

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO,
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA



PROYECTO INVERSIÓN PRIVADA

TEMA: RESTAURANTE ECOLÓGICO – HUERTA NUESTRA

CURSO: CREACIÓN Y FINANCIAMIENTO DE LOS
NEGOCIOS TURISTICOS

PROFESOR: MG. ECO.JORGE ROSAS SANTILLANA

EQUIPO DE TRABAJO : CRISTINA CALLE
PAOLA GUTARRA
NATALIA ORREGO

2017 – I

ÍNDICE

CAPÍTULO I - RESUMEN EJECUTIVO.....	5
CAPÍTULO II - INFORME GENERAL DEL PROYECTO.....	6
2.1 Nombre de la Empresa.....	6
2.2 Naturaleza.....	6
2.3 Ubicación.....	6
2.4 Antecedentes.....	7
2.5 Unidad ejecutora.....	7
2.6 Idea de la necesidad u oportunidad del negocio.....	7
2.7 Objetivo del Proyecto.....	7
CAPÍTULO III- ESTUDIO DE MERCADO.....	8
3.1 Definición del Producto (Servicio).....	8
3.2 Análisis del Entorno del Mercado.....	8
3.2.1 Entorno Político.....	8
3.2.2. Entorno Económico.....	8
3.2.3. Entorno Social.....	9
3.3 Análisis de la Demanda.....	10
3.3.1 Segmentación del Mercado.....	10
3.3.2 Determinación del mercado objetivo.....	11
3.3.3 Perfil del Cliente.....	13
3.3.4 Variables que afectan la Demanda.....	13
3.3.5 Proyección de la Demanda.....	14
3.4 Análisis de la Oferta.....	14
3.4.1 Estructura de Mercado.....	16
3.4.2 Identificación de la Competencia.....	17
3.4.3 Capacidad Instalada, Utilizada y Planes de expansión de la Competencia.....	19
3.4.4 Estrategias de Marketing de la Competencia.....	20
3.4.5 Fortalezas y Debilidades de la Competencia.....	22
3.5 Balance de la Oferta y la Demanda.....	24
3.6 Análisis del Mercado Proveedor.....	25
3.6.1 Criterio de Selección de Proveedores.....	25
3.6.2 Identificación de nuestros Proveedores Potenciales.....	28
3.7 Análisis de Comercialización.....	29

3.7.1 Decisiones sobre el Producto	29
3.7.2 Decisiones sobre Precio	29
3.7.3 Decisiones sobre Plaza	29
3.7.4 Decisiones sobre Promoción	30
3.7.5 Decisiones sobre Publicidad	30
CAPÍTULO IV – ESTUDIO TÉCNICO	31
4.1. Tamaño de Proyecto	31
4.1.1. Criterios de Determinación	32
4.2. Proceso y Tecnología.....	33
4.2.1. Proceso de Servicio	33
4.2.2. Tecnología y Equipamiento	34
4.2.3. Terrenos e Inmuebles.....	38
4.2.4. Especificaciones de Materia Prima e Insumos	40
4.2.5. Programa de compra.....	42
4.3. Localización	43
4.3.1. Macro Localización	44
4.3.2. Micro Localización	45
4.3.3. Método Cualitativo por Puntos.....	50
CAPÍTULO V - ESTUDIO LEGAL	51
5.1. Forma societaria.....	51
5.2. Licencia de funcionamiento	53
5.3. Legislación Laboral	58
5.4. Legislación Tributaria	58
5.5. Legislación Ambiental	64
CAPÍTULO VI - ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	66
6.1. Organigrama funcional.....	66
6.2. Forma de contratación	67
Tipos de contratos de trabajo	67
Subdivisión de los tipos de contratos sujetos a modalidad	68
6.3. Horarios de Trabajo.....	69
6.4. Formas de Pago	70
6.5. Beneficios Sociales	70
6.6. Manual de Funciones	73

Importancia.....	73
Elaboración de un MOF	74
CAPÍTULO VII - ESTUDIO DE COSTOS, INGRESOS E INVERSIONES.....	77
7.1. Inversiones	77
7.1.1. Activos Tangibles.....	77
7.1.2. Activos Intangibles	77
7.1.3. Capital de Trabajo	78
7.2. Ingresos	78
7.3. Egresos	78
7.3.1. Costos de Materias Primas.....	78
7.3.2. Mano de Obra Fija y Eventual	79
7.3.3. Gastos Administrativos y Ventas.....	79
7.4. Estructura de Costos Unitarios.....	80
CAPÍTULO VIII - EVALUACION	81
8.1. Flujo de Caja Económica y Financiera	81
8.2 Criterios de Evaluación Económica y Financiera	81
8.2.1 Valor Actual Neto	81
8.2.2 Tasa Interna de Retorno.....	81
8.2.3 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	81
8.2.4 Relación Beneficio Costo	82
Conclusiones y Recomendaciones	83

CAPÍTULO I - RESUMEN EJECUTIVO

Huerta Nuestra – Restaurante Ecológico es una propuesta innovadora especializada en crear una carta variada de platos con insumos completamente orgánicos que serán sacados de nuestra propia huerta. Se utilizan ingredientes seleccionados para cada preparación, y mediante el concepto, la investigación y la técnica, se obtiene un resultado original en la mesa. Además, la diversidad geográfica provee una abundante variedad de insumos para transformar los sabores y, de esa manera, brindar placer a sus sentidos.

En Huerta Nuestra, la experiencia gastronómica es una invitación a la libertad de los sentidos.

Hoy en día la tendencia de llevar una vida saludable va de la mano con el consumo de productos ricos en vitaminas y proteínas y además que sean orgánicos, el mercado está aceptando favorablemente estos productos concientizando así a las personas a consumirlos en beneficio de su propia salud.

Nuestro restaurante hará vivir a los comensales una experiencia única, ya que incorporaremos la técnica Farm to Table para que ellos mismos puedan crear sus ensaladas si es que así lo desean, de la misma manera que tendremos un menú balanceado, precios justos ya que nos enfocamos a un segmento en específico que se encuentra óptimo a consumir los productos ofrecidos.

Con la creación de este proyecto demostraremos el mercado potencial que hay en la actualidad, mediante una investigación y análisis del proyecto estamos creando una empresa que será muy rentable en mediano y largo plazo, probando que es un proyecto innovador, ambicioso y rentable.

Queremos hacer de nuestro restaurante un lugar en donde no solo se implemente una gastronomía dinámica, experimental, entusiasta, sino también un primer punto de partida de una gastronomía saludable y deliciosa.

2.4 Antecedentes

Se escogió Miraflores ya que es uno de los distritos más visitados por los viajeros que llegan a Lima.

Es conocido por su amplia oferta cultural y comercial, por sus malecones y parques, como el Parque del Amor, el Parque Kennedy, el Parque del Reducto, el Parque Alfredo Salaz, el Parque Raimondi, por la variedad de cadenas hoteleras de 5 ,4 y 3 estrellas que se ubican en diferentes puntos del distrito, esto hace que sea uno de los distritos más recomendados para hospedarse en Lima.

Miraflores también concentra la movida nocturna, con decenas de cafés, restaurantes, bares y discotecas.

2.5 Unidad ejecutora

- Cristina Calle Peña
- Paola Gutarra Sandoval
- Natalia Orrego Torres

2.6 Idea de la necesidad u oportunidad del negocio

La idea de crear un restaurante ecológico nace del concepto de llevar una vida saludable con el consumo de productos orgánicos que en la actualidad es una tendencia a nivel mundial; brindando un servicio diferenciado en crear nuestra propia huerta con el concepto Farm to Table (de la huerta a la mesa).

2.7 Objetivo del Proyecto

- Elaborar propuestas peruanas contemporáneas.
- Crear conciencia sobre los productos orgánicos y materias primas.
- Prestar un servicio de alta calidad.
- Demostrar la viabilidad del proyecto.
- Crear conciencia de la alimentación sana.

3.1 Definición del Producto (Servicio)

- Calidad y servicio diferenciado que ofrecemos.
- Insumos orgánicos de primera calidad los cuales en su mayoría serán extraído de nuestra huerta.
- Nuestra ubicación de manera estratégica, cerca de la zona más comercial y transitada por turistas.

3.2 Análisis del Entorno del Mercado

3.2.1 Entorno Político

Los factores políticos que pueden afectar al proyecto son las medidas macroeconómicas que tomará el gobierno actual con los temas coyunturales que se han presentado los últimos meses. A pesar del buen crecimiento del país, aún se tiene en agenda pendiente los conflictos sociales y las investigaciones que se vienen realizando a todos los políticos actuales.

Pese a eso, el país ha tomado un rumbo de crecimiento macroeconómico y sociocultural, lo cual ha incentivado la inversión privada y el consumo nacional. Hoy por hoy en el país está siendo testigo de una maduración política, que podría frenar los planes del poder ejecutivo ya que el nivel de educación, experiencia y sobretodo claridad de propuestas es superior a anteriores elecciones. Esto muestra que el legislativo, a pesar de seguir fragmentado, sea un poco más coherente y acertado que en anteriores oportunidades.

3.2.2. Entorno Económico

En primer lugar el aspecto que afectará al restaurant será el incremento de precios de alimentos que a noviembre del 2014 acumulaba 4.36%, explicado, entre otros, por el alza de precios de carne avícola. El alza de los precios de los alimentos se debe principalmente a la mayor demanda de los mismos.

Cuando un país se encuentra en etapa de crecimiento y expansión, es natural que los habitantes consuman producto más caros y de mayor calidad ya que su capacidad adquisitiva se incrementa. Este es el efecto que sucede en el Perú actualmente. Por otro lado cabe resaltar que en el país, los restaurantes gastan en insumos poco más de US\$ 1,000 millones al año, y este año podría crecer en 10% debido al incremento de precio de los mismos y al incremento de restaurantes.

En segundo lugar, según proyecciones del Ministerio de Economía y Finanzas en el periodo 2010 – 2012 la demanda interna crecerá anualmente 5.6% en promedio. Este crecimiento conllevará a mayor competencia. A la fecha se estima que el circuito gastronómico del Perú (mayormente concentrado en Lima) generaría ventas por S/. 45,000 millones, causado por el mayor flujo de turistas extranjeros y apertura de más restaurantes

En tercer lugar es importante destacar que el 56% de Lima Metropolitana pertenece al NSE A, B y C. Estos segmentos crecieron 2,2% respecto al 2009. Los distritos donde se concentra los NSE A y B son Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena, San Miguel, Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco y La Molina (Fuente: APEIM, http://www.apeim.com.pe/images/APEIM_NSE_2011.pdf).

3.2.3. Entorno Social

La aprobación de la ley del nuevo Código de Protección y Defensa al Consumidor el jueves 12 de agosto del 2010, es lo más relevante para el proyecto. Con esta nueva ley Indecopi ejerce las funciones de Autoridad Nacional de Protección y Defensa del Consumidor y, por tanto, le compete el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la mencionada norma. Esto conlleva a que el organismo tenga un mayor peso y el consumidor debe ser más respetado. La finalidad del Código de Consumo es que los consumidores accedan a productos y servicios idóneos y que gocen de los derechos y mecanismos efectivos para su protección; reduciendo la

asimetría informativa, corrigiendo, previniendo o eliminando las conductas que afecten sus legítimos intereses.

Como propuesta innovadora se establece que en el sector financiero se instaure una vía de reclamación con relación a sus productos y servicios, que funcionará como primera instancia en los casos en los que se transgredan los derechos del consumidor. Asimismo, en el capítulo de salud y seguridad el anteproyecto fija una regulación especial para los productos ofrecidos en el mercado, estableciéndose que los proveedores sean responsables de la inocuidad de los alimentos.

3.3 Análisis de la Demanda

3.3.1 Segmentación del Mercado

<u>PERFIL DEMOGRÁFICO:</u>	
Edad	17 – más de 35 años
Sexo	Masculino – Femenino
Estado Civil	Soltero – casados-viudos-divorciados
Religión	Católico, Cristianos , Judíos , Mormones
Nivel socio-económico	A (A1- A2)
Nivel de instrucción	Superior
Característica de la vivienda	Con todos los servicios
<u>PERFIL GEOGRÁFICO:</u>	
Unidad geográfica	Lima Metropolitana
Raza	Latinos – Extranjeros
Tipo de población	Urbana

*Cuadro 1

Comentario: nuestro perfil demográfico se considera datos más importantes para sacar un perfil del consumidor más exacto.

PERFIL PSICOGRÁFICO:	
Grupos de referencia	Familia, compañeros escolares, amigos, compañeros de trabajo.
Clase social	Media alta
Personalidad	Sentimental, abierta, afirmativa, serena, tímida, práctica, conservadora, dependiente, independiente.
Cultura	Media – media alta - alta
Ciclo de vida familiar	Solteros jóvenes, casados con hijos en el hogar, casados sin hijos.
Motivos de compra	Alimentarse saludablemente, probar algo nuevo
PERFIL DE POSICIÓN DEL USUARIO:	
Frecuencia de uso	Usuario regular, potencial y de primera vez
Ocasión de uso	Regular, en ferias gastronómicas
Lealtad	Leal y de lealtad compartida
Disposición de compra	Dispuesta a la compra

***Cuadro 2**

Comentario: en el perfil pictográfico y perfil de posición del usuario son todos los datos que nos ayudaran a definir el aspecto social y cultural de nuestros posibles usuarios.

3.3.2 Determinación del mercado objetivo

3.3.2.1 Mercado Potencial

Todos los habitantes en el distrito de Miraflores 85 065, de lo cual nos basamos en el 4.8 % que son 4 083 de personas.

3.3.2.2 Mercado Disponible

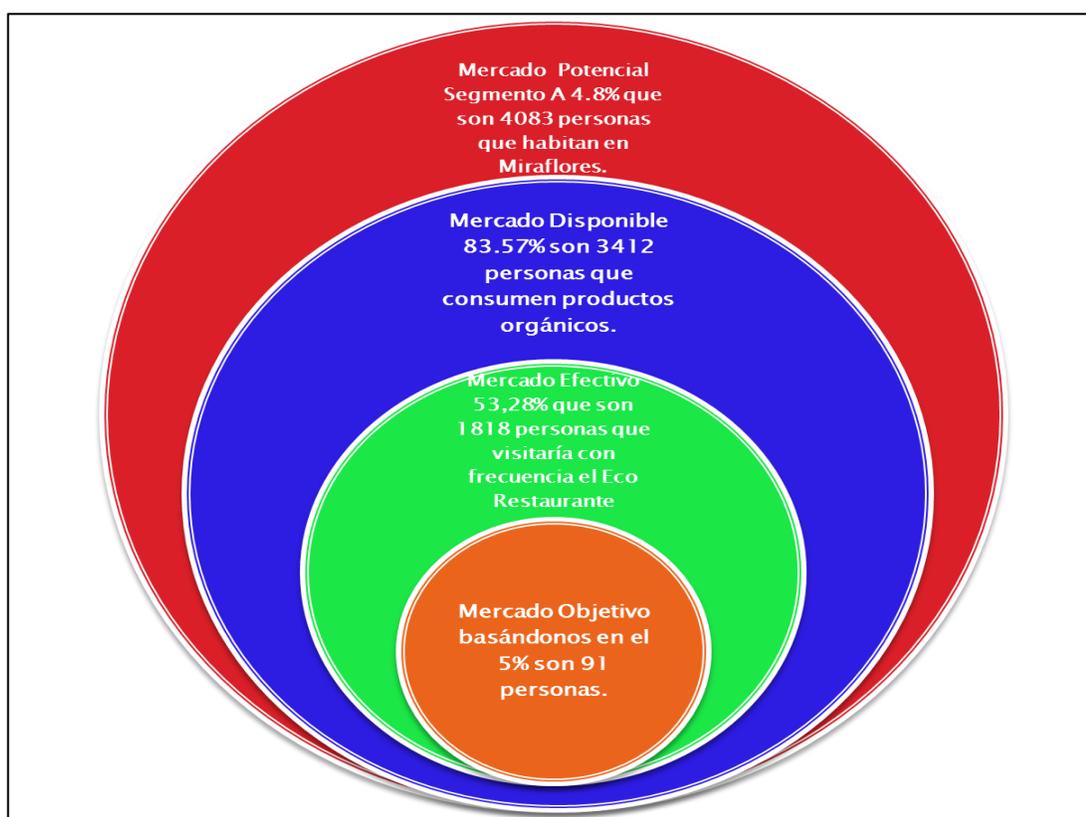
El 83.57% que son 3 412 personas suele comprar productos orgánicos según la encuesta realizada.

3.3.2.3 Mercado Efectivo

El 53,28% que son 1 818 de las personas interesadas en la creación de un restaurante ecológico el cual visitarían con frecuencia.

3.3.2.4 Mercado Objetivo

El público objetivo al cual nos enfocaremos será el 5% que daría un total de 91 personas a las cuales atenderemos.



***Cuadro 3**

3.3.3 Perfil del Cliente

CARACTERÍSTICAS	
ACTITUDES	Gentil, positiva, alegre
INTERESES	Salud, bienestar
OPINIONES	Opinión positiva sobre menú orgánico y de alta calidad.
MOTIVACIONES	Alimentación saludable, nutrición
PREFERENCIAS	Lo orgánico – eco amigable
GUSTOS	Especiales
COSTUMBRES	Disciplinada y Exigente
OTRAS CARACTERÍSTICAS: Tener un estilo de vida saludable y disfrutar de la innovadora propuesta de nuestro servicio.	

*Cuadro 4

Comentarios: definir las características de nuestro perfil del cliente con el fin de obtener la información necesaria que está dirigida a nuestro producto directamente.

3.3.4 Variables que afectan la Demanda

VARIABLES	JUSTIFICACIÓN
Precio	De acuerdo a las encuestas realizadas el factor mas importante es el precio ya que los clientes buscan comida orgánica pero a un precio razonable y no tan elevado el cual nosotros brindaremos.
Menú balanceado	El segundo factor que toman en cuenta es la distribución de los nutrientes, ya que muchos realizan dieta y ejercicios por lo cual necesitan comer sano y balanceado, con lo que contamos con un nutricionista que ayuda a crear los menús balanceados.
Variedad de platos	Los clientes buscan variedad de platos, es decir no tener los mismos ingredientes todos los días, es por eso que nuestra carta es variada a parte que tienen la opción de ellos mismos crear sus platos con las ingredientes que tiene nuestro restaurante y así poder cubrir sus necesidades y hacer de esta experiencia innovadora.

*Cuadro 5

Comentarios: destacamos las variables obtenidas de nuestra encuesta el cual nos arroja tres variables considerables para determinar nuestra demandar futura.

3.3.5 Proyección de la Demanda

Proyeccion de la tasa de Crecimiento al 1.1%	
2017	85065
2018	86001
2019	86947
2020	87903
2021	88870
2022	89848

***Cuadro 6**

Nuestra demanda futura se basara en los próximos 5 años, los cual nos estamos guiando con una tasa de crecimiento de un 1.1 % anual.

3.4 Análisis de la Oferta

- Análisis del sector

INTERROGANTES	
¿Cuánto demoraría un competidor en copiar nuestra diferenciación?	1 año
¿Por cuánto tiempo podemos mantener nuestra ventaja competitiva?	3- 4 meses
¿Hay barreras de ingreso y/o de salida?	NO
¿Cuál es el volumen de ventas en el sector y como participa cada competidor?	Mercado propio
¿Cuál es el comportamiento típico de nuestros competidores?	Falta de creatividad en la innovación de platos y recetas. Falta de personal capacitado.
¿Cuál es la mejor forma de combatir a nuestros competidores?	El servicio, la calidad y la innovación

*** Cuadro 7**

INTERROGANTES	
¿Cuáles son sus objetivos y estrategias?	Lanzar al mercado una nueva tipología de servicio, difundiendo la alimentación saludable a través de las propuestas gastronómicas. Estrategias: Proveedores certificados en insumos orgánicos. Limpieza y BPM libre de tóxicos.
¿En que medida están entrando en la industria empresas nuevas y saliendo empresas antiguas?	Los restaurantes competidores incluyen en sus cartas recetas innovadoras pero no del todo orgánicos.
¿Qué factores clave pueden dar por resultado una posición competitiva en la industria?	Innovación e incorporación de los platos saludables y de alta calidad, cocina de autor-vanguardista.
¿En qué etapa del ciclo de vida se encuentra la industria?	Crecimiento

Comentarios: se usan varias interrogantes la cual nos ayudara analizar nuestro sector actual.

- Descripción Mercado de la Oferta

Oferta Tipo de producto	Muchos	Poco	Uno
Homogéneos	Competencia perfecta	Oligopolio Homogéneo	Monopolio
Diferenciados	Competencia Monopolística	Oligopolio Diferenciado 	

***Cuadro 8**

COMENTARIOS: Somos un mercado con una oferta oligopólica diferenciada porque ofreceremos un producto innovador y tenemos pocos competidores indirectos.

3.4.1 Estructura de Mercado

OFERTA DEMANDA		OLIGOPOLICA			COMPETENCIA MONOPOLISTA		
		Interna	Externa	Comb.	Interna	Externa	Comb.
DISPERSA	Comb.						
	Externa						
	Interna						
CONCENTRADA	Comb.						
	Externa						
	Interna						

***Cuadro 9**

Comentarios: Somos un mercado con una oferta oligopólica combinada porque tenemos pocos competidores indirectos.

Nuestra demanda es concentrada combinada: Concentrada porque nos enfocamos a un sector específico el A (A1 – A2) y combinada porque nos dirigimos a clientes nacionales y extranjeros.

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN	
• Artesanal	Tendencia “Farm to table”, cultivamos y elaboramos nuestros propios productos.
• Empresas Pequeñas	Somos una empresa pequeña ya que contamos con menos de 100 trabajadores.
• Empresas Medianas	
• Empresas Grandes	
UBICACIÓN GEOGRÁFICA: CALLE BELLAVISTA 234	
COMENTARIOS: Somos un restaurante ecológico ubicado en el corazón de Miraflores, ofrecemos una carta innovadora de cocina vanguardista y de Autor ofreciendo a través de nuestros insumos orgánicos, un estilo de vida saludable y de calidad que van de la mano con nuestros precios.	

***Cuadro 10**

COMENTARIOS: Somos un restaurante ecológico ubicado en el corazón de Miraflores, ofrecemos una carta innovadora de cocina vanguardista y de Autor ofreciendo a través de nuestros insumos orgánicos, un estilo de vida saludable y de calidad que van de la mano con nuestros precios.

3.4.2 Identificación de la Competencia

Nombre del Competidor	Ubicación	Principal Ventaja	Acciones para posicionarse
IK – RESTAURANTE	MIRAFLORES	Zona turística, tiempo de existencia	Publicidad
MATRIA	MIRAFLORES	Zona residencial, clase A	Publicidad
QUIMERA	SAN BORJA	Zona residencial, clase A	Publicidad
NANKA	LA MOLINA	Zona residencial, clase A	Publicidad
LA BALANZA	SAN ISIDRO	Zona empresarial, clase A	Publicidad

***Cuadro 11**

Comentarios: identificar nuestra competencia indirecta nos hará tener una idea más clara de la ubicación y aceptación que tendremos en el mercado y así poder crear un producto diferencial.

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO	PÁGINA WEB	FAX
IK – RESTAURANTE	Calle Elías Aguirre 179, Miraflores	6521692	www.ivankisic.pe	–
MATRIA	Calle Gral Mendiburu 823, Miraflores	4222784	www.matriarestaurante.com	–
QUIMERA	Av. Guardia Civil 727, San Borja	3195333	www.quimera.com.pe	–
NANKA	Calle las Caobas 345, la molina	2243567	www.bestias.com.pe	–
LA BALANZA	Av. Emilio Cavenecia 162, San Isidro 15073	4591914	www.labalanza.com.pe	–

***Cuadro 12**

- Misión, Visión y Objetivos y Estrategias

NOMBRE DE LA EMPRESA	VISIÓN	MISIÓN	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Ik - restaurante	Comida peruana	Ofrece un servicio con propuesta innovadora	Elaborar propuestas peruanas contemporáneas	Publicidad, Comunnity Manager
Matria	Lograr un posicionamiento en el mercado	Propuesta fresca y moderna basando su carta en creaciones propias	Crear conciencia sobre los productos orgánicos y materias primas.	Publicidad, Comunnity Manager
Quimera	Lograr posicionar la idea de gastronomía interactiva	Restaurante con novedosa cocina taller	Poder llevar la gastronomía a un destacable nivel	Publicidad, Comunnity Manager
Nanka	Hacer que el mundo valore la comida saludable.	Ofrecer un concepto innovador	Prestar un servicio de alta calidad	Publicidad, Comunnity Manager
La balanza	Ser un restaurante orgánico líder de tradición en todo el Perú.	Preparar los mas deliciosos platos orgánicos	Crear conciencia de la alimentación sana	Publicidad, Comunnity Manager
<p>COMENTARIOS: Una de las ventajas con las que cuenta nuestro restaurante, es que en la zona donde nos vamos a establecer no existe casi competencia directa. Al tratarse de una zona relativamente nueva, no hay un excesivo número de restaurantes de comida orgánica.</p>				

*cuadro 13

3.4.3 Capacidad Instalada, Utilizada y Planes de expansión de la Competencia

NOMBRE DE LA EMPRESA	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PLANES DE EXPANSIÓN	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	VOLUMEN DE VENTAS
Ik - restaurante	1 local	Cuentan con huertos verticales.	Sueños de expandirse	-	-
Matria	1 local	Cuenta con huertos solo para hierbas para decorar sus platos	No tiene planes	-	-
Quimera	1 local	Cuenta con un bio-huerto.	No tiene planes	-	-
Nanka	1 local	Decoración del local con plantas	Próximamente abrirán otro local	-	-
La balanza	1 local	No cuenta con huerto	No tiene planes	-	-
<p>COMENTARIOS: La capacidad instalada consta de 1 solo local por cada competidor y tienen planes de expansión solo 2 de nuestros competidores. No se concluye volumen de producción ni ventas porque usamos el método observacional.</p>					

*Cuadro 14

3.4.4 Estrategias de Marketing de la Competencia

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRECIOS QUE SE COBRAN	CONDICIONES DE CRÉDITO	PUBLICIDAD QUE HABRÁ DE ENFRENTAR
Ik - restaurante	Precio promedio desde 50 soles a 300 soles	POS – Tarjetas debito, Tarjetas de Crédito, efectivo.	Redes sociales recomendaciones
Matria	50 - 120 soles	POS – Tarjetas debito, Tarjetas de Crédito, efectivo.	Redes sociales recomendaciones
Quimera	30 - 140 soles	POS – Tarjetas debito, Tarjetas de Crédito, efectivo.	Redes sociales recomendaciones
Nanka	50 - 100 soles	POS – Tarjetas debito, Tarjetas de Crédito, efectivo.	Redes sociales recomendaciones
La balanza	30 –60 soles	POS – Tarjetas debito, Tarjetas de Crédito, efectivo.	Redes sociales recomendaciones

*Cuadro 15

Comentarios: identificar las estrategias de marketing que emplean nuestros competidores en cuanto a precios, medios de pago que usan y la publicidad con la que manejan su marca.

NOMBRE DE LA EMPRESA	DIVERSIDAD DE TAMAÑOS Y ENVASES	PROMOCIONES CON REGALOS ADICIONALES AL PRODUCTO	FORMAS DE LLEGAR AL CONSUMIDOR
Ik - restaurante	Predomina el olor a madera en el ambiente.	No hay promociones , ni regalos.	Publicidad,
Matria	5to puesto de los nuevos restaurantes de la guía SUMMUN 2014	No hay promociones , ni regalos.	Publicidad,
Quimera	Cocina abierta a la vista del consumidor.		Publicidad,
Nanka	La carta está hecha con papel de algas orgánico, los muebles a base de madera reciclada.	No hay promociones, ni regalos.	Publicidad,
La balanza	Porciones generosas y ambiente acogedor.	No hay promociones,ni regalos.	Certificado de excelencia en TripAdvisor

***Cuadro 16**

Comentarios: promociones, diversidad de sus productos y las estrategias que manejan para llegar al consumidor.

3.4.5 Fortalezas y Debilidades de la Competencia

NOMBRE DE LA EMPRESA	VOLUMEN DE VENTAS	PARTICIPACION DE MERCADO	MARGEN DE UTILIDAD
Ik - restaurante	Al 100%	F:Cuentan con 1 local, muy bien posicionados D: No todos sus insumos son orgánicos.	
Matria	Al 100%	F:Cuentan con 1 local, muy bien posicionados D: No todos sus insumos son orgánicos.	
Quimera	Al 100%	F:Cuentan con 1 local, muy bien posicionados D: No todos sus insumos son orgánicos.	
Nanka	Al 100%	F:Cuentan con 1 local, muy bien posicionados D: No todos sus insumos son orgánicos.	
La balanza	Al 100%	F:Cuentan con 1 local, muy bien posicionados D: No todos sus insumos son orgánicos.	

*Cuadro 17

Comentarios: definir las fortalezas y debilidades de la competencia con la que nos enfrentaremos en cuanto al volumen de ventas, participación actual en el mercado y su margen de utilidad.

NOMBRE DE LA EMPRESA	NUEVAS INVERSIONES	USO DE LAS CAPACIDADES	ORGANIZACIÓN
Ik - restaurante	Cuentan con un horno de piedra a la vista del consumidor.	-	Consta de un chef ejecutivo, anfitriona y practicantes de cocina.
Matria	Publicaciones en el Diario, publicidad de su carta.	-	Reclutamiento de personal vía redes.
Quimera	Ubicado en el Hotel BTH.	-	A cargo de un chef ejecutivo, cocinero y chef pastelero.
Nanka	Talleres de Maridaje y cocina.	-	Dueños dejaron a cargo el negocio familiar.
La balanza	Comida sin gluten.	Fuente: redes sociales, fotografía restaurante NanKa.	Parte de la producción del restaurante son practicantes de cocina.

***Cuadro 18**

Comentarios: define las nuevas inversiones y características de su producto, uso de capacidades y la organización que manejan.

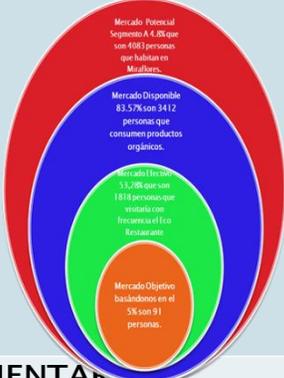
- Fortalezas y Debilidades

3.5 Balance de la Oferta y la Demanda

Aspectos en los que puede encontrar FORTALEZAS Y DEBILIDADES	NOMBRE DE LA EMPRESA				
	1. IK Restaurante	2. Matria	3. Quimera	4. Nanka	5. La Balanza
PROCESOS	F: Métodos Artesanales D: Preparacion Lenta				
ADMINISTRACIÓN	F: Administradores calificados D: Contabilidad precaria				
MARKETING Y VENTAS	F: Redes Sociales Bio Ferias D:	F: Redes Sociales Bio Ferias. D:			
EXPERIENCIA	F: D: Nuevos en el mercado.	F: D: Nuevos en el mercado			
TECNOLOGÍA	F: Cocina de Autor. D:	F: Cocina de ultima generación. D:	F: Cocina Contemporánea. D:	F: Cocina Sustentable. D:	F: Cocina Saludable D:
SISTEMAS DE INFORMACIÓN	F: Uso de Micros D:	F: D: Carencia de software de A y B	F: D: Carencia de software de A y B	F: D: Carencia de software de A y B	F: Uso de Micros D:
FINANZAS	F: Buenos Ingresos económicos D:	F: Buenos Ingresos económicos D:	F: Buenos Ingresos económicos D:	F: Buenos Ingresos económicos. D:	F: Buenos Ingresos económicos D:
PROPIEDAD INTELECTUAL	Marcas Patentadas				

*Cuadro 19

Comentarios: se identifican las fortalezas y debilidades de cada uno de nuestros competidores indirectos.

BALANCE	DEMANDA	OFERTA
 <p> Los clientes señalan que el precio lidera la lista de los factores con un 66,43% seguida del factor menú balanceado con un 61.76% y por ultimo el factor variedad de platos representa el 60.43%. </p>	<p>Nuestros competidores indirectos no cuentan con una carta variada ni utilizan productos orgánicos en su totalidad.</p>	

COMENTARIO

Huerta Nuestra obtendrá con éxito una gran demanda ya que nuestro mercado potencial son (4083) personas que habitan en Miraflores, además nuestro mercado disponible son (3412) personas que consumen productos orgánicos, seguido de nuestro mercado efectivo que son las personas interesadas en visitar un eco restaurante (1818) y por ultimo nuestro mercado objetivo basándonos en el 5% de nuestro mercado efectivo el cual nos resulta alentador ya que nuestro enfoque será de 91 personas.

*Cuadro 20

3.6 Análisis del Mercado Proveedor

3.6.1 Criterio de Selección de Proveedores

Para poder seleccionar de manera óptima a nuestros proveedores debemos considerar ciertos aspectos que garantizan productos e insumos orgánicos de calidad.

CALIDAD:

- Calidad del producto.
- Características técnicas.
- Garantía.
- Personal capacitado, si fuera necesario.
- Servicio postventa y asistencia técnica.

CONDICIONES ECONÓMICAS.

- Precio por unidad
- Forma pago, puede ser al crédito o contado según la política de compra de las organizaciones.
- Precios de envases y embalajes.

CRITERIOS	SELECCIÓN DE CRITERIOS
MARCA	Necesitamos una marca de confianza para trabajar de la mano y ofrecer un servicio de calidad.
PRODUCTO	Lácteos, hortalizas, verduras, aves, pescados.
CALIDAD	100% Orgánico
PRECIO	50 - 100 nuevos soles
UBICACIÓN	Los proveedores tienen que estar cerca a nuestro restaurante para evitar demoras con el delivery.
DESCUENTOS	De acuerdo a la cantidad de lo pedido Max 10%
CRÉDITOS	-
OTROS	-

***Cuadro 21**

Comentarios: selección de criterios para definir la selección de los proveedores con los que se trabajara considerando la calidad y puntualidad de sus insumos.

3.6.1.1 Mercado de Proveedor de Insumos

En nuestro rubro de comercialización de alimentos lo que se busca es la exclusividad para que nos brinde productos de calidad a los precios más adecuados, tanto en los productos que se encuentran en la región o fuera de ella, lo que se busca es que sean los más naturales posible, en buen estado, precios adecuados, y que nos entreguen en la fecha pactada.

Entre los principales proveedores que consideramos son:

NOMBRE DEL PROVEEDOR	PRODUCTO A COMPRAR
La Gastrónoma	Lácteos, quesos, vinos orgánicos
Punto Orgánico	Verduras, hortalizas, huevos
Hoja Verde	Servicios varios
Vacas Felices	Servicios varios
Bio feria – Miraflores	Servicios varios

*Cuadro 22

Comentarios: nuestros proveedores actuales manejan diferente variedad de insumos los cuales serán necesarios para nuestra producción día a día.

NOMBRE DEL PROVEEDOR	POLÍTICAS DE DESCUENTOS	PLAZO DE ENTREGA	PRODUCTOS SUSTITUTOS
La Gastrónoma	10%	Inmediato / delivery	-
Punto Orgánico	10%	Inmediato / delivery	-
Hoja Verde	10%	Inmediato / delivery	-
Vacas Felices	10%	Inmediato / delivery	-
Bio feria Miraflores	-	Inmediato	-

***Cuadro 23**

Comentarios: nuestros proveedores actuales manejan diferentes formas de pago y cronogramas de entrega de los productos.

NOMBRE DEL PROVEEDOR	DURACIÓN	CARACTERÍSTICAS ESPECIALES QUE REQUERIRÁ LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA SU BODEGAJE	DISTANCIAS
La Gastrónoma	1 semana	Almacenado en refrigeradoras	15 min
Punto Orgánico	3 días	Almacenado en refrigeradoras o temperatura ambiente	20 min
Hoja Verde	3-4 días	Almacenado en refrigeradoras o temperatura ambiente	10 min
Vacas Felices	3 días	Almacenado en refrigeradoras	15 min
Bio feria Miraflores	15 días	Temperatura ambiente	15 min

***Cuadro 24**

Comentarios: nuestros proveedores actuales manejan diferentes insumos los cuales tienen periodos de vida variados, los que debemos tener en cuenta para la programación de pedido de insumos.

3.6.1.2 Mercado de Proveedor de Activo

PROVEEDOR	DIRECCIÓN	TELÉFONO	E-MAIL	FAX	PÁGINA WEB
HARMANS PERÚ	Mz. 8 lte 4 parcela 1 Parque industrial vs	2912065	harmans@harmansperu.com		www.harmans.com.pe
QUIMICA VERDE	Calle Las Orquideas. Santa Anita	343-0108	quimica@green.com.pe		www.quimicaverde.com.pe
SODIMAC	Av. Primavera-Surco	6156002	ventas@sodimac.com.pe		www.sodimac.com.pe
HIRAOKA	Av petit thouars 5273	2417536	@hiraoka.com		www.hiraoka.com.pe
DIMSA CORP	Independencia.lima.perú	2603747	@dimsacorp.com		www.dimsacorp.com.pe

*Cuadro 25

Comentarios: nuestros proveedores actuales se encuentran en diferentes puntos de la ciudad y con facilidades de contactarse.

3.6.2 Identificación de nuestros Proveedores Potenciales

3.6.2.1 Selección de Nuestros Proveedores Potenciales

NOMBRE DEL PROVEEDOR	CALIDAD DEL SERVICIO	OPORTUNIDAD EN LA ENTREGA O GARANTÍAS	SOLVENCIA
HARMANS PERÚ	optimo	si	si
QUIMICA VERDE	excelente	si	si
SODIMAC	excelente	si	si
HIRAOKA	optimo	Si	si
DIMSA CORP	optimo	si	si

*Cuadro 26

Comentarios: nuestros proveedores actuales tienen excelentes características tanto en la calidad de sus servicios e insumos.

3.7 Análisis de Comercialización

3.7.1 Decisiones sobre el Producto

Nuestro producto se caracteriza por ser orgánicos de primera calidad que se serán seleccionados desde nuestra huerta para ser usados en nuestros platos del día.

3.7.1.1 Segmentación

El segmento de mercado que hemos considerado para la realización del proyecto serán los pobladores del distrito de Miraflores, dirigido para público en general siendo nuestros clientes potenciales los del nivel socio económico A (A1-A2).

3.7.1.2 Posicionamiento

Para lograr posicionarnos en el mercado y en la mente del consumidor, nuestra empresa realizó una encuesta la cual nos ayudó a conocer los requerimientos de los comensales y en los cuales nos basaremos ya que tendremos precios razonables, contaremos con un menú balanceado y variedad de platos para que la experiencia en nuestro restaurante sea única e innovadora.

3.7.2 Decisiones sobre Precio

De acuerdo al porcentaje de taza realizado a la competencia nuestros precios se encontraran de acuerdo a nuestro sector que estará dirigido, siempre cuidando el beneficio de nuestra empresa.

3.7.3 Decisiones sobre Plaza

Contaremos con una red de proveedores eficaces que optimizaran nuestro trabajo con entregas semanales y quincenales para mantener el almacén en circulación de todos nuestros insumos orgánicos.

3.7.4 Decisiones sobre Promoción

Promocionaremos nuestro producto dentro de la zona en la que nos ubicamos, estaremos presente en todas las redes sociales manejando promociones o descuentos para nuestro público.

3.7.5 Decisiones sobre Publicidad

Para nuestro restaurante ecológico emplearemos distintos medios de publicidad, como:

- ▶ Página Web
- ▶ Flyers
- ▶ Redes Sociales (Facebook, Instagram)
- ▶ Tarjetas personales
- ▶ Publicidad en medios (Radio/TV)
- ▶ Trip Advisor

CAPÍTULO IV – ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño de Proyecto

Determinaremos el tamaño de nuestro proyecto a un total de 70 comensales, debido al aforo de nuestra empresa. El salón contará con una medida de 174 metros cuadrados, nuestro tiempo de fase operativa serán de unas 3 horas.

Personas por mesa:

En esta parte de proyecto evaluaremos la cantidad de personas a atender primero por mesa, siendo un total de 70 comensales y ubicados estratégicamente para ocupar 4 personas por cada mesa, nos saldría un total de 18 mesas dentro del local.

Fórmula a utilizar:

$70/4= 17.5 = 18$ mesas (cuatro personas por mesa)

Menús por 1 hora

En esta parte del proyecto por medio de la utilización de fórmulas también procedemos a calcular cuántos menús venderíamos durante una hora realizada la fase operativa de nuestro proyecto, para ello tendremos en cuenta el tiempo de rotación estimado por mesa que es el de una hora.

Tiempo de rotación por mesa 1 hora

$18*4= 72$ menús por 1 hora

Menús por 3 horas: Para ello calculamos la información anterior ya que resolvimos el tema de rotación por una hora y ésta la multiplicamos por tres ya que serán nuestras horas empleadas para dar el cien por ciento de nuestra operación.

Fórmula a utilizar:

$72*3= 216$ menús por 3 horas de fase operativa

Siendo un total de doscientos dieciséis menús por día durante la fase operativa.

Menús por día: 216

Por semana, tendremos en cuenta de que el personal se tomara un día libre a la semana para cuidar también del mantenimiento de los equipos.

Se labora 6 días

216 menús *6 días = 1296 menús

Por mes: 1296 menús*4 semanas = 5184 menús

Por año: $5184 * 12$ meses = 62208 menús

4.1.1. Criterios de Determinación

- Relación Tamaño – Mercado
- Relación Tamaño - Disponibilidad de Insumos
En relación al tamaño del proyecto sobre la disponibilidad de insumos para nuestro restaurante no será algún factor restrictivo debido a la existencia tanto en cantidad como calidad necesaria que se necesitan para producir Menús diariamente.
- Relación Tamaño - Tecnología y Equipos
El tamaño tecnología y equipos no será un factor restrictivo que nos impida lograr nuestra producción óptima, actualmente existen varios proveedores de equipos con la más alta tecnología que facilitara tanto en costos como en horas una producción con mayor fluidez.
- Relación Tamaño – Mano de Obra y Organización
Nuestro restaurante ecológico contara con colaboradores calificados y con actitud de servicio que logran optimizar nuestra calidad de servicio.
En relación al tamaño organización no será un factor restrictivo ya que existen los suficientes recursos humanos calificados que provienen de diferentes institutos y universidades especializadas
- Relación Tamaño – Financiamiento
“Huerta Nuestra” contara con un proyecto financiero brindado por una entidad bancaria, financiamiento que está enfocado en la realización del proyecto.
En relación tamaño financiamiento se puede considerar que no será un factor restrictivo debido en el sector financiero existe la suficiente liquides en el mercado financiero.

4.2. Proceso y Tecnología

Estado Inicial	Proceso Transformador	Producto Final
Insumos: Verduras, legumbres, pescados, tofu, tubérculos.	Proceso Cocción, encurtidos, al vapor, a la plancha.	Productos: Entrada, ensalada, plato de fondo, postre.
Suministros: 	Equipo Productivo: Huerta, cocina, refrigeradora, plancha, vaporera,	Sub Productos: Sales, especias, vinagretas.
Gas, energía eléctrica, agua potable, paneles solares alternativos	Organización Cheff, Sous Cheff, Stewart, ayudante de cocina, mozo, cajero, anfitriona.	Residuos y Desechos: Cascaras, pepas, orujo raíces.
		

4.2.1. Proceso de Servicio

Para este proyecto elegiremos dos técnicas que son necesarias para nuestro restaurante, los diagramas son: Diagrama de bloques y Diagrama de flujo.

4.2.1.1. Diagramas de Flujo de los Procesos de Producción del Servicio

Análisis de producción: para este proyecto elegiremos dos técnicas que son necesarias para nuestro restaurante, los diagramas son: Diagrama de bloques y Diagrama de flujo.

Desde el inicio, cuando el cliente llega al establecimiento será atendido por nuestra anfitriona quien le dará la bienvenida gustosamente y a la vez verificará la reserva para la siguiente asignación a su mesa, a continuación el mesero se acerca a la mesa con un saludo y ofrece la carta con la especialidad de la casa, tomará pocos minutos para que este pueda llevar el pedido a la cocina.

El cocinero recibe el pedido para luego preparar según la organización de la cocina, chef de platos calientes, coordina a la par con el chef de guarniciones y fríos, luego el mesero recoge la orden para llevarlo al comensal, se procede a hacer la facturación de la mesa, pasando a

cobranza y emisión de la boleta, al final de la comida la anfitriona agradece la visita a la salida del comensal.

DIAGRAMA DE BLOQUES

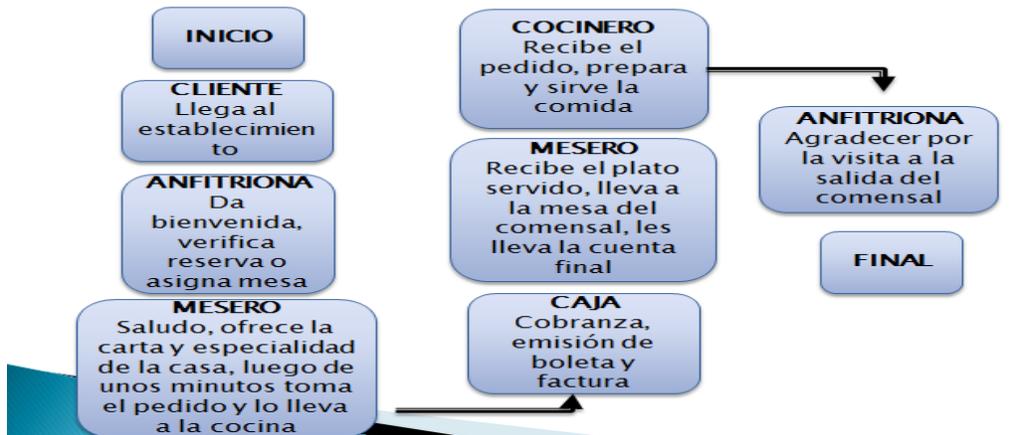
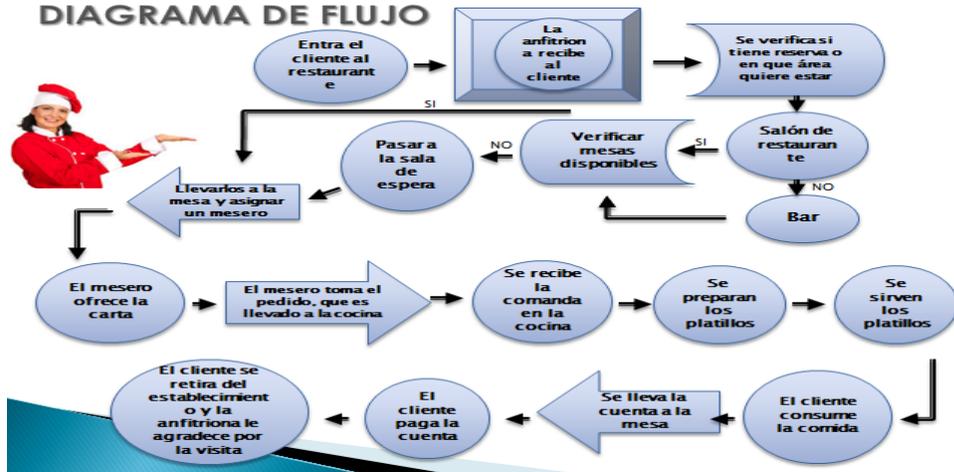


DIAGRAMA DE FLUJO



4.2.2. Tecnología y Equipamiento

AREA: COCINA					
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERISTICAS	PROVEEDORES	COTIZACIONES
COCINA	UNID	2	DE 4 HORNILLAS	Repagas	S/. 3000
MESA DE TRABAJO	UNID	2	DE 1.5M CADA UNA	Novotec	S/. 4000
PLANCHA	UNID	1	PREPARACION	Harmans	S/. 2400
CAMPANA	UNID	2	EXTRACCION DE OLORES	Filtresa	\$. 1400
HORNO	UNID	1	FUNCIONES VARIAS	Coriat	\$. 2000

TIPO	IMAGEN	MARCA	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
COCINAS-FOGONES		REPAGAS	S/. 9,600	2	19200
CAMPANA EXTRACTORA		FILTRESA	S/. 4750	3	14250
PLANCHA Y PARRILLA		HARMANS	S/. 2,500	1	2500
ABATIDOR		EASYCHILL	S/. 3,000	1	3000
MESA DE FRIO		NOVOTEC	S/. 4,000	4	16000

HORNO DE CONVECCIÓN		CORIAT	S/. 24,166	2	48332
MESA CALIENTE		EDENOX	S/. 4,488	2	8976
SALAMANDRA		HARMANS	S/. 1,100	1	1100
FREIDORAS		CORIAT	S/. 7,140	2	14280
CAMARAS FRIGORIFICAS		EDENOX	S/. 5,780	1	5780

BATIDORA		KITCHENAID	S/. 1,539	1	1539
MAQUINA DE HIELO		COMERSA	S/. 2,618	2	5236
COLAPASTA			S/. 709	1	709
TICKETERA		EPSON	S/. 400	3	1200

Así estará conformada nuestra cocina con este tipo de equipamiento para el buen funcionamiento de nuestra producción al 100% empezando por la maquina empaquetadora al vacío que nos ayudará a la conservación de nuestros alimentos y también a la cocción de ellos ya que su bolsa hermética es apta para sumergirlas a altas temperaturas y así no perder los nutrientes de nuestros productos ayudando a la alimentación sana , saludable y nutritiva de nuestros platos hacia nuestros prestigiosos comensales.

En cuanto a la infraestructura del local, contaremos por una iluminación eco amigable, ventiladores, computadora y un ticketera Epson. Televisores multimedia para el área del bar.

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VIDA UTIL	PROVEEDORES	COTIZACIÓN
Iluminación	Unid		Todas las áreas	1 año	Sodimac	S/. 2000
Aire acondicionado	Unid	3	Para salón, almacén seco, oficina	1 año garantía	Sodimac	S/. 3500
Computadora	Unid	3	Área caja, recepción y oficina	5 años	hp	S/. 1200
Ticketera	Unid	2	Comanda	5 años	Epson	S/. 500
Televisores	Unid	2	Para zona de la barra	5 años	Samsung	S/. 1400

En cuanto al área de Recepción:

ÁREA : RECEPCION						
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDORES	COTIZACIÓN	
Podium	UNID	1	Apoyo de anfitrionas	Ikasa	S/. 800	
Maceta decorativa	UNID	1	Decoración entrada	Sodimac	S/. 150	
Mesa esquinera	UNID	1	Sala de espera	Ziyaz	S/. 200	
Futones	UNID	2	Sala de espera	Ziyaz	S/. 500	

Contaremos para la implementación de nuestro restaurante un pódium para la recepción de los comensales y para que nuestra anfitriona pueda anotar el número y reserva de ellos, a su vez también contamos con macetas decorativas ya que la ambientación de vegetales hace que nuestro local tenga una ventilación propia, gracias a los seres vivos.

ÁREA: SALON / RESTAURANT						
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDORES	COTIZACIÓN	
MESAS	UNID	18	Comensales	Ziyaz	S/. 100	
SILLAS	UNID	72	Comensales	Ziyaz	S/. 35	
BARRA	UNID	1	Preparación de cocktails	Ikasa	S/. 1000	
DICROIOCOS LED	PARES		Iluminación de todo el salón	Sodimac	S/. 20	
BANCOS DE LA BARRA	UNID	6	Para sentarse en la barra	Ziyaz	S/. 40	

Para el área de salón contaremos con un espacio de 175 metros cuadrados, por ellos contaremos con la cantidad de 18 mesas y un total de 72 sillas, para el servicio, contaremos con una barra ya que nuestro aforo es de 70 personas pero el resumen de nuestro mercado objetivo tendremos 90 personas y nuestro bar tendrá un aforo de 30 personas.

ÁREA: ALMACEN

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDORES	COTIZACIÓN
Estantes apilables	Unid	4	Acero inoxidable	<u>Novotec</u>	S/. 300
iluminación	Pares	6	Necesaria para el <u>almacen</u>	Sodimac	S/. 20

Para nuestro almacén contaremos con estantes y parihuelas para el buen funcionamiento de nuestros productos, los insumos son un factor muy importante para nuestra empresa, ya que contamos con insumos de primera calidad, 100 % orgánicos, es por ello que no pueden estar al nivel del suelo, sino en una posición acondicionada y para ellos nuestros almaceneros llevarán un curso de conservación de alimentos.

ÁREA: BAÑO

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDORES	COTIZACIÓN
Inodoro	Unid	2	Baño damas y caballeros	Sodimac	S/. 200
Lavado	Unid	2	Baño damas y caballeros	Sodimac	
Espejo	Unid	2	Damas / Caballeros	Sodimac	S/. 90
Jabonera	Unid	4	Cada baño y stock	<u>Kimberly clark</u>	S/. 35
Dispensadores PH / P. toalla	Unid	6	Cada baño y stock	<u>Kimberly clark</u>	S/. 40

Para el área de servicios higiénicos contaremos con inodoros eco amigables, lavabos, espejos, jaboneras y dispensadores, ya que es un proyecto de restaurante ecológico trataremos de controlar el consumo de agua ya que hoy en día debemos ahorrar debido al cambio climático. Estos ahorradores de agua sólo los encontramos en sodimac, empresa líder en lima de equipamiento e instalaciones de servicios.

AREA: MENAJE					
ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	PROVEEDORES	COTIZACIÓN
Vajilla	UNID	100	Platos de fondo y entrada	ARCOROC	S/. 1500
Cubiertos	UNID	100	Cada uno tenedor, cuchara, cuchillo.	ARCOROC	S/. 2000
Jarras	UNID	100	Modelo jarron	ARCOROC	S/.1000
Vasos	UNID	100	De cristal	ARCOROC	S/. 2000
Copas	UNID	100	De cristal, varias	ARCOROC	S/. 2500

Para el área de menaje necesitaremos de vajillas, cubiertos, jarras para el servicio de agua, vasos, copas, decantadores para el servicio del vino del sommelier. Copas para vino blanco y vino tinto, cucharas para postre, tenedores de entrada y de fondo, cuchillos. Todos estos materiales que contará nuestra empresa seguirá la política de un restaurante Green A1 en el mercado.

4.2.3. Terrenos e Inmuebles

4.2.3.1. Especificación del terreno y construcción

Alquilaremos el local ubicado en Calle Bellavista – Miraflores, que encontramos en la página ExpoUrbana y el Grupo Rocha Inmobiliaria está gestionando todos los trámites.

Precio de US\$4,000 mensual, con un mes de garantía y un mes de adelanto, el alquiler es mínimo por un año.

4.2.3.1.1. Especificaciones del local

Aforo 70 personas *1.5 mt x persona

Alquilaremos el local ubicado en Calle Bellavista – Miraflores, que encontramos en la página ExpoUrbana y el Grupo Rocha Inmobiliaria está gestionando todos los tramites.

Precio de US\$4,000 mensual, con un mes de garantía y un mes de adelanto, el alquiler es mínimo por un año.

* 60% área servicio

* 40% área producción

70 x 1.5 = 105 (área de servicio)

105 ---- 60%

x ---- 40% = 70 (área de producción)

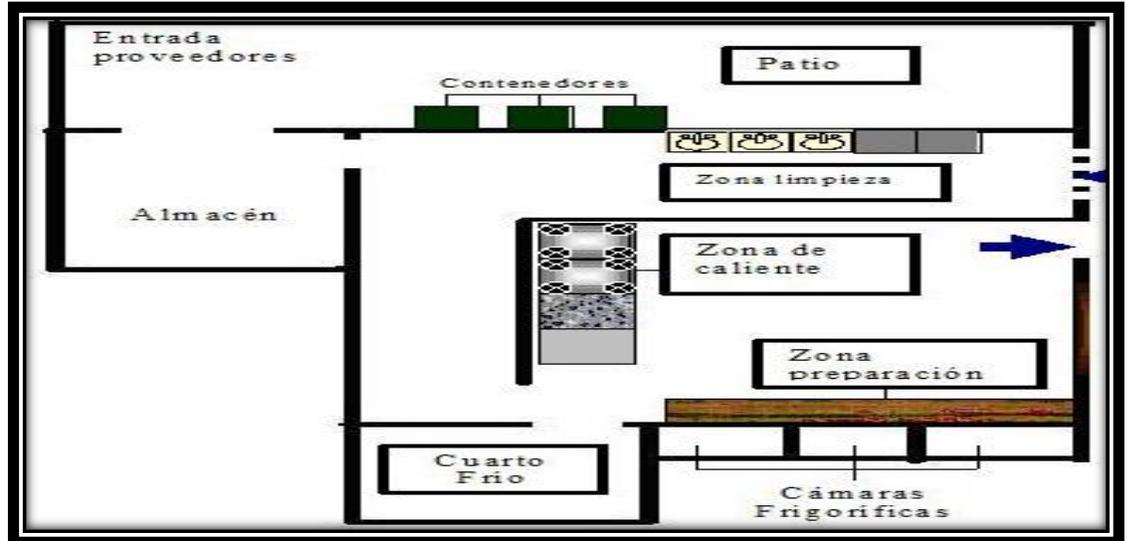
Prod + serv = 175 mt2

4.2.3.1.2 Plano Arquitectónico

SALÓN- COMEDOR



COCINA



4.2.3.2. Determinación de Mobiliario, equipos de oficina y de seguridad

Se contará con teléfonos inalámbricos para la recepción de las diferentes áreas de nuestro restaurante. Para el mantenimiento de los equipos de cómputo, se establecerá un contrato con un ingeniero de sistemas, en el cual, se estipula que la revisión se debe realizar semestralmente, tanto para la parte del software como para el hardware y para el mantenimiento de la maquinaria y equipos de cocina, se hará una revisión anual. En cuanto al mantenimiento del local se contratara el servicio de un pintor, el cual está programado para que se realice una vez al año.

4.2.4. Especificaciones de Materia Prima e Insumos

ITEM	UNIDAD	CANTIDAD	PROVEEDORES	COTIZACIÓN
Trucha orgánica	kg		Punto orgánico	S/. 12
Cacao	kg		Hoja verde	S/. 15
Lácteos	Lt		Vacas felices	S/. 3
Verduras	Kg		Bio feria	S/. 2-6
yogurt	Lt		Vacas felices	S/. 4
Berenjena	Kg		Punto orgánico	S/. 2.5
Zapallito italiano	Kg		Hoja verde	S/. 3
Hierbas aromáticas			Hoja verde	S/.1.5

En Huerta valoramos nuestros productos orgánicos, ya que son sembrados sin insecticidas ni factores no favorables para la salud del ser humano. Contaremos con un biohuerto en el segundo piso de nuestro local el cual servirá de sembrío para nuestras cosechas de hierbas aromáticas, también contamos con proveedores 100% calificados de productos orgánicos, ellos nos entregarán los insumos a primera hora y luego pasaremos a la rotulación de cada uno de ellos, con esto decimos que cada uno de nuestros productos contará con fecha de entrega, vencimiento y a su vez una etiqueta de colores para que se puedan distinguir con los días de la semana.

4.2.4.1. Requerimientos de materias primas.

“Identificamos, por un lado, la naciente demanda de insumos orgánicos certificados para la agricultura ecológica y por el otro, la gran oferta de subproductos de diferentes industrias para elaborar una gran variedad de fertilizantes”.

EARTH ALIVE CLEAN TECHNOLOGIES

Es un fabricante y distribuidor canadiense líder en productos orgánicos y sostenibles para agricultura, horticultura y jardinería la división agrícola de earth alive está basada en una simple convicción: un suelo sano y natural es esencial para una agricultura productiva y sostenible.

Líneas de productos que no sólo son amigables al medio ambiente, sino también son sostenibles y seguros para los seres humanos.

El desarrollo y disponibilidad de opciones de insumos orgánicos para todos los niveles de producción agrícola es un tema importante en la cadena de suministro mundial. Ofrecen insumos de suelo para satisfacer las necesidades de todos los productores agrícolas orgánicos y naturales.

El trabajo del chef comienza mucho antes de poner un pie en la cocina. Los buenos profesionales saben que el éxito de su plato depende de un factor primordial: la excelencia del producto. Por eso no dudan en ir tras su búsqueda. Claro que en ese camino no están solos, sus aliados son los productores, juntos trabajan en equipo para que lo mejor de la tierra llegue al plato.

“Al chef le gusta meter mano en el producto y seguir de cerca el proceso, por eso muchos vendrán a nuestra huerta y probarán las variedades e incluso nos recomendarían semillas para que les plantemos”.

Más allá de la calidad superior, en los suelos de estos proveedores boutique se encuentra variedad. Gracias a ellos, hoy en las cartas de los mejores restaurantes hay zanahorias púrpuras, remolachas blancas y tomates verdes, entre otras rarezas muy apreciadas por los chefs.

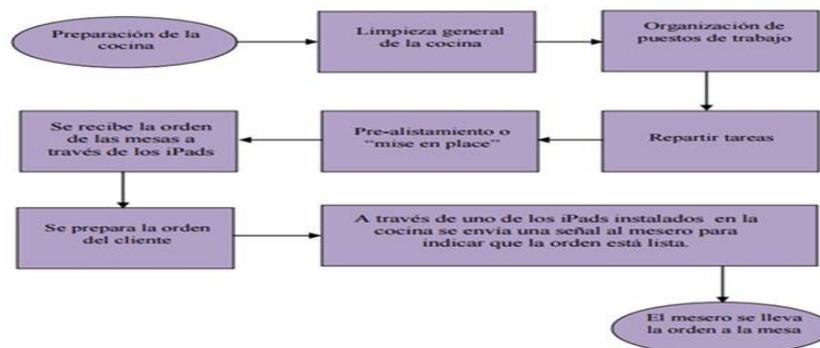
4.2.5. Programa de compra

4.2.5.1. Programa Pre operativo

Actividades	Persona Encargado	Periodo de realización
Orden del salón, limpieza profunda	Anfitriona , meseros	En cada apertura de turno
Verificación del optimo funcionamiento de maquinas	Propietarios y chef	Programando una semana de anticipación
Hacer mantenimiento preventivo del restaurante	Propietarios	programación preventiva de mantenimiento cada 2 meses.
Verificación de insumos para producción de la semana.	Propietarios (administradores) y chefs	programación dos días por semana.
Elaboración de la carta	Chef con apoyo del cocinero	un mes de anticipación
Estudio de la carta	Todos los miembros del restaurante	Todos los días

Durante el programa pre operativo de nuestra empresa tenemos las siguientes actividades: Orden del salón, limpieza profunda, la verificación del óptimo funcionamiento de máquina, hacer mantenimiento preventivo de los equipos del restaurante, la verificación de insumos para producción de la semana, la elaboración del menú y el estudio de los platos a cargo de todos los miembros del restaurante, en especial del área de cocina.

4.2.5.2. Programa Operativo



Durante esta parte del proyecto nos concentraremos durante la fase operativa que se realiza durante nuestro proyecto, para ello contamos con el servicio que realiza nuestro personal desde la llegada del cliente, ya que en

la fase pre operativa se encargará desde la cocina con el previo mise en place del producto, en esta fase nos ocuparemos de que nuestra anfitriona reciba al cliente ubicándolo en la mesa respectiva, controlando que el mozo esté a la orden del comensal para llevar así el pedido a la cocina, con mucho ímpetu el mesero repartirá no solo nuestros productos al comensal sino también se ocupará de brindar el mejor servicio haciéndonos destacar por nuestra cordialidad en la atención hacia nuestros clientes.

4.2.5.3. Programa Post Operativo

Actividad	Personal encargado	Periodo de realización
Cocina: Limpieza de cocina	Ayudante de cocina	Fin de turno
Salón: limpieza de salón	Mesero	Fin de Turno
Logística: programación del próximo pedido	Administrador	Fin de Turno

Durante esta fase nos encargaremos ya cuando el cliente haya finalizado su visita, para ello se establecerán horarios de acuerdo al área establecida, aquí tenemos un ejemplo por cada área. Como se puede ver en el cuadro anterior, en el área de cocina tenemos al personal de limpieza que en este caso sería el ayudante de cocina o Stewart, para el área de salón, tenemos al mozo y para el área de administración el último en ver la programación del pedido de almacén será el encargado de dar por finalizado el turno.

4.3.Localización

Las decisiones sobre la localización son un factor importante dentro del proyecto, ya que determinan en gran parte el éxito económico, pues ésta influye no sólo en la determinación de la demanda real del proyecto, sino también en la definición y cuantificación de los costos e ingresos. Además compromete a largo plazo la inversión de una fuerte suma de dinero. La localización elige entre una serie de alternativas factibles, por lo tanto, la ubicación será la que se adecue más dentro de los factores que determinen un

mejor funcionamiento y una mayor rentabilidad del proyecto. En lo referente a la ubicación de la planta, éste se realiza considerando dos aspectos generales como son la macro localización y la micro localización.

4.3.1. Macro Localización

Perú, el país se encuentra en la zona intertropical de Sudamérica comprendida entre la Línea del Ecuador y el Trópico de Capricornio. Cubre un área de 1 285 215 km², lo que lo convierte en el vigésimo país más grande en tamaño de la Tierra y el tercero de América del Sur.

Limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia, al sur con Chile y al oeste con el océano Pacífico. Posee una enorme multiplicidad de paisajes debido a sus condiciones geográficas, lo que a su vez le da una gran diversidad de recursos naturales. La constitución expresa que el mar territorial se extiende hasta las 200 millas náuticas.

Su economía, En los últimos años la economía peruana ha tenido un nivel de crecimiento notable respecto a otras economías del mundo, solo comparable al de China. Según la revista América Economía y el Fondo Monetario Internacional, el país tuvo en el año 2008 la segunda inflación más baja del mundo después de Francia y por lo tanto una de las economías en este sentido más sólidas de la región.

Tiene un índice de desarrollo humano alto, con una puntuación de 0,740 en 2015 que lo ubica en el puesto 87 a nivel mundial.

De acuerdo con estimaciones del FMI la renta per cápita se encuentra por encima de los 12 000 dólares, ocupando el lugar 79 a nivel mundial.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe estimó que en el año 2012 la economía peruana crecería un 5,9 % aunque su enorme dependencia de la exportación de metales y minerales y la importación de alimentos hace que la economía sea muy dependiente de la fluctuación de los precios a nivel global.

Para los próximos años está previsto un menor crecimiento así como riesgos inflacionarios debido a la posible devaluación de los precios de las materias primas

dada la evolución de la crisis en los países desarrollados, cuyo menor crecimiento podría afectar negativamente a las economías de países —como Perú— que abastecen con materia prima a sus industrias, incluso contando con China como primer socio comercial.

En enero de 2012 se estableció el salario mínimo en 750 S/, el equivalente a 295 US\$. Es el cuarto mejor país emergente más prometedor para los inversores, según el ranking elaborado por la revista Bloomberg Markets. La inflación en el año 2014 fue la más baja de la región con un 3,22 %.

Según el directorio ejecutivo del Fondo Monetario Internacional el país se ha convertido en una de las economías de crecimiento más pujante y más estables de América Latina. El 23 de octubre de 2013, la entidad calificadora de riesgos Fitch Group elevó la calificación de crédito del Perú al nivel de BBB+. En julio de 2014, la agencia Moody's también elevó la calificación crediticia del país de Baa2 a A3 debido a las expectativas del crecimiento de la economía, el fortalecimiento de su desempeño fiscal y su potencial de expansión. Fuente: Diario El Comercio.

4.3.2. Micro Localización

Lima:

Se califica a la capital peruana como la mejor ciudad de Latinoamérica para invertir, por su recurso humano, reputación en los negocios, confort urbano y poder de compra.

Lima figura en el Top 20 de las ciudades más visitadas del mundo, entre las que destacan: Londres, Bangkok, París, Singapur y Dubái.

En abril, Lima fue sede del II Foro Mundial de Turismo Gastronómico. En dicho evento, Carlos Vogeler, director de Relaciones con Miembros Afiliados de la OMT, apuntó: "La gastronomía es fuente permanente de expresión de cultura y Perú es referente mundial".

Según datos del Gobierno peruano, en los últimos años se duplicó la cantidad del presupuesto que destinan los turistas a la gastronomía local, del 5% al 10%, lo que representa un ingreso obtenido de USD 350 millones anuales.

La capital peruana es la única que tiene dos reductos gastronómicos entre los primeros 15 del planeta. Además, suma nueve entre la mejor media centena de América latina. Así, Lima se asienta como el principal destino regional para los amantes del buen comer. Central (en el puesto 4), Maido (13) y Astrid & Gastón (30) son las estrellas de este ascenso imparable. Parece increíble, pero hasta 2010 ningún peruano figuraba en la lista de los 50 mejores, elegida por casi mil expertos de todo el mundo.

Es por ello que nuestro proyecto gracias a la información de la micro localización sobre lima, estará ubicado dentro de uno de los privilegiados distritos de la capital, un distrito que cuenta con un gran soporte turístico y una amplia seguridad gracias a la vanguardia de la tecnología que aun dispone.

Miraflores:

Es reconocida como una ciudad turística por excelencia. Su historia se remota desde los vestigios más antiguos encontrados en la zona arqueológica de la Huaca Pucllana, antiguo centro ceremonial de la Cultura Lima (200 a 700 d.C.), hasta la modernidad. En sus líneas arquitectónicas se une el encanto solariego de antiguas mansiones y quintas que hablan del esplendor de su pasado. También cuenta con modernos centros comerciales, clubes y restaurantes que ofrecen especialidades de la cocina nacional e internacional. Bajo un mismo cielo, Miraflores reúne hoteles de primera categoría, tiendas artesanales, galerías de arte, teatros y centros recreacionales de diversa índole. Incluso se ha organizado y ordenado el comercio ambulatorio, que exhibe su mercadería en atractivos cochecitos que son la atracción de los visitantes.

Para admirar el litoral mirafloresino, se tienen malecones y miradores naturales desde los que se aprecian hermosas puestas de sol y la majestuosidad e inmensidad del mar. Acompañan el espectáculo la belleza de sus grandes

parques adornados con una gran diversidad y el colorido de las flores que invitan a recorrerlos y disfrutarlos en agradables caminatas.

Miraflores se distingue también por su vida nocturna pues abren sus puertas al caer el sol, locales que ofrecen diversas variedades de espectáculos, tales como peñas, discotecas, teatros, cines, bares, entre otros. Una importante actividad cultural también se manifiesta en lugares públicos. En el corazón del distrito, puede encontrarse el Anfiteatro Chabuca Granda del Parque Central y muy cerca la exhibición y venta de artesanías elaborados por los mejores exponentes de todo el país en la rotonda del Parque Kennedy. A menudo nuestros parques son escenario de diversos espectáculos y actividades al aire libre. Incluso, todos los años nuestro parque central alberga la concurrida Feria del Libro “Ricardo Palma” durante el mes de noviembre.

Gastronomía en el distrito de Miraflores:

Si Lima es la capital gastronómica de América, Miraflores es el distrito gastronómico por excelencia de Lima. La carta gastronómica de Miraflores ofrece gran variedad y excelentes potajes de la comida peruana, considerada como una de las más exquisitas del mundo. Quien llega a Miraflores, no puede dejar de saborear la comida criolla, sobre todo por la gran diversidad de platillos a base de pescados y mariscos, donde se combinan de manera extraordinaria una gama de sabores y presentaciones.

El ceviche es una de las especialidades de la comida peruana, que en Miraflores, siendo balneario, no puede faltar. Se debe mencionar también, en comida marina: la jalea, el tiradito de pescado y el cóctel de camarones, entre otras presentaciones. La comida criolla no se queda atrás, entre las especialidades están: los anticuchos, el lomo saltado, el ají de gallina, el tacu tacu, la carapulcra, arroz con pato, el sancochado y mucho más. Por otro lado, tenemos los postres muy apreciados en toda mesa familiar, tales como la mazamorra morada, el arroz con leche, el suspiro a la limeña, los riquísimos picarones y el

turrón de Doña Pepa. Un lugar ideal para disfrutar de ellos es el Parque Central de Miraflores, parada obligada de todo visitante.

La comida china es una influencia muy importante que forma parte de este conglomerado gastronómico. Se denomina *chifa* a los lugares donde se puede disfrutar de esta variedad culinaria que en muchos casos se ha fusionado con la cocina peruana, como en el caso del arroz chaufa y el tallarín saltado.

Además, en la actualidad, existe una evolución de la comida peruana donde definiciones como cocina “Novo Andina”, impulsan la creatividad de nuestros jóvenes chefs, utilizando ingredientes peruanos, hacia el descubrimiento de nuevas presentaciones que poco a poco van ocupando un lugar preponderante dentro de la gastronomía latinoamericana y mundial. También se usan otros términos como “Cocina Fusión” que resulta de una constante apertura a las innovaciones y el continuo desarrollo de nuevos platos, donde el ingenio peruano da lugar a la continua búsqueda de nuevos sabores y presentaciones.

Restaurantes saludables es un programa de la Municipalidad de Miraflores que busca reconocer y certificar a los mejores restaurantes de nuestro distrito desde el punto de vista de calidad e inocuidad alimentaria. Se otorga la “Certificación de Restaurante Saludable” a aquellos restaurantes que han pasado satisfactoriamente todos los requerimientos de la Oficina de Inspección Sanitaria; según la norma RM.363-2005/MINSA de higiene, conservación y manipulación de alimentos.

La Oficina de Inspección Sanitaria de la Gerencia de Desarrollo Humano realiza inspecciones higiénico-sanitarias a 100 restaurantes del distrito; basándose en la Resolución Ministerial 363–2005/ MINSA “Norma Sanitaria para el funcionamiento de Restaurantes y Servicios Afines”, para mantener la inocuidad alimentaria y evitar el riesgo de presentarse las ETAs (Enfermedades Transmitidas por Alimentos) en los restaurantes del distrito.

La participación es voluntaria por medio de la firma de un acta de compromiso, en la cual se acepta la suscripción al programa.

El programa consta de las siguientes etapas:

1. Inspecciones higiénico-sanitarias (3): con un puntaje de evaluación del 90%, con 3 tomas de muestras: alimentos, superficies vivas y superficies inertes.
2. Capacitaciones (3) en los temas: Prevención de Etas, Buenas Prácticas de Manipulación de los alimentos (BPM), y formación de los equipos de autocontrol.
3. Certificación de “Restaurante saludable”.

Cabe mencionar que la certificación es válida por 6 meses y está sujeta a evaluaciones periódicas para mantener la certificación. Para mayor información revisar la lista de los 60 restaurantes saludables en el distrito en www.miraflores.gob.pe

Nombre de la Municipalidad:	MIRAFLORES												
Año:	2017												
Meta:	Fortalecimiento de la vigilancia sanitaria municipal, de alimentos agropecuarios y piensos, en el transporte y comercio local												
Producto:	Inspecciones sanitarias												
Actividad:	Vigilancia sanitaria de vehículos de transporte y comerciantes de alimentos agropecuarios primarios y piensos												

Cronograma Anual de vigilancia sanitaria a vehículos de transporte y comerciantes de alimentos agropecuarios primarios y piensos													
Actividad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Total	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	2	0	6
WONG STA CRUZ													
N° Puestos de venta: 6	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	0	6
N° vehículos de transporte: 2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
Total	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	4	0	8


 Lady Melvi Cajo Rodríguez
 BIÓLOGO
 C. B. P. 8846

OFICINA DE INSPECCIÓN SANITARIA
 DIRECCIÓN DE SALUD Y BIENESTAR SOCIAL
 MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES
 Av. La Esperanza Ulla, 13, Estado Manuel Bolognesi
 Tlf. 617-7371
inspeccion sanitaria@miraflores.gob.pe


MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES

CARLOS ENRIQUE CONTRERAS RÍOS
 Los años de Desarrollo Humano

En este cuadro podemos apreciar la rigidez en la que operan la municipalidad en los mercados del distrito, haciendo seguimiento anual no solo a los mercados sino también a los proveedores transportistas ya que la materia prima debe almacenarse en perfectas condiciones para su posterior uso.

4.3.3. Método Cualitativo por Puntos

Para nuestro proyecto nombramos una ubicación especial ya que queda cerca a nuestro mercado objetivo, pero también en nuestra evaluación de mercado pondremos una alternativa B en caso de necesidad y reubicación del proyecto.

En la zona A tendremos más cercanía del mercado, economías externas, leyes locales, mano de obra disponible y sobre todo la disponibilidad de insumos, esto nos lleva a un total de 7.75% ganando a la zona B.

Zona A: Calle Bellavista

Zona B: Calle Recavarren

FACTOR	PESO	ZONA A		ZONA B	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Cercanía del mercado	0.20	10	2	10	2
Economías Externas	0.20	8	1.6	6	1.2
Leyes locales	0.15	8	1.2	6	0.9
Mano de obra disponible	0.15	5	0.75	5	0.75
Disponibilidad de insumos	0.30	7	2.1	7	2.1
TOTAL	1		7.65		6.95

5.1. Forma societaria

Para la selección de socios tenemos a los integrantes del equipo de trabajo que son Paola Gutarra, Cristina Cale y Natalia Orrego, seremos una sociedad anónima cerrada y juntas aportaremos el 100% del capital que entre las tres personas serían 33.33%

Sociedad Anónima Cerrada (SAC)

Creada por un reducido número de personas (hasta veinte socios) que pueden ser natural o jurídico, que tienen el ánimo de constituir una sociedad -affectio societatis- y participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación social

La Sociedad Anónima Cerrada es una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar, chica o mediana, señaló a PQS Carmen Chasseloup, analista legal de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

¿Qué características tiene?

Puede funcionar sin directorio.

El hecho de que uno de los requisitos de la SAC sea un máximo de 20 accionistas, no implica que vea limitada su posibilidad de manejar grandes capitales.

Que una SAC tenga como máximo 20 accionistas no implica que se vea afectada la posibilidad de manejar grandes capitales.

La sociedad anónima cerrada no tiene acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. Es posible que en su estatuto se establezca un Directorio facultativo, es decir que cuente o no con uno; y cuenta con una auditoría externa anual si así lo pactase el estatuto o los accionistas.

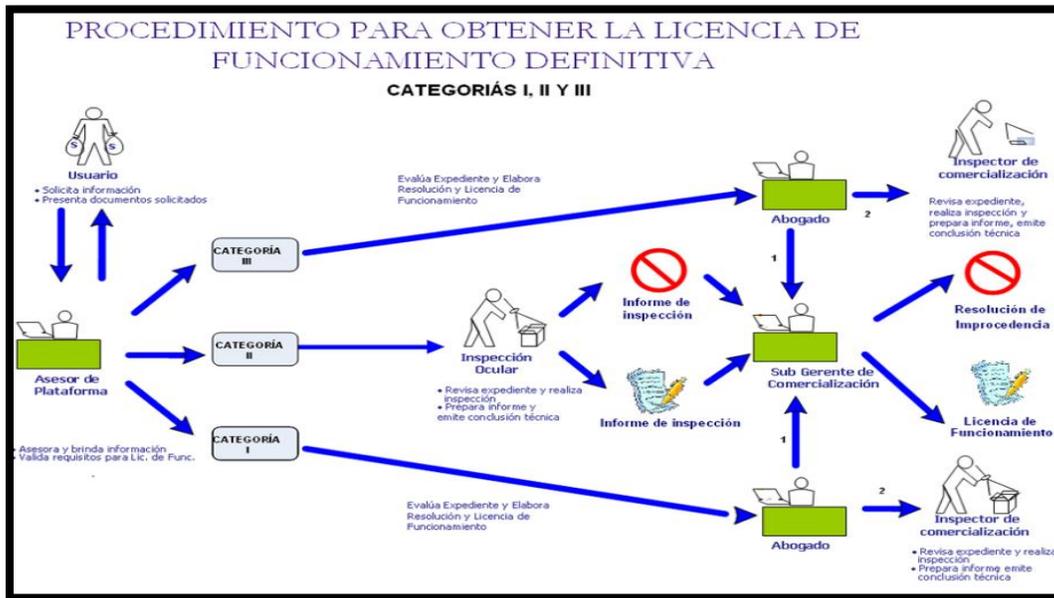
¿Cómo la constituyo?

Para constituir una sociedad anónima cerrada básicamente se requiere:

1. El nombre de la sociedad. Lo óptimo es hacer una búsqueda previa en registros públicos, incluyendo una reserva de nombre, para saber que el nombre que haya elegido no esté tomado por alguien más.
2. Capital social. No hay mínimo y puede ser en efectivo o en bienes. Si es en efectivo se debe de abrir una cuenta bancaria.
3. Tener mínimo 2 socios y no más de 20 socios. Es la ventaja de esta sociedad dado que usualmente las sociedades anónimas cerradas se forman con 2 socios.
4. Designar un gerente general y establecer sus facultades.
5. Establecer si va a tener o no directorio.
6. Domicilio y duración. Estas son cosas obvias pero el domicilio basta que se ponga "ciudad de Lima" por ejemplo y duración que diga "indefinida".

Fuente de información: Grupo Romero

5.2. Licencia de funcionamiento



¿Es necesario tramitar el Certificado de Compatibilidad de Uso como requisito para solicitar mi Licencia de Funcionamiento?

No es un requisito tramitar el Certificado de Compatibilidad de Uso, por cuanto éste requisito fue anulado a través de: Ley N° 28976 Marco de Licencia de Funcionamiento.

¿Es necesario contar con RUC para solicitar mi Licencia de Funcionamiento?

Sí es necesario contar con el número de RUC, por cuanto es un requisito establecido en la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.

¿Si soy extranjero puedo tramitar una Licencia de Funcionamiento?

Si es extranjero puede tramitar la Licencia de Funcionamiento, siempre que cuente con el número de RUC respectivo y el Carné de Extranjería vigente.

¿Si mi local está ubicado en un edificio, galería o centro comercial, podré obtener mi licencia de funcionamiento sin ningún problema?

Para obtener una licencia de funcionamiento en un local ubicado en un edificio, galería o centro comercial, éste deberá contar con el Certificado de Seguridad en Defensa Civil de Detalle por la totalidad de la instalación y las áreas comunes, tal

como lo resuelve el D.S. N° 066-2007-PCM, además estará sujeta a la compatibilidad de uso del suelo.

¿Requiero informar estacionamientos para tramitar mi Licencia de Funcionamiento?

Sí es necesario informar el número de estacionamientos con los que se cuenta, por cuanto es un requisito establecido en la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, a razón de 1 cada 20 m². De área útil en zona residencial, 1 cada 40 m². De área útil en zona comercial y 1 cada 16 m². De área de comedor, en el caso de restaurantes. En otros casos específicos, el requerimiento de estacionamientos y las excepciones respectivas, se encuentran regulados en la Ordenanza N° 342-11-MM y Ordenanza N° 348-11-MM.

¿Requiero informar estacionamientos para tramitar mi Licencia de Funcionamiento, aun cuando ninguno de los trabajadores de mi local cuenta con carro?

Sí es necesario informar estacionamientos, aun cuando los trabajadores del local no cuenten con vehículos, teniendo en cuenta que es indispensable cumplir con las normas vigentes y evitar molestias al vecindario con el estacionamiento de vehículos en la vía pública, ya sea de los clientes o visitantes del local.

¿Cuánto tiempo de vigencia tiene la Licencia de Funcionamiento?

La Licencia de Funcionamiento tiene vigencia indeterminada, pudiéndose otorgar Licencia de Funcionamiento Temporal, cuando así sea requerido expresamente por el solicitante, tal como lo establece el Artículo 11° de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.

¿Cuánto tiempo demora el trámite para obtener la Licencia de Funcionamiento?

El trámite de la Licencia de Funcionamiento toma como máximo quince días hábiles, desde la fecha de ingreso del expediente.

¿Una vez presentado mi expediente de licencia ya puedo abrir mi local?

No puede abrir, sólo podrá hacerlo obtenida la Licencia de Funcionamiento respectiva, ya que se trata de un trámite de evaluación previa con silencio administrativo positivo.

¿Puedo continuar trabajando con la licencia de funcionamiento de un familiar recientemente fallecido?

No, porque la Licencia de Funcionamiento es personal e intransferible. Y la nueva licencia estará sujeta a la compatibilidad de uso del suelo.

¿Una persona que tiene licencia de funcionamiento me puede traspasar su licencia?

No, porque la Licencia de Funcionamiento es personal e intransferible y la nueva licencia estará sujeta a la compatibilidad de uso del suelo.

¿A quién le corresponde sacar licencia de funcionamiento? ¿Al dueño del local o al inquilino?

La licencia de funcionamiento del local deberá ser tramitada por la persona o razón social que conducirá el local, sea éste propietario o inquilino.

¿Tengo que tener acondicionado el local para solicitar la Licencia de Funcionamiento?

Sí es necesario que el local se encuentre acondicionado, antes de solicitar la licencia, por cuanto se realizará la inspección ocular a las 48 horas de presentado el expediente.

¿Es necesario tramitar el Certificado de Defensa Civil antes de la Licencia de Funcionamiento?

No es necesario para locales de menos de 100 m². Para locales de más de 100 m². Y menos de 500 m²., formará parte del procedimiento de la Licencia de Funcionamiento y para locales de más de 500 m²., deberá contar con el Certificado de Seguridad de Defensa Civil de Detalle, emitido por la Municipalidad de Lima.

¿Cada vez que el dueño alquile el local, el nuevo inquilino deberá sacar licencia de funcionamiento?

Sí, cada vez que el local sea tomado por un nuevo inquilino éste debe tramitar la licencia de funcionamiento, previo cese de la Licencia de Funcionamiento anterior (Ver trámite de Cese de Licencia).

¿Si observo que el local que pretendo arrendar está rodeado de “locales comerciales”, será factible que me otorguen una licencia de funcionamiento?

La factibilidad del otorgamiento de una Licencia de Funcionamiento, no dependerá de las características comerciales del entorno, sino de la zonificación vigente del predio, ya que puede darse el caso que los locales comerciales vecinos cuenten con licencias de funcionamiento antiguas y se mantienen en funcionamiento, por los derechos adquiridos antes del cambio de zonificación actual.

¿Puedo obtener una Licencia de Funcionamiento para el giro de Oficina Administrativa “a puerta cerrada” en un predio de zonificación residencial?

El otorgamiento de una Licencia de Funcionamiento para el giro de Oficina Administrativa “a puerta cerrada”, en una zona residencial RDB (Residencial de Densidad Baja), no está permitida en el distrito de Miraflores. Únicamente se permitirá en vías metropolitanas de zonas RDM, RDA y RDMA, señaladas como tales en el Anexo No. 02 de la Ordenanza N° 920-06-MML, además en las Avenidas Mayor Arce de la Oliva, La Paz, tejada y Vasco Núñez de Balboa, excepto los Malecones. Sin publicidad exterior y con estacionamientos al interior del lote.

¿Pueden otorgarse más de una licencia en un local?

De acuerdo a lo regulado por la Ordenanza No. 389-MM, es factible el otorgamiento de más de una Licencia de Funcionamiento en un solo local, siempre que la suma de las áreas autorizadas no superen el área total del local y los giros a desarrollar sean compatibles entre sí, tal como lo establecen los artículos 14° y 53° de la citada norma.

¿Puedo ejercer mi actividad como profesional independiente en mi vivienda?

De acuerdo a lo regulado por el Índice de Usos, es factible ejercer la actividad profesional en una vivienda existente, siempre que el solicitante sea el residente del predio (viva allí), cuente con título profesional, lo solicite como persona natural y utilice un área máxima de 40 m². Para fines de su actividad y el área restante para uso residencial (respetando el área mínima de vivienda). No se permite publicidad exterior ni modificación de fachada y debe contar con dos estacionamientos propios, al interior del lote.

Huerta Nuestra es un proyecto de restaurante ecológico con un bio huerto proveedor de insumos orgánicos, este se encuentra ubicado dentro de la categoría 2, ya que cuenta con más de 100 metros cuadrados en su construcción futura.

REQUISITOS PARA LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO:

1. Solicitud de licencia de funcionamiento, con carácter de Declaración Jurada (R.U.C y D.N.I) página web: www.miraflores.com.pe
2. Declaración Jurada de representación legal en el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, señalando que su poder se encuentra vigente. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá de carta poder simple.
3. Declaración Jurada de Observancia de condiciones de seguridad en defensa Civil.
4. Cumplir con los requisitos para la ITSDC plano de señalización, evacuación-Ruta, Plano a escala (1/50) con medidas, Plan de seguridad firmado por el titular.
5. Certificado de Inspección técnica de Seguridad en Defensa Civil de detalle o Multidisciplinaria.
6. Plano de señalización

5.3. Legislación Laboral

El horario de atención al cliente en nuestros restaurantes se realizará de lunes a sábados durante el almuerzo de 12 del mediodía a 3 de la tarde y en la cena de 6 de la tarde a 11 de la noche y los domingos sólo contaremos con un almuerzo desde las 12 del mediodía hasta las 4 de la tarde.

En el horario para el personal de cocina es de lunes a domingo, para ellos contaremos con dos turnos, el de la mañana los trabajadores ingresarán a nuestro local debidamente uniformados desde las siete de la mañana hasta las cuatro de la tarde y para el segundo turno de tarde tenemos desde las 12 del mediodía hasta las nueve de la noche, quedándose solo el chef o encargado en la producción hasta el cierre del local.

Para el horario de la oficina de administración será un horario partido ya que contaremos con un personal desde las nueve de la mañana hasta las 12 del mediodía, teniendo media hora de refrigerio para luego volver quedándose hasta las cinco de la tarde, este horario también es de lunes a sábados.

En nuestra huerta nos preocupamos de nuestro personal de las horas laboradas, es por ellos que contamos con un plan para cada trabajador.

Todos ellos tendrán derecho a:

Jornada laboral de 48 horas, descanso dominical, descanso en días feriados no laborales, vacaciones de 15 días, remuneración acordada con el empleador, compensación por tiempo de servicios, gratificación por fiestas patrias y navidad, seguro social si trabaja como mínimo cuatro horas diarias.

5.4. Legislación Tributaria

Normas emitidas por la autoridad metropolitana

- Ordenanza N° 920-MML, publicada el 30 de marzo 2006, Aprueba el Reajuste Integral de la Zonificación de los Usos del Suelo del distrito de Miraflores conformante del Área de Tratamiento Normativo III de Lima Metropolitana ([PDF](#))

- Ordenanza N° 1012-MML, publicada el 29 de abril 2007, Aprueba el Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas del distrito de Miraflores ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1305-MML, publicada el 30 octubre 2009, Modifica en su Artículo Primero el Plano de Zonificación de los Usos del Suelo de Lima Metropolitana correspondiente al distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, (Plano N° 01 - Anexo N° 01) aprobado con la presente Ordenanza, de Zona de Otros Usos (OU) a Zona de Reglamentación Especial (ZRE - Centro Empresarial, Cultural y de Convenciones), al terreno del ex Cuartel San Martín, cuya área total es de 68,400.00 m², ubicado entre la Av. Del Ejército, Calle Jorge Polar, Av. Prolongación Angamos - Av. General Córdova (Vía Arterial) y el límite con el distrito de San Isidro, en donde se ejecutará el Proyecto Centro Empresarial, Cultural y de Convenciones (en adelante ZRE-CECC) ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1348-MML, publicada el 11 febrero 2010, Modifica en su Artículo Primero el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, aprobado mediante la presente Ordenanza, de Residencial de Densidad Baja (RDB) a Educación Básica (E1), cuya área es de 544.00 m² y está ubicado en la Av. General Montagne N° 386 esquina con la Calle José Mariano Villegas N° 155-165, Mz. D1, Lote 07 de la Urbanización La Aurora ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1402, publicada el 04 julio 2010, Modifica en su Artículo Primero el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, aprobado mediante la presente Ordenanza, de Zona Paisajista (ZP) a Zona Turística - 2 (ZT-2), para el predio denominado “Ex Planta de Transferencia de Residuos Sólidos”, cuya área es de 7,573.32 m², sumado a otras zonas colindantes, tales como, el Estadio Municipal Niño Héroe Manuel Bonilla, y la parte superior de los acantilados contiguos al área en mención, haciendo un área total de intervención de 11,832.93 m², para ser destinado al denominado Museo Lugar de la Memoria ([PDF](#))

- Ordenanza N° 1443, publicada el 16 octubre 2010, Modifica en su Artículo Primero el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, aprobado mediante la presente Ordenanza, de Residencial de Densidad Media (RDM) a Comercio Vecinal (CV) del predio cuya área es de 653.93 m² ubicado en la Av. Vasco Núñez de Balboa N° 730, haciendo extensivo dicho cambio a los predios ubicados con frente al inmueble del recurso y a la Av. Vasco Núñez de Balboa, según se aprecia en el Gráfico N° 01 que como Anexo forma parte integrante de la citada Ordenanza ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1457, publicada el 19 noviembre 2010, Precisa en su Artículo Primero, la Corrección Gráfica el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores aprobado por la presente Ordenanza, restituyendo la calificación a Hospital General - H3, al predio correspondiente a la Clínica Oncológica Miraflores, ubicada en Calle Independencia N° 1055; de conformidad con lo establecido en los Planos de Zonificación anteriores del Distrito de Miraflores aprobados por Ordenanza N° 143 y 237-MML, del 19 de abril del año 1998 y 20 de octubre del año 1999, respectivamente ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1537, publicada el 13 de julio de 2011, Modifica en, su Artículo Primero, la Ordenanza N° 1012-MML, publicada en el Diario Oficial El Peruano el 29 de abril del 2007, que aprueba el Índice de Usos para la Ubicación de Actividades Urbanas del Distrito de Miraflores, incorporando en el Código CIU D154101 PANADERIAS Y PASTELERIAS correspondientes a la categoría D1541 ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA del Índice de Usos para las Actividades Urbanas como Usos Conformes para todas las zonas comerciales en los sectores urbanos A, B y C del Distrito de Miraflores ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1600, publicada el 09 mayo 2012, Rectifica, en su Artículo Primero, el Plano de Zonificación del distrito de Miraflores, aprobado por la presente Ordenanza, precisando el nivel de Equipamiento Educativo E4, para el predio de propiedad de la Universidad Cayetano Heredia, ubicado en la Av. Armendáriz N° 445-495 de la Urbanización Quebrada de

Armendáriz, correspondiendo al resto del predio la calificación de Residencial de Densidad Media, de conformidad con el Gráfico N° 01 que como anexo forma parte integrante de la citada Ordenanza, el mismo que será publicado en la página web de la Municipalidad Metropolitana de Lima ([PDF](#))

- Ordenanza N° 1602, publicada el 09 mayo 2012, Modifica en su Artículo Primero, el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, aprobado mediante la presente Ordenanza, de Residencial de Densidad Baja (RDB) a Residencial de Densidad Media (RDM), para los predios ubicados en ambos frentes de las cuadras 5, 6 y 7 de la Av. Ernesto Diez Canseco, entre la Av. Paseo de la República y el Parque Tradiciones, de conformidad con el Gráfico N° 01 que como Anexo forma parte integrante de la citada Ordenanza, el mismo que será publicado en la página web de la Municipalidad Metropolitana de Lima ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1603, publicada el 09 mayo 2012, Modifica en su Artículo Primero, el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, aprobado mediante la presente Ordenanza, Residencial de Densidad Muy Alta (RDMA) a Otros Usos (OU) para el predio ubicado en la Av. Paseo de la República N° 4420-4424-4430 esquina con Calle Salaverry N° 466-480, solicitado por el señor Maeng Choon Park en representación de la Asociación Religiosa Iglesia Cristiana Coreana Unida del Perú ([PDF](#))
- Ordenanza N° 1677, publicada el 17 marzo 2013, Modifica en su Artículo Primero, el Plano de Zonificación del distrito de Miraflores, provincia y departamento de Lima, aprobado mediante la presente Ordenanza, de Residencial de Densidad Media (RDM) a Comercio Vecinal (CV) aproximadamente a la mitad de la cuadra 6 lado par (lote con número 660) de la Av. Vasco Nuñez de Balboa, hacia la Av. Reducto, quedando como Residencial de Densidad Media (RDM) los lotes hacia la Calle Melitón Porras, debiéndose resaltar que la cuadra 6 de Balboa es de una longitud

superior al promedio, con aproximadamente 170 ml., por lo cual el lado impar está separado por una vía local, formando dos manzanas ([PDF](#))

- [Ordenanza N° 1759](#), publicada el 13 enero 2014, Declara en su Artículo Primero, Desfavorable las peticiones de cambio de zonificación que se indican en el citado artículo, manteniendo la vigencia del Plano de Zonificación de los Usos del Suelo correspondiente al Distrito de Miraflores, aprobado por presente Ordenanza ([PDF](#))
- [Ordenanza N° 1839](#), publicada el 19 diciembre 2014, Modifica en su Artículo Primero, el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, aprobado mediante Ordenanza N° 920-MML publicado en el Diario Oficial El Peruano el 30 de marzo del 2006, tal como se detalla en el citado Artículo ([PDF](#))
- [Ordenanza N° 1884](#), publicada el 03 junio 2015, Declara en su Artículo Primero, desfavorable la petición de cambio de zonificación, que se indica en el citado artículo, manteniendo la vigencia del plano de zonificación de los usos del suelo correspondiente al Distrito de Miraflores, aprobado por la presente Ordenanza y modificatorias ([PDF](#))
- [Ordenanza N° 1909](#), publicada el 12 noviembre 2015, Modifica en su Artículo Primero, el Plano de Zonificación del Distrito de Miraflores, Provincia y Departamento de Lima, aprobado mediante la presente Ordenanza, tal como se detalla en el citado artículo ([PDF](#))
- [Ordenanza N° 1912](#), publicada el 23 de noviembre 2015, Modifica en su Artículo Primero, la Ordenanza N° 1012-MML (Publicada en el Diario Oficial El Peruano el 29 de abril del 2007), y sus modificatorias, que aprueba el índice de usos para la ubicación de actividades urbanas del distrito de Miraflores, incorporando en la codificación CIU del Código 0919902 “Actividades de Representación de Apoyo a Servicios Comunales y Educativos” del índice de usos para las actividades urbanas como uso conforme para todas las zonas en los sectores urbanos A, B y C del Distrito de Miraflores, dirigida a establecimientos orientados al adulto mayor y para actividades sin fines de lucro ([PDF](#))

- Ordenanza N° 1924-MML, publicada el 01 de enero 2016, dispone en su Artículo Único, la Publicación en la página web de la Municipalidad Metropolitana de Lima, el Anexo N° 1 correspondiente al Artículo Segundo y el Anexo N° 2 correspondiente al Artículo Tercero de la Ordenanza N° 1912 ([PDF](#))

Normas emitidas por la autoridad distrital

- Ordenanza N° 389-MM, publicada el 19 de septiembre 2012, que Regula las Licencias de Funcionamiento, Autorizaciones Derivadas, Autorizaciones Conexas y Autorizaciones Temporales en el distrito de Miraflores ([PDF](#))
- Ordenanza N° 406, publicada el 21 de octubre 2013, que Modifica Diversos Artículos de la Ordenanza N° 389/MM que regula las Licencias de Funcionamiento, Autorizaciones Derivadas en el distrito de Miraflores ([PDF](#))
- Ordenanza N° 414, publicada el 10 de febrero 2014, que Modifica el Artículo 12 de la Ordenanza N° 389/MM que Regula las Licencias de Funcionamiento, Autorizaciones Derivadas, Autorizaciones Conexas y Autorizaciones Temporales en el distrito de Miraflores ([PDF](#))
- Ordenanza N° 342-MM, publicada el 10 de febrero 2011, Se Aprueban los Parámetros Urbanísticos y Edificatorios y Condiciones Generales de Edificación en el distrito de Miraflores ([PDF](#))
- Ordenanza N° 348-MM, publicada el 19 de mayo 2011, Regula la Calidad de las actividades comerciales, profesionales y de servicios en el distrito de Miraflores ([PDF](#))

Legislación Complementaria

- Sección del Texto Único de Procedimientos Administrativos de la Municipalidad de Miraflores referido a Licencias de Funcionamiento ([PDF](#))
- Decreto Supremo N° 058-2014-PCM, Aprueba el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones ([PDF](#))
- Ley N° 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General ([PDF](#))

- D.S N° 004-2011-VIVIENDA, publicado el 17 de junio 2011, que Aprueba el Reglamento de Acondicionamiento Territorial y Desarrollo Urbano ([PDF](#))

Infracciones y Sanciones

- Ordenanza N° 376-MM, Aprueba el Régimen de Aplicación de Sanciones Administrativas de la Municipalidad de Miraflores ([PDF](#))

Fuente: Municipalidad de Miraflores

5.5. Legislación Ambiental

En esta parte de nuestro proyecto seremos muy estrictos ya que la base de una buena alimentación se ve también en la limpieza no solo de sus productos sino también del local. Para ello contaremos con las siguientes normas:

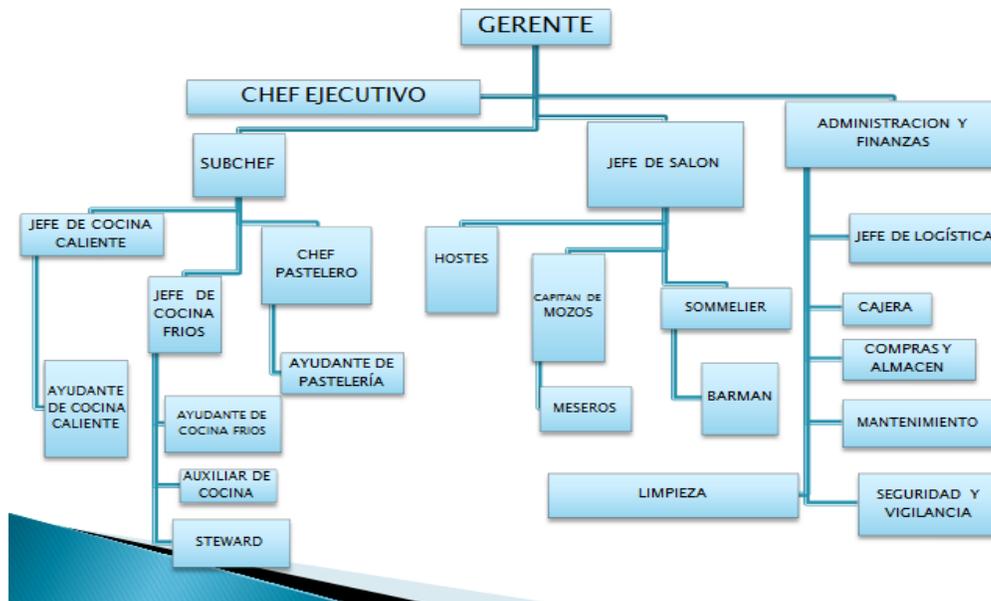
- ▶ Reglamento sanitario para las actividades de saneamiento ambiental en viviendas y establecimientos comerciales, industriales y de servicios.
- ▶ Decreto Supremo Nro. 022-2001-SA.
- ▶ Norma sanitaria para trabajos de desinsectación, desratización, desinfección, limpieza y desinfección de reservorios de agua, limpieza de ambientes y de tanques sépticos.
- ▶ Resolución Ministerial Nro. 449-2001-SA-DM.
- ▶ Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines.
- ▶ Resolución ministerial Nro. 363-2005/MINSA.
- ▶ Norma sanitaria para la aplicación del sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas.
- ▶ Norma HACCP 449-2006-SA.

Acciones para realizar la obtención del Certificado Green:

- ▶ Ahorro de energía y agua

- ▶ Reciclaje de materias primas (sin sacrificar la propuesta culinaria)
- ▶ Ambientación del local
- ▶ Concepto inteligente de utilización y reciclaje de recursos
- ▶ Aprovechar al máximo la iluminación del local
- ▶ Utilización de Focos ahorradores LED's , Tecnología ecológica en iluminación.
- ▶ Reutilización de madera, muebles de cuero reciclado.
- ▶ La decoración del local incluirá plantas vivas que ayudan a absorber los gases residuales de los espacios cerrados, a la vez contribuyen al ahorro de agua al ser especies nativas que requieren poco riego.
- ▶ Para obtener el certificado Green contaremos con un programa de reciclaje de computadoras y papel
- ▶ Uso de productos biodegradables
- ▶ La implementación de programas de limpieza ecológico y orgánico.
- ▶ Sistema de Reciclaje de aceite usado.
- ▶ No solo resulta beneficiosa para la empresa sino que demuestra también una preocupación y una disposición favorable hacia el cuidado del medio ambiente

6.1. Organigrama funcional



Liderado por el gerente de alimentos y bebidas ya que es indispensable las ideas innovadoras y la tecnología que hoy en día necesitamos para comandar un restaurante de cinco tenedores, luego sigue el Chef Ejecutivo que se encargará de la realización de la carta menú, así como también de los horarios y labores del personal de la cocina. El subchef continua después del chef ejecutivo ya que éste se encarga de todo en caso el Chef no esté, el jefe de cocina de caliente y fríos necesitarán la ayuda de sus respectivos ayudantes y el steward para terminar con la sección del área de cocina. Luego pasamos al jefe de salón, éste tiene que concordar con el capitán de mozos y los respectivos horarios y obligaciones de los meseros. También el sommelier debe ocuparse de la cava de los vinos como el barman de los licores y expendios de bebidas alcohólicas y no alcohólicas también. Por ultimo tenemos al área de administración y finanzas, empezando por el jefe de logística que se encargará de todo nuestro financiamiento y presupuesto, a su vez estará también en contacto directo con compras y almacén, ellos también deben velar por el mantenimiento del local, la cajera del restaurante estará ubicada junto con la seguridad y vigilancia del local.

6.2. Forma de contratación

El contrato de trabajo es un acuerdo voluntario entre una persona natural y una persona jurídica o natural, por el cual el primero se obliga a poner en disposición del segundo su propio trabajo (subordinación) a cambio de una remuneración

El contrato da inicio a la relación (vínculo) laboral, generando un conjunto de derechos y obligaciones para el trabajador y el empleador (partes), así como las condiciones dentro de las cuales se desarrollará dicha relación laboral, agrega el docente.

Es importante resaltar que para la existencia del contrato de trabajo es necesario que concurren los tres elementos esenciales: Prestación personal del servicio, Remuneración y Subordinación.

Tipos de contratos de trabajo

En Perú existen varios tipos de contratos. A continuación, con ayuda del docente Carrillo, detallamos cuáles son los más habituales en el sector privado y sus características:

Contrato a plazo indeterminado o indefinido: este tipo de contrato tiene fecha de inicio pero no una fecha de terminación, en el entendido de que puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite el despido del trabajador. Puede celebrarse en forma verbal o escrita. Por lo tanto, no es necesario que el trabajador exija un contrato escrito, pero sí asegurarse de estar registrado en las planillas de la empresa para recibir todos los beneficios que por ley ofrece el sistema laboral peruano.

Una manera de comprobar es a través de los boletos de pago o remuneración, ahí consta la fecha de inicio.

El trabajador bajo este tipo de contrato va a gozar de todos los beneficios laborales que brinda la ley: asignación familiar, compensación por tiempo de servicios, gratificaciones, vacaciones, entre otros.

Contrato a plazo fijo o determinado: también llamados Sujeto a Modalidad. Es aquel donde la prestación de servicios se da por un tiempo determinado y se celebra por una necesidad específica.

El plazo de duración máximo no podrá superar los 5 años. Si sobrepasa este plazo, el trabajador pasa a la condición de indeterminado.

Este tipo de contrato debe celebrarse por escrito y, obligatoriamente, registrarse ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días naturales de su celebración. El contrato debe especificar la causa concreta de contratación y fijar una fecha de inicio y de terminación.

Subdivisión de los tipos de contratos sujetos a modalidad

Dentro de la legislación laboral peruana encontramos tres tipos de contratos sujetos a modalidad, quienes a su vez se dividen en tres subgrupos:

Temporal: inicio de actividad, necesidad mercado, reconvención empresarial.

Ocasional: ocasionalidad, suplencia y emergencia.

Accidental: específico, temporada e intermitente.

Los trabajadores bajo esta modalidad le corresponden los mismos beneficios que poseen los trabajadores con un contrato a plazo indeterminado, como también derecho a la estabilidad laboral mientras dure el contrato una vez superado el tiempo de prueba.

Contrato a tiempo parcial: se celebran cuando el horario de trabajo no supera las cuatro horas diarias. Este tipo de contrato, a diferencia de los contratos por plazo indeterminado o fijo, no cuentan con el beneficio de vacaciones, pago de CTS y del

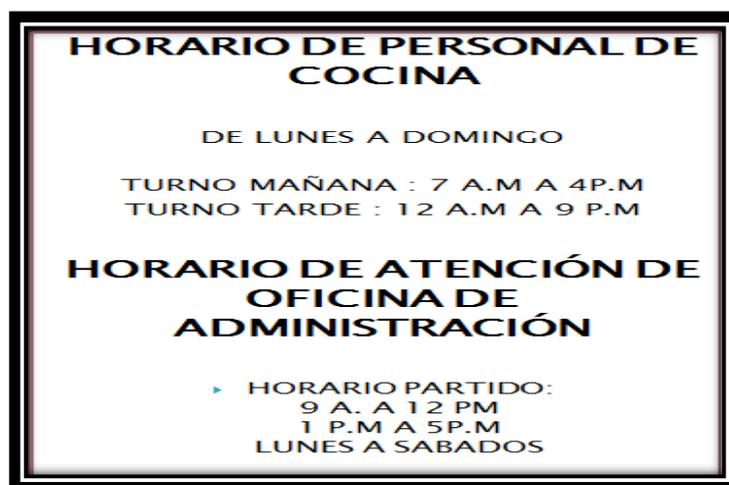
derecho a la indemnización por despido arbitrario. El contrato se debe presentar por escrito y registrar ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días posteriores a su celebración.

Los trabajadores de Huerta Nuestra Restaurante Ecológico contarán con un contrato fijo y directo a planilla.

Los contratos a plazo fijo se celebran por escrito y deben presentarse ante el Ministerio de Trabajo (Mintra) dentro de los 15 días posteriores, explicando la causa objetiva que motiva la contratación.

De no firmarse apenas se ingrese a laborar y si transcurren tres meses de prueba, el trabajador puede negarse a suscribir el contrato que se le presente después “en vía de regularización”, pues ya habrá obtenido la estabilidad laboral y el empleador no podrá despedirlo sin mediar una causa justa.

6.3. Horarios de Trabajo



El horario de nuestro personal será de lunes a domingo de siete de la mañana a cuatro de la tarde los del primer turno y luego el turno tarde entrará de 12 del mediodía hasta las nueve de la noche. Para el horario de oficina será desde las nueve de la mañana luego almuerzan y regresan a la 1 hasta las cinco de la tarde porque será un horario partido.

6.4. Formas de Pago

ESPECIFICACIONES DE MANO DE OBRA					
AREA	CANTIDAD	ESPECIALIDAD	TURNO	REMUNERACION	TIPO DE CONTRATO
COCINA	1	Cheff ejecutivo	Tarde Noche	S/.3,500	PLANILLA
	2	Jefe de cocina Caliente / frio		S/.2,000	
	1	Pastelero		S/.2,000	
	3	Ayudantes de cocina		S/.1,300	
	1	Stewart		S/.900	
SALON	1	Jefe de salon	Tarde Noche	S/.1,800	
	2	Hostess		S/.1,300	
	1	Capitan de mozo		S/.1,600	
	4	Mesero		S/.1,300	
	1	Sommelier		S/.2,000	
	1	Barman		S/.1,800	
ADMINISTRACION	1	Finanzas	Tarde Noche	S/.1,500	
	1	Logística		S/.1,500	
	2	Cajera		S/.1,500	
	2	Compra y almacen		S/.1,200	
	1	Mantenimiento		S/.1,200	
	2	Limpieza		S/.1,300	
	1	Seguridad / Vigilancia		S/.1,400	

Fuente diapositiva N° 18 Formato Estudio Técnico

6.5. Beneficios Sociales

Existen beneficios sociales que son más conocidos que otros, bien por su mayor utilización o prestigio, así que mostramos una lista de los beneficios sociales más importantes en la empresa:

- El plan de pensiones. Supone un plan de previsión que garantizan a los empleados una jubilación más digna en el futuro, y que se convierte en un complemento a la jubilación habitual.
- Los seguros de vida, accidentes o invalidez. Para tener la seguridad de que si les pasa algo ni ellos mismos ni su familia se encuentren desprotegidos en circunstancias adversas no esperadas.

- El seguro médico. Tan bueno para la empresa como para el trabajador, ya que el empleado recibe la atención médica que necesita cuando la necesita, sin tener que esperar largas colas de espera.
- Dietas y desplazamientos. Muchos empleados reciben bonos de comida, pagos de dietas o desplazamientos no habituales. Sobre todo está muy extendido el hecho de los bonos de comida para empleados en las grandes capitales pagando un costo de las comidas que si bien no llega a la totalidad puede ser interesante.
- Ropa y material de trabajo.
- El seguro dental.
- Cursos o seminarios de formación para el reciclaje profesional o adquirir unos mayores conocimientos.
- Material de trabajo como ordenadores, coches, internet o teléfonos móviles de empresa.
- Las cestas de empresa. Son un incentivo muy interesante que suelen dar las empresas a sus empleados durante la navidad. Pueden ser cestas completas con jamón incluido, cestas más básicas o unas botellas de bebidas alcohólicas para celebrar las fechas.
- El aguinaldo. En navidad muchas empresas dan el aguinaldo a sus empleados.
- La guardería en la empresa. Ideal para los empleados que tienen niños y no pueden contratar a una empleada del hogar o una guardería, o si lo tienen no existen plazas.
- Algún elemento de la producción de la empresa: productos o servicios que se ofrecen, una cierta cantidad o descuentos importantes para empleados.

En el campo de los beneficios sociales de las empresas existen muchas posibilidades interesantes, de manera que el empleado se sienta fiel a la empresa, parte de ella, valorado y adquiera la cobertura de unas necesidades que de por sí no habría podido gastarse. De esta manera, los empleados rinden mejor porque se sienten más a gusto ofreciendo más beneficios a la empresa que por otra parte también se ahorra los gastos de selección y formación de nuevos empleados,

garantizándose así personas que trabajen para la empresa de manera fiel y con conocimientos y experiencia en el sector.

Algunos consejos para reconocer la labor y los logros de los empleados son:

- No reconocer siempre todo ni excederse en halagos, ya que puede parecer que se hace sólo por cumplir o sin sentirlo
- No dar siempre reconocimientos o incentivos económicos, en ocasiones con un bien hecho o una felicitación por el trabajo es suficiente
- No sólo hay que reconocer los logros de los mejores, a veces también el esfuerzo de los que “no lo hacen tan bien”, el sacrificio o dedicación. Todos los trabajadores deben sentirse valorados de vez en cuando
- En ocasiones especiales, hacer un reconocimiento público en una pequeña reunión o haciéndolo cuando están los compañeros presentes
- Reconocer pequeñas cosas es tan importante como valorar la consecución de ciertos objetivos o metas empresariales
- De vez en cuando premiar a los mejores empleados. Puede haber un reconocimiento de empleado del mes o algún regalo por cumplir ciertos objetivos. El premio se ha de adecuar tanto al empleado como al logro obtenido
- Recompensa las buenas ideas, agradece las sugerencias
- Utilizar la técnica sándwich en ocasiones, reconociendo algo bueno pero comentando algo que se debe mejorar, para que los empleados no se relajen de más
- No se debe castigar a los empleados, o hacerlos sentir mal, por no conseguir lo que se esperaba de ellos, sino animarlos a que lo consigan y dándole consejos para hacerlo

Se pueden reconocer: logros puntuales, metas u objetivos alcanzados, cierto tiempo en un puesto o en la empresa, mejora de habilidades o conocimientos, ascensos en la empresa, premios o reconocimientos fuera de la empresa, logros del negocio y todo aquello que se considere necesario.

6.6. Manual de Funciones

El Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento normativo donde se describe las funciones, objetivos, características, los requisitos y responsabilidades de cada cargo que se desarrolla en una organización, así también un conocimiento integral de este, permitiendo un mejor desarrollo del ente en la sociedad.

El MOF proporciona información a los servidores, Directivos y Funcionarios sobre sus funciones y ubicación dentro de la estructura general de la organización.

Importancia

- Facilita el proceso de inducción del personal y permite el perfeccionamiento y/o orientación de las funciones y responsabilidades del cargo al que han sido asignados, así como aplicar programas de capacitación.
- Determina las funciones específicas, responsabilidad y autoridad de los cargos dentro de la estructura orgánica de cada dependencia
- Proporciona información a los funcionarios y servidores sobre sus funciones específicas, su dependencia jerárquica y coordinación para el cumplimiento de sus funciones.

Elaboración de un MOF

- Primero se creara un equipo técnico para la elaboración del MOF

PUESTO DE TRABAJO	NIVEL DE EDUCACION	DESCRIPCION DE TAREAS
CHEF DE PASTELERIA	Licenciatura en Pastelería y Repostería <ul style="list-style-type: none"> • Pastelería clásica • Pastelería moderna • Elaboración de panes 	Su misión es la misma que la del chef pero dentro de su especialidad, depende directamente del jefe de cocina.
AUXILIAR DE COCINA	Técnico en Cocina Diplomado en Repostería	Su tarea empieza cuando algún personal en la cocina está ausente
AYUDANTE DE COCINA	Técnico en Cocina Diplomado en Repostería	Trabaja a órdenes de los cocineros realizando trabajos sencillos y mecánicos
STEWART	Técnico en Cocina Diplomado en Repostería <ul style="list-style-type: none"> • Paciencia y muchas ganas de aprender. 	Se encarga de lavar y refregar la batería dentro del área de cocina, así como también de la limpieza general de ella. Suele ser el último personal en salir acabando el turno de trabajo.

PUESTO DE TRABAJO	NIVEL DE EDUCACION	DESCRIPCION DE TAREAS
JEFE DE SALON	SUPERIOR <ul style="list-style-type: none"> • Técnico en servicios y atención al cliente 	Organizar y supervisar los procesos de aprovisionamiento de bebidas y realización del servicio de alimentos y bebidas, prestando asistencia técnica y operativa y dando asesoramiento y atención especial a los clientes.
HOSTES	SUPERIOR <ul style="list-style-type: none"> • Técnico en servicios y atención al cliente 	Recibe al cliente Lleva el control de las mesas que están ocupadas. Hace sentir cómodo al cliente mientras se le asigna una mesa.
CAPITAN DE MOZOS	SUPERIOR <ul style="list-style-type: none"> • Técnico en servicios y atención al cliente 	Supervisión de mozos en general Contacto directo con el Chef Servir al comensal los platos con la calidad y el servicio asignado
MESERO	SUPERIOR <ul style="list-style-type: none"> • Técnico en servicios y atención al cliente 	Servicio americano, tiempo programado de servicio, estar atento a las exigencias del comensal. Contacto directo con la cocina
SOMELLIER	Licenciatura en Enología <ul style="list-style-type: none"> • Enólogo • Técnica de descorchado • Uso de material didáctico 	Se encarga de la selección de vinos Coordinación con el Chef para el maridaje y concordancia del plato Ubicará técnicamente cada uno de los vinos en la cava o vinoteca
BARMAN	Licenciatura en Bar y Coctelería <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de costos e insumos 	Preparación de las bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

PUESTO DE TRABAJO	NIVEL DE EDUCACION	DESCRIPCION DE TAREAS
ADMINISTRADOR	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración y negocios • Manejo de software 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de personal • Toma de decisiones • Trato directo con proveedores
JEFE DE LOGÍSTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado de ingeniería industrial • Conocimiento en logística pura 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de personal • Toma de decisiones • Trato directo con proveedores
CAJERA	Manejo de Caja Conocimiento en Presupuestos Manejo de programación Excel	Contacto directo con el mesero Encargada de dar las cuentas al departamento de logística
ALMACENERO	SUPERIOR	Se encarga de las compras de insumos en general.
JEFE DE MANTENIMIENTO	Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía	Se encarga de supervisar y controlar el manejo de los equipos e insumos activos. Coordinar fechas de mantenimiento y fumigación del local
SEGURIDAD	SUPERIOR	Encargado de velar con la seguridad tanto del local como del personal y clientes dentro del centro de establecimiento.
DPT. LIMPIEZA	SUPERIOR	Coordinar los estados de limpieza dentro y fuera del local

Fuente: Información de Formato Ejecutivo

El MOF contiene, esencialmente la estructura organizacional, comúnmente llamada organigrama y la descripción de las funciones de todos los puestos en la empresa. También se suelen incluir en la descripción de cada puesto el perfil y los indicadores de evaluación.

Hoy en día, se hace mucho más necesario tener este tipo de documentos, no solo porque todas las certificaciones de calidad (ISO, OHSAS, entre otras), lo requieran, sino porque su uso interno y diario minimiza los conflictos de áreas, marca responsabilidades, divide el trabajo y fomenta el orden, etc.

Como ven, la existencia del MOF en una organización es de vital importancia y por ello se debe cuidar el proceso de su elaboración.

¿Qué se necesita para elaborar un MOF?

- La participación y compromiso de toda la organización, especialmente de los líderes como promotores.
- Que los líderes que toman las decisiones separen unas horas para las decisiones referentes a estos temas.
- Formar un equipo técnico que lidere el proceso. Puede ser interno como externo.
- Que la organización tenga su plan estratégico vigente, pues sin esto no se podrá realizar el MOF
- Que el equipo técnico use una metodología para la elaboración del cronograma y para que el plan estratégico se refleje en las funciones.
- Hacer un plan de implantación de este manual. especialmente con los cambios fuertes.
- Poner el manual a plena disponibilidad del personal. Por ejemplo, colgarlo en la intranet institucional.

CAPÍTULO VII - ESTUDIO DE COSTOS, INGRESOS E INVERSIONES

7.1. Inversiones

7.1.1. Activos Tangibles

Dentro de los activos tangibles estamos considerando a los siguientes puntos con sus respectivos totales:



- Obras civiles S/. 5'400.00
- Maquinarias y equipos S/. 47'212.09
- Muebles, enseres y accesorios S/. 21'333.72

Esto nos da un total de **S/. 73'945.81** que es la inversión de activos tangibles.



7.1.2. Activos Intangibles

Dentro de los activos intangibles estamos considerando:

- Garantía del local
- Constitución de la empresa
- Licencia municipal de funcionamiento
- Marketing
- Entrenamiento del personal
- Registro de nombre comercial ante INDECOPI

Todos estos puntos nos dan un total de S/.1 449.030.00 que será la inversión que realizaremos para los activos intangibles.

7.1.3. Capital de Trabajo

Se tomó en cuenta los siguientes conceptos para la inversión del capital de trabajo



MATERIA PRIMA	S/2,035,756.80
MANO DE OBRA DIRECTA	S/17,892.00
CAJA Y BANCOS	S/102,682.44
OTROS	S/51,341.22
TOTAL	S/2,207,672.46



7.2. Ingresos

Los ingresos se dividieron en dos horas como se muestra en el cuadro, de las cuales se obtuvo un total de S/. 33,379,153.92 ingresos anuales.

- Ingreso en hora punta S/. 11,122,513.92
- Ingreso en horas normales S/. 22,256,640.00

7.3. Egresos

7.3.1. Costos de Materias Primas

El costo de la materia prima anual se sacó mediante una ecuación en la cual multiplicamos el costo de la materia prima mensual por el número de meses que trabajaremos, esto nos dio un total de S/. 2,172,441.60 nuevos soles que invertiremos anualmente.

7.3.2. Mano de Obra Fija y Eventual

En este caso por el momento solo trabajaremos con mano de obra fija y ya analizaremos si al pasar del tiempo incorporaremos algo eventual como practicantes o algunas personas de intercambio. Las áreas con la cuales trabajaremos están definidas y el monto de nuestra inversión se muestra anual en el siguiente cuadro:

AREAS DEL RESTAURANTE	Inv. Anual
<i>Administración</i>	46,980.00
<i>Área de cocina y servicio</i>	214,704.00
TOTAL	261,684.00



7.3.3. Gastos Administrativos y Ventas

En este punto se toma en cuenta los siguientes conceptos de inversión para poder conocer y analizar el total que la empresa debe invertir para poder lograr parte de sus objetivos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y MARKETING	
SUELDOS Y SALARIOS	46,980
ALQUILER	5,772,000
GASTOS DE MKT OPERATIVOS	44,000
ENERGIA ELÉCTRICA	1,800
COMUNICACIONES	4,200
TOTAL	5,868,980

7.4. Estructura de Costos Unitarios

Se realizó una estructura de costos donde obtuvimos el precio unitario de cada plato que serviremos en nuestro restaurante mediante nuestro menú, a continuación, se mostrará el precio de cada plato y el total de la preparación de un menú completo.

MENÚ DEL RESTAURANTE HUERTA NUESTRA	Costo especifico x plato
Lasagna	15.75
Penne al pesto	4.56
Panna cota	1.72
Limonada de muña	0.42
TOTAL	22.45

También se obtuvo el precio de venta, tomando en cuenta los aspectos intangibles y los que la ley manda como el IGV, que se muestra en el cuadro de abajo.

PRECIO DE VENTA		
COSTO DE INSUMOS	25%	22.45
MANO E OBRA	20%	17.96
GASTOS GENERALES	22%	19.76
UTILIDADES	33%	29.63
VALOR DE VENTA REAL	100%	89.80
IGV	18%	16.16
SERVICIO	10%	8.98
PRECIO DE VENTA	114.94	

CAPÍTULO VIII - EVALUACION

8.1. Flujo de Caja Económica y Financiera

FLUJO OPERATIVO	
Total, de ingresos	S/33,379,153.92
Total, de egresos	-S/27,251,683.00
Impuestos	-S/1,838,241.30
Depreciación	S/10,052.90
Amortización C.D	S/2,886.00
TOTAL	S/4,302,168.52



8.2 Criterios de Evaluación Económica y Financiera

8.2.1 Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN), sirve para determinar los niveles de rentabilidad del proyecto. Para este caso hemos utilizado una tasa de interés anual dada por el Banco Continental de 11.71% entonces el VAN es de S/. 17, 612,681.98 nuevos soles.

8.2.2 Tasa Interna de Retorno

Del flujo económico del restaurante se puede sacar que la tasa interna de retorno TIR es de 1835% que nos muestra que nuestro negocio es rentable.

8.2.3 Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión (PRI), viene a ser el periodo que se tardara el proyecto en devolvernos lo invertido. Se calcula que dentro de 5 años se recuperara lo invertido con un saldo de ganancia de S/. 4, 067, 692.16.

8.2.4 Relación Beneficio Costo

Se puede decir que la relación beneficio costo de nuestro proyecto es rentable ya que en el flujo económico nos muestra que es de 1.2 quiere decir que el beneficio supera el costo por lo que nuestro proyecto es rentable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Como resultado del estudio de mercado se ha podido comprobar que existe una demanda muy grande y esto se refleja en que solo pensamos captar el 5% del mercado efectivo, que asciende a 1818 personas que estarían interesadas en este negocio. Así mismo no existe una competencia directa en la zona y los pocos competidores indirectos no trabajan con productos orgánicos en su totalidad, lo cual es la diferenciación en nuestro producto.
- En relación al estudio técnico se puede considerar que los procesos para la prestación de los servicios no enfrentaran ningún tipo de restricciones ya que existen las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del negocio, así como la capacidad de producción solo representará el 5% del mercado efectivo.
- En cuanto al aspecto legal no habrá ningún tipo de restricción por el municipio y contaremos con suficiente personal capacitado, ya que estamos en Lima donde existe una oferta educativa lo suficientemente grande como para no tener problemas en la disponibilidad de mano de obra.
- Como resultado del estudio económico financiero se puede concluir que el proyecto es viable desde un punto de vista financiero ya que el VAN es mayor que cero, lo que significa que el proyecto nos devolverá la inversión total, recuperará el costo de oportunidad de capital y generará un beneficio positivo. Y por otro lado la tasa interna de retorno supera en forma amplia al costo de oportunidad de capital.