.00	180.00	1,180.00
Máquina registradora para	1	1,600.00	1,600.00	288.00	1,888.00

facturación					
Silla Giratoria	1	200.00	200.00	36.00	236.00
TOTAL ACTIVO FIJO			21,800.00	3,924.00	25,724.00

Mano de Obra

En la planilla se aplica el derecho a pago a los colaboradores basándose en régimen MYPE tributario, en el cual se paga seguro en ESSALUD, gratificaciones, bono excepcional, CTS y vacaciones.

Se cuenta con un total de 11 colaboradores en planilla, divididos en personal operativo, administrativo y de ventas, el turno al cual pertenece cada colaborador se ve evidenciado al costado del nombre del puesto.

Tabla 28

Planilla de mano de obra

PLANILLA	Sueldo	Cant.	SUB TOTAL	ESSALUD	Gratif.	Bon Excepcional (9%)	CTS	Vacaciones	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Costo Operativo	S/. 4,450.00	5	S/. 5,750.00	S/. 517.50	S/. 479.17	S/. 43.13	S/. 259.55	S/. 239.58	S/. 7,288.92	S/.87,467.08
Cocinero turno mañana	S/. 1,300.00	1	S/. 1,300.00	S/. 117.00	S/. 108.33	S/. 9.75	S/. 58.68	S/. 54.17	S/. 1,647.93	S/.19,775.17
Cocinero turno tarde	S/. 1,300.00	1	S/. 1,300.00	S/. 117.00	S/. 108.33	S/. 9.75	S/. 58.68	S/. 54.17	S/. 1,647.93	S/.19,775.17
Cocinero turno noche	S/. 1,300.00	1	S/. 1,300.00	S/. 117.00	S/. 108.33	S/. 9.75	S/. 58.68	S/. 54.17	S/. 1,647.93	S/.19,775.17
Ayudante de Cocina turno	S/. 900.00	1	S/. 900.00	S/. 81.00	S/. 75.00	S/. 6.75	S/. 40.63	S/. 37.50	S/. 1,140.88	S/.13,690.50

mañana										
Ayudante de										
Cocina turno	S/. 950.00	1	S/. 950.00	S/. 85.50	S/. 79.17	S/. 7.13	S/. 42.88	S/. 39.58	S/. 1,204.26	S/.14,451.08
noche										
Gasto	S/. 3,000.00	2	S/. 3,000.00	S/. 270.00	S/. 250.00	S/. 22.50	S/. 135.42	S/. 125.00	S/. 3,802.92	S/.45,635.00
Administrativo										
Administrador	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00	S/. 135.00	S/. 125.00	S/. 11.25	S/. 67.71	S/. 62.50	S/. 1,901.46	S/.22,817.50
General										
Administrativo	S/. 1,500.00	1	S/. 1,500.00	S/. 135.00	S/. 125.00	S/. 11.25	S/. 67.71	S/. 62.50	S/. 1,901.46	S/.22,817.50
Turno noche										
Gasto de Ventas	S/. 2,825.00	4	S/. 2,825.00	S/. 162.00	S/. 235.42	S/. 21.19	S/. 127.52	S/. 117.71	S/. 3,488.83	S/.56,663.46
Mozos turno	S/. 900.00	1	S/. 900.00	S/. 81.00	S/. 75.00	S/. 6.75	S/. 40.63	S/. 37.50	S/. 1,140.88	S/.13,690.50
mañana										
Mozos turno	S/. 900.00	1	S/. 900.00	S/. 81.00	S/. 75.00	S/. 6.75	S/. 40.63	S/. 37.50	S/. 1,140.88	S/.13,690.50
tarde										
Mozos turno	S/. 900.00	1	S/. 900.00	S/. 81.00	S/. 75.00	S/. 6.75	S/. 40.63	S/. 37.50	S/. 1,140.88	S/.13,690.50
noche										
Delivery	S/. 1,025.00	1	S/. 1,025.00	S/. 92.25	S/. 85.42	S/. 7.69	S/. 46.27	S/. 42.71	S/. 1,299.33	S/.15,591.96
TOTAL	S/. 10,275.00	11	S/. 113,025.00	S/. 949.50	S/. 964.58	S/. 86.81	S/. 522.48	S/. 482.29	S/. 14,580.67	S/.189,765.54
PLANILLA										

Nota. Algunos de los salarios mensuales de los colaboradores se ven reducidos en relación con la Remuneración Mínima Vital, ya que se considera que no trabajan los 30 días del mes, sino que únicamente laboran 20 días al mes.

Materia Prima

La materia prima se determinó por cada una de las 4 categorías de platos/bebidas a ofrecer, criollos, marinos, comida rápida y bebidas, que se van a vender en “Dos Patas”, las cantidades que se han considerado son las recomendadas de acuerdo con cada receta, ello puede variar en la preparación.

Tabla 29

Materia prima para elaboración de platos criollos – Cabrito a la norteña

	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	Costo en S/.	
				por unidad de medida	Costo Unitario en S/
Cabrito a la norteña	Carne de cabrito	0.3	Kg	S/ 15.00	S/ 4.50
	Arroz	0.2	Kg	S/ 4.00	S/ 0.80
	Menestra Frejol	0.2	Kg	S/ 10.00	S/ 2.00
	Cebolla	0.3	Kg	S/ 3.00	S/ 0.90
	Condimentos varios	0.2	Kg	S/ 2.00	S/ 0.40
	TOTAL				

Tabla 30

Materia prima para elaboración de platos criollos - Seco de Chavelo

	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	Costo en S/.	
				por unidad de medida	Costo Unitario en S/
Seco de Chavelo	Carne de res	0.2	Kg	S/ 20.00	S/ 4.00
	Plátano verde	1	unid	S/ 0.50	S/ 0.50
	Yuca	30	Gr.	S/ 5.00	S/ 3.15
	Chicha de jora	0.3	L	S/ 8.00	S/ 2.40
	Maíz cancha	0.1	Kg	S/ 6.00	S/ 0.60
	Cebolla	0.2	Kg	S/ 3.00	S/ 0.60
	Condimentos varios	0.5	Kg	S/ 4.00	S/ 2.00
	TOTAL				

Tabla 31*Materia prima para elaboración de platos marinos – Ceviche de pescado*

				Costo en S/.	Costo
	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	por unidad de medida	Unitario en S/
Ceviche de pescado	Pescado	1	Kg	S/ 2.20	S/ 2.20
	Cebolla	0.5	Kg	S/ 3.00	S/ 1.50
	Limón	8	unid	S/ 0.20	S/ 1.60
	Condimentos varios	0.2	Kg	S/ 3.00	S/ 0.60
	TOTAL				S/ 5.90

Tabla 32*Materia prima para elaboración de platos marinos – Arroz con mariscos*

				Costo en S/.	Costo
	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	por unidad de medida	Unitario en S/
Arroz con mariscos	Cebolla	0.5	Kg	S/ 3.00	S/ 1.50
	Limón	8	unid	S/ 0.20	S/ 1.60
	Condimentos varios	0.7	Kg	S/ 3.00	S/ 2.10
	Arroz	0.5	Kg	S/ 4.00	S/ 2.00
	Mixtura de mariscos	0.2	Kg	S/ 32.00	S/ 6.40
	Condimentos varios	0.5	Kg	S/ 4.00	S/ 2.00
	TOTAL				S/ 15.60

Tabla 33*Materia prima para elaboración de comida rápida – Hamburguesa clásica*

				Costo en S/.	Costo
	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	por unidad de medida	Unitario en S/
Hamburguesa Clásica	Carne molida	0.1	kg	S/ 20.00	S/ 2.00
	Pan para hamburguesa	1	unid	S/ 0.30	S/ 0.30
	Lechuga	0.05	Kg	S/ 2.00	S/ 0.10
	Tomate	0.1	Kg	S/ 3.80	S/ 0.38

	Cebolla	0.1	Kg	S/ 3.00	S/ 0.30
	Queso	0.1	Kg	S/ 10.00	S/ 1.00
	Otros ingredientes	0.2	Kg	S/ 3.00	S/ 0.60
	TOTAL				S/ 4.68

Tabla 34

Materia prima para elaboración de comida rápida – Hamburguesa vegetariana

	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	Costo en S/.	
				por unidad de medida	Costo Unitario en S/
Hamburguesa Vegetariana	Tofu	0.2	Kg	S/ 18.00	S/ 3.60
	Salsa de soja	0.1	L	S/ 8.00	S/ 0.80
	Aceite de oliva	0.1	L	S/ 50.00	S/ 5.00
	TOTAL				S/ 9.40

Tabla 35

Materia prima para elaboración de bebidas – Chicha morada

	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	Costo en S/.	
				por unidad de medida	Costo Unitario en S/
Chicha morada	Maíz Morado	0.5	Kg	S/ 15.00	S/ 7.50
	Azúcar	0.1	Kg	S/ 4.60	S/ 0.46
	TOTAL				S/ 7.96

Tabla 36

Materia prima para elaboración de bebidas – Refresco de maracuyá

	Insumos requeridos	Cantidad	Unidad de medida	Costo en S/.	
				por unidad de medida	Costo Unitario en S/
Refresco de Maracuyá	Maracuyá	0.5	Kg	S/ 5.30	S/ 2.65
	Azúcar	0.1	Kg	S/ 4.60	S/ 0.46
	TOTAL				S/ 3.11

A continuación, se llevó a cabo la proyección mensual de compras de materia prima, tomando como referencia la cantidad de platos en la proyección de ventas.

Tabla 37

Proyección de compras materia prima enero – junio

Concepto	Invent. Inicial	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Valor de Compra mensual	S/ 2,621.25	S/ 12,506.44	S/ 13,131.76	S/ 13,788.35	S/ 14,477.77	S/ 15,201.66	S/ 15,961.74
IGV	S/ 471.83	S/ 2,251.16	S/ 2,363.72	S/ 2,481.90	S/ 2,606.00	S/ 2,736.30	S/ 2,873.11
Total mensual	S/ 3,093.08	S/ 14,757.60	S/ 15,495.48	S/ 16,270.25	S/ 17,083.77	S/ 17,937.96	S/ 18,834.85

Tabla 38

Proyección de compras materia prima julio - diciembre

Concepto	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Valor de Compra mensual	S/ 18,926.99	S/ 17,597.82	S/ 18,477.71	S/ 19,401.59	S/ 20,371.67	S/ 23,333.64
IGV	S/ 3,406.86	S/ 3,167.61	S/ 3,325.99	S/ 3,492.29	S/ 3,666.90	S/ 4,200.06
Total mensual	S/ 22,333.85	S/ 20,765.43	S/ 21,803.70	S/ 22,893.88	S/ 24,038.58	S/ 27,533.70

Costos

Se consideraron dos tipos de costos, directos e indirectos

Costos Directos

Los costos directos que se presentan en el restaurante incluyen la mano de obra directa, representada por el personal de cocina, cocineros y ayudantes de cocina encargados de la preparación de los platos. Además, se considera la materia prima necesaria para la elaboración de estos.

Tabla 39

Costos directos anuales

Concepto	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Mano de obra directa	87,467	107,242	120,933	120,933	120,933
Materia prima	237,724	276,288	284,577	295,960	310,758
Costos directos	325,191	383,530	405,510	416,892	431,690

Costos Indirectos

Dentro de los costos indirectos para el restaurante, se han incluido los siguientes elementos (Tabla 40)

Tabla 40

Costos indirectos mensuales

DETALLE	COSTO MENSUAL (S/.)	IGV (S/.)	GASTO MENSUAL (S/.)
Energía eléctrica	1,835	330	2,165
Agua potable	252	45	297
Internet (200 Mbps) + Telefonía fija	170	31	201
Alquiler de Restaurante (casa)	3,500		3,500
Alquiler de moto Yamaja (Incluye Mtto)	1,000		1,000
Balón de Gas Industrial	65		65
Recarga de gas	1000		1,000
TOTAL (S/.)	7,821	406	8,227

Tabla 41*Costos indirectos anuales*

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento maquinaria y equipos	1,144.07	1,144.07	1,144.07	1,144.07	1,144.07
Consumo de energía eléctrica	22,014.72	23,948.39	26,051.83	28,340.11	30,829.29
Consumo de agua	3,020.05	3,285.32	3,573.88	3,887.79	4,229.26
Telefonía e Internet	2,040.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00	2,040.00
Alquiler de Restaurante (Casa)	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00	42,000.00
Alquiler de Moto Yamaja	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00	12,000.00
Mano de Obra Indirecta	76,818.92	76,818.92	76,818.92	76,818.92	76,818.92
Reposición de EPP's	247.00	268.70	292.30	317.97	345.90
Recarga de gas + balon de gas	12,065.00	12,065.00	12,065.00	12,065.00	12,065.00
Costos indirectos de producción Sin IGV	196,829.30	199,049.93	201,465.52	204,093.39	206,951.98
Costos indirectos de producción - IGV	7,295.55	7,695.26	8,130.07	8,603.09	9,117.63
Costos indirectos de producción	204,124.85	206,745.19	209,595.60	212,696.48	216,069.61

Proceso de Producción u Operación

Figura 33

Proceso de atención al cliente, área de ventas – Mozo

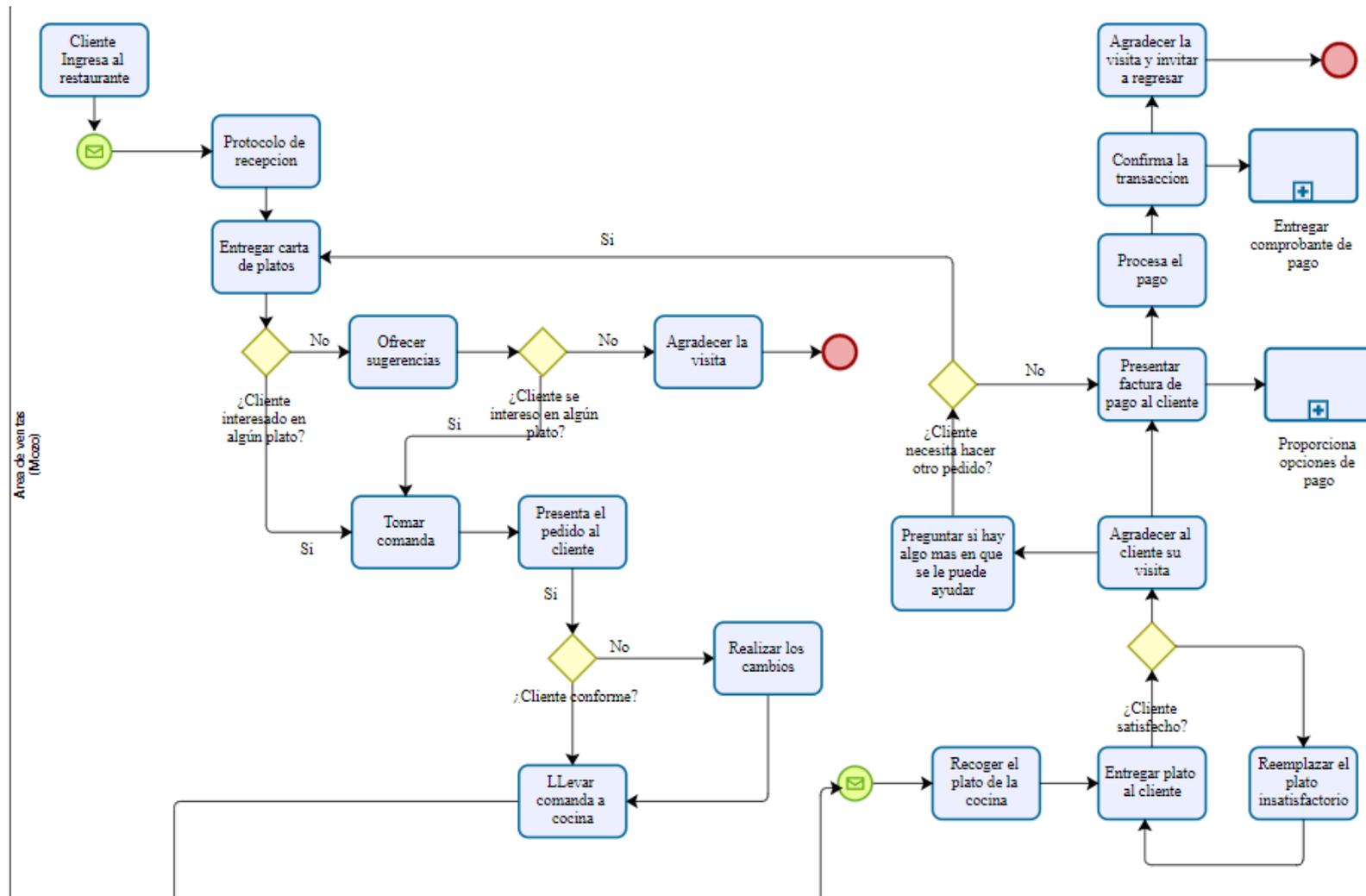
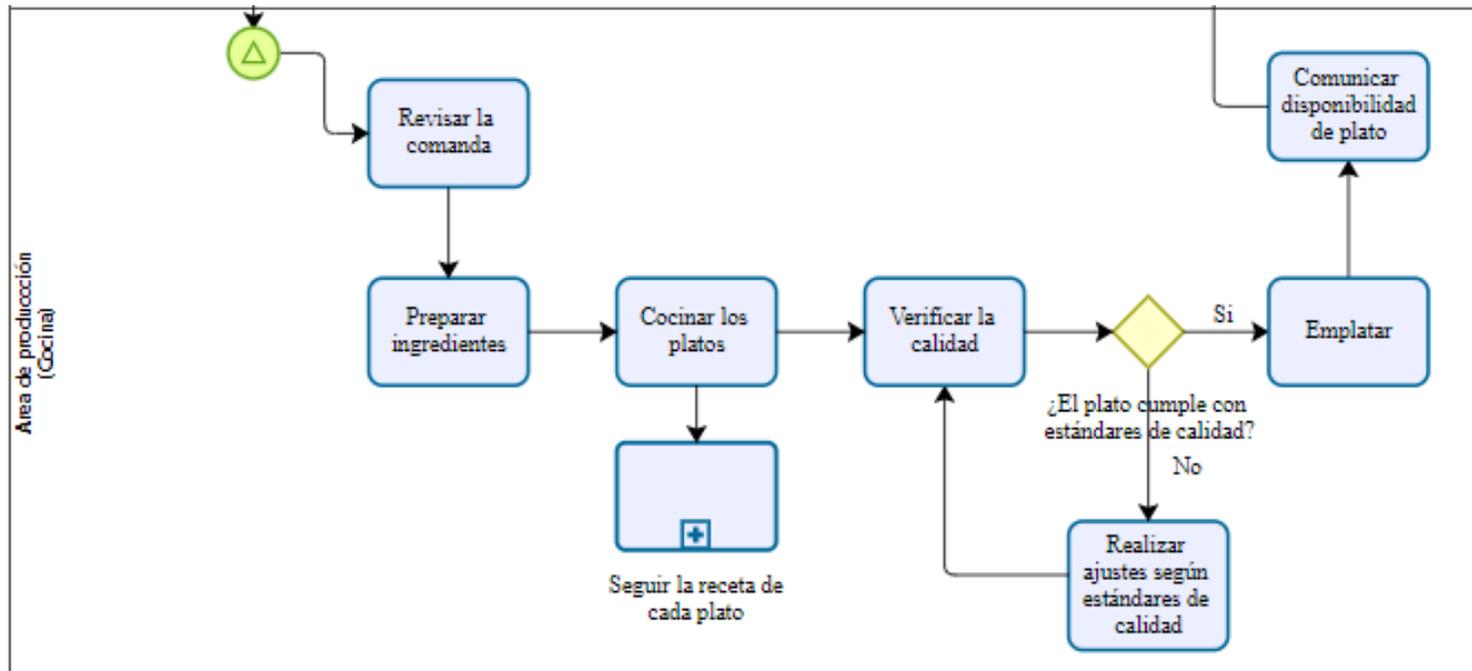


Figura 34

Proceso para la preparación de un plato, área de cocina



Nota. Ambos procesos se encuentran vinculados, ya que el proceso en la Figura 34, es un proceso subsecuente del proceso de la Figura 33.

Certificaciones necesarias

Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica

Según el INDECI, “Consiste en verificar en forma ocular el cumplimiento de condiciones mínimas de seguridad, identificar los peligros, así como las condiciones de seguridad tanto físicas como espaciales que ofrece la edificación o recinto en toda su área, determinando el equipo básico de seguridad con el que debe contar para hacer frente a posibles situaciones de emergencia. Esta inspección se efectúa a solicitud de la parte interesada, pudiendo ser objeto de ésta cualquier edificación o instalación, así como lugares donde se lleven a cabo espectáculos, con una capacidad de hasta tres mil personas.

La ITSDC Básica puede derivarse en una de Detalle cuando la complejidad de la evaluación así lo determine.

La TSDC Básica debe ser realizada por los inspectores de seguridad de las Direcciones

Regionales y demás órganos desconcentrados del INDECI, por las Oficinas de Defensa Civil de los Gobiernos Locales a nivel distrital y provincial, estos últimos podrán efectuar inspecciones sobre locales donde se llevarán a cabo espectáculos públicos con una asistencia de hasta tres mil personas.

En caso de que la oficina a la que se recurra no cuente con el personal idóneo, los interesados podrán solicitar la inspección al órgano inmediato superior” (Sinadeci, 2019).

Autorización DIGESA

“Ante la propuesta de la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (Digesa), el Ministerio de Salud mediante Resolución Ministerial N° 822-2018/MINSA aprobó la Norma Técnica Sanitaria N°142-MINSA/2018/DIGESA, que

establece los principios generales de higiene que deben cumplir los restaurantes y servicios afines, actualizando la normativa de los restaurantes.

En la actualización de esta norma sanitaria se hace referencia a que los restaurantes y servicios deben aplicar los Principios Generales de Higiene (PGH), sustentados en los programas de Buenas Prácticas de Manipulación y los programas de Higiene y Saneamiento, lo que deberá evidenciarse en la certificación sanitaria de PGH emitida por la municipalidad de su jurisdicción.

Así mismo en el marco de minimizar los riesgos de hipertensión arterial en la población y a fin de fomentar las decisiones libres e informadas de los consumidores, sólo se dispensará sal en mesa en saleros si el consumidor lo solicita, así mismo los restaurantes deberán informar a los consumidores los alimentos que causan hipersensibilidad (alérgenos).

Cabe indicar que es competencia de la autoridad municipal la vigilancia sanitaria de los restaurantes y servicios afines (cafeterías, comidas rápidas, pizzerías, entre otros)". (Digesa, 2018)

Impacto en el Medio Ambiente

La creación de un restaurante 24 horas como "Dos Patas" puede conllevar impactos ambientales potenciales, incluyendo un mayor consumo de recursos naturales como energía y agua debido a su funcionamiento constante. Además, las operaciones continuas pueden generar cantidades significativas de residuos, como envases y restos de comida, contribuyendo a la problemática de los desechos. El transporte constante de alimentos para el servicio de entrega también puede resultar en emisiones adicionales de gases de efecto invernadero. Además, la obtención de ingredientes y productos puede tener impactos en la biodiversidad si no se gestionan de manera sostenible.

Para mitigar estos riesgos en “Dos patas” se seguirán las siguientes recomendaciones:

- Establecer asociaciones con proveedores locales y sostenibles.
- Implementar medidas de eficiencia energética en las instalaciones del restaurante, así como gestionar responsablemente el uso del agua y otros recursos.
- Fomentar el reciclaje y la reutilización utilizando envases biodegradables.
- Utilizar métodos de entrega eficientes, como vehículos eléctricos o bicicletas.

Capítulo VII

Plan Organizacional, de Personal y Legal

Constitución de la empresa

Según el Gobierno del Perú (2024), La constitución de empresa es un procedimiento a través del cual una persona o grupo de personas registran su empresa ante el Estado para que este les ofrezca los beneficios de ser formales.

A continuación, se especifican el proceso de constitución de la empresa:

Búsqueda y reserva del nombre

La reserva de nombre es un paso previo opcional, pero recomendable, antes de constituir una empresa. Este trámite facilita la inscripción en el Registro de Personas Jurídicas de la Sunarp. Durante la calificación, el Registrador Público verifica si el nombre solicitado coincide con otros previamente registrados.

Requisitos:

- DNI o Pasaporte. Si el representante legal es extranjero, debe presentar su Carnet de Extranjería vigente.
- Formulario de solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica (Anexo 1)

Pasos: Para realizar el trámite de manera presencial.

- Acercarse a los centros MAC Piura y solicitar el formato de búsqueda de índice, con esta busca se vera la disponibilidad del nombre. La tasa registral es de S/ 5.00, el resultado se entrega de 20 a 30 minutos.
- Decidir el tipo de empresa que se va a constituir de acuerdo con la razón social

- Presentar el documento de identidad y el Formulario de solicitud de Reserva de nombre de Persona Jurídica lleno.
- Por último, se realiza el pago por la reserva del nombre de S/ 20.00.

Elaboración del Acto Constitutivo (Minuta)

El acto constitutivo es un documento que refleja la intención de los miembros de una sociedad de establecer una empresa, detallando los acuerdos pertinentes. Incluye el pacto social y los estatutos, junto con posibles anexos adicionales. Y se realiza comúnmente en una notaría.

Requisitos:

- 2 copias del DNI de cada uno de los socios y cónyuges.
- Original y 2 copias de Búsqueda y reserva de nombre.
- Lista de bienes para el capital.
- Formato de declaración jurada y fecha de solicitud de constitución de empresas

Pasos: para hacerlo en una notaria

- Lleva los requisitos a una notaría
- Solicita el servicio de Elaboración de Acta Constitutiva.
- Este servicio tiene un costo promedio de acuerdo con cada notaria, pero oscila montos desde S/550.00.

Abono de capital y bienes

Para asegurar la viabilidad financiera de tu empresa, es esencial realizar aportes de dinero o bienes, ya sean inmuebles o muebles, recomendando en todo caso aportar S/ 1000.00 como mínimo. Estos aportes se documentarán mediante un certificado emitido por una

entidad financiera, la inscripción de la transferencia a nombre de tu empresa mediante escritura pública, o a través de un informe detallado de valorización.

Requisitos:

- DNI, Pasaporte o Carnet de Extranjería vigente.
- Formato de Acto Constitutivo.

Pasos:

- Solicita abrir una cuenta a una entidad bancaria, la cual va a servir para depositar el dinero que los socios quieren aportar a la empresa.

Elaboración de Escritura Pública

Después de redactar el Acto Constitutivo, es esencial llevarlo a una notaría para que un notario público lo revise y eleve a Escritura Pública, un documento firmado y sellado por el notario y por todos los participantes de la sociedad, incluyendo los cónyuges si es necesario, que certifica la legalidad del Acto Constitutivo y otorga validez legal a la creación de la sociedad.

Requisitos:

- DNI, Pasaporte o Carnet de Extranjería vigentes.
- Formato de Acto Constitutivo.
- Depósito o Boucher de abono en dinero.

Pasos:

- Lleva todos los requisitos a la notaría y solicita el servicio de Elaboración de Escritura Pública para la Constitución de Empresa

Inscripción en Registros Públicos

El Notario se encargará de este paso, una vez obtenida la Escritura Pública, es necesario llevarla a SUNARP para realizar la inscripción de la empresa en los Registros Públicos.

Este procedimiento normalmente es realizado por el notario y tiene un costo de S/ 570.00

Inscripción al RUC para Persona Jurídica

Para constituir una empresa, debes realizarlo a través de la Plataforma Sistema de Intermediación Digital (SID - SUNARP). En este caso, Sunarp incluirá en tu ficha de inscripción un número RUC inactivo de sociedad constituida que tu representante legal tiene que activar, luego de que hayas creado tu clave SOL a través de SUNAT Virtual o la App Personas.

Requisitos: para tramite presencial

- DNI vigente, carnet de extranjería, carnet de identidad emitido por el Ministerio de Relaciones Exteriores, carnet de permiso temporal de permanencia o pasaporte con calidad migratoria para la generación de renta de fuente peruana.
- Original de partida registral certificada (ficha o partida electrónica) por los Registros Públicos, con antigüedad no mayor a 30 días calendario.
- Original de documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.
- Cumplir los requerimientos según el tipo de contribuyente a inscribir.

Licencia municipal de funcionamiento

Según la Municipalidad de Piura, “Los requisitos para solicitar la licencia de funcionamiento para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:

1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, que incluya:
 - a. Número de R.U.C. y D.N.I. o Carné de Extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.
 - b. D.N.I. o Carné de Extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen mediante representación.
2. Vigencia de poder de representante legal, en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.
3. Declaración Jurada de Observancia de Condiciones de Seguridad o Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil de Detalle o Multidisciplinaria, según corresponda”. (Municipalidad de Piura, s.f.)

El costo para tramitar la licencia de funcionamiento en la municipalidad de Piura tiene un costo de S/ 150.00

Obligaciones

Obligaciones Tributarias

El restaurante Dos patas entraría a formar parte del régimen MYPE Tributario, “El Régimen MYPE Tributario, está dirigido a las Micro y Pequeñas empresas (Persona Natural o Jurídica), que generen rentas de Tercera Categoría y cuyos ingresos netos no superen 1700 UIT en el año”. (Gobierno del Perú, 2018)

Según SUNAT, el régimen te ofrece las siguientes ventajas:

- El monto del impuesto a pagar es de acuerdo con la ganancia obtenida.
- Puede emitir cualquier tipo de comprobante de pago.
- Puedes realizar cualquier actividad económica.
- Contabilidad sencilla, llevas el Registro de ventas, Registro de compras y el Libro Diario de formato simplificado (hasta 300 UIT)
- Puede acogerse a la prórroga del IGV.

Figura 35*Régimen MYPE tributario*

Régimen MYPE Tributario							
¿Cuánto pagar?	Pago a cuenta mensual 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 (*)						
(*) El que resulte mayor, 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% (incluye el Impuesto de Promoción Municipal).							
¿Se presenta DECLARACIÓN ANUAL?	Sí, con la cual se regulariza el pago del impuesto a la renta, dependiendo de la ganancia obtenida:						
	<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%							

Nota. Adaptado de *Regímenes tributarios*, de Emprender SUNAT, 2023,

<https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimenes-tributarios>

Obligaciones Laborales

En el restaurante, el personal disfrutará de beneficios propios de una pequeña empresa bajo el régimen MYPE (Micro y Pequeña Empresa) Tributario. Según SUNAT, “estos beneficios pueden incluir reducciones en las tasas de impuestos, simplificación de trámites tributarios y laborales, así como otras ventajas que el marco normativo específico para las MYPEs pueda ofrecer”. (EmprenderSunat, 2018)

Figura 36

Derechos laborales pequeña empresa - MYPE Tributario

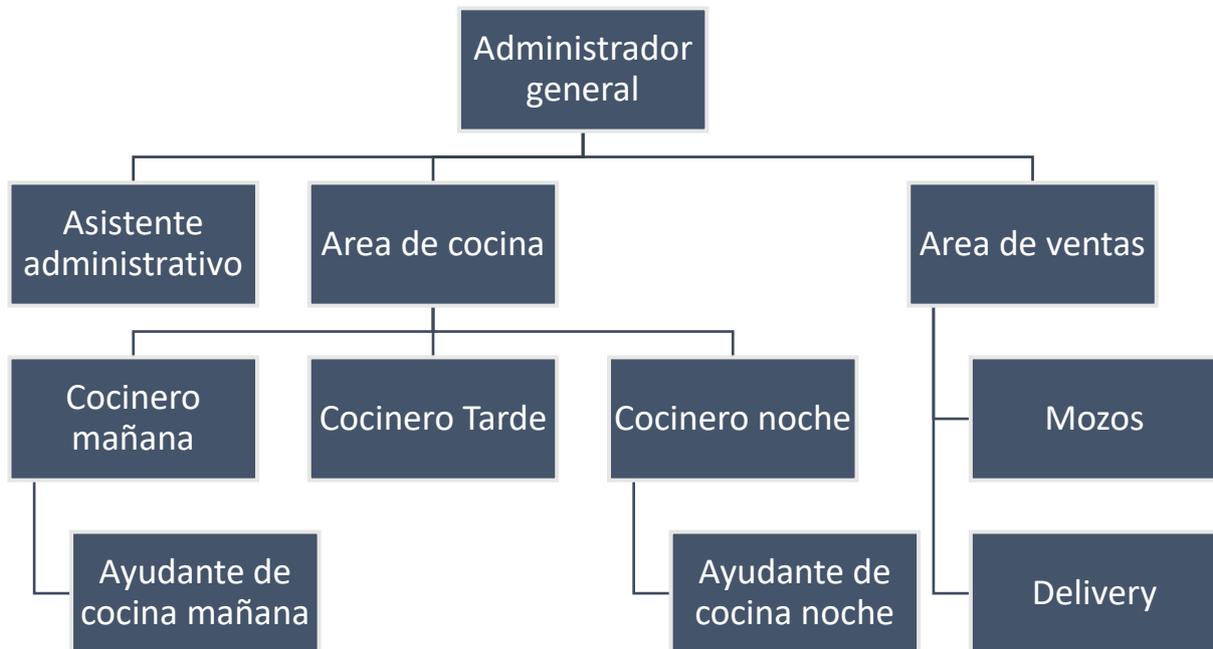
PEQUEÑA EMPRESA
Remuneración Mínima Vital (RMV)
Jornada de trabajo de 8 horas
Descanso semanal y en días feriados
Remuneración por trabajo en sobretiempo
Descanso vacacional de 15 días calendarios
Cobertura de seguridad social en salud a través del ESSALUD
Cobertura Previsional
Indemnización por despido de 20 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 120 días de remuneración)
Cobertura de Seguro de Vida y Seguro Complementario de trabajo de Riesgo (SCTR)
Derecho a percibir 2 gratificaciones al año (Fiestas Patrias y Navidad)
Derecho a participar en las utilidades de la empresa
Derecho a la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS) equivalente a 15 días de remuneración por año de servicio con tope de 90 días de remuneración.
Derechos colectivos según las normas del Régimen General de la actividad privada.

Nota. Adaptado de *Régimen laboral de la micro y pequeña empresa*, de Gobierno del Perú,

s.f., <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/regimenLaboral.html>

Estructura Organizacional

En la figura 37 se presenta la estructura organizativa del restaurante Dos Patas, la cual se caracteriza por su disposición jerárquica. En el transcurso del periodo de atención al cliente, se cuenta con un total de 11 colaboradores en planilla, además de dos colaboradores externos, el community manager y el contador. En la primera línea de la jerarquía se ubica un administrador, cuya responsabilidad abarca la supervisión y control de las áreas de ventas y cocina. Asimismo, se encarga de la gestión de compras de materias primas, y asume la función de cajero.

Figura 37*Estructura organizacional Restaurante Dos Pata*

Nota. en el siguiente organigrama se presenta la estructura organizativa principal del restaurante. Es importante destacar que se han considerado diversas variaciones en los roles de los empleados de acuerdo con los distintos turnos. Estas adaptaciones permiten una distribución eficiente de responsabilidades y funciones.

Descripción de Funciones

Para cada posición contemplada en la estructura organizativa, se especifican las responsabilidades y funciones correspondientes, así como el perfil necesario para ocupar dicha posición.

Figura 38

Administrador - Perfil de puesto

PERFIL DEL PUESTO	
NOMBRE DEL CARGO:	Administrador General
DEPENDENCIA:	Restaurante 2 Patas
POSICIÓN:	Administración
REPORTA:	Administrador General
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Apoyar los diferentes procesos administrativos y operativos del restaurante.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Formación Académica	Con estudios técnicos en administración. Capacitación en manejo de restaurantes y bares. Con 2 años de experiencia en trabajo de restaurantes.
Competencias / Habilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para trabajar bajo presión. 2. Concentración y atracción al detalle 3. Responsabilidad y compromiso. 4. Liderazgo y Asertivo. 5. Solución de Conflictos dentro de la Organización.
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar objetivos y estrategias. ▪ Establecer y evaluar criterios de desempeño. ▪ Organizar procesos internos. ▪ Liderar y dirigir equipos. ▪ Analizar y evaluar resultados. ▪ Desarrollar destrezas organizacionales y de talento humano. ▪ Implementar mejoras operativas. ▪ Supervisar y gestionar compras de insumos. ▪ Controlar estrategias de marketing. ▪ Asegurar el manejo adecuado de la caja. ▪ Verificar el funcionamiento óptimo de procesos. 	

Figura 39

Asistente administrativo - Perfil de puesto

PERFIL DEL PUESTO	
NOMBRE DEL CARGO:	Asistente administrativo
DEPENDENCIA:	Restaurante 2 Patas
POSICIÓN:	Administración
REPORTA:	Administrador General
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Apoyar los diferentes procesos administrativos y operativos del restaurante.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Formación Académica	Con estudios técnicos en administración. Capacitación en manejo de restaurantes y bares. Con 2 años de experiencia en trabajo de restaurantes.
Competencias / Habilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para trabajar bajo presión. 2. Concentración y atracción al detalle 3. Responsabilidad y compromiso. 4. Liderazgo y Asertivo. 5. Solución de Conflictos dentro de la Organización.
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar en eventos del restaurante. ▪ Contar y registrar ingresos diarios. ▪ Realizar inventarios de productos de cocina. ▪ Solicitar insumos pendientes de compras. ▪ Atender la caja de noche. ▪ Asistir en la atención a los comensales. ▪ Gestionar compras de insumos nocturnos. ▪ Implementar estrategias de marketing nocturno. ▪ Asegurar el funcionamiento óptimo de procesos nocturnos. ▪ Verificar el manejo adecuado de la caja. 	

Figura 40*Ayudante de cocina - Perfil de puesto*

PERFIL DEL PUESTO	
NOMBRE DEL CARGO:	Ayudante de Cocina
DEPENDENCIA:	Restaurante 2 Patas
POSICIÓN:	Cocina
REPORTA:	Cocinero mayor
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Asistir con prontitud al líder de la cocina para la correcta ejecución de la operación, cumpliendo los estándares de Calidad, oportunidad e higiene.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Formación Académica	Con estudios mínimos en cocina Con 1 año de experiencia en apoyo de cocina.
Competencias / Habilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para trabajar bajo presión. 2. Concentración y atracción al detalle 3. Responsabilidad y compromiso..
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar, pelar y cortar los alimentos. ▪ Picar o pelar alimentos, tales como carne, pescado o verduras. ▪ Pesar o medir los alimentos. ▪ Mezclar ingredientes para hacer salsas o aliños. ▪ Ayudar en la preparación de los platos listos para servir. ▪ Lavar los utensilios como ollas, platos, cubiertos según se requiera para la rapidez en la atención de comensales. 	

Figura 41*Cheff ejecutivo - Perfil de puesto*

PERFIL DEL PUESTO	
NOMBRE DEL CARGO:	Cheff Ejecutivo
DEPENDENCIA:	Restaurante 2 Patas
POSICIÓN:	Cocina
REPORTA:	Administrador General
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Se necesita un cocinero cualificado para preparar platos deliciosos de acuerdo con el menú. Se encargará de cocinar platos que deleiten a nuestros clientes por su sabor y servicio oportuno.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Formación Académica	Con estudios mínimos en cocina Con 1 año de experiencia en Cocina
Competencias / Habilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para trabajar bajo presión. 2. Concentración y atracción al detalle 3. Responsabilidad y compromiso.
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar, pelar y cortar los alimentos. ▪ Picar o pelar alimentos, tales como carne, pescado o verduras. ▪ Pesar o medir los alimentos. ▪ Mezclar ingredientes para preparar a través de la cocina los pedidos. ▪ Elaborar la lista de pedidos para abastecer la cocina ▪ Controlar la calidad de los insumos ▪ Controlar el plato terminado hacia el comensal 	

Figura 42

Mozo de restaurante - Perfil de puesto

PERFIL DEL PUESTO	
NOMBRE DEL CARGO:	Mozo de restaurante
DEPENDENCIA:	Restaurante 2 Patas
POSICIÓN:	Cocina
REPORTA:	Administrador General
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Preparar con eficiencia las actividades de alistamiento que aseguran el servicio. Recibir al cliente (comensal) con excelente actitud y atender sus requerimientos y/o necesidades con profesionalismo cumpliendo los estándares de calidad y HACCP en tiempo y oportunidad	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
Formación Académica	Con estudios mínimos secundarios concluidos Con 1 año de experiencia en atención al cliente
Competencias / Habilidades	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para trabajar bajo presión. 2. Buen servicio al cliente 3. Compromiso a la calidad
FUNCIONES DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se responsabiliza por el servicio a los clientes. El mozo es la persona con la que estos mantienen el primer contacto, los saluda cordialmente y los orienta a su ubicación en mesas previamente reservadas o sugeridas por él. ▪ Debe presentar el menú, incluso puede apoyarse con el cocinero si algún cliente lo solicita o requiere una explicación de algún plato, y debe conocer el contenido para brindar confianza en el cliente sobre su orden, aspecto muy importante dentro de las funciones del mozo. ▪ Toma el pedido siendo cuidadoso en los términos de cocción de carnes, aves, pescados y mariscos, así como de la descripción de pedidos adicionales. ▪ Garantiza el servicio de manera correcta de todos los alimentos y bebidas que hayan solicitado los clientes, cuidando de servir a las temperaturas idóneas cada alimento y bebida ▪ Se encarga de la limpieza del área asignada durante su turno, asegurando que las mesas, sillas y áreas comunes estén en condiciones óptimas para los clientes. 	

Capítulo VIII

Plan Económico – Financiero

Inversiones

En las tablas 40, 41, 42 y 43, se aprecia el detalle de las inversiones iniciales para el proyecto en activo fijo depreciable, inventario inicial, activo fijo no depreciable, y en activo intangible

Tabla 42

Inversión en activo fijo depreciable

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	I.G.V. (18%)	Total Precio
Producción			15,000.00	2,700.00	17,700.00
Cocina industrial	1.00	5,000.00	5,000.00	900.00	5,900.00
Refrigeradora	1.00	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Congeladora	1.00	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Horno eléctrico	1.00	3,500.00	3,500.00	630.00	4,130.00
Mesa de cocina de 2x3m.	1.00	1,500.00	1,500.00	270.00	1,770.00
Administración			5,000.00	900.00	5,900.00
Laptop Dell i3 Modelo 3567 1TB, 4GB RAM	1.00	2,500.00	2,500.00	450.00	2,950.00
Impresora Multifunción MFC-T4500DW	1.00	1,500.00	1,500.00	270.00	1,770.00
Muebles de Oficina	1.00	1,000.00	1,000.00	180.00	1,180.00

Ventas			1,800.00	324.00	2,124.00
Máquina registradora para facturación	1.00	1,600.00	1,600.00	288.00	1,888.00
Silla Giratoria	1.00	200.00	200.00	36.00	236.00
TOTAL ACTIVO FIJO			21,800.00	3,924.00	25,724.00

Tabla 43*Inventario inicial*

Concepto	Cant.	Unidad Medida	Costo Unitario	Costo Total	I.G.V. (18%)	Total Precio
Carne de cabrito 3.5 Kg (Entero)	2	Und	S/ 110.00	S/ 220.00	S/ 39.60	S/ 259.60
Arroz 50Kg. Faraón	4	Sacos	S/ 159.50	S/ 638.00	S/ 114.84	S/ 752.84
Menestra Frejol (5Kg)	4	Bolsa	S/ 32.50	S/ 130.00	S/ 23.40	S/ 153.40
Cebolla(50Kg)	1	Sacos	S/ 35.00	S/ 35.00	S/ 6.30	S/ 41.30
Condimentos varios	1	kilogramos	S/ 10.00	S/ 10.00	S/ 1.80	S/ 11.80
Carne de res	20	kilogramos	S/ 18.00	S/ 360.00	S/ 64.80	S/ 424.80
Plátano verde	50	Unidad	S/ 0.30	S/ 15.00	S/ 2.70	S/ 17.70

Yuca amarilla	5	Kg	S/ 1.05	S/ 5.25	S/ 0.95	S/ 6.20
Chicha de jora	10	L	S/ 3.00	S/ 30.00	S/ 5.40	S/ 35.40
Maíz cancha	10	kilogramos	S/ 10.00	S/ 100.00	S/ 18.00	S/ 118.00
Mixtura de Mariscos	10	kilogramos	S/ 25.00	S/ 250.00	S/ 45.00	S/ 295.00
Carne molida	10	kilogramos	S/ 18.00	S/ 180.00	S/ 32.40	S/ 212.40
Pan para hamburguesa	50	Und	S/ 0.30	S/ 15.00	S/ 2.70	S/ 17.70
Lechuga americana	5	Paquete	S/ 0.80	S/ 4.00	S/ 0.72	S/ 4.72
Tomate	5	kilogramos	S/ 2.50	S/ 12.50	S/ 2.25	S/ 14.75
Queso	5	kilogramos	S/ 2.50	S/ 12.50	S/ 2.25	S/ 14.75
Tofu (340gr)	5	Paquete	S/ 10.50	S/ 52.50	S/ 9.45	S/ 61.95
Salsa de soja Kikko (250Ml)	4	Botella	S/ 18.00	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96
Aceite de oliva (1L)	4	Botella	S/ 18.00	S/ 72.00	S/ 12.96	S/ 84.96
Maíz Morado(25Kg)	2	Sacos	S/ 55.00	S/ 110.00	S/ 19.80	S/ 129.80
Azúcar (50Kg)	2	Sacos	S/ 140.00	S/ 280.00	S/ 50.40	S/ 330.40
Maracuyá	5	kilogramos	S/ 3.50	S/ 17.50	S/ 3.15	S/ 20.65
TOTAL				S/ 2,621.25	S/ 471.83	S/ 3,093.08

Tabla 44*Inversión en activo fijo no depreciable*

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	I.G.V. (18%)	Total Precio
Activo Fijo No Depreciable			7,975.00	1,435.50	9,410.50
Operaciones			7,715.00	1,388.70	9,103.70
Sistema de alarma contra incendio + extintores	1	300.00	300.00	54.00	354.00
Cámara de seguridad	2	250.00	500.00	90.00	590.00
Luces de Emergencia	2	65.00	130.00	23.40	153.40
Balanza digital	1	300.00	300.00	54.00	354.00
Pallet Madera	5	25.00	125.00	22.50	147.50
Mesa de acero inoxidable 1.20mx0.5x0.90	1	600.00	600.00	108.00	708.00
Sillas de maderas	50	35.00	1,750.00	315.00	2,065.00
Estantería metálica materia prima (juego)	1	150.00	150.00	27.00	177.00
Estantería metálica producto terminado (juego)	2	150.00	300.00	54.00	354.00
Ollas Grandes Marca Record	4	250.00	1,000.00	180.00	1,180.00
Ollas Medianas marca Record	5	200.00	1,000.00	180.00	1,180.00
Jgos. De cubiertos de cocina	4	80.00	320.00	57.60	377.60
Menaje para los comensales (Jgo)	8	40.00	320.00	57.60	377.60
Manteles	12	30.00	360.00	64.80	424.80
Mesas circulares de madera para comensales	10	50.00	500.00	90.00	590.00
Estantería de documentos y órdenes de producción	1	60.00	60.00	10.80	70.80
Administración			260.00	46.80	306.80
Escritorio de madera 1.20mx0.5x0.90	1	100.00	100.00	18.00	118.00

Silla giratoria para escritorio	1	80.00	80.00	14.40	94.40
Sillas de madera	2	20.00	40.00	7.20	47.20
Anaqueles documentario	1	40.00	40.00	7.20	47.20
Acondicionamiento de Local			11,600.00	2,088.00	13,688.00
Obras de electricidad			2,350.00	423.00	2,773.00
Instalación de tomas de corriente (220v, 440v)	1	350.00	350.00	63.00	413.00
Instalación de iluminación	1	1,000.00	1,000.00	180.00	1,180.00
Instalación de tablero general	1	1,000.00	1,000.00	180.00	1,180.00
Obras civiles			6,750.00	1,215.00	7,965.00
Resane de paredes	1	750.00	750.00	135.00	885.00
Pintado de paredes Cocina y restaurante campestre	1	1,500.00	1,500.00	270.00	1,770.00
Instalación de Drywall en interiores	1	1,000.00	1,000.00	180.00	1,180.00
Re-fraccionamiento de puertas, ventanas y otros	2	1,000.00	2,000.00	360.00	2,360.00
Instalación de pozo a tierra	1	1,500.00	1,500.00	270.00	1,770.00
Instalación de redes y centro de control CCTV			2,500.00	450.00	2,950.00
EPP			247.00	44.46	291.46
Mameluco de trabajo	3	19.00	57.00	10.26	67.26
Guantes para horneado	2	25.00	50.00	9.00	59.00
Mascarilla de algodón	10	4.00	40.00	7.20	47.20
Tocas de algodón	10	10.00	100.00	18.00	118.00

Utensilios de limpieza			350.00	63.00	413.00
Escobas	2	10.00	20.00	3.60	23.60
Recogedor	2	7.00	14.00	2.52	16.52
Tachos Basura	4	7.00	28.00	5.04	33.04
Balde	2	7.00	14.00	2.52	16.52
Esponjas	10	1.00	10.00	1.80	11.80
Bolsas de Basura pack x 100	10	13.00	130.00	23.40	153.40
Cera al agua (5 litros)	2	30.00	60.00	10.80	70.80
Ambientadores	2	7.00	14.00	2.52	16.52
Lejía (5 litros)	5	9.00	45.00	8.10	53.10
Guantes de limpieza	3	5.00	15.00	2.70	17.70
Útiles de oficina			234.00	42.52	276.52
Hojas bond A4 (millar)	1	15.00	15.00	2.70	17.70
Archivadores lomo ancho	4	4.00	16.00	2.88	18.88
Tinta impresora negra	1	35.00	35.00	6.30	41.30
Tinta impresora colores	1	35.00	35.00	6.30	41.30
Lapicero azul (docena)	2	6.00	12.00	2.16	14.16
Resaltador amarillo	2	2.00	4.00	0.72	4.72
Engrapador	2	6.00	12.00	2.16	14.16
Grapas 9/4 (1000 unid.)	1	5.00	5.00	0.90	5.90
Perforador	1	5.00	5.00	0.90	5.90
Clips (100 unid.)	1	3.00	3.00	0.54	3.54
Sobre de manila A4 (50 unid.)	1	15.00	15.00	2.70	17.70

Corrector líquido	1	2.00	2.00	0.36	2.36
Lápiz 2B Hexagonal (docena)	1	5.00	5.00	0.90	5.90
Pizarra acrílica 0.60*0.80*1.00	1	35.00	70.00	13.00	83.00
Alquileres	1		3,500.00	-	3,500.00
Alquiler de Restaurante (casa)	1	3,500.00	3,500.00	-	3,500.00
Alquiler de Moto Yamaha	1	1,000.00	1,000.00	-	1,000.00
Garantías	1		3,500.00	-	3,500.00
Alquiler de Restaurante (casa)	1	3,500.00	3,500.00	-	3,500.00
Servicios			7,267.49	1,308.15	8,125.64
Servicio Energía eléctrica			1,962.49	353.25	2,315.74
Servicio Agua potable			110.65	19.92	130.57
Servicio de Limpieza			70.62	12.71	83.33
Servicio de elaboración de planos - INDECI			2,500.00	450.00	2,500.00
Servicios de Contador			1,000.00	180.00	1,180.00
Servicios de Community Manager			1,200.00	216.00	1,416.00
Combustible			423.73	76.27	500.00
MKT			1,016.95	183.05	1,200.00
Publicidad			1,016.95	183.05	1,200.00
TOTAL GASTOS PRE-OPERATIVOS			35,690.44	5,164.68	40,405.12

Tabla 45*Inversión en activo intangible*

Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	I.G.V. (18%)	Total Precio
Gastos de Constitución			1,145.00	-	1,145.00
Búsqueda de Nombre de la Empresa	1	5.00	5.00	-	5.00
Reserva de Nombre de la Empresa	1	20.00	20.00	-	20.00
Servicio Notarial para constitución de empresa	1	550.00	550.00	-	550.00
Servicio Registral para constitución de empresa	1	570.00	570.00	-	570.00
Obtención del R.U.C.	1	-	-	-	-
Inscripción en REMYPE	1	-	-	-	-
Licencias y Autorizaciones			4,057.51	261.72	4,319.23
Derecho a trámite Licencia de Funcionamiento	1	150.00	150.00	-	150.00
Defensa Civil – Inspección de técnica de seguridad	1	114.00	114.00	-	114.00
Autorización DIGESA	1	330.50	330.51	-	330.51
Análisis fisicoquímico y microbiológico del producto en proceso y terminado	1	169.50	169.50	-	169.50
Análisis bromatológico del producto en proceso y terminado	1	169.50	169.50	-	169.50
Validación Técnica oficial del Plan HACCP	1	1,670.00	1,670.00	-	1,670.00
Fumigación certificada de la planta industrial	1	424.00	424.00	76.32	500.32
Certificado de operatividad de extintores PQS	4	35.00	140.00	25.20	165.20
Pozo a tierra certificado	1	890.00	890.00	160.20	1,050.20

Software			13,840.46	2,491.28	16,331.74
Licencia Windows X Professional - Descarga	1	766	765.96	137.87	903.83
Licencia de Microsoft 365 Empresa Estándar - Descarga	1	575	574.50	103.41	677.91
Web Page - panmac.pe	1	12,500	12,500.00	2,250.00	14,750.00
TOTAL GASTOS INTANGIBLES			19,042.97	2,753.00	21,795.97

A continuación, se detalla la estructura del financiamiento necesario para la inversión

Tabla 46

Estructura del financiamiento

DETALLE	MONTO	PROPIO	PRÉSTAMO
Gastos Pre Operativos	40,405	40,405	-
Activo Fijo	25,724	25,724	
Activos Intangibles	21,796	21,796	
Inventario Iniciales	3,093	3,093	
Inversión Proyecto	91,018	91,018	-
TOTAL	100%	100%	0%

Tabla 47*Financiamiento del proyecto*

TIPO	Monto	%
Préstamo	-	0%
Capital Social	89,708	100%
TOTAL	89,708	100%

Nota. La totalidad del financiamiento del proyecto será proporcionada exclusivamente por los accionistas, sin recurrir a fuentes de financiamiento externo.

Ingresos y Egresos

En la tabla se detalla la depreciación de tipo lineal de los equipos de activo fijo durante los 5 años incluidos en la inversión como parte del restaurante.

Tabla 48*Depreciación de equipos de activo fijo*

ACTIVOS FIJOS DEPRECIABLES OPERACIONES	Cantidad	Costo unidad	Subtotal	VIDA UTIL CONTABLE (en años)	Depreciación AÑO 1	Depreciación AÑO 2	Depreciación AÑO 3	Depreciación AÑO 4	Depreciación AÑO 5
Congeladora	1	5,500.00	5,500.00	10	550.00	550.00	550.00	550.00	550.00
Horno eléctrico	1	8,500.00	8,500.00	10	850.00	850.00	850.00	850.00	850.00

Mesa de cocina de 2x3m.	1	2,500.00	2,500.00	10	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
Máquina registradora para facturación	1	1,600.00	1,600.00	10	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
Silla Giratoria	1	200.00	200.00	10	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
Laptop Dell i3 Modelo 3567 1TB, 4GB RAM	1	3,500.00	3,500.00	4	875.00	875.00	875.00	875.00	
Impresora Multifunción MFC-T4500DW	1	1,500.00	1,500.00	4	375	375.00	375.00	375.00	
Muebles de Oficina	1	1,500.00	1,500.00	10	150	150	150	150	150
					3,230.00	3,230.00	3,230.00	3,230.00	1,980.00

Asimismo, se registran ingresos bajo la modalidad de amortización de los activos intangibles, correspondientes al ejercicio del servicio de inscripción de la empresa, así como por el uso de software y las licencias y autorizaciones pertinentes. A continuación, se presenta un desglose detallado.

Tabla 49

Amortización de activos intangibles por áreas

Detalle	Costo	Operaciones		Administrativo	
		Composición (%)	Monto (S/.)	Composición (%)	Monto (S/.)
Servicio para inscripción de la empresa(notarial)	1,145	0%	-	100%	1,145
Software	16,332	0%	-	100%	16,332
Licencias y autorizaciones	4,319	20%	864	80%	3,455
Activos Intangibles (S/.)	21,796		864		20,932

Tabla 50

Total de amortización activos intangibles

Año	Vida útil contable (En años)	Costo	Año 1
Operaciones	1	863.85	863.85
Administrativo	1	20,932.13	20,932.13
AMORTIZACION INTANGIBLES		21,795.97	21,795.97

Se presenta el resumen de los ingresos y egresos en cuanto a gastos de administración, compra de materia prima y ventas

Tabla 51

Ingresos y Egresos 5 años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de ventas	S/325,191.5	S/383,530.2	S/405,509.3	S/416,892.4	S/431,690.3
Compra de Materia Prima	S/237,724.4	S/276,287.9	S/284,576.6	S/295,959.6	S/310,757.6
Mano de obra directa	S/87,467.1	S/107,242.3	S/120,932.8	S/120,932.8	S/120,932.8
Gastos de administración	S/153,151.0	S/154,651.0	S/154,651.0	S/154,651.0	S/154,651.0
Personal administrativo	S/45,635.0	S/45,635.0	S/45,635.0	S/45,635.0	S/45,635.0
EPP	S/1,748.8	S/1,748.8	S/1,748.8	S/1,748.8	S/1,748.8
Útiles de limpieza	S/826.0	S/826.0	S/826.0	S/826.0	S/826.0
Útiles de Oficina	S/553.0	S/553.0	S/553.0	S/553.0	S/553.0
Alquileres	S/54,000.0	S/54,000.0	S/54,000.0	S/54,000.0	S/54,000.0
Garantía	S/3,500.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0	S/0.0
Contador	S/14,160.0	S/14,160.0	S/14,160.0	S/14,160.0	S/14,160.0
Servicios Públicos	S/32,728.2	S/37,728.2	S/37,728.2	S/37,728.2	S/37,728.2
Gastos de Ventas	S/30,992.0	S/31,992.0	S/28,600.0	S/26,600.0	S/27,700.0
Personal de ventas	S/41,866.0	S/41,866.0	S/41,866.0	S/41,866.0	S/41,866.0
Community manager	S/16,992.0	S/16,992.0	S/10,000.0	S/7,000.0	S/5,000.0
Combustible	S/6,000.0	S/7,000.0	S/10,000.0	S/12,000.0	S/15,600.0
Publicidad	S/8,000.0	S/8,000.0	S/8,600.0	S/7,600.0	S/7,100.0
TOTAL GASTOS	S/356,183.46	S/415,522	S/434,109	S/443,492	S/459,390

Nota. en el gasto en planilla, se observa un aumento en el segundo año, originado por la incorporación de un nuevo cocinero en ese periodo.

Asimismo, durante el tercer año, se registra un aumento adicional en los costos debido a la contratación de un mozo y un ayudante de cocina. Por otro lado, los gastos en combustible experimentan un incremento atribuible al aumento en las ventas a través del servicio de entrega a domicilio.

A continuación, se presenta el estado de resultados proyectado del restaurante "Dos Patas" para los próximos 5 años

Tabla 52

Estado de resultados en soles

Cuentas	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas	625,311	643,148	667,293	696,507	731,333
Ingreso por ventas	625,311	643,148	667,293	696,507	731,333
Costo de operación	325,191	383,530	405,509	416,892	431,690
Utilidad Bruta	300,119	259,618	261,784	279,615	299,642
Gastos de administración	147,148	148,419	148,419	148,419	148,419
Gastos de ventas	68,130	68,978	66,103	64,408	65,341
Amortización	21,796	-	-	-	-
Depreciación	3,230	3,230	3,230	3,230	1,980
Utilidad Operativa	59,815	38,991	44,032	63,558	83,903
Impuesto a la renta (10%)	7,425	7,425	7,425	7,425	7,425
Impuesto a la renta (29.5%)	-	-	-	-	2,848
TOTAL IRR	7,425	7,425	7,425	7,425	10,273

UTILIDAD NETA	52,390	31,566	36,607	56,133	73,630
----------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Deuda

En este proyecto, no se optó por recibir financiamiento externo, ya que la estrategia financiera se basa en la obtención de fondos a través de las contribuciones de los accionistas. La decisión de prescindir de financiamiento externo se tomó con el objetivo de mantener un mayor control sobre la gestión y dirección del proyecto, así como para evitar compromisos financieros adicionales con terceros.

Flujo de Caja

Tabla 53

Flujo de caja económico y financiero

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS (+)		625,311	643,148	667,293	696,507	731,333
Materia Prima (-)		-237,724	-276,288	-284,577	-295,960	-310,758
Mano de obra directa (-)		-87,467	-107,242	-120,933	-120,933	-120,933
Gastos administrativos (-)		-147,148	-148,419	-148,419	-148,419	-148,419
Gastos de ventas (-)		-68,130	-68,978	-66,103	-64,408	-65,341
Impuesto a la renta No incluye préstamo (-)		-7,425	-7,425	-7,425	-7,425	-10,273
Flujo de Caja Operativo		77,416	34,796	39,837	59,363	75,610
Inversión Activo Fijo Depreciable (-)	-25,724					

Inversión Activo Intangible (-)	-21,796					
Inversión Gastos Pre-Operativos (-)	-40,405					
Inventarios iniciales	-3,093					
Flujo de Capital o Inversión	-91,018					
Flujo de Caja Económico (FCE)	-91,018	77,416	34,796	39,837	59,363	75,610
Préstamo (+)						
Cuota (-)						
Escudo Fiscal (+)						
Flujo de Servicio de la deuda		-	-	-	-	-
Flujo de Caja Financiero (FCF)	-91,018	77,416	34,796	39,837	59,363	75,610

Tabla 54*Resumen flujo de caja*

Resumen	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Económico (FCE)	-91,018	77,416	34,796	39,837	59,363	75,610
Flujo de Caja Financiero (FCF)	-91,018	77,416	34,796	39,837	59,363	75,610

Evaluación Económica y Financiera

Para empezar, primero se calculó el costo de capital propio (COK)

Tabla 55*Calculo del costo de oportunidad del capital (COK)*

TEA PASIVA MÁS ALTA	9.10%	Tasa de ahorro caja rural
PRIMA DE RIESGO	10.00%	default
INFLACION	3.20%	Dic. 2023 - bcr
DATOS DEL RIESGO PAIS	1.77%	21/06/2022 - Diario Gestión
COK	24.07%	

En el caso que el financiamiento del proyecto sea solamente con recursos propios, el WACC será igual al COK; así, ambos van a constituir la tasa de descuento del proyecto. (Planner, 2020)

En este caso el WACC del proyecto será el mismo que el COK

Tabla 56*WACC*

WACC	24.07%
-------------	---------------

Cálculo del VAN y TIR

Tabla 57*VAN Y TIR económico y financiero*

VANE	S/ 65,613.62
VANF	S/ 65,613.62
TIRE	57%
TIRF	57%

Al interpretar el Valor Actual Neto (VAN) y observar que su valor es positivo, mayor a cero, se sugiere que el proyecto es viable. Además, al calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y obtener un porcentaje del 57%, el cual es superior al Costo de Capital (COK), esto evidencia la rentabilidad del proyecto. En resumen, tanto el VAN como la TIR indican que la inversión es favorable.

Cálculo del beneficio/costo

Tabla 58*Cálculo del beneficio/ Costo*

Suma Flujo de caja	S/ 196,004.96
inversión	91,018
B/C	S/ 2.15

El beneficio-costo del proyecto demuestra que, por cada sol invertido en el proyecto, se estaría generando un retorno de 1.15 soles. Este indicador es positivo y sugiere que el proyecto tiene un rendimiento financiero favorable. En otras palabras, la inversión inicial se espera que se recupere y genere beneficios adicionales, lo que indica la viabilidad económica del proyecto.

Conclusiones

Conclusión 1

El estudio de mercado reveló una demanda significativa y no satisfecha en Piura para un restaurante que opere las 24 horas, con una demanda potencial de 163,875 platos y una aceptación del 83.2%, lo que indica una oportunidad clara para captar un segmento considerable del mercado.

Conclusión 2

El análisis financiero del plan de negocio demuestra una alta rentabilidad y viabilidad, con un TIR económico de 57% superando ampliamente el COK de 24.07%, y un VAN económico positivo, lo que hace que el proyecto sea financieramente atractivo y prometedor.

Conclusión 3

El restaurante "Dos Patas" tiene una capacidad instalada para atender 1,650 platos semanales, representando aproximadamente el 1% de la demanda total proyectada, lo que permitirá una atención enfocada y de calidad, adaptándose a los gustos y necesidades de un segmento variado de la población, incluyendo diferentes niveles socioeconómicos y preferencias alimenticias.

Recomendaciones

Recomendación 1

Para captar una mayor parte del mercado potencial y satisfacer la demanda insatisfecha, se recomienda fortalecer el servicio de entrega a domicilio mediante la inversión en tecnología para una plataforma de pedidos eficiente y rápida, y en una flota de entrega robusta para garantizar que la comida llegue fresca y a tiempo, incluso en las horas de menor tráfico. Crear una aplicación móvil y una página web optimizada que permitan a los clientes realizar pedidos de forma sencilla y rápida, establecer alianzas estratégicas con empresas de logística y servicios de entrega existentes, y asegurar que el personal de entrega esté bien capacitado en manejo de alimentos y atención al cliente para garantizar una experiencia positiva en cada entrega.

Recomendación 2

Desarrollar estrategias de marketing enfocadas en destacar la propuesta única del restaurante, como su operación 24 horas y la diversidad del menú, mediante campañas publicitarias en redes sociales, radio y medios locales, utilizando influencers locales, creando promociones temáticas en días específicos de la semana para atraer clientes durante los periodos de menor afluencia, y estableciendo un programa de fidelización donde los clientes frecuentes puedan acumular puntos y canjearlos por descuentos o productos gratuitos, incentivando así a los clientes a volver regularmente.

Recomendación 3

Implementar un sistema de monitoreo continuo de la capacidad operativa para asegurar que se mantenga el equilibrio entre la oferta y la demanda, utilizando un software de gestión de restaurante para monitorear las operaciones diarias, gestionar inventarios y optimizar la cadena de suministro, establecer un sistema robusto para recoger y analizar el feedback de los clientes mediante encuestas, comentarios en redes sociales y reseñas en línea, y ofrecer programas de capacitación continua para el personal enfocándose en atención al cliente, manejo de alimentos y eficiencia operativa, asegurando que siempre se brinde un servicio de alta calidad sin comprometer la satisfacción del cliente.

Referencias Bibliográficas

- Actividad de restaurantes creció 4.84% hasta julio.* (s/f). Elperuano.pe. Recuperado el 21 de enero de 2024, de <https://www.elperuano.pe/noticia/223507-actividad-de-restaurantes-crecio-484-hasta-julio>
- Barros, R. R. (2019, abril 21). ¿Cómo calcular la capacidad del restaurante? Gastronomía Rentable. <https://www.gastronomiarentable.com/post/c%C3%B3mo-calcular-la-capacidad-del-restaurante>
- Digesa. G. (s/f). *Aprueban norma sanitaria para restaurantes y servicios afines.* Gob.pe. Recuperado el 22 de enero de 2024, de
- El Comercio Perú, N. (2023, diciembre 1). *Lo que necesitas saber de la gratificación 2023.* El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/respuestas/trends/que-dia-se-paga-la-gratificacion-de-diciembre-2023-en-peru-consulta-la-fecha-limite-como-calcular-el-monto-y-mas-grati-navidad-tdpe-noticia/>
- Estadístico, C., & Sinadeci, D. (s/f). *1.1 Inspección Técnica de Seguridad en Defensa Civil Básica.* Gob.pe. Recuperado el 22 de enero de 2024, de https://portal.indeci.gob.pe/wp-content/uploads/2019/01/1_1_itsdc_basica.pdf
<http://www.digesa.minsa.gob.pe/noticias/Setiembre2018/nota53.asp>
- Islas, T. (2023, 11 julio). *Estadísticas de WhatsApp Business: Mide la efectividad de tus mensajes.* Leadsales. <https://leadsales.io/estadisticas-whatsapp-business/>
- Perú: informe de coyuntura política — CELAG,* <https://www.celag.org/peru-informe-de-coyuntura-politica/>.
- Planner. (2020, marzo 25). *Cómo calcular el WACC.* Plandenegociosperu.com; Planner. <https://plandenegociosperu.com/como-calcular-el-wacc/>
- Regímenes tributarios | Emprender.* (n.d.). <https://emprender.sunat.gob.pe/emprendiendo/decido-emprender/regimenes-tributarios>
- Sánchez, M. (2018, julio 8). *¿Con hambre de madrugada? Este restaurante 24 horas te engreirá con su variada carta [FOTOS].* Peru21.

<https://peru21.pe/cultura/restaurantes-24-horas-salchipapa-anticuchos-picarones-fotos-383899-noticia/>

Situación Perú. Octubre 2023 / BBVA Research,

<https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/situacion-peru-octubre-2023/>.

(S/f). Gob.pe. Recuperado el 16 de enero de 2024, de <https://www.gob.pe/269-registrar-o-constituir-una-empresa>

(S/f). Gob.pe. Recuperado el 14 de junio de 2024, de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/Piura-Atractivos.pdf>

Anexos

Anexo 01. Formulario de Solicitud de reserva de nombre de persona jurídica



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.