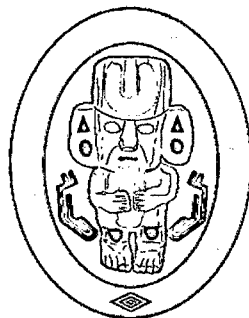


**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS**

**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN  
CAFÉ RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS”**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**Bach. José Milton Sánchez Cáceres**

**ASESOR:**

**Econ. Manuel A. Morante Dávila**

**CHACHAPOYAS - AMAZONAS - PERÚ**



**10 9 JUL 2012**



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**

---

**Ley de Creación N° 27347 – Res. Función. N° 114 – 2001**

---

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE  
MENDOZA DE AMAZONAS**

**RECTOR**

Dr. Vicente Marino Castañeda Chávez

**VICERECTOR ACADÉMICO**

Mg. Miguel Ángel Barrena Gurbillón

**VICERECTOR ADMINISTRATIVO**

Mg. Miguel Ángel Barrena Gurbillón

**DECANO**

Abog. Barton Gervasi Sajami Luna

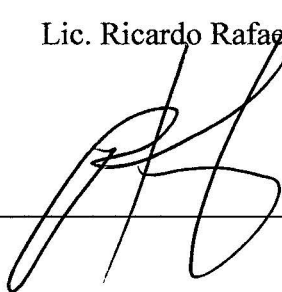


9 JUL 2012

**JURADO**

**PRESIDENTE:**

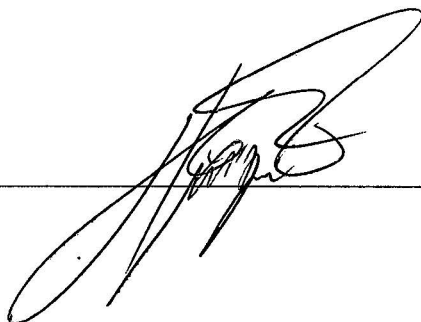
Lic. Ricardo Rafael Alva Cruz



---

**SECRETARIO:**

Mg. Carlos A. Hinojosa Salazar



---

**VOCAL:**

Lic. Adm. y CPC. Juan Manuel Buendía Fernández



---

### DEDICATORIA

A la gracia divina de Dios, a mis  
padres, hermanos y familiares.



## AGRADECIMIENTO

A toda las personas e instituciones, que colaboraron de forma incondicional, brindándome apoyo moral, información y orientación para el desarrollo de la presente investigación, que estoy seguro servirá de base para futuras investigaciones, y sobre todo facilitara el conocimiento de los lineamientos y estrategias para la adecuada creación y manejo sostenible de negocios a través del tiempo.

### a. Instituciones:

- Internado Madre Isabel Larrañaga - Chachapoyas
- Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas
  - Facultad de Turismo y Ciencias, Económicas, Administrativas y Contables
  - Oficina General de Información y Referencia Bibliográfica
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR.
- Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo Utcubamba – Amazonas.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

### b. Negocios:

- Restaurant "El Tejado"
- La Real Cecina Cocktail Lunch
- Café Gourmet "Ciomara"
- Café "San José"
- Café Fusiones
- "Las Chozas de Marlisa"
- Bar Restaurant turístico "Chacha"
- Restaurante Sabores del Perú – Chicken Grill.
- Comercial "Jovita"
- Mercado central puesto N° 37

### c. Personas:

- Econ. Manuel A. Morante Dávila
- Arq. Luis M. Bernos Zamora
- Ing. Raúl Gutiérrez Hidalgo
- Chef. Juan Carlos Leyva Oliva
- Lic. Jessica Rojas Paico

**VISTO BUENO DEL ASESOR**

El informe de investigación de tesis “Plan de negocios para la creación de un café restaurante en la ciudad de Chachapoyas”, presentado por el bachiller; José Milton Sánchez Cáceres. Cumple con los estándares de fondo y forma que ameritan su impresión y sustentación.

Chachapoyas mayo del 2011.

**Econ. Manuel A. Morante Dávila**  
Asesor

## TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN.....	10
ABSTRACT .....	11
I. INTRODUCCIÓN .....	12
II. MARCO TEÓRICO .....	15
2.1. Base Teórica .....	15
2.1.1. <i>CONSIDERACIONES GENERALES DE PLANEACIÓN</i> .....	15
2.1.2. <i>EL PLAN DE NEGOCIOS</i> .....	16
1. La portada y tabla de contenidos.....	18
2. El resumen ejecutivo.....	18
3. Análisis del entorno.....	19
4. Investigación de mercado.....	19
5. La definición del negocio.....	24
6. Análisis FODA del negocio.....	26
7. El plan estratégico.....	27
8. El plan de marketing.....	28
9. El plan administrativo - legal del negocio.....	32
10. El plan técnico – operativo.....	36
11. El plan financiero.....	37
12. Validación económica, técnica, social y ambiental.....	41
13. Conclusiones y recomendaciones.....	41
2.2. Antecedentes del problema.....	41
a) A nivel internacional.....	41
b) A nivel nacional.....	43
c) A nivel local.....	47
2.3. Realidad problemática.....	47
2.3.1. Planteamiento del problema.....	47
2.4. Formulación del problema.....	48
2.5. Justificación.....	48
a) Aspecto Social:.....	49
b) Aspecto Económico:.....	49
c) Aspecto Ambiental:.....	49
d) Aspecto Profesional.....	50
2.6. Hipótesis.....	51
2.7. Objetivos.....	51
III. MARCO METODOLÓGICO.....	52
3.1. Diseño de la investigación.....	52
3.2. Material de estudio.....	52
3.3. Variables de Estudio.....	52
3.4. Población y muestra.....	53
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	55
3.6. Análisis de los Datos.....	56
IV. RESULTADOS.....	58
“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ RESTAURANTE EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS”.....	58
4.1. RESUMEN EJECUTIVO.....	58
4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	60
a) Aspecto económico.....	60
b) Aspecto sociocultural.....	61
c) Aspecto político y legal.....	62
e) Aspecto ambiental.....	62
f) Proveedores.....	63
g) Clientes potenciales.....	63
4.3. ESTUDIO DE MERCADO.....	64
a) OBJETIVOS.....	64
b) RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	65
b.1. DATOS DE CLASIFICACIÓN.....	66
b.2. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.....	77

c) ANALISIS DE LOS ASPECTOS Y/O CRITERIOS DE MAYOR RELEVANCIA.....	106
d) ANÁLISIS DE COMPETENCIA.....	109
d.1. Resultado del analisis de competencia.....	109
<b>4.3. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO .....</b>	<b>111</b>
<b>4.4. ANÁLISIS FODA DEL NEGOCIO.....</b>	<b>113</b>
<b>4.5. PLAN ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO.....</b>	<b>115</b>
1. Misión.....	115
2. Visión.....	115
3. Responsabilidad social.....	115
4. Objetivos.....	115
5. Estrategias.....	116
<b>4.6. EL PLAN DE MARKETING OPERATIVO.....</b>	<b>117</b>
1. Objetivos.....	117
2. Estrategia de mercadotecnia (marketing operativo).....	117
a. <i>Estrategia de Producto y/o servicio</i> .....	117
b. <i>Estrategia de precio</i> .....	126
c. <i>Estrategia de distribución o plaza</i> .....	129
d. <i>Estrategia de promoción</i> .....	130
e. <i>Estrategia de personal</i> .....	134
f. <i>Estrategia de Physical evidence (Evidencia física)</i> .....	134
g. <i>Estrategia de procesos</i> .....	135
<b>4.7. PLAN ADMINISTRATIVO – LEGAL .....</b>	<b>136</b>
1. Objetivos:.....	136
2. Organización del negocio .....	136
3. Estructura organizacional.....	137
3.1. Descripción de puestos .....	138
4. Valores de la Organización.....	146
4.1. Calidad:.....	146
4.2. Creatividad: .....	146
5. Planeación de recursos humanos.....	146
5.1. Reclutamiento .....	146
5.2. Selección .....	147
5.3. Orientación y entrenamiento .....	148
5.4. Estrategias de motivación, disciplina y desarrollo personal.....	148
5.5. Dotación.....	150
5.6. Evaluación del desempeño.....	150
6. Marco Legal.....	151
<b>4.8. PLAN TÉCNICO – OPERATIVO.....</b>	<b>152</b>
1. Objetivos:.....	152
2. Diseño y distribución del establecimiento .....	153
3. Proceso de producción de un bien o servicio.....	155
3.1. Diagrama de operación del bien o servicio.....	158
3.2. Establecer los estándares de calidad.....	160
4. Requerimientos necesarios para la producción de un bien o servicio.....	162
4.1. Materias Primas.....	161
4.2. Mano de Obra (ver ítem 4.7. Plan administrativo-legal).....	162
4.3. Equipos, maquinarias .....	162
4.4. Proveedores.....	167
5. Cadena de valor .....	170
<b>4.9. PLAN FINANCIERO.....</b>	<b>171</b>
1. Objetivos.....	171
2. El proceso de la administración financiera.....	171
3. Inversión en activos .....	172
3.1. Inversión en equipos y maquinaria.....	172
3.2. Inversión en muebles y enseres.....	173
3.3. Inversión en capital de trabajo.....	173
4. Fuentes de financiamiento .....	174
4.1. Estructura de financiamiento.....	174
4.2. Servicio de la deuda.....	174

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

---

5. Cronograma de Inversiones .....	176
6. Proyecciones de los Estados Financieros.....	176
6.1. Balance General .....	176
6.2. Estado de Resultados.....	177
6.3. Flujo de caja .....	178
7. Análisis del punto de equilibrio .....	178
8. Evaluación .....	179
8.1. VAN Y TIR.....	179
8.2. Relacion Beneficio/Costo.....	179
8.3. Periodo de recuperación.....	179
<b>4.10. VALIDACIÓN ECONÓMICA, TÉCNICA, SOCIAL Y AMBIENTAL.....</b>	<b>180</b>
b) Económica: .....	180
b) Técnica – profesional:.....	180
c) Social:.....	180
d) Ambiental: .....	180
<b>V. DISCUSIONES .....</b>	<b>181</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>183</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES. ....</b>	<b>184</b>
<b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....</b>	<b>185</b>
<b>IX. ANEXOS.....</b>	<b>188</b>

## RESUMEN

Las oportunidades de iniciar un nuevo negocio surgen de diversas fuentes, todo puede empezar con una simple idea; sin embargo son pocas personas las que estudian la posibilidad de realizarlas y convertirlas en un negocio (Aguilar y Hernández, 2005). Ante esta situación, surge el siguiente problema de investigación *¿De qué manera podemos facilitar el conocimiento de los lineamientos y estrategias para la adecuada creación y manejo sostenible de un negocio de Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas?* En este sentido, para convertir la idea en un negocio, se tiene que realizar una adecuada planeación, que se presenta en lo que denominamos un plan de negocios, el cual constituye la solución al problema y a la misma vez el objetivo de la presente investigación: *elaborar un plan de negocios para la adecuada creación y manejo sostenible de un negocio de Café - Restaurante en la ciudad de Chachapoyas*. Para lo cual, se empleo el diseño de investigación exploratorio – descriptivo, a través de los métodos: etnográfico, estadístico (descriptiva e inferencial), inductivo – deductivo, analítico y de síntesis. Siendo los resultados de dicha investigación los siguientes:

La mejor solución al problema planteado es la elaboración de un plan de negocios; el cual se resume en el estudio de mercado, análisis del entorno, la definición del negocio, el plan estratégico, plan administrativo – legal, plan técnico operativo, plan de marketing y plan financiero. Los mismos que han permitido conocer los lineamientos y estrategias para la adecuada creación, gerencia y sostenibilidad de los negocios en el tiempo, y que a la par contribuirán en la mejora del nivel de calidad en la atención y servicio a los clientes.

Según la encuesta realizada a 59 habitantes y 59 visitantes de la ciudad de Chachapoyas; se determinó que existe un nicho de mercado con necesidades insatisfechas, en constante crecimiento y con oportunidades para emprender de forma planificada un nuevo negocio en la ciudad de Chachapoyas; por lo que, la creación del Café – Restaurante Gran Banquete es muy beneficioso y prometedor. Requiriendo una inversión inicial de S/.74767.58; siendo el 40%, es decir S/.29 767.58 aporte de capital y el 60%, es decir S/.45000.00 crédito bancario. Dicha inversión presenta un VAN de S/. 184,643.59 y una TIR de 153%, demostrando su viabilidad y rentabilidad sostenida en el tiempo.

## ABSTRACT

The opportunities to start a new business came from different sources, everything can begin with a simple idea; nevertheless they are few persons those who study the possibility of doing them and to turn them into a business (Aguilar and Hernández, 2005). In this situation, we have the following research problem of investigation. *Which way can we facilitate the knowledge of the guidelines and strategies for the adequate creation and sustainability management in business of Café - Restaurant in Chachapoyas's city?*. In this way to convert the idea into a business, we have to make an adequate planning, that appears in what we name a business plan, which constitutes the solution to the problem and to the same time the goal his research: *to elaborate a business plan to the adequate creation and sustainable managing of a business of Café - Restaurant in Chachapoyas's city*. For which, we used exploratory - descriptive design research, across the methods: ethnographic, statistical (descriptive and inferential), inductive – deductive, analytical and of synthesis.

Being the results of the above mentioned research the following ones:

The best solution to the raised problem is the production of a business plan; which is summarized in the market research, analysis of the environment, the definition of the business, the strategic plan, administrative - legally plan, technical operative plan, marketing plan and financial plan. The same ones that have allowed knowing the guidelines and strategies for the adequate creation, management and sustainability of the business in the time, and that likewise will contribute in the improvement of the quality level in the attention and service to customers.

According to the survey, we ask to 59 inhabitants and 59 visitors of Chachapoyas's city; we determined that a niche of market exists with unsatisfied needs, in constant growth and with opportunities to undertake in planned way a new business in Chachapoyas's city; for what, the creation of the Café - Restaurant Great Banquet is very beneficial and promising. We required an initial investment of S/.74767.58; being 40%, that is S/.29 767.58 capital contribution and 60 %, that is S/.45000.00 banking credit. This investment to have a Net Present Value VPN or VAN of S/. 184,643.59 and a Rate Internal to Return RIT or TIR of 153%, demonstrating his viability and profitability sustainably in the time.

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día a nivel internacional, nacional y local, se vive en un ambiente donde los cambios experimentados en el orden de lo social, económico, político y demográfico han abierto nuevas oportunidades para los negocios; tal es el caso de los restaurantes y afines, rubro que en el Perú, moviliza anualmente más de 1500 millones de dólares (APEGA, 2009), representando el 3.68% del PBI (INEI, 2009). Dichos negocios forman parte esencial de los elementos del sistema turístico y cumplen un rol importante dentro de la sociedad, facilitando el desarrollo de la actividad turística y de múltiples actividades en general.

Es así, que tomando en consideración el rol que desempeñan los negocios de restaurantes y afines en la sociedad, se ha diagnosticado e identificado que dichos negocios en la ciudad de Chachapoyas han surgido y siguen incrementándose haciendo caso omiso al Reglamento de Restaurantes aprobado mediante D.S. N° 025-2004-MINCETUR; sin una previa planeación, expresada en un plan de negocios; de los 86 establecimientos de restaurantes y afines, solo 51 están registrados legalmente en la DIRCETUR-Amazonas, y a la fecha ninguno se encuentra categorizado y/o calificado; la capacidad de carga física es limitada, pudiendo atender a la fecha a 4514 comensales, siendo insuficiente para cubrir un mercado en constante crecimiento y en especial en fechas importantes; a esto se suma la reducida oferta de productos, la falta de innovación, inadecuados métodos y políticas de administración, el diseño y ambientación de la gran mayoría son inadecuados, etc. Finalmente todo esto trae consigo un bajo nivel de calidad en la atención y servicio al cliente.

Ante esta situación, la planeación es indispensable para crear nuevos negocios ya que permite conocer, prever y predecir los cambios sociales producto de la globalización que han revolucionado el concepto inicial de los alimentos producidos en masa para dar paso a los alimentos producido para las masas, porque las necesidades y exigencias de los consumidores han cambiado y seguirán cambiando con el paso del tiempo.

En el sentido expuesto, el mercado consumidor de la ciudad de Chachapoyas no es ajeno a los cambios producto de la globalización; muestra de ello podemos notar el crecimiento acelerado de dicho mercado, debido a diversas razones como la presencia de universidades (nacional y particular) e institutos, y lo más resaltante es la afluencia de visitantes a la región amazonas por concepto de turismo y otros, el cual al año 2009 presento un registro de 214963 visitantes (MINCETUR, 2010), esto debido a la



presencia de iconos turísticos como la fortaleza de Kuelap reconocido como una de las 7 maravillas del Perú y la catarata de Gocta como la tercera más alta del mundo, etc.

Frente a esta situación, la pregunta generadora de la presente investigación es la siguiente: *¿De qué manera podemos facilitar el conocimiento de los lineamientos y estrategias para la adecuada creación, gerencia y sostenibilidad de un negocio de Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas?*. En este sentido, deseando solucionar el problema y aprovechar las ventajas y oportunidades que representa, se ha planteado como objetivo general: *elaborar un plan de negocios para la creación de un Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas*, y como objetivos específicos tenemos: Elaborar el análisis del entorno de los negocios de restauración. Realizar investigación de mercado para identificar y determinar el segmento objetivo para el Café Restaurante. Definir el negocio, en la que se describa el tipo de negocio, las características del producto y/o servicio, etc. Analizar e identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio (análisis FODA). Establecer los fundamentos administrativos y legales para el funcionamiento del negocio. Determinar el plan técnico – operativo, describiendo los requerimientos para el proceso de elaboración y/o producción del producto o servicio. Elaborar un plan de marketing operativo (mezcla de marketing), para facilitar la etapa de introducción y posicionamiento del negocio. Y, desarrollar un análisis económico financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

Frente a la formulación del problema y al planteamiento de los objetivos, se presenta como hipótesis: *La elaboración de un plan de negocios facilita el conocimiento y la definición estratégica de las directrices para la adecuada creación, gerencia y sostenibilidad de un negocio de Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas.*

Es así, que hoy en día ante los cambios sociales y el surgimiento de nuevas tendencias, a causa de la globalización; resulta indispensable una vez más la elaboración de un plan de negocios, que es producto de la planeación. Entendiéndose la planeación como el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción. “La planeación se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir antes de que se requiera la acción” (Certo, 2001). Y un plan de negocios es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos y los medios que se van a emplear para alcanzar los objetivos (UPDCE, 2006).

Dicho resultado de la planeación en la presente investigación es la elaboración de un plan de negocios para la creación del Café – Restaurante Gran Banquete en la ciudad de Chachapoyas. Dicho plan de negocios se ha desarrollado teniendo en cuenta los siguientes aspectos: El estudio de mercado y análisis del entorno, en el cual se ha realizado ciento dieciocho encuestas aplicados a dos grupos o muestras ( $n_1=59$  habitantes de la ciudad de Chachapoyas y  $n_2=59$  visitantes a la ciudad de Chachapoyas), con la finalidad de conocer sus gustos, preferencias y expectativas; asimismo se efectuó el análisis de competencia y del entorno del negocio en estudio. *La definición del negocio*, realizado en base a los resultados de la investigación de mercado y análisis del entorno. *El análisis FODA*, una vez definido el tipo de negocio, se elaboró el análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas), que tendría el negocio frente al mercado. *El plan estratégico*, luego de realizado todos los análisis y de haber definido el negocio, es momento de fijar la misión, visión, objetivos y estrategias que determinarían el rumbo del negocio. *El plan de marketing*, es indispensable y sobre todo en la etapa de introducción del negocio, ya que facilitaría hacernos conocido y posicionarnos en el mercado. *El plan administrativo y legal*, aspecto de vital importancia para la constitución del negocio, la planeación, administración, dirección y control de las actividades. *El plan técnico – operativo*, es donde se establecen todos los procesos y/o parámetros para la producción de los productos y servicios. *El plan financiero*, parte del estudio en el que se concluye si el negocio es rentable y viable, teniendo en cuenta los indicadores económicos y financieros de VAN y TIR. Y finalmente se resalta la viabilidad económica, técnica, social y ambiental que representa la elaboración de dicho plan de negocio.

Todo esto, con la finalidad de contribuir al conocimiento de las ventajas y facilidades que ofrece un plan de negocios para la adecuada creación y manejo sostenible de los negocios a través del tiempo y a la par mejorar el nivel de calidad en la atención y servicio al cliente en los restaurantes y afines de la ciudad de Chachapoyas.

## II. MARCO TEÓRICO.

### 2.1. Base Teórica

#### 2.1.1. CONSIDERACIONES GENERALES DE PLANEACIÓN.

La oportunidad de crear un nuevo negocio puede surgir de diversas formas, sin embargo, no todas las personas estudian las posibilidades de realizarlo y convertirlo realmente en un negocio, ya que siempre existe el riesgo de que funcione o no y muchas veces no se está dispuesto a asumirlo.

Por esto, es necesario conocer diversas fuentes de información que puedan ser utilizadas como apoyo y guía durante la creación y el desarrollo del plan de negocios. *(Hernández y Quiñones, 2007)*

Para iniciar un negocio y/o empresa es necesario planear todas y cada una de las actividades que se piensan realizar, el tiempo y orden en el que se llevarán a cabo, los recursos que se necesitan y todos los aspectos relacionados con el desarrollo y funcionamiento del negocio. *(Hernández y Quiñones, 2007)*. Para lograr esto es necesario definir el término de planeación:

La planeación es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción. “La planeación se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir antes de que se requiera la acción” *(Certo, 2001)*

La planeación debe convertirse en un medio para la satisfacción de los deseos y necesidades de los futuros clientes, estos aspectos deben ser prioridad de las empresas y los trabajadores. En otras palabras, la idea central es que el éxito de la ejecución del plan le dará satisfacción y ganancia visible a la firma y a la vez procurar buscar el bienestar de todos los miembros. *(Andrade, 1994)*

La planeación es uno de los pasos más importantes al iniciar un negocio y contribuye a reducir los riesgos. Un buen plan puede ser decisivo para determinar si la empresa triunfa o fracasa. *(Gitman y Carl, 2001, p. 171)*

Y la **planeación estratégica** se define como “el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo”. Esta visión de

la empresa señala la dirección en la cual ésta se debe desplazar y la energía para comenzar ese movimiento. Este proceso de prever el futuro es muy diferente de la planeación a largo plazo; esta, a menudo, es simplemente la extrapolación de tendencias comerciales actuales. Prever es más que tratar de anticiparse al futuro y prepararse en forma apropiada, implica la convicción de que lo que hacemos ahora puede influir en los aspectos del futuro y modificarlos. (Goodstein, 2001, p. 5)

### **2.1.2. EL PLAN DE NEGOCIOS.**

Por lo general, para la creación de nuevas empresas o la creación de nuevas unidades de negocios para empresas en marcha, es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva aventura empresarial y reducir la incertidumbre y el riesgo que cualquier actividad no planificada tiene.

**a. Definición:** El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, es el resultado de un proceso de planeación. En él, se podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio.

Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.

(Weinberger, 2009).

Podemos definir al plan de negocios como un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos.

El plan de negocios es un documento único que reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

*(<http://www.updce.ipn.mx/ae/guiasem/plandenegocios.pdf>)*

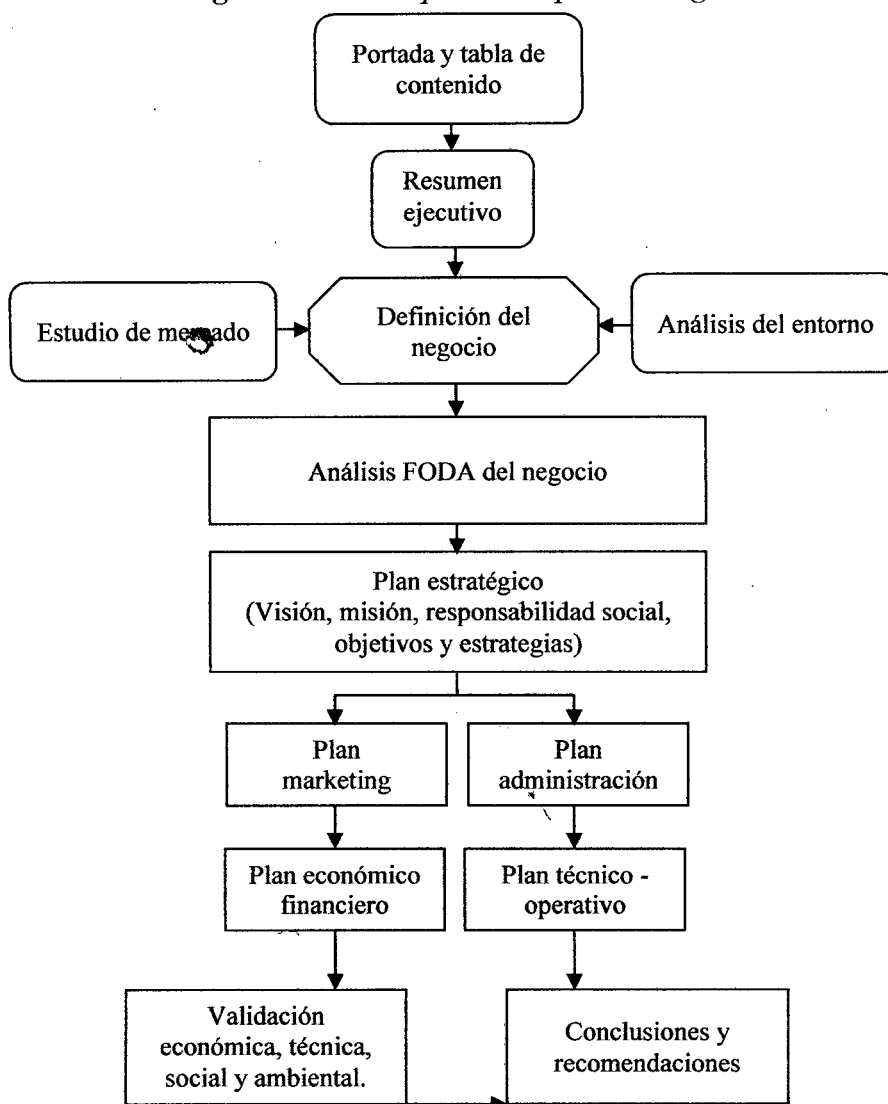
Antes de abrir las puertas del negocio se deben tomar decisiones importantes acerca del personal, del mercadeo, de los servicios, de los proveedores y de la distribución. Para mejores resultados la parte financiera del plan debe incluir un presupuesto detallado de los costos de iniciación y de operación así como también una proyección de los ingresos, los gastos y un flujo de caja para los primeros dos años del negocio. *(Rachman, 1997)*

Finalmente, un plan de negocios es un instrumento de trabajo, es una herramienta útil para establecer metas y desarrollar estrategias, especialmente para pequeñas y nuevas empresas. El propósito general es definir el negocio y explicar con detalle cómo va funcionar.

*(Hernández y Quiñones, 2007)*

- b. Esquema del plan de negocios:** Las partes esenciales del plan de negocios para la creación del Café - Restaurante, será como se muestra en la figura N° 2.1.

Figura N° 2.1: Esquema del plan de negocios



Fuente: Elaboración propia

- 1. La portada y tabla de contenidos.** La portada es lo primero que verá el lector del plan de negocios, por lo que debemos asegurarnos de dar una buena primera impresión. Ésta deberá tener un aspecto profesional e incluir el nombre de proyecto o negocio, el nombre del autor o los autores del plan, y el logo de la empresa. La tabla de contenido o índice es la siguiente página del plan de negocios. Ésta permitirá saber al lector qué es lo que va a encontrar en el plan, y le permitirá encontrar rápidamente la parte que desee leer.
- 2. El resumen ejecutivo.** El resumen ejecutivo consiste en un resumen de los puntos más importantes de las demás partes del plan de

negocios, por lo que debe ser puesto al inicio de éste, el cual es elaborado después de haber culminado las demás partes.

Éste debe incluir los datos básicos del negocio, la descripción del negocio, las características diferenciadoras, las ventajas competitivas, las razones que justifican la propuesta del negocio, los objetivos del negocio, las principales estrategias, el equipo de trabajo, la inversión requerida, y la rentabilidad del negocio.

**3. Análisis del entorno.** El análisis del entorno será fundamental para descubrir oportunidades sobre la base de las cuales podrían surgir ideas de negocios. Además, un profundo análisis del entorno permitirá al empresario identificar las amenazas que dificultarían su ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rumbo de la empresa.

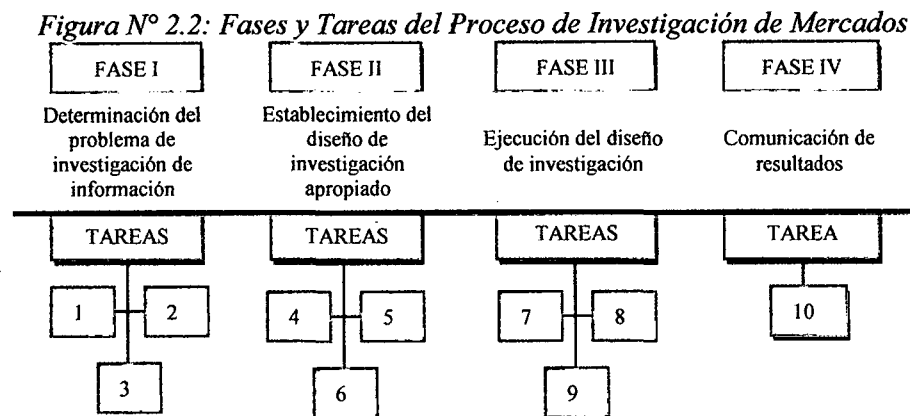
Cuando se realice el análisis del entorno, se estudiarán los siguientes factores: económicos, sociales, políticos y legales, tecnológicos y ambientales; así como también se identificarán y analizarán los negocios de restauración existentes (competidores), los proveedores, clientes, los productos sustitutos los cuales constituyen aspectos importantes para todo negocio. Este estudio también nos facilitará hacer el análisis FODA final, una vez definido el negocio.

El análisis del entorno se debe hacer pensando en: ¿Cuáles son las variables que podrían representar una oportunidad o una amenaza para la nueva empresa o unidad de negocio?

*([www.crecemype.pe/Crecemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/Crecemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf))*

**4. Investigación de mercado.** La investigación de mercado es la función que vincula al consumidor, cliente y público con el mercadólogo a través de la información – información que se usa para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercadotecnia; generar, mejorar y evaluar las acciones de mercadotecnia; vigilar los resultados de mercadotecnia y mejorar su comprensión como proceso.

*(Churchill, 2003)*



Fuente: Elaboración propia; en base a Hair, Bush y Ortinau (2004).

La American Marketing Association define la investigación de mercados como: La función que vincula una compañía con su mercado mediante la recolección de información con la que se identifican y definen las oportunidades y problemas que trae dicho mercado. Con esta información se generan, perfeccionan y evalúan las actividades de marketing. Se vigila el desempeño del mercado y se avanza en su comprensión como un proceso de la compañía. (Hair, Bush y Ortinau, 2004)

Según Naresh K. Malhotra, la investigación de mercados es la identificación, acopio análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de problemas y las oportunidades de marketing.

a. **Fase I: Determinación del problema de investigación de información.** El principal objetivo de esta fase será identificar explícitamente el problema de investigación. Para conseguir este objetivo, se tendrá que desarrollar las primeras tres tareas.

✓ *Tarea 1: Determinar y aclarar las necesidades de información para el negocio.* Las actividades que se darán como primer paso servirán para hacer que los investigadores y quienes toman las decisiones concuerden en que la administración acepta la necesidad de cierta información para enfrentar un problema,



oportunidad o pregunta crítica sobre un síntoma de desempeño del mercado. Por lo general, antes de que el investigador entre en escena, quien toma las decisiones ya hizo un enunciado formal de lo que en su opinión, trata el asunto. En este momento, la responsabilidad del investigador es verificar que la administración especifico de manera clara y correcta el problema, oportunidad o pregunta.

- ✓ *Tarea 2: Volver a definir el problema de decisión como una investigación.* Cuando se haya identificado las necesidades concretas de información, el investigador deberá volver a definir el problema en términos científicos.

Volver a definir el problema de decisión es el paso más crucial en el proceso de investigación, puesto que esto influye mucho en las demás tareas. La responsabilidad del investigador es volver a enunciar las variables iniciales asociadas con el problema de decisión en uno o más formatos de preguntas clave (cómo, que, dónde, cuándo o por qué), además deberá definir que fuentes (primarias o secundarias) serian las más convenientes para ofrecer los datos y la información para responder a las preguntas de la investigación.

- ✓ *Tarea 3: Establecer los objetivos de investigación y determinar el valor de la información.* Los objetivos de la investigación deberán desprenderse de la definición de los problemas de investigación y los requisitos de información establecidos en la tarea 2. En cierto sentido, los objetivos son la justificación para emprender el proyecto de investigación de información.

**b. Fase II: Establecimiento del Diseño de Investigación Apropriado.**

El principal interés de esta fase es prepara el diseño de investigación más apropiado para el conjunto de objetivos.

- ✓ *Tarea 4: Determinar y evaluar el diseño de la investigación y las fuentes de datos.* El diseño de investigación es el plan maestro de la metodología con que se recolectará y analizará los datos. En este plan maestro el investigador deberá considerar el tipo de datos, la técnica del diseño (encuesta, observación, experimento, etc.), la metodología y los procedimientos muestrales, el calendario y el presupuesto. Aunque cada problema de investigación es único, es posible cumplir con los objetivos mediante tres clases de diseño: el exploratorio, descriptivo o casual; que se centran en la recolección de fuentes de datos secundarios y primarios según sea el caso.
  
- ✓ *Tarea 5: Determinar el plan muestral y el tamaño de la muestra.* En esta tarea se realizarán los estudios de datos primarios, lo que implica tomar datos puros y representativos de la población objetiva pertinente, previamente identificada y definida. Para realizar este paso se tendrá en cuenta dos procedimientos básicos: el primero sobre el **censo** de la población objetivo, el segundo procedimiento, que es preferible cuando la población es grande o desconocida, consiste en elegir al azar un sub grupo o **muestra**, de todos los individuos de la población objetivo definido. Para definir el tamaño de la muestra se tendrá en cuenta los planes muestrales que se clasifican en dos tipos generales: probabilísticos y no probabilísticos.
  
- ✓ *Tarea 6: Determinar los temas y escalas de medición.* Las actividades de esta etapa se centran en determinar las dimensiones de los factores que se investigan y medir las variables que sustentan el problema definido, a través de la investigación primaria. Siendo el proceso de medición el que determina cuantos datos puros pueden recolectarse y con ello la cantidad de información que puede deducirse de las estructuras de datos resultantes. Vale indicar que de esta tarea dependerá la correcta interpretación de los datos.

c. **Fase III: Ejecución del Diseño de Investigación.** Esta fase de ejecución se considera el centro del proceso de investigación. Los principales objetivos de esta fase son elaborar todas las formas de recolección de datos, procesarlos, analizarlos, y generar las estructuras apropiadas para darles una interpretación como información significativa que sirva para abordar el problema original. Para conseguir este objetivo se tendrá que ejecutar las siguientes tareas del proceso de investigación:

✓ *Tarea 7: Recolectar y procesar los datos.*

- *Métodos de recolección de datos.* Se recolectarán datos puros a través de dos métodos fundamentales. Uno es formular preguntas sobre las variables y fenómenos del mercado mediante entrevistas o con la aplicación de cuestionarios. El otro es observar variables y fenómenos del mercado (competidores). Las encuestas, autoadministradas, entrevistas personales, son algunos de los métodos para recolectar datos.

- *Procesamiento de datos.* Una vez reunido los datos primarios se aplicaran varios procedimientos antes de emprender cualquier análisis de dichos datos. Se requerirá de un esquema de codificación para que los datos puros se capturen en archivos computarizados.

✓ *Tarea 8: Analizar los datos.* En esta tarea se comenzará con el proceso de convertir los datos puros en estructuras de datos para generar información significativa y útil para el negocio. Mediante diversas técnicas de análisis de datos se pueden crear estructuras de datos nuevas y complejas combinando dos o más variables en índices, proporciones, etc. Los diversos procedimientos de análisis permitirán 1) buscar estadísticamente diferencias significativas entre dos estadísticas de las muestras, así como asociaciones entre variables; 2) probar hipótesis sobre la interdependencia de dos o más variables; 3) evaluar la calidad de

los datos, y 4) elaborar y poner a prueba modelos complejos de relaciones causales.

✓ *Tarea 9: Transformar la estructura de datos en información.* Esta tarea generará información relevante para el negocio. Se tomarán los resultados de las pruebas estadísticas de los descubrimientos de la investigación y se producirá una interpretación en prosa de los cuadros y figuras.

**d. Fase IV: Comunicación de los Resultados.** Se centra en la entrega de los resultados de la investigación y la información nueva. El objetivo general es preparar un reporte que sea útil en la toma de decisiones.

✓ *Tarea 10: Preparar y presentar el informe final.* La tarea 10 consistirá en preparar el reporte final de investigación. Considerando imprescindible dicho reporte para la elaboración del plan de negocios que también contempla un plan de marketing que estará basado en la información obtenida por la investigación de mercado.

**5. La definición del negocio.** La definición del negocio consiste en determinar el nombre del negocio, la descripción de los aspectos relacionados con los productos y servicios que se ofertaran, incluirá los datos básicos, las características diferenciadoras, el público objetivo, las razones que justifican la propuesta del negocio, misión, visión, los objetivos, y las estrategias del negocio que permitirán alcanzar dichos objetivos.

Los elementos que conformarán la definición del negocio son:

*a. Nombre del negocio.* En este punto debemos señalar el nombre del proyecto o negocio, así como otros datos básicos tales como la ubicación, el tipo de empresa, el tipo de actividad económica (si será una empresa productora, comercializadora o de servicios), etc.

- b. *La descripción del negocio.* En este punto debemos explicar en qué consiste el negocio que vamos a realizar, y describir el producto o servicio que vamos a ofrecer, señalando sus características principales.
- c. *Características diferenciadoras.* Aquellas características con las que va a contar el negocio o producto, que nos van a permitir diferenciarnos o distinguirnos de la competencia. Ejemplos de diferenciación pueden ser un atributo especial en el producto, precios bajos, una buena atención al cliente, etc.
- d. *Ventajas competitivas.* Aquellas ventajas que vamos a tener en algún aspecto del negocio, que nos van a permitir sobresalir y destacar ante nuestros competidores. Ejemplos de ventajas competitivas pueden ser el contar con un sistema de distribución eficiente, el ser los primeros en el mercado, en tener una buena localización, etc.
- e. *Público objetivo.* El mercado objetivo al cual nos vamos a dirigir, las principales características del consumidor que lo conforma, y las razones por las que hemos elegido dicho mercado. Para ello, en primer lugar debemos realizar una segmentación de mercados que nos permite elegir el mercado más atractivo para incursionar.
- f. *La visión de la empresa.* La declaración de la visión de la empresa, la cual indica hacia dónde se dirige ésta en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.
- g. *La misión de la empresa.* La declaración de la misión de la empresa, la cual indica el objeto, propósito o razón de ser de ésta.
- h. *Las razones que justifican la propuesta del negocio.* Las razones por las que se ha encontrado atractiva la idea de negocio, por las que se ha considerado la idea como una oportunidad de negocio, o por las que se piensa que el proyecto tendrá éxito. Ejemplos de estas razones pueden ser una necesidad insatisfecha, un mercado en crecimiento, alguna ventaja competitiva que tengamos y queramos aprovechar, etc.

- i. *Los objetivos del negocio.* Los objetivos del negocio, tanto generales como específicos, que se buscarán una vez puesto éste en marcha. Ejemplos de objetivos pueden ser el ser una marca líder en el mercado, el aumentar las ventas en un 20% para el segundo semestre, el lograr una participación del 15% del mercado al finalizar el primer año, etc.
- j. *Las estrategias del negocio.* Las principales estrategias del negocio que se utilizarán y que permitirán alcanzar los objetivos propuestos. Ejemplos de estrategias pueden ser la diferenciación en cuanto a lo que al diseño del producto se refiere, personal capacitado, ambiente adecuado, el contar con insumos de primera calidad, el contar con un punto de ventas ubicado estratégicamente, etc.

(<http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-2-la-definicion-del-negocio/>)

**6. Análisis FODA del negocio.** Luego de realizar el análisis del entorno, la investigación de mercado y la definición del negocio, se procederá a la elaboración del análisis FODA general:

- a. *Análisis externo.* Al estudiar el ambiente “externo” las empresas identifican lo que “podrían” hacer basándose en el análisis de oportunidades y amenazas. (Competidores, proveedores, mercado objetivo, factores social, político, tecnológico y ambiental)
- b. *Análisis interno (negocio).* En este caso; para un nuevo negocio, la evaluación interna se basará en el análisis de las capacidades, los conocimientos y los recursos del equipo empresarial fundador. Por lo tanto, no será la evaluación de una empresa sino de un equipo de personas. Al estudiar el ambiente “interno” las empresas identifican lo que “pueden” hacer, sobre la base del análisis de las fortalezas y debilidades internas de la organización.

3 **El plan estratégico.** El plan estratégico estará definido por aspectos importantes que describirán la razón de ser del negocio, es así que según *Longenecker, Moore y Petty (2001)* explicaremos los siguientes términos que forman parte de un plan estratégico:

**a. La visión:** Realizado el análisis FODA, el siguiente paso es determinar la visión de la empresa, es decir, lo que la empresa quiere ser en el futuro. Por lo general, la visión de la empresa responde a la visión o sueño del empresario y suele establecerse por un periodo superior a los tres años.

**b. Misión:** La misión de una empresa es su razón de ser. Para poder definirla se debe responder a las siguientes preguntas:

- |                           |                        |
|---------------------------|------------------------|
| ✓ ¿Quiénes somos?         | ✓ ¿Cómo lo hacemos?    |
| ✓ ¿Qué hacemos?           | ✓ ¿Dónde lo hacemos?   |
| ✓ ¿Para quién lo hacemos? | ✓ ¿Por qué lo hacemos? |
|                           | ✓ ¿En qué creemos?     |

Si bien son siete preguntas que nos permitirán establecer la misión, la idea es que su redacción sea lo suficientemente corta, para que todos los miembros de la organización la recuerden, pero también debe ser lo suficientemente precisa, para que la empresa pueda diferenciarse claramente de sus competidores.

([www.crecemype.pe/Creceemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/Creceemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf))

**c. Responsabilidad social:** Basado en las políticas del negocio frente a la sociedad y el ambiente. Relacionado con los aspectos de la sostenibilidad.

**d. Objetivos:** Son aquellos enunciados que indican hacia dónde va la empresa, cuales son las metas que pretende alcanzar. (*Longenecker, Moore y Petty, 2001*)

**e. Estrategias:** Las estrategias se refieren a la forma como las organizaciones alcanzan sus objetivos. En ese sentido, las estrategias deberán responder a la siguiente pregunta: ¿Cómo voy a

actuar para alcanzar los objetivos propuestos y cómo voy a responder a la competencia? (Weinberger, 2009)

El plan de negocios es un plan estratégico y operacional, por tanto abarca realizar planes funcionales como son: el plan de marketing, el plan administrativo – legal, el plan técnico – operativo y el plan económico financiero. Dichos planes también formarán parte indispensable del esquema de desarrollo del plan de negocios.

**8. El plan de marketing.** El plan de marketing es un documento escrito y cronológicamente ordenado, en el que se recoge con detalle el resultado de la aplicación de técnicas de marketing dirigidas a conocer la situación interna y externa del negocio de restauración para poder analizar la situación estratégica y decidir las estrategias tácticas que será necesario aplicar para satisfacer las constantes nuevas oportunidades de mercado que se presenta. (López, 2003)

**a. Definición.** El marketing es la función de negocios que identifican las necesidades y deseos de los clientes; determina los mercados meta que mejor pueden servir a la organización y diseña los productos, servicios y programas apropiados para servir a esos mercados.

El concepto de marketing dice que el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores. Para lograr esto se tiene que empezar por hacer un estudio de mercado para identificar las oportunidades, necesidades y deficiencias; analizar los competidores actuales y potenciales, proveedores y determinar el perfil de nuestros clientes (segmentación) para orientar nuestro producto o servicio a través de la aplicación de estrategias de marketing (marketing mix)

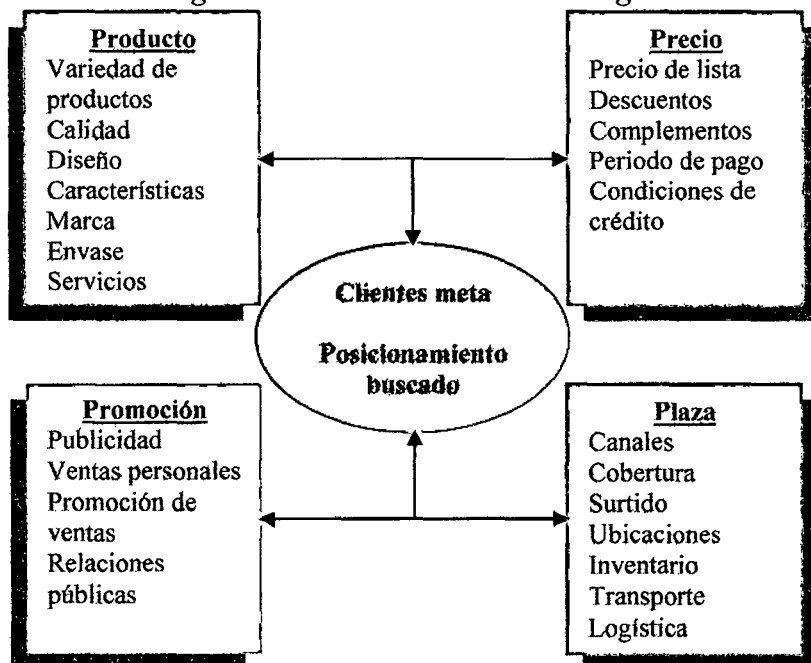


Las empresas *impulsadas por los clientes* investigan a sus clientes actuales para conocer sus deseos, recabar ideas para sus nuevos productos y servicios y probar mejoras propuestas para los productos.

**b. Proceso de marketing mix.** Una vez identificado el mercado meta total, luego de seleccionar los segmentos más apropiados o prometedores y después de definir el negocio con la ayuda del análisis del entorno y la investigación de mercado; se diseñará una mezcla de marketing formado por factores que están bajo su control: producto, precio, plaza y promoción; adicionando a las 4ps antes mencionadas, la 3ps para empresas de servicios, además se definirán estrategias de servicio al cliente o postventa y la estrategia de posicionamiento.

Todos los elementos de la mezcla de marketing conforman la oferta. En ese sentido, la oferta es más que el producto. Es una propuesta de valor que satisface las necesidades del cliente.

Figura N° 2.3: Mezcla de marketing.



Fuente: Zeithaml Valarie A., 2004

No obstante hay otra preocupación que si es válida: el concepto de las cuatro Ps\* deberá referirse a la visión del mercado desde la perspectiva del que vende, no del que compra. Desde el punto de vista del comprador, en esta era de conexión, una mejor forma de describir las cuatro Ps podría ser como las cuatro Cs:

*Cuadro N° 2.1: Mezcla de marketing.*

Cuatro Ps	Cuatro Cs
Producto	Cliente con solución
Precio	Costo para el cliente
Plaza	Conveniencia
Promoción	Comunicación

*Fuente: Zeithaml., 2004*

*\*Para empresas de servicios se trabajan 3ps adicionales: personas, procesos y proactividad o evidencia física.*

**c. Ampliación de la mezcla de marketing en el caso de los servicios.**

Además de las cuatro Ps tradicionales, la mezcla de marketing de servicios incorpora a las *personas*, la *evidencia física* (*physical evidence*) y el *proceso*.

*Cuadro N° 2.2: Mezcla de marketing.*

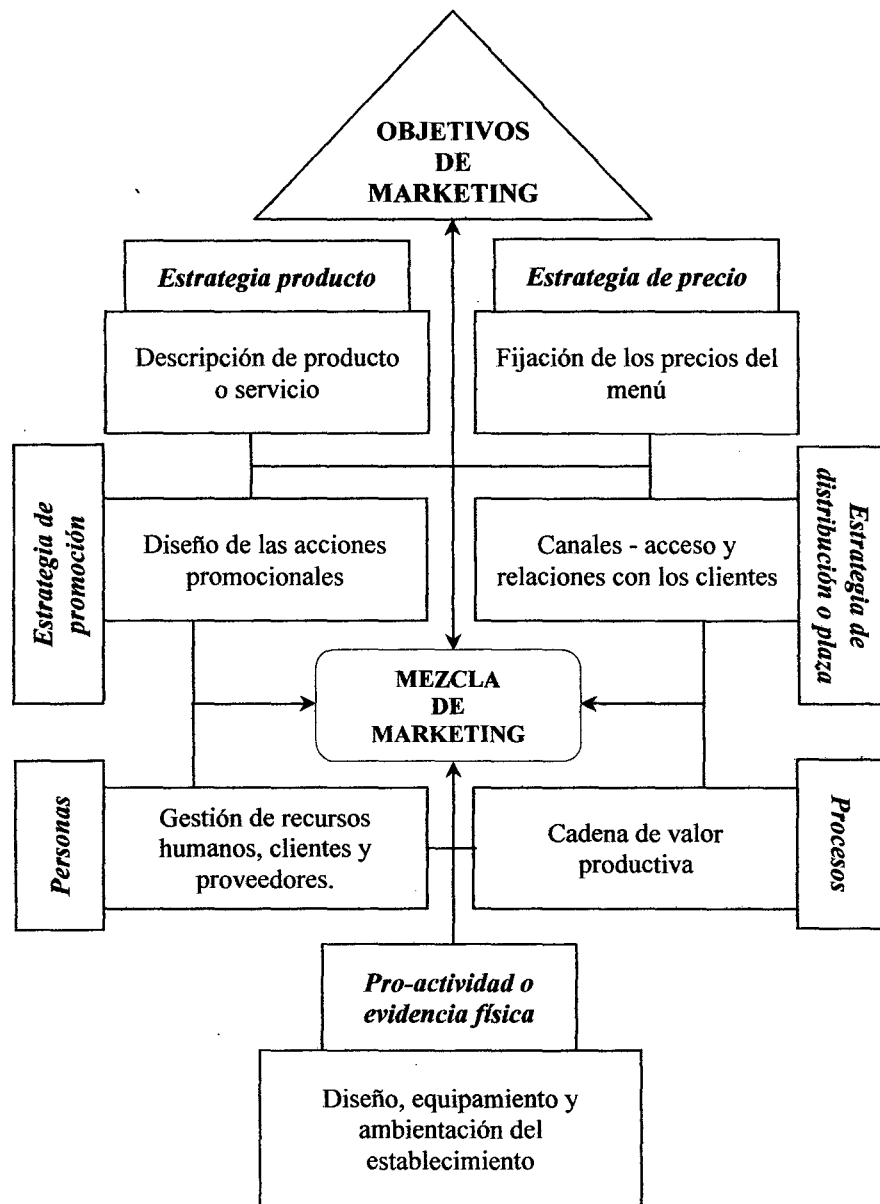
Personas	Physical evidence (Evidencia física)	Proceso
Empleados	Diseño del local comercial	Flujo de actividades
Reclutamiento	Equipo	Estandarizadas
Entrenamiento	Señalización	Personalizadas
Motivación	Vestuario de los empleados	Numero de pasos
Recompensas	Otros tangibles	Simple
Trabajo en equipo	Reportes	Complejo
Clientes y proveedores	Tarjetas de negocio	Participación del cliente
Educación	Estado de cuenta	
Entrenamiento	Garantías	

*Fuente: Zeithaml., 2004*

- ✓ **Personas.**- todos los actores humanos que juegan un papel en la entrega del servicio y que influyen en las percepciones del comprador, a saber: el personal del negocio, el cliente y los otros clientes que se encuentran en el ambiente del servicio.

- ✓ **Evidencia física.-** es el ambiente en el que se entrega el servicio y en el cual interactúan la empresa y el cliente, así como cualquier componente tangible que facilite el desempeño o la comunicación del servicio.
- ✓ **Proceso.-** Los procedimientos, mecanismos y el flujo de las actividades necesarias para la prestación del servicio y los sistemas de operación.

Figura N° 2.4: Contenido del plan de marketing operativo (mezcla de marketing)



Fuente: Elaboración propia.  
(Tomando como referencia de Acerenza, 2004. y Zeitamal, 2004.)

## **9. El plan administrativo - legal del negocio.**

**a. Como administrar una empresa pequeña.** La tarea fundamental del dueño de una empresa pequeña es realizar un plan para todas las áreas del negocio, desde personal hasta producción y mantenimiento. El dueño de una empresa pequeña debe estar preparado para resolver problemas a medida que éstos surgen y para moverse rápidamente cuando cambian las condiciones de mercado. Contratar, capacitar y administrar a los empleados es otra responsabilidad fundamental.

Con el tiempo la función del dueño irá cambiando. A medida que la compañía crezca habrá otros que tomen muchas de las decisiones diarias, mientras el dueño se concentra en administrar a los empleados y en hacer planes para asegurar el éxito de la empresa a largo plazo. El dueño siempre debe vigilar el desempeño de la empresa, evaluar sus políticas a la luz de las condiciones cambiantes y elaborar políticas nuevas conforme sea necesario. También debe aportar un flujo constante de ideas para que el negocio siga creciendo. El tipo de empleados que se requieren también podría cambiar a medida que la empresa crezca. Una empresa más grande podría requerir más talento administrativo y especialización técnica.

**b. Negocios en el siglo XXI.** Las compañías de hoy dependen de que los administradores guíen sus procesos diarios y que aprovechen recursos humanos, tecnológicos, financieros y otros para crear una ventaja competitiva.

### **c. La Administración: *Definición y Función.***

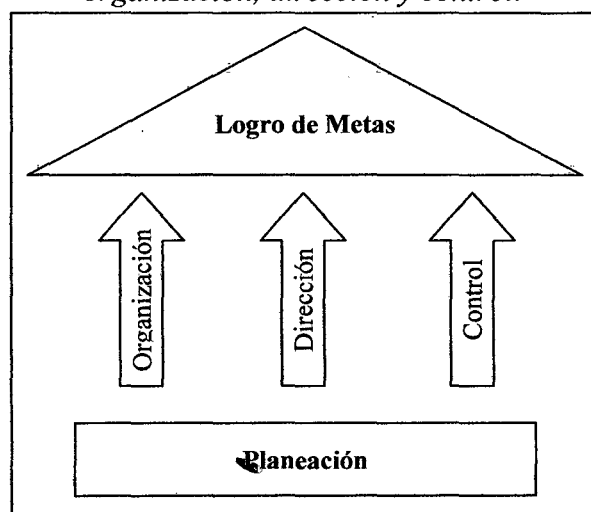
Administrar es el proceso consistente en dirigir el desarrollo, la conservación y la asignación de recursos con el propósito de alcanzar las metas de una empresa. Los administradores son los encargados de desarrollar y de aplicar los procesos administrativos de una compañía. La administración tiene una naturaleza dinámica, evoluciona para satisfacer las necesidades y superar las limitaciones dentro y fuera de la empresa. En un mercado global, donde los

cambios son cada vez más rápidos, la flexibilidad y la capacidad de adaptación son fundamentales para la administración. Este proceso se fundamentará en cuatro campos funcionales: la planificación, la organización, la dirección y el control. Desde esta perspectiva, la administración puede definirse como un proceso que 1) anticipa problemas y oportunidades y diseña planes para afrontarlos, 2) coordina y asigna los recursos que se necesita para aplicar los planes, 3) guía el personal a lo largo de la aplicación de los planes y 4) repasa los resultados y efectúa los cambios necesarios.

*(Gitman y McDaniel. 2001 p. 171)*

La figura N° 2.5 muestra como la planeación es la función básica y la primera que debe realizar la administración, aquella que precede y que sirve de base a las funciones de organizar, dirigir y controlar; ejecutada por los administradores. Sólo después que los gerentes han desarrollado sus planes, ellos pueden determinar cómo estructurar su organización, como ubicar su personal y establecer los controles organizacionales. *(Certo, 2001)*

*Figura N° 2.5: La planeación como base para la organización, dirección y control.*

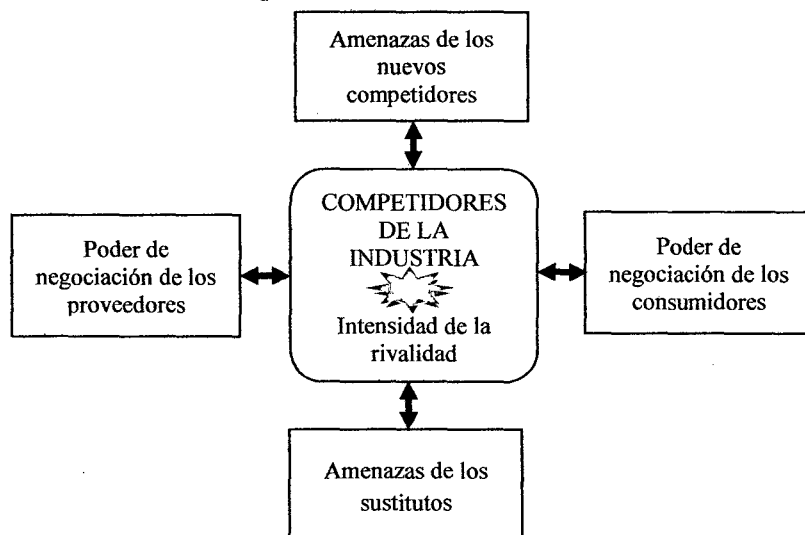


*Fuente: Certo, 2001, Cap. 6. p. 128*

**d. El modelo de Porter para el análisis de la industria.** La figura 2.6, presenta el modelo de Porter, según el cual la competitividad de una industria está determinada por lo siguiente: los nuevos participantes

o las nuevas compañías dentro de la industria, los productos que pueden actuar como sustitutos de los bienes o servicios que las empresas, dentro de la industria producen; la capacidad de los proveedores para controlar el poder de negociación que tengan los compradores dentro de la industria; y, en general el nivel de rivalidad o competencia entre las firmas de la industria. (Certo, 2001)

Figura N° 2.6: Modelo de Porter de los factores que determinan la competitividad de una industria



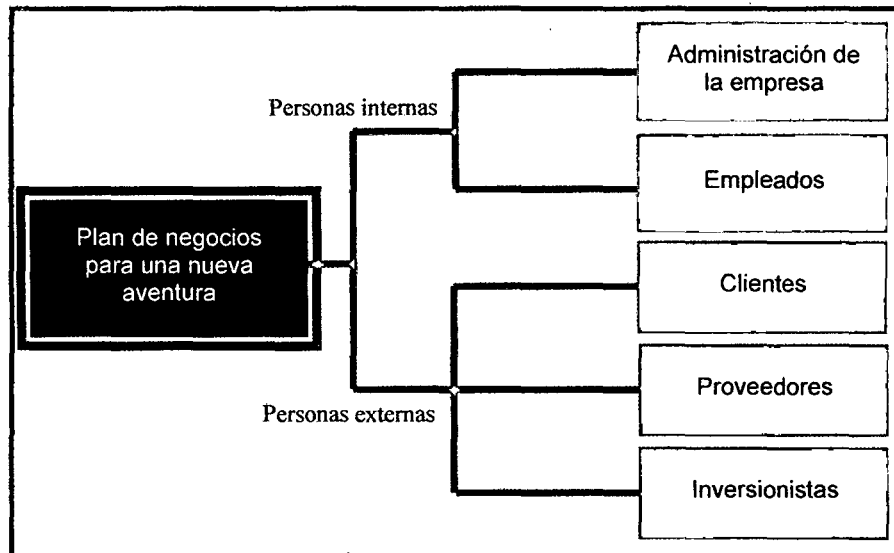
Fuente: Certo, 2001, Cap. 8, p. 179

**e. Usuarios del plan de negocios.** Un plan de negocios es necesario tanto para las personas que están dentro de la empresa, porque representa una guía que incluye las metas de la empresa y las estrategias que se llevarán a cabo; como para las personas que son externas a la empresa que puedan estar interesadas, de acuerdo a lo expuesto por Longenecker, Moore y Petty (2001). Las personas externas e internas conforman un grupo básico de usuarios como a continuación se muestra (véase Figura 2.7)

La figura ofrece una visión de quienes son los que podrían tener interés en un plan de negocio para una nueva aventura. Un grupo básico de usuarios lo conforman aquellas personas de fuera que son

determinantes para el éxito de una empresa: clientes, negocios: la administración y los empleados de la nueva empresa.

Figura N° 2.7: Usuarios del plan de negocios



Fuente: Longenecker et al., 2001, Cap. 6, p. 123

#### f. Aplicación del ciclo de control de costos de alimentos y bebidas

*El ciclo de control.* Es un sistema administrativo en el cual se basará el CAB (*control de costos de alimentos y bebidas*) para realizar sus controles.

*Aplicación del ciclo de control.* Para el Contralor de alimentos y bebidas, el ciclo de control será de gran ayuda para el logro de los objetivos se llevará a cabo la supervisión de:

- |                         |                                       |
|-------------------------|---------------------------------------|
| a. Requisiciones        | e. Salida de almacén                  |
| b. Compras              | f. Elaboración de alimentos y bebidas |
| c. Recibo de mercancías | g. Ventas                             |
| d. Almacenaje           | h. Reporte de costos                  |

(Youshimatz, 2006)

**g. Aspectos legales del negocio.** Toda actividad empresarial estará acorde con las normas jurídicas que regulan sus operaciones y que, al cumplirlas, ocasionan desembolsos, los cuales deben identificarse para cuantificar sus efectos en la evaluación. Estos se presentarán desde la ejecución del proyecto, como por ejemplo la realización de

contratos, gastos notariales, gastos de constitución, obligaciones tributarias, etc. (Andía, 2005. p. 99)

El negocio estará sujeto a las normas y reglamentos vigentes que regulen su adecuado funcionamiento. Siendo los más importantes y de competencia directa los siguientes:

- ✓ Para determinar la clasificación del Café - Restaurante, se tomará como base el reglamento de restaurantes aprobado mediante Decreto Supremo N° 025 – 2004 – MINCETUR.

([http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/LEGAL/REGLRESTAURANT\\_2004.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/LEGAL/REGLRESTAURANT_2004.pdf))

- ✓ Para la constitución legal (definición de personería jurídica del negocio), se tendrá en consideración la Ley general de sociedades Ley N° 26887.

(<http://www.congresogob.pe/ntley/Imagenes/Leyes/26887.pdf>)

- ✓ Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines aprobado mediante Resolución Ministerial N° 363-2005/MINSA.

(<http://www.diresajunin.gob.pe/desa/RM3632005SA.pdf>)

**10. El plan técnico – operativo.** En el plan técnico – operativo se tendrá en cuenta la infraestructura sea adecuada, que presente una ubicación conveniente y que tenga un sistema o proceso eficiente de producción y de distribución, para que el negocio sea sostenible. Además deberá contar con un presupuesto de inversión de todo lo necesario.

*El plan de operaciones, tendrá como fin establecer:*

- ✓ Los “objetivos de producción” en función al plan de marketing.
- ✓ Los “procesos de producción” en función a los atributos del producto o servicio.
- ✓ Los “estándares de producción” que harán que la producción sea eficiente, se logre satisfacer las demandas de los clientes y la rentabilidad esperada por los accionistas.



- ✓ Los requerimientos físicos para la transformación de insumos en productos o servicios finales y la cadena de valor.

*([www.crecemype.pe/Crecemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/Crecemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf))*

*La parte del estudio técnico deberá contener los siguientes elementos:*

**a. Requerimientos físicos.** En este punto señalamos los requerimientos físicos que serán necesarios para hacer funcionar el negocio, tales como los edificios, terrenos, maquinaria, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario, insumos o materias primas, etc.

**b. El proceso del negocio.** Al describir el proceso del negocio, debemos señalar aspectos que estén relacionados con éste y que pueden ayudarnos a hacer una mejor descripción; por ejemplo, podemos señalar cuál será la política de compras, el tamaño de inventario, los índices o estándares que se tomarán para realizar el control de calidad, etc.

**c. El local del negocio.** En este punto se realizará una descripción del local del negocio, por ejemplo, señalamos cuál será su infraestructura, cuál será su tamaño, cuál será su ubicación y las razones por las que hemos elegido dicha ubicación, etc.

En este punto también se señalará aspectos técnicos tales como la capacidad de producción con que la que contará el local, la capacidad que será utilizada, la localización o disposición de las maquinarias, los equipos y el mobiliario, etc.

*(<http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-4-el-estudio-tecnico/>)*

**11. El plan financiero.** El análisis financiero constituye otra pieza decisiva del plan de negocios. Consiste en mostrar una relación de las necesidades financieras de la nueva compañía y fuentes de financiamiento, y una proyección de sus ingresos, costos y utilidades. *(Longenecker et al., 2001, p. 135)*

Para realizar el análisis se requiere de un *balance general, estados de resultados y flujos de efectivos*; deben estar basados en proyecciones solidas y explicaciones claras.

- a. **Balance General.** El balance general “es un informe financiero que muestra los activos, pasivos y capital de los propietarios de una empresa en un momento específico” (Longenecker et al., 2001, p.211).

El balance se basa en la siguiente fórmula:

$$\text{Pasivos (deuda en circulación) + Capital social = Activos}$$

Los activos se dividen en: circulante (caja, cuentas por cobrar, inventarios y activos diferidos), Fijos (maquinaria y equipo, edificios y terrenos) y otros activos (inversiones, patentes). Los pasivos se dividen en: circulante (cuentas por pagar, pasivo diferido, pagarés de corto plazo) y de largo plazo (pagarés de largo plazo, hipotecas). Por último, el capital social se constituye por: aportaciones de propietarios o capital de la sociedad o de las acciones comunes.

- b. **Estado de Resultados.** El estado de resultados es un reporte financiero que muestra las pérdidas o ganancias de las operaciones de una compañía durante un periodo determinado. (Longenecker et al., 2001, p. 209). Se basa en la siguiente fórmula:

$$\text{Ventas - Gastos = Utilidades}$$

- c. **Flujo de Efectivo.** Según Longenecker et al. (2001) el flujo de efectivo se presenta mediante un reporte financiero que muestra los cambios en la posición de efectivo de una empresa durante un periodo determinado de tiempo, se utiliza la siguiente fórmula:

Flujo de efectivo de las operaciones, después de impuestos	-	Inversiones en capital de trabajo neto	-	Inversiones en activos fijos y otros activos	=	Flujo de efectivo de la empresa
--	---	--	---	--	---	---------------------------------

**d. El análisis del punto de equilibrio**, es un instrumento de control que resume los diferentes niveles de utilidades o pérdidas asociados con varios niveles de producción.

*Análisis algebraico del punto de equilibrio.* Existen la siguiente formula simple se utiliza comúnmente para determinar el nivel de producción en el que una organización no gana ni pierde.

$$PE = \frac{CF}{P - CV}$$

**Donde:**

**PE** = Nivel de producción en el que la compañías no gana ni pierde

**CF** = Costos fijos totales de producción

**P** = Precio al cual se vende a los clientes cada unidad de producto

**CV** = Costos variable asociados con cada producto fabricado y vendido.

(Certo, 2001)

**e. Rentabilidad y rendimiento del negocio.** Uno de los aspectos más importantes a considerar al inicio de un negocio es la rentabilidad del mismo, de acuerdo a Ochoa Setzer G. (2002), medir la rentabilidad de un negocio consiste relacionar la cifra de utilidades logradas en un ejercicio con la de los activos utilizados para generarlas.

Lo que tenemos que diferenciar en un plan de negocio es la utilidad y rentabilidad; esta última se logra al compararlo con un costo de

oportunidad de capital (tasa de actualización), en un horizonte temporal del plan de negocios.

Constituye una herramienta fundamental para encontrar los indicadores de rentabilidad el flujo de caja proyectado del plan de negocio, que viene a ser un reflejo, que entre otras cosas contiene la inversión a realizarse el incremento de capital de trabajo requerido para la inversión, los beneficios y costos en la parte operativa del plan de negocios.

Longenecker et al., (2001) para medir el rendimiento del proyecto se utilizarán dos herramientas:

❖ **VPN (Valor Presente Neto):** consiste en calcular el valor actual de los flujos futuros, restándole la inversión inicial. Cuando el VPN ó VAN es positivo se considera un plan de negocio viable. Para obtenerlo se requiere de los flujos de efectivo, inversión inicial, los periodos para la recuperación, el rendimiento requerido.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1 + i)^t} - I_0$$

**Donde:**

$Y_t$  = Representa el flujo de ingresos del negocio.

$E_t$  = Egresos.

$I_0$  = Inversión Inicial.

$i$  = Tasa de descuento.

$t$  = Numero de periodos durante los cuales se quiere capitalizar la inversión inicial.

❖ **TIR (Tasa Interna de Retorno):** esto consiste en calcular una tasa que sobrepase del costo de capital del negocio, para que sea atractivo el proyecto. Para la obtención de esta tasa se necesita tener los flujos de efectivo, inversión inicial, los periodos para la recuperación, el rendimiento requerido.

$$\text{TIR} = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Donde: r = Es la Tasa Interna de Retorno

Además se tendrá en consideración los siguiente:

- ❖ **Retorno a la Inversión.** Permitirá medir el beneficio a obtener por cada unidad monetaria invertida durante un periodo de tiempo. Su medida es un número relacionado con el ratio *Coste/Beneficio*.
- ❖ **El análisis costo/beneficio.** Consiste en identificar, medir y valorar los costos y beneficios ocasionados por la inversión para luego compararlos. (Andía, 2005)

**12. Validación económica, técnica, social y ambiental.** En esta parte del plan se buscará demostrar que el negocio es viable y rentable en referencia a los aspectos: económico, técnico, social y ambiental. Para demostrar algunos de estos aspectos, se utilizará herramientas de evaluación como el VAN y la TIR.

**13. Conclusiones y recomendaciones.** Expresan los resultados o aspectos más importantes del plan de negocio de forma sintética, así como también se puntualizan algunas recomendaciones.

## 2.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

### a) A nivel internacional.

La planeación empresarial o programación surge en el sistema capitalista a principios del siglo XX, como una respuesta a la sociedad contemporánea de orientar científica y orgánicamente el proceso de desarrollo económico de la nación hacia metas definidas. Después de la segunda guerra mundial, la técnica de planeación es considerado como un instrumento de gestión empresarial en aquellos países que siguen las premisas políticas del

capitalismo, siendo considerado por los gerentes como una actividad de vital importancia para afrontar con facilidad los cambios que requiere una empresa moderna (Andrade, 1994)

La administración Estadounidense de la pequeña Empresa (SBA, por sus siglas en inglés) señaló en 1990 la importancia de un plan de negocio: el plan administrativo y financiero de una compañía nueva que sirve para la operación exitosa de una alianza empresarial.

Asimismo, señala que el plan de negocios explica de forma específica cómo va a funcionar un negocio y los detalles de cómo capitalizar, dirigir y hacer publicidad. (Angulo y Culebo, 2005)

A la fecha los constantes cambios que experimentan las empresas modernas a causa de la globalización; solo se podrán afrontar de forma adecuada con el uso de las técnicas de planeación, instrumento eficaz para predecir y corregir todos los problemas que emanan de una actividad económica, a fin de realizar una gestión empresarial coherente con los cambios que se establecen en el directorio. Por consiguiente, un negocio o empresa moderna que cuenta con planes y programas tendrá mayor acceso a los medios, factores y recursos financieros necesarios para la producción económica de bienes o servicios. (Andrade, 1994)

En ese sentido en diversas partes del mundo se han implantado dentro del sistema educativo disciplinas de planificación, negocios, administración, marketing, etc. Es así, que en pleno ascenso económico de los Estados Unidos, es la universidad de Harvard la que da el paso decisivo, al crear un programa de negocios en los primeros años del siglo XX. Luego, la iniciativa es imitada por las universidades de Chicago y Pennsylvania (Wharton). Y hoy en día están presentes en todas partes del mundo, como resultado de ello tenemos:

❖ **Los planes de negocio en Colombia.** Donde, en Pontificia Universidad Javeriana, existen trabajos de investigación sobre planes de negocios como: La tesis: "*Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida tradicional italiana*"; cuyo objetivo general es diseñar un

plan de negocios para el montaje y gerencia de un restaurante, para las nuevas tendencias gastronómicas de la ciudad de Cali. (Montalvo, 2008)

❖ **Los planes de negocio en México.** Donde, existe el registro de elaboración los siguientes trabajos de investigación:

La tesis: *Plan de Negocios para la creación de un establecimiento de café en el Puerto de Veracruz.* Trabajo que fue realizado en la Universidad de las Américas Puebla – México; que tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para la realización de un establecimiento de venta de comida y bebidas de café en el Puerto de Veracruz. (Hernández y Quiñones, 2007)

La tesis: *Plan de Negocio para la creación del Pub irlandés WOOD 120 en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.* Trabajo que también fue realizado en la Universidad de las Américas Puebla – México. Cuya investigación está orientada a la creación de una pequeña empresa. En la cual se estudian los componentes determinantes del plan de negocio, las operaciones, el mercadeo, la gente, las oportunidades, la mercadotecnia, la administración y los temas financieros. (Angulo y Culebro, 2005)

En base a lo indicado podemos decir que desde mucho tiempo atrás y sobre todo en la actualidad la planeación juega un rol importante para la creación de nuevos negocios, ya que permite identificar oportunidades, necesidades, prever y disminuir los riesgos de fracaso, incrementando las probabilidades de éxito en el mercado.

**b) A nivel nacional.**

❖ **Los planes de negocio**

El libro, *PLAN DE NEGOCIOS: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio.* Elaborado por el equipo del proyecto USAID/Perú/MYPE COMPETITIVA en el año 2009, con la finalidad de ayudar al empresario a aumentar la probabilidad de crecimiento y éxito de su empresa.

Indica, que en el Perú, hasta los años noventa, existía una tendencia muy marcada a pensar que en el país no existían oportunidades. Con frecuencia

se planteaba que la situación política, legal, económica y socio-cultural, era hostil o poco favorable para el proceso empresarial, pues, a pesar de contar con ciudadanos creativos e innovadores, existía un gran pesimismo y un alto grado de desconfianza acerca de las posibilidades de crecimiento del país.

Pero hoy, la situación ha cambiado sustancialmente. A pesar de la crisis financiera internacional, el empresario peruano tiene posibilidades de lograr éxito gracias a la calidad de los recursos nacionales, al crecimiento del mercado interno y a la mayor confianza de nuestros empresarios, lo que atrae capitales extranjeros y contribuye al crecimiento de la economía nacional.

Menciona también que hablar de las MYPES en el Perú es referirse, sin duda, a un tema de enorme relevancia para la economía del país. Más del 98% de las empresas en el país son micro y pequeñas. Aportan más del 50% del producto bruto interno y son las principales generadoras de empleo en la economía. Sin embargo, alrededor del 74% opera en la informalidad y todas ellas formales e informales se desarrollan con evidentes limitaciones que condicionan su desarrollo.

Ante esta realidad; los sueños más maravillosos y las mejores oportunidades de negocios, se quedan sólo en buenas intenciones, precisamente porque no son materializados en proyectos factibles. La opción es clara para el emprendedor que quiere alejarse del fracaso y la informalidad asegurando elaborar su Plan de Negocios, tanto para iniciar una nueva empresa, como para mejorar o ampliar la que ya tiene. Es así, que la elaboración del plan de negocios debe ser de manera integral, con objetivos, estrategias y presupuestos. Para ello es necesario realizar una investigación, que permita tener una idea de los recursos necesarios, del procedimiento que se va a seguir, de los obstáculos a vencer, de las metas a alcanzar, de las estrategias y tácticas para lograr los objetivos, para finalmente, luego de una evaluación financiera, determinar si el negocio y/o proyecto es viable en términos operativos, sociales y ambientales, y lo suficientemente rentable en términos económicos y financieros.



❖ *Los negocios de restaurantes y afines*

Los negocios de restaurantes y afines a través de la historia han surgido producto de la misma necesidad y han ido evolucionando de acuerdo a los cambios sociales. Dichos negocios en su mayoría han aparecido sin una previa planificación expresada en un documento que hoy en día conocemos como plan de negocios; algunos de estos en sus diferentes tipos y magnitudes tuvieron éxito, mientras que otros desaparecieron del mercado.

Así tenemos, que en el siglo XIX los negocios de restaurantes eran rústicos, sus servicios se limitaban sólo al dispendio de comidas tradicionales y bebidas de infusión. No había servicio de mozos en el comedor ni de baños. Mayormente eran negocios familiares, en el cual cada integrante cumplía alguna función. La influencia Italiana contribuyó a darle estilo a los restaurantes. Surgen los cafés y picanterías. Los cafés eran lugares de esparcimiento y se caracterizaban por ser un punto de encuentro social. En cambio las picanterías estaban dirigidas a obreros.

En la primera mitad del siglo XX surgen los primeros restaurantes informales, los cuales ofrecían menús. Los locales contaban con el servicio de baños (silo) y había mozos contratados en el comedor.

En los años 80s surgen producto de la planificación los restaurantes de lujo, que se caracterizaban por romper el esquema tradicional del servicio. Los ambientes estaban muy bien decorados, el menaje y los muebles eran finos e importados, el personal estaba correctamente uniformado y los platillos se componían con insumos de calidad y arreglos decorativos. Los cocineros eran extranjeros, profesionales en alta cocina. En otros casos eran personas empíricas. El local contaba con área de bar y la cocina estaba más organizada. El servicio en el comedor era especializado y jerarquizado. Restaurantes tales como El Costa Verde, Rosa Náutica, Salto del Fraile son los que más destacan de aquella época.

En afán de contribuir a la planificación y sobre todo regular el adecuado funcionamiento de los restaurantes en el año 1993 se aprueba el Reglamento de Restaurantes, mediante decreto supremo N° 021-93-

ITINCI, en el cual se tipifica todo lo concerniente al negocio de restaurante y su clasificación. Posteriormente se deroga ese decreto y se aprueba el nuevo Reglamento de Restaurantes mediante DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR. Este aporte marco el surgimiento de negocios de restaurantes planificados, acorde con las nuevas tendencias, de primer nivel, caracterizados por un excelente servicio, agradables ambientes y ofreciendo una carta adecuadamente variada, destacando la especialidad criolla, marina, fusión, de autor e internacional, entre ellos tenemos los siguientes restaurantes tales como: Brujas de Cachiche, José Antonio, Señorío de Sulco, Zeño de Manué, Royal, Vivaldi, Bohemia, La Carreta, Malabar, Oztia, La Tuja, San Seferino, La Vista, El Ancla, La Cavenecia, II Postino, La Tranquera, El Rocoto, Aklla La Trattoria, Antica, Segundo Muelle, Punta Sal, Astrid & Gastón, La Mar, Huaca Pucllana, Di Mambrino, La Bistecca, Las Huaringas, Fiesta, Sentori, Siam, Kabok, Oceanus, Scena, Kintaro, Villa Laurel, Centolla, Madeira, Rodizio, etc.

Luego llegan los negocios de Fast Food, el cual son franquicias que adoptan la misma modalidad de organización y servicios de su país de origen (Mac Donald, Burguer King, Kentucky FriedChicken, Pizza Hut, Domino's Pizza, etc.); ocasionando que el mercado se segmente considerablemente. ([http://www.virtualchef.com.pe/noticias/Lectura\\_07.pdf](http://www.virtualchef.com.pe/noticias/Lectura_07.pdf))

Hoy en día, los dos peruanos emprendedores Astrid y Gastón Acurio, representan y consideran a la cocina peruana como la mejor idea para lograr empresas y llevan ésta bandera no solo en su restaurante Astrid & Gastón fundado en 1994, sino también en sus otros conceptos peruanos: La Mar cebichería, Tanta peruvian bistro, Pasquale Hermanos sanguchería peruana, Panchita parrilla peruana y otros proyectos y marcas en camino.

(<http://abrirnegocio.com/astrid-gaston-acurio-emprendedores-peruanos/>)

**c) A nivel local.**

En el ámbito local, no existe ningún trabajo de investigación referido a un plan de negocio que haya permitido el conocimiento de los lineamientos, estrategias y que facilite la adecuada creación, gerencia y sostenibilidad de los negocios de Restaurante y afines en la ciudad de Chachapoyas.

Los negocios de restaurantes y afines han surgido con más fuerza durante la última década, debido al crecimiento acelerado que está experimentando la ciudad de Chachapoyas, a causa de diversos factores, dentro de ellos podemos resaltar como más importantes la presencia de Universidades e institutos y el incremento del flujo turístico a la región.

Frente a estos aspectos, es cuando surgen los nuevos negocios de alimentos y bebidas, muchos de ellos sin una adecuada planificación, trayendo consigo un bajo nivel de calidad de los servicios y una mala imagen para los negocios de restauración. Es así, que a la fecha de los 86 establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la ciudad de Chachapoyas (DIRCETUR: Amazonas, 2011), solo algunos brindan un adecuado servicio; siendo los más reconocidos El Tejado, La Real Cecina Cocktail Lunch, El Café San José. Café Gourmet Ciomara, el bar restaurante turístico Chacha.

## **2.3.REALIDAD PROBLEMÁTICA:**

### **2.3.1. Planteamiento del problema:**

En la ciudad de Chachapoyas a la fecha existen 86 establecimientos en el rubro alimentos y bebidas; de los cuales solo 51 están registrados legalmente en la DIRCETUR-Amazonas, pero ninguno se encuentra categorizado (DIRCETUR: Amazonas, 2011).

La mayoría de los restaurante y afines, dentro de ellos los Café Restaurantes de la ciudad de Chachapoyas han nacido, y siguen apareciendo sin una previa planificación expresa en un plan de negocio, haciendo caso omiso al Reglamento de Restaurantes emitido mediante DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR. prueba de ello es el

deficiente manejo y administración, reflejado en la mayoría de dichos negocios. A esto se suma la falta de innovación, el personal no capacitado, el inadecuado diseño y ambientación de los establecimientos y la limitada oferta de servicios frente a un ambiente globalizado, etc.

Es así, que a la fecha los restaurantes y afines se encuentran operando bajo un inadecuado sistema de planificación y administración, generando un bajo nivel de calidad en la atención y servicio al cliente en la ciudad de Chachapoyas, además de estar expuestos a factores de riesgo que podría llevarles al fracaso.

#### **2.4. Formulación del problema:**

¿De qué manera podemos facilitar el conocimiento de los lineamientos y estrategias para la adecuada creación, gerencia y sostenibilidad de un negocio de Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas?

#### **2.5. Justificación.**

La planificación juega un rol muy importante dentro de los negocios de restaurantes y afines, que forman parte de los elementos de la planta turística, y ésta a su vez del sistema turístico; los cuales, contribuyen en el desarrollo de las actividades de la población y del turismo en general.

Ante esta situación, elaborar un plan de negocios para crear un Café Restaurante en la actualidad es de mucha relevancia para afrontar de forma adecuada los constantes cambios producto de la globalización que genera ambientes cada vez más competitivos y porque, además el plan de negocios permite establecer la organización de la empresa en base a su misión, visión y objetivos, orientando el rumbo del negocio hacia el logro del éxito con sostenibilidad en el tiempo. Asimismo el presente trabajo de investigación contribuirá al conocimiento de los lineamientos y estrategias que facilitaran a personas emprendedoras la adecuada creación de nuevos negocios, la gerencia y sostenibilidad de los mismos a través del tiempo, y a la par mejorar el nivel de calidad en la atención y servicio a los clientes.

Es así, que el desarrollo de dicho plan de negocio involucra y tiene incidencia sobre diversos aspectos como son:

a) **Aspecto Social:** La ciudad de Chachapoyas al año 2007 según el INEI presento 23202 habitantes, experimentando una tasa de crecimiento poblacional del 2.7%. Asimismo la afluencia de visitantes por concepto de turismo y otros al año 2009 fue de 214963 (DIRCETUR, 2009). Además, otro de los aspectos de importancia es que de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2009), a nivel nacional la tasa de desempleo fue de 8.5%. Mientras que en la región Amazonas fue de 4.3% (INEI: ENAHO, 2007).

Todos estos aspectos reflejan un mercado en constante crecimiento y con múltiples necesidades, lo que implica una gran oportunidad para formar un negocio de Café Restaurante de manera planificada en la ciudad de Chachapoyas, que contribuya principalmente en la mejora de la calidad de los servicios y atención al cliente, así como también a reducir la tasa de desempleo de la población, mejorando las condiciones de vida de la población.

b) **Aspecto Económico:** El plan de negocio facilitara la obtención de utilidades en la empresa, asegurando de esta forma las actividades económicas sostenibles a largo plazo, que reporte beneficios socioeconómicos y que contribuya en la generación de oportunidades de empleo estable y también aportar en el desarrollo de la economía local y nacional, a través del pago de impuestos, ya que el negocio deberá estar conformado legalmente.

c) **Aspecto Ambiental:** En las actividades que se realizaren para la producción de los alimentos y bebidas se utilizará insumos orgánicos renovables en su gran mayoría, los mismos que se llevaran a cabo en un establecimiento acondicionado de acuerdo al entorno; en la ambientación se utilizará productos propios de la zona, y se practicara el manejo adecuado de los residuos sólidos que se generen en el negocio. Todas las actividades deberán estar orientadas a buscar la sostenibilidad y dentro de ello en especial la sostenibilidad ambiental; es decir operar de forma responsable, respetuosa y en armonía con el ambiente.

**d) Aspecto Profesional.** El plan de negocios para la creación de un Café Restaurante constituye un medio de información base para futuras investigaciones, asimismo con el presente trabajo de investigación se aportará con temas de planificación, administración, marketing y aspectos financieros dentro del campo de los negocios de alimentos y bebidas. Con todo esto se pretende resaltar la idea básica de realizar planes de negocios que ayuden en la gestión sostenible de los negocios que se quieran emprender de forma planificada; así como también en la elaboración de planes para los negocios ya existentes para mejorar su sistema de administración, marketing – ventas y ejercer un adecuado control financiero para lograr un desarrollo económico sostenible. Frente a esto, los nuevos profesionales tienen el gran reto de cambiar y mejorar el pensamiento tradicional para emprender y desarrollar negocios planificados, que estén de acuerdo a las últimas tendencias competitivas que demanda el mercado a causa de la globalización.

Otro aspecto que se busca resaltar en nuestra propuesta es la promoción y el fortalecimiento del consumo de café ya que esto es uno de los productos más importantes del Perú, ya que en el marco de la Vigésima Segunda Feria de la Asociación Americana de Cafés Especiales (SCAA), el café especial del Perú obtuvo el premio como el “mejor café especial del mundo”, venciendo a importantes productores del grano como Colombia, Guatemala y Kenia. Ante este gran logro se puede aprovechar dicho producto, que también es uno de los principales cultivos en la región Amazonas; que según el Ministerio de Agricultura – Dirección General de Información Agraria, el año 2007 la producción de café fue de 33 353 toneladas métricas ubicándolo como el segundo producto de cultivo después del arroz (272 528 toneladas métricas). Para fomentar su consumo, se combinará con el servicio de alimentación e internet inalámbrico que actualmente es uno de los sistemas más utilizados por las personas (estudiantes, profesionales, turistas y público en general).

En este sentido, según lo expuesto consideramos que nuestra investigación referida a la “creación de un Café – Restaurante en la ciudad de Chachapoyas”, resulta oportuna frente a la problemática, necesidades y deseos de las personas en un mercado en constante crecimiento.

## **2.6.HIPÓTESIS:**

**Hi:** La elaboración de un plan de negocios facilita el conocimiento y la definición estratégica de las directrices para la adecuada creación, gerencia y sostenibilidad de un negocio de Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas.

## **2.7.OBJETIVOS:**

### **a) General:**

- ❖ Elaborar un plan de negocios para la adecuada creación y manejo sostenible de un negocio de Café - Restaurante en la ciudad de Chachapoyas.

### **b) Específicos:**

- ❖ Elaborar el análisis del entorno de los negocios de restauración.
- ❖ Realizar investigación de mercado para identificar y determinar el segmento objetivo para el Café Restaurante.
- ❖ Definir el negocio, en la que se describa el tipo de negocio, las características del producto y/o servicio, etc.
- ❖ Analizar e identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio (análisis FODA)
- ❖ Establecer los fundamentos administrativos y legales para el funcionamiento del negocio.
- ❖ Determinar el plan técnico – operativo, describiendo los requerimientos para el proceso de elaboración y/o producción del producto o servicio.
- ❖ Elaborar un plan de marketing operativo (mezcla de marketing), para facilitar la etapa de introducción y posicionamiento del negocio.
- ❖ Desarrollar un análisis económico financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

### **III. MARCO METODOLÓGICO.**

#### **3.1. Diseño de la investigación.**

##### **3.1.1. De acuerdo a su naturaleza:**

Cualitativa - cuantitativa.

##### **3.1.2. De acuerdo al fin que se persigue:**

Básica

##### **3.1.3. De acuerdo al tiempo en que se capta la información:**

Retrospectiva y prospectiva.

##### **3.1.4. De acuerdo a la técnica de contratación:**

No experimental (exploratoria – descriptiva)

#### **3.2. Material de estudio.**

- Los restaurantes y afines que constituyen la competencia, y los habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas.

#### **3.3. Variables de Estudio:**

##### **a). Variable independiente (V.I):**

- ❖ **Elaboración del Plan de Negocios.** El plan de negocios involucrará realizar diversos estudios así como: análisis del entorno, investigación de mercado y el análisis FODA que ayuden a definir el negocio; el plan estratégico en el cual se definirá la visión, misión, objetivos y estrategias, para que guíen el buen funcionamiento del negocio; el plan administrativo y legal, que contribuirán en la constitución, planificación, organización, dirección y control de las actividades; el plan de marketing, facilitará dar a conocer los productos y servicios, crear la imagen del negocio, lograr el posicionamiento, diferenciación en el mercado y por ende a conseguir que las ventas sean buenas; plan técnico operativo, describe el requerimiento físico, el proceso de producción, el diseño, tamaño y ubicación; y el plan económico financiero que permitirá determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio.



**b). Variable dependiente (V. D):**

❖ **Creación del Café Restaurante**

La adecuada creación, gerencia y sostenibilidad del Café Restaurante, dependerá en gran medida de la elaboración de un buen plan de negocios, ya que dicho plan contemplará diversos estudios que determinarán no solo la creación del negocio sino también su correcto funcionamiento en el mercado y la sostenibilidad a través del tiempo.

**3.4. Población y muestra**

**a) Población.** De acuerdo al material de estudio definido, tenemos dos tipos de población:

- **Competencia.** Conformado por todo los negocios de restaurantes y afines de la ciudad de Chachapoyas en el 2010.
- **Mercado - clientes.** Integrado por todas las personas que conforman el mercado de consumidores de la ciudad de Chachapoyas, es decir habitantes de la ciudad de Chachapoyas (locales y migrantes) y visitantes (nacionales y extranjeros)

**b) Tamaño de la Muestra.** El tamaño de la muestra, es el conjunto de unidades (cantidad de sujetos que deben considerarse en el estudio) que se encuentran incluidas dentro de la muestra. Para determinar la muestra de mercado – personas, se empleo el muestreo probabilístico y se determino mediante el muestreo estratificado, a través del muestreo aleatorio simple (MAS), y para determinar la muestra de competidores - negocios de café restaurante, se considerará el muestreo no probabilístico, mediante el muestreo por juicio.

❖ **Competencia:** Conformado por ocho establecimientos de Café Restaurante de la ciudad de Chachapoyas, elegidos en base a su relación directa con el negocio en estudio, determinado mediante el muestreo por juicio. Los negocios seleccionados para el estudio son los siguientes:

1. Restaurante "El Tejado"
2. Restaurante "Las Chozas de Marlisa"
3. Café "San José"
4. Café Fusiones
5. Café Gourmet Ciomara"
6. Café Restaurante "La Real Cecina Cocktail Lunch"
7. Bar Restaurante turístico "Chacha"
8. Restaurante Sabores del Perú – Chicken Grill

❖ **Mercado:** Está integrado por personas mayores de 18 años que conforman el mercado consumidor de la ciudad de Chachapoyas; es así que para efectos del presente estudio se tomará dos tipos de muestras: la primera está integrado por cierto número de habitantes del casco urbano de la ciudad de Chachapoyas (locales y migrantes) y la segunda por visitantes (nacionales y extranjeros). Así tenemos que las muestras se determinaron a través de las siguientes fórmulas:

*Fórmula para población finita, es decir cuando se conoce o se puede contabilizar el número de personas.*

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$$

**Donde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Tamaño de la población o universo: 23202 habitantes de la ciudad de Chachapoyas.

**P** = Probabilidad de aciertos

**Q** = Probabilidad de error

**E** = Nivel de error: 5% (0.05)

**Z** = Nivel de confianza, precisión o significancia: (1.96)

**Entonces:**

$$n_1 = \frac{23202(1,96)^2(0,96)(0,04)}{(23202-1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,96)(0,04)} = 59$$

**n<sub>1</sub>:** 59 habitantes (locales y migrantes) de la ciudad de Chachapoyas, mayores de 18 años.

*Fórmula para población infinita, es decir cuando se desconoce el número de personas y/o población en un determinado lugar.*

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

**Entonces:**

$$n_2 = \frac{(1,96)^2(0,96)(0,04)}{(0,05)^2} = 59$$

**n<sub>2</sub>:** 59 visitantes de la ciudad de Chachapoyas (nacionales y extranjeros), mayores de 18 años.

### 3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

❖ **Métodos:** En la elaboración del plan de negocios, se hace uso del diseño de investigación exploratorio - descriptivo; a través de los métodos: etnográfico, estadístico (descriptiva e inferencial), inductivo-deductivo, analítico y de síntesis, debido a que no se construye ninguna situación, lo que se hace es observar situaciones ya existentes tal como suceden en su contexto natural, no es necesario provocarlas intencionalmente.

En este tipo de investigación tiene como propósito conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación, una variable o conjunto de variables e indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables, dentro del enfoque cuantitativo y cualitativo. El procedimiento consiste en medir o ubicar a un grupo de personas, objetos, situaciones, contextos, fenómenos en una variable o concepto (generalmente más de una variable o concepto) y proporcionar su descripción. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003. p. 272 - 273.)

Este tipo de investigación recolecta información de fuentes primarias y secundarias ya que su propósito es el de justificar un problema u oportunidad, describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

El diseño exploratorio – descriptivo aplicado al plan de negocios para un establecimiento de Café Restaurante, nos permitirá conocer y evaluar situaciones, variables referidos a: los intereses, comportamientos, modalidades y necesidades, deseos y expectativas de una comunidad

específica (muestra de 59 habitantes, 59 visitantes y 8 establecimiento de restaurantes y afines de la ciudad de Chachapoyas) con la finalidad de proporcionar su descripción, análisis e interpretación; la misma que constituirá una fuente de información de primera mano para la toma de decisión referido al negocio.

- ❖ **Técnicas:** Se utilizó la observación directa, entrevista, y el registro de datos en fichas, para recabar información de la muestra de ocho establecimientos de restaurante y afines de la ciudad de Chachapoyas que conforman la competencia directa para el negocio de Café Restaurante en estudio; la recolección directa de datos, mediante la aplicación de encuesta a la muestra de cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas y a cincuenta y nueve visitantes de la misma ciudad; la observación y recolección directa e indirecta de información sobre el comportamiento y actitud de los encuestados, la identificación e interpretación de opinión de personas que conforman el mercado de la oferta y demanda, así como la recopilación de información de diversas entidades y medios. Todo esto para conocer la realidad actual de la competencia, las necesidades, deseos, expectativas de los futuros clientes y las oportunidades que tendría el negocio de Café Restaurante en el mercado.

- ❖ **Instrumentos de recolección de datos:** Para la recolección de datos se utilizó diversos instrumentos, entre los cuales tenemos: fichas para la recolección de datos, la encuesta, libretas de apuntes, cámara digital para el registro fotográfico, etc.

### 3.6. Análisis de los Datos.

Los datos se procesaron en cuadros estadísticos de una o dos variables, ya sean cuantitativos o cualitativos, se elaboraron gráficos estadísticos adecuados y se determinarán indicadores de proporción a fin de encontrar la relación y justificación entre las variables independientes y variables dependientes de la investigación; para tal efecto se empleo el Software Microsoft Office Excel

2007, así como también para la elaboración de los estados financieros; para el diseño de croquis de ubicación y el plano de distribución del negocio se empleo el Auto CAD 2009 y en el diseño del logo para el Café Restaurante el CorelDRAW X3, versión 13. Finalmente para la articulación del informe, se tuvo en consideración los métodos analítico-sintético e inductivo-deductivo, para lo cual se utilizo el Microsoft Office Word 2007.

## IV. RESULTADOS

### “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL CAFÉ RESTAURANTE GRAN BANQUETE EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS”

#### 4.1. RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día a nivel internacional, nacional y local, se vive en un ambiente donde los cambios experimentados en el orden de lo social, económico, político y demográfico han abierto nuevas oportunidades para los negocios; tal es el caso de los restaurantes y afines, rubro que en el Perú, moviliza anualmente más de 1500 millones de dólares (APEGA, 2009), representando el 3.68% del PBI (INEI, 2009). Dichos negocios forman parte esencial de los elementos del sistema turístico y cumplen un rol importante dentro de la sociedad, facilitando el desarrollo de de múltiples actividades, destacándose dentro de ellos la actividad turística. Ante esta situación y con el afán de aprovechar las necesidades y oportunidades que presenta el mercado local, se ha elaborado el plan de negocios, con la finalidad de conocer los lineamientos y estrategias para la adecuada creación y manejo sostenible del café restaurante Gran Banquete en la ciudad de Chachapoyas, el cual se fundamenta en estudios previos realizados y se sustenta en los siguientes resultados:

Luego de realizar un estudio de mercado, análisis del entorno y de competencia, se puede decir que existe un mercado en constante crecimiento, con necesidades insatisfechas y oportunidades para aprovechar, que pueden ser atendidas en parte con el lanzamiento y operación de un nuevo café restaurante en la ciudad de Chachapoyas.

En base a dichos estudios y análisis realizados, se define el café restaurante Gran Banquete; cuyo publico objetivo, estará conformado por personas de todas las edades que buscan probar nuevas sensaciones y una adecuada atención y servicio, con un poder adquisitivo medio-alto. Buscara diferenciarse de los demás restaurantes y cafeterías en la ciudad de Chachapoyas, gracias a aspectos como la calidad en la comida y el servicio, relación entre calidad y precio, el valor agregado que ofrecerá al cliente a través del acceso gratuito al servicio de internet inalámbrico en el área del café, en un ambiente confortable con un adecuado diseño y ambientación artesanal; que transmita confianza y

seguridad al cliente, acompañando a todo esto una cordial atención por un personal preparado.

El objetivo principal es hacer que el café restaurante sea reconocido como la marca líder en el mercado local, con presencia a nivel regional y nacional, para lo cual se tendrá que poner en marcha las estrategias propuestas y el plan de marketing desarrollado, que facilitara la etapa de introducción en el mercado y sobre todo permitirá vender la mayor cantidad de productos en el mercado.

Asimismo según el plan administrativo – legal tenemos que Gran Banquete se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada S.R.L. Y para su administración y funcionamiento adecuado se empleara inicialmente a 10 personas.

En el plan técnico - operativo se ha determinado los criterios y/o parámetros para el proceso de producción de la empresa; el cual se resume en la cadena de valor (ver ítem 4.8. Plan técnico – operativo, figura N° 4.5). El establecimiento tendrá una capacidad para atender a 66 comensales (40 en el comedor y 26 en la cafetería).

Mediante el análisis del plan financiero se requiere una inversión inicial de S/.74767.58; siendo el 40%, es decir S/.29 767.58 aporte de capital y el 60%, es decir S/.45000.00 crédito bancario. Dicha inversión, presenta un VAN de S/. 184,643.59 y una TIR de 153%, demostrando su viabilidad y rentabilidad sostenida en el tiempo.

Según la evaluación beneficio/costo tenemos que, por cada unidad monetaria invertida obtenemos 1.22 nuevos soles de beneficios, durante el periodo de evaluación, demostrando que el negocio es rentable económicamente; siendo el periodo de recuperación de la inversión inicial en el segundo año de operación.

Finalmente, Gran Banquete es una buena propuesta de negocio dentro el sector gastronómico, representando una alternativa distinta a los demás restaurantes de la ciudad de Chachapoyas, que cautivara a todos y cada uno de sus clientes, no solo gracias a su servicio excepcional, sino por la calidad de sus productos, en definitiva un negocio diseñado a su medida, de acuerdo a los gustos y preferencias de la demanda.

## 4.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El sector gastronómico (restaurantes y afines) en Perú y específicamente en la ciudad de Chachapoyas, se está convirtiendo en uno de los sectores más interesantes para la inversión, dado por el acelerado crecimiento y desarrollo que está experimentando durante los últimos años. Razones como la presencia de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza y la Universidad Privada Alas Peruanas. Asimismo la presencia de CEVATUR sede en Chachapoyas, con su carrera técnica en gastronomía; así como también la afluencia de visitantes a la región Amazonas por concepto de turismo y otros al año 2009 fue de 214963, cifra que cada año experimenta un crecimiento (DIRCETUR, 2009). Frente a este ambiente dinámico, los negocios de restaurantes y afines a nivel nacional y en especial en la ciudad de Chachapoyas, juegan un rol importante en la atención y servicio a las necesidades de las personas, pero a la fecha de los 86 establecimientos de restaurantes y afines existentes en la ciudad de Chachapoyas ninguno se encuentra categorizado, presentando en su mayoría una oferta de productos limitados y un bajo nivel en la atención y servicio al cliente. Es así, que a la fecha la capacidad de carga de los 86 restaurantes y afines en la ciudad de Chachapoyas es de 4514 comensales (DIRCETUR-Amazonas, 2011); siendo un factor limitante para atender las necesidades de un mercado en constante crecimiento. (Ver directorio de restaurantes y afines en Anexo N° 02)

Para mayor detalle sobre el entorno, se analizo teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

- a) Aspecto económico.-** Según la *Asociación Peruana de Gastronomía – (APEGA, 2010)*, la industria gastronómica peruana es una de las mas proliferas del mundo, moviliza anualmente más de 1500 millones de dólares; actualmente en el Perú existen alrededor de 66.000 restaurantes, de los cuales 31.450 se encuentra en Lima. Una numerosa industria que todos los días emplea a 300.000 personas. Representa el 3.68% del PBI, esto según las ponderaciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2009).



Mientras que en la ciudad de Chachapoyas, según el directorio de establecimientos de servicio, existen 86 restaurantes y afines, con una capacidad para atender a 4514 comensales en un momento dado pero se desconoce el aporte a la economía local (DIRCETUR, 2011). Asimismo dichos negocios han surgido de manera informal en su mayoría, empleando a personas con una remuneración por debajo del sueldo mínimo vital.

**b)Aspecto sociocultural.-** En afán de obtener el reconocimiento y posicionamiento de nuestra gastronomía en mercado internacional se vienen realizando eventos como: la ferias gastronómica Mistura, la Expo Gourmet, Perú mucho gusto; son algunas muestras de que se está prestando interés al sector gastronómico.

Las ferias, eventos y campañas de promoción que se realizan a nivel local, nacional e internacional constituyen una oportunidad para los negocios de alimentos y bebidas existentes, así como también para los nuevos. Frente a esta situación las ferias gastronómicas no son ajenas en la ciudad de Chachapoyas, ya que dichos eventos se vienen desarrollando de forma consecutiva, siendo la más importante la semana turística de Los Chachapoyas, del primero al seis de junio, en las que se realizan diversas actividades, ferias, exposiciones gastronómicas, concursos y festivales. Actividades similares se desarrollan en las fiestas patronales del primero al quince de agosto, en honor a la virgen asunta. Estos eventos y entre otros de menor categoría congregan a personas de diversas partes del mundo; representando una atractiva oportunidad para los negocios de restaurantes y afines, ya que juegan un rol importante en el desarrollo de la actividad turísticas y de múltiples actividades en general.

Además la presencia de los centros de formación técnico y profesional, es una gran oportunidad para los diferentes tipos de negocios, ya que proveerán de recurso humano idóneo para la planificación, administración, gerencia y operación de los mismos; los que contribuirán en la mejora del nivel de calidad de calidad en la atención y servicio al cliente.

**c) Aspecto político y legal.-** Los restaurantes y afines, forman parte de un sector que depende en gran medida de factores normativos, que regulan dicha actividad, tal es el caso de la existencia del reglamento de restaurantes emitido, mediante DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR. Dicho reglamento no es considerado por la gran mayoría de los restaurantes en operación, es así que en la ciudad de Chachapoyas tenemos a la fecha 86 establecimientos de restaurantes y afines de los cuales, solo 51 están registrados en la DIRCETUR, y ninguno se encuentra clasificado y/o calificado (DIRCETUR – Amazonas, 2011). Además del mencionado reglamento existen instituciones que se encargan de supervisar y evaluar el adecuado funcionamiento de dichos establecimiento, dentro de ellas tenemos a la Dirección Regional de Salud - DIRESA, Defensa Civil, La Municipalidad entre otros, quienes son los encargados de velar por el cumplimiento de las normas y reglamentos que tienen por finalidad regular la adecuado desarrollo y prestación de los servicios.

Según lo descrito podemos notar que existen políticas establecidas, pero que sin embargo no se cumplen a cabalidad, ocasionado de este modo un mal estar social político y administrativo.

**d) Aspecto tecnológico.-** El aspecto tecnológico que está relacionado con la innovación, aspecto que la gran mayoría de restaurantes y cafeterías no tienen en cuenta, pasando por alto las ventajas que pueden conseguir si aprovechan las nuevas tecnologías que ofrece el mercado globalizado en la industria gastronómica. Muestra de la resistencia a este cambio tenemos como resultado la demora en la atención y servicio al cliente, ya que el sistema de producción es inadecuado y no está acorde con su capacidad de carga; como ejemplo tenemos cocinas pequeñas en ambientes reducidos, entre otros.

**e) Aspecto ambiental.-** Hoy en día los negocios modernos buscan desarrollarse bajo los parámetros de la sostenibilidad (económico – productivo, ambiental y sociocultural). Frente a esta situación, la mayoría

de los negocios o empresas en operación aun no se adaptan a este modelo de desarrollo; donde la responsabilidad empresarial debe buscar reducir los impactos negativos al ambiente y a la sociedad en general.

**f) Proveedores.-** Los proveedores de los insumos o materia prima, en su mayoría se encuentran concentrados en el mercado central y otros (mercado yance y mercado tipo feria de los días miércoles) de la ciudad de Chachapoyas, algunos restaurantes se auto-proveen de algunos insumos y para los productos que no existen en los mercados locales se establecen contactos con proveedores (local, regional y nacional) exclusivos y previamente seleccionados.

**g) Clientes potenciales.-** Los establecimientos de restauración existentes en la ciudad de Chachapoyas no tienen definidos claramente el tipo de segmento de mercado al que atienden, prestando sus servicios a todo tipo de clientes que visitan su negocio, es decir a personas locales y visitantes tanto nacionales como extranjeros. Dicho mercado de clientes cada día está en constante crecimiento debido a múltiples factores, representando una buena oportunidad para los negocios de alimentos y bebidas que día tras día son indispensables en la vida cotidiana del hombre, quienes por diversas razones y tomando en cuenta diversos criterios acuden a comer en un restaurante (ver ítem 4.2. Estudio de mercado, gráficos N° 2.3 y 2.4)

### **4.3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercados es la identificación, acopio análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de problemas y las oportunidades de marketing. (Malhotra N. 2004)

El análisis de mercado es un estudio de todos los aspectos que pueden influir en la definición de estrategias del negocio, entre ellas la de marketing. Este análisis debe reflejar el conocimiento de los productos o servicios que se ofrecerán y el mercado objetivo. (Perú 21, 2010)

La segmentación de mercado es el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes, y de seleccionar uno o varios de esos segmentos como otros tantos objetivos por alcanzar por medio de una mezcla de marketing específica. El propósito de los estudios de segmentación de mercado es el de identificar las necesidades y deseos de un grupo específico de consumidores, con la finalidad de desarrollar y promover productos y servicios que satisfagan las necesidades de cada grupo. Es necesario hacer una clasificación para analizar las características geográficas, demográficas, psicológica, psicográfica, sociocultural y los diferentes intereses de nuestro mercado. (Hernández y Quiñones, 2007). (ver ítem 4.3. Definición del negocio, cuadro N°05)

Además permite conocer detalladamente los gustos y preferencias del mercado meta al que está dirigido el negocio, y con esto enfocarse adecuadamente a sus productos y encontrar los segmentos que le brinden una mayor rentabilidad ya sea por tamaño o demanda.

#### **a) OBJETIVOS.**

##### **➤ General:**

- ❖ Determinar los hábitos, gustos, preferencias y expectativas de las personas - clientes objetivos, en relación a los negocios de restaurantes y afines para diseñar la oferta gastronómica a su medida.

➤ **Específicos:**

- ❖ Determinar la existencia de un nicho de mercado para un Café-Restaurante
- ❖ Identificar los productos y servicios que tienen mayor demanda en el mercado.
- ❖ Determinar la frecuencia con que visitan un negocio de restaurante y afines, así como el precio promedio que los clientes estarían dispuestos a pagar por un plato principal, una entrada y un postre.
- ❖ Conocer las principales características de los consumidores potenciales e identificar el segmento de mercado adecuado.
- ❖ Precisar cuáles son los medios de promoción que más se utilizan para informarse de los restaurantes y afines.
- ❖ Conocer las principales razones, aspectos y/o criterios a la hora de escoger un negocio de restaurante y afines.
- ❖ Conocer el tipo de restaurante y afines que les gustaría que exista, así como el tipo de comida que prefieren y el lugar en el que les gustaría se ubique.

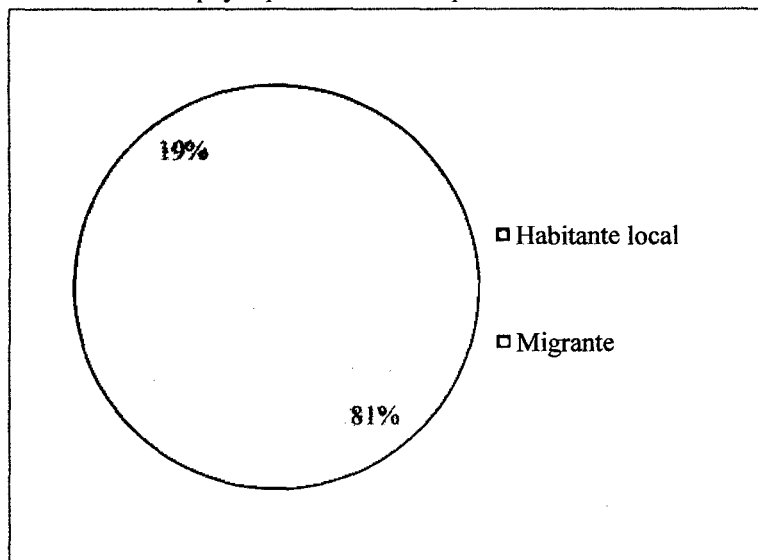
**b) RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

Los resultados obtenidos de las ciento dieciocho encuestas divididos en dos grupos, cincuenta y nueve encuestas fueron aplicadas a los habitantes (locales y migrantes) y cincuenta y nueve encuestas aplicados a visitantes (nacionales y extranjeros) de la ciudad de Chachapoyas, para conocer sus gustos, preferencias y expectativas. Dichos resultados se presentan a continuación de forma comparativa entre ambas muestras; existiendo siete preguntas entre ambas muestras que son diferentes; así tenemos:

### b.1. DATOS DE CLASIFICACIÓN.

Las preguntas orientadas a recabar información referente a datos de clasificación, fueron las mismas para ambas muestras, así tenemos:

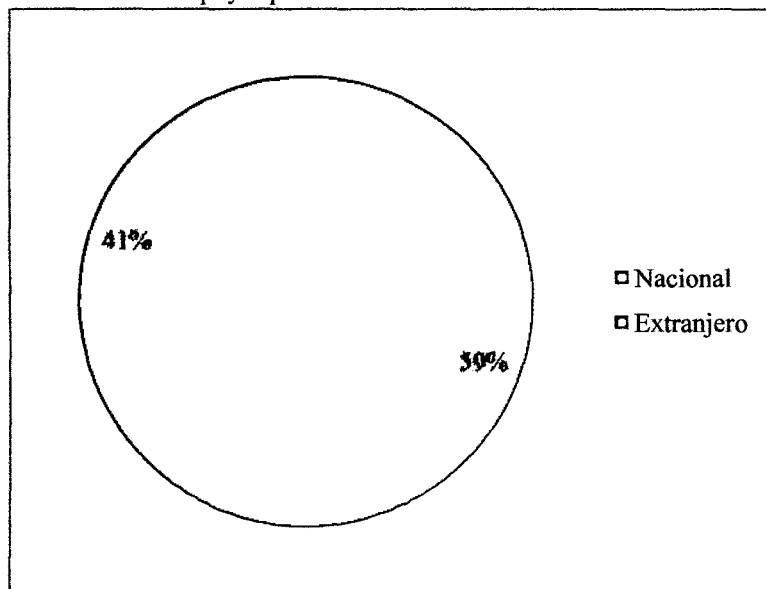
GRAFICO N° 1.1  
Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de habitante



Según la muestra de las 59 personas encuestadas, tenemos que el 81% son habitantes locales, es decir naturales de la ciudad de Chachapoyas, mientras que 19% son personas migrantes, pero que residen en la ciudad de Chachapoyas.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.1  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes a la ciudad de Chachapoyas para conocer su nacionalidad

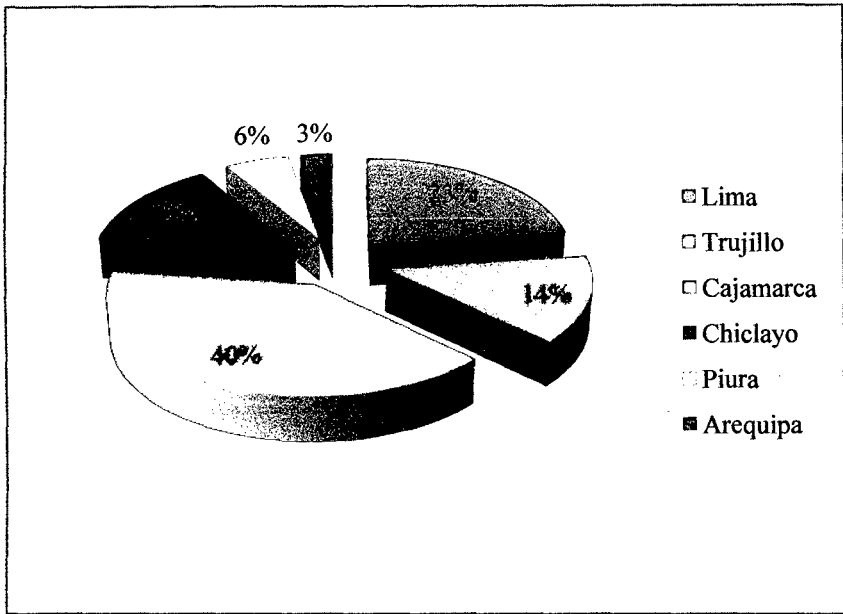


De las personas que visitan la ciudad de Chachapoyas, tenemos que el 59% son nacionales y el 41% son extranjeros.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.1.1

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el lugar de procedencia de los visitantes Nacionales

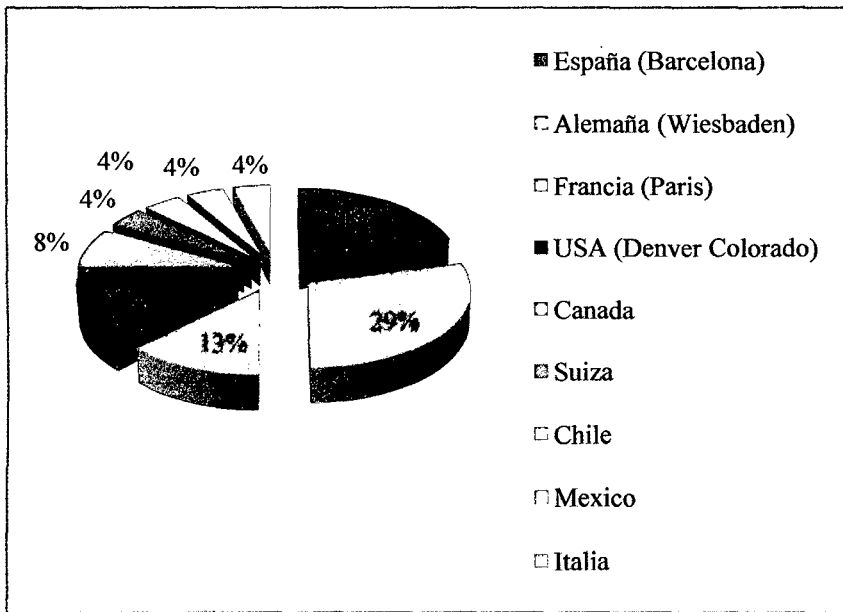


Del 59% de visitantes nacionales, el 40% provienen de Cajamarca, el 23% de Lima, el 14% de Trujillo y Chiclayo, el 6% de Piura y el 3% de Arequipa.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.1.2

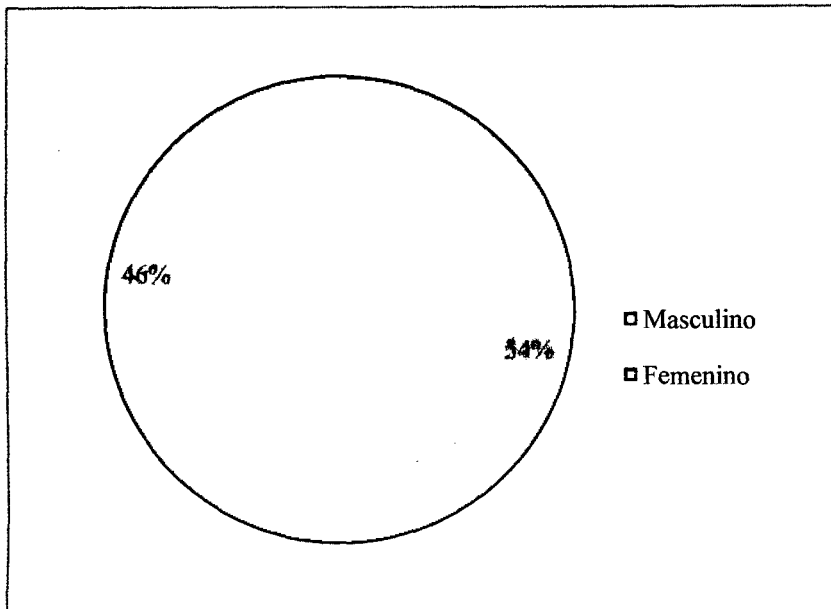
Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el lugar de procedencia de los visitantes extranjeros



Del 41% de visitantes extranjeros, el 29% provienen de Alemania, el 21% de España, el 13% de Francia y Estados Unidos, el 8% de Canadá, y el 4% de Italia, México, Chile y Suiza en igual proporción.

Fuente: Elaboración propia - 2011

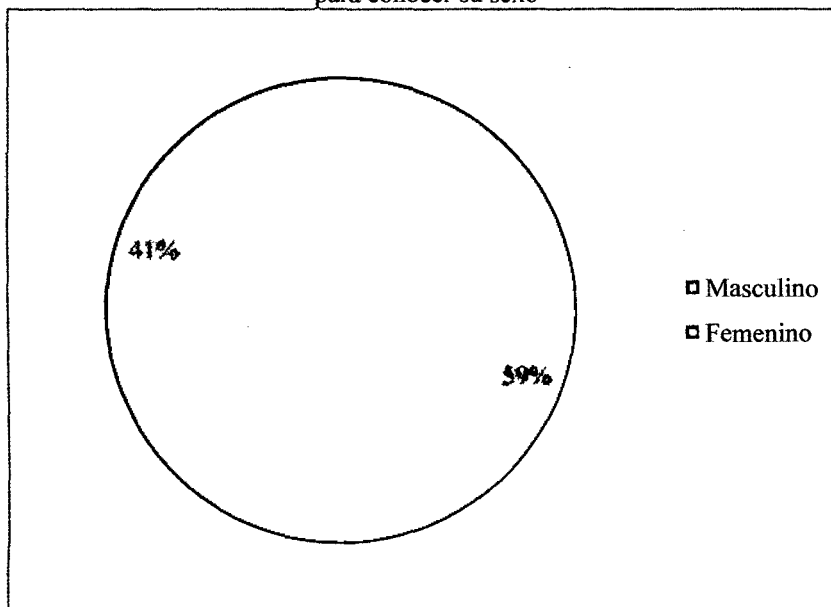
GRAFICO N° 1.2  
Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer el tipo de sexo



El 54% de las personas encuestadas son del sexo masculino y el 46% pertenecen al sexo femenino.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 1.2  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes a la ciudad de Chachapoyas  
para conocer su sexo



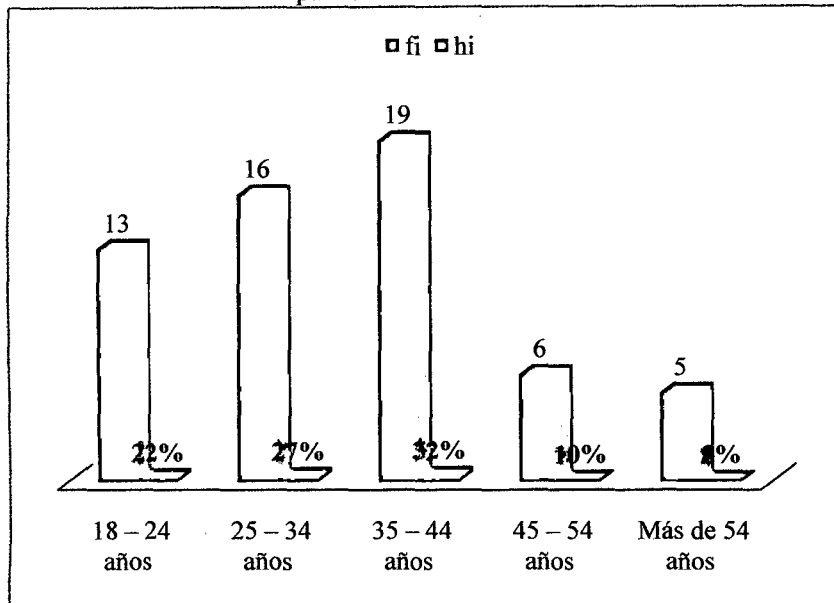
El 59% de las personas encuestadas son del sexo masculino y el 41% pertenecen al sexo femenino.

Fuente: Elaboración propia – 2011



GRAFICO N° 1.3

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes a la ciudad de Chachapoyas para conocer sus edades

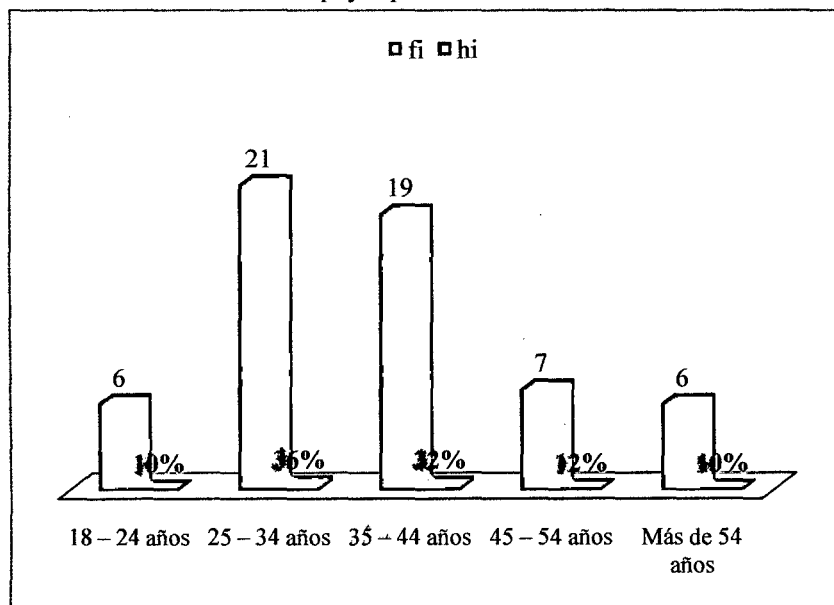


Fuente: Elaboración propia - 2011

Las personas encuestadas están entre los siguientes intervalos de edad: el 32% entre 35 y 44 años, dicho porcentaje es producto de la respuesta de 19 personas encuestadas; 16 personas están entre 25 y 34 años, equivalente al 27%; 13 personas, es decir el 22% entre 18 y 24 años, siendo estos los más representativos.

GRAFICO N° 1.3

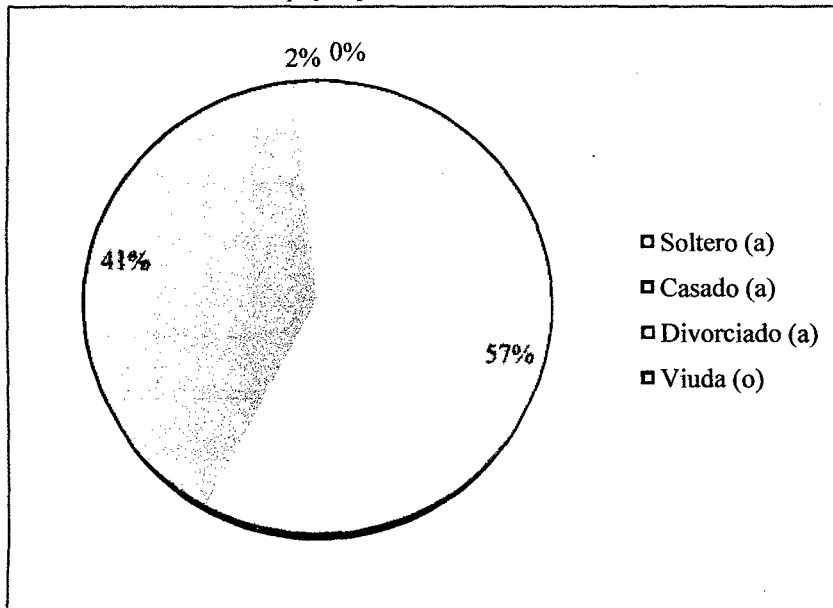
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer sus edades



Fuente: Elaboración propia - 2011

Los encuestados están entre los siguientes intervalos de edad: el 36% entre 25 y 34 años, dicho porcentaje es producto de la respuesta de 21 personas encuestadas; 19 personas están entre 35 y 44 años, equivalente al 32%; 7 personas, es decir el 12% entre 45 y 54 años, siendo estos los más representativos.

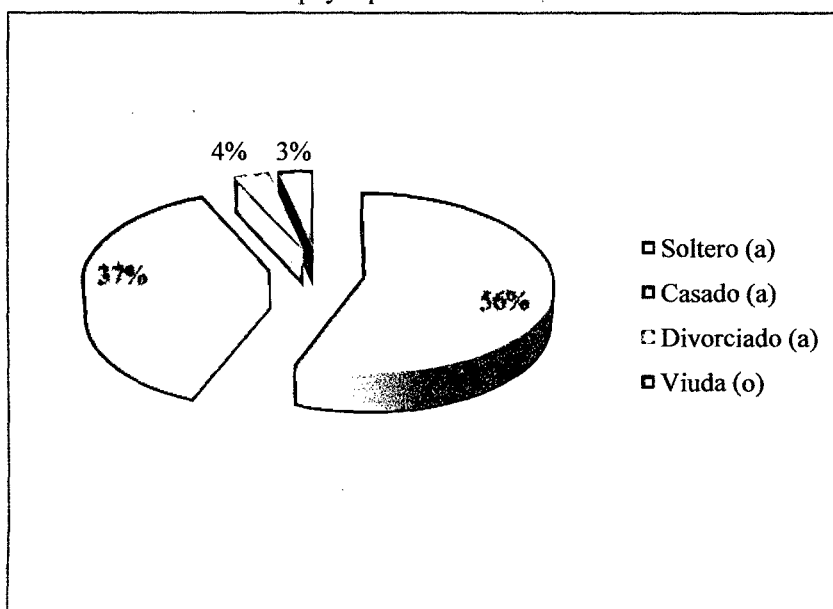
GRAFICO N° 1.4  
Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad  
de Chachapoyas para conocer su estado civil



Frente a la pregunta referida a su estado civil, las personas contestaron: la mayoría, es decir el 57% son solteros; seguido por el 41% que respondieron son casados.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.4  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad  
de Chachapoyas para conocer su estado civil

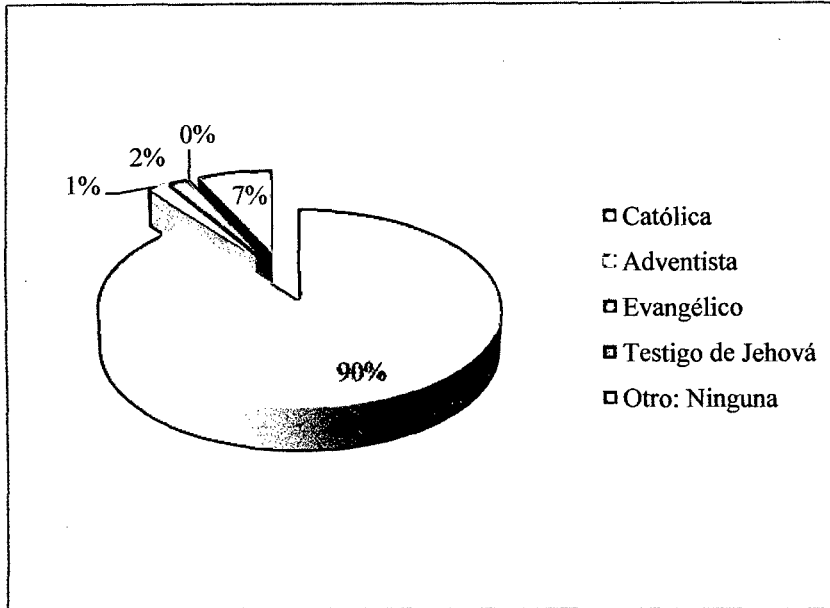


Los visitantes, frente a la pregunta referida a su estado civil, contestaron en su mayoría, es decir el 56% son solteros; seguido por el 37% que respondieron son casados.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.5

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer el tipo de religión que profesan

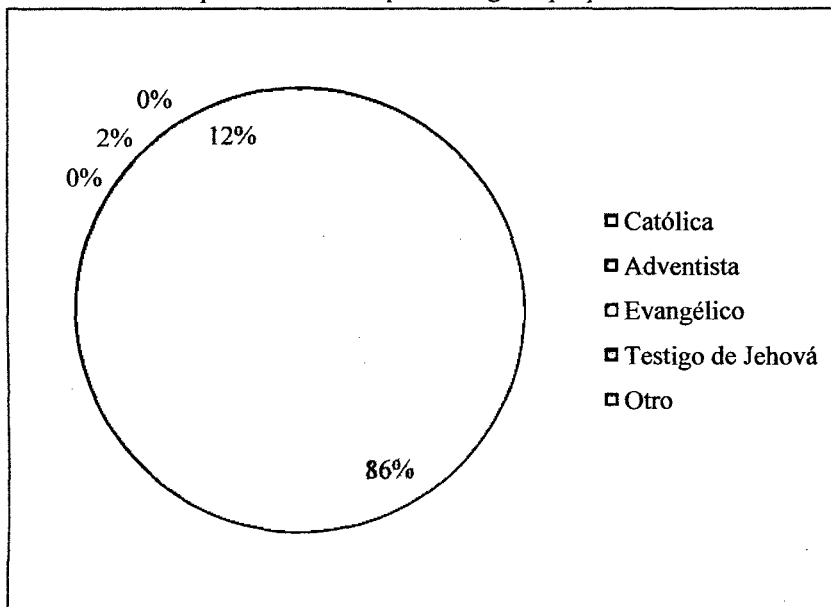


El 90% de los encuestados profesan como religión la católica, el 7% respondieron que no profesan ningún tipo de religión, el 2% son evangélicos, el 1% son adventistas y ningún testigo de Jehová de todos los encuestados.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.5

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer el tipo de religión que profesan

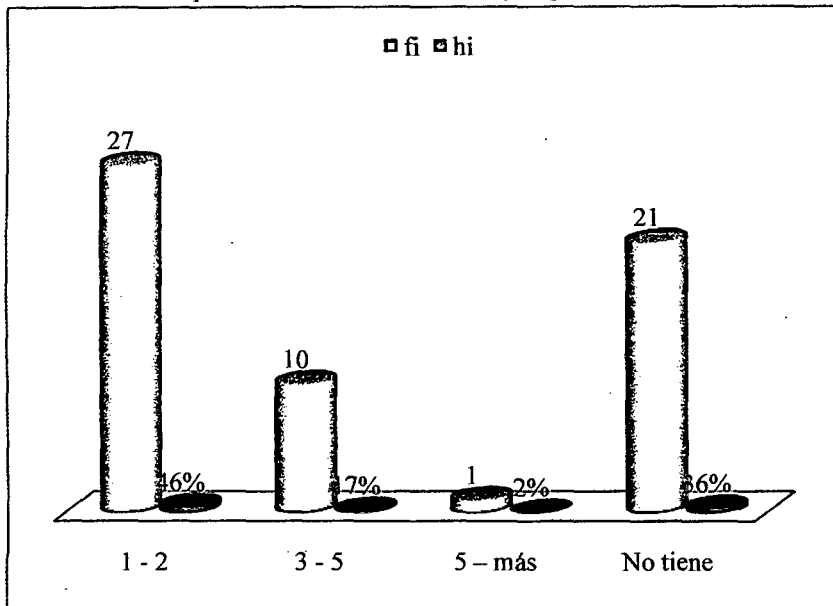


El 86% de los encuestados profesan como religión la católica, el 12% respondieron que profesan otro tipo de religión, el 2% son evangélicos, no registrándose ningún testigo de Jehová y adventista de todos los encuestados.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.6

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el número de hijos que tienen

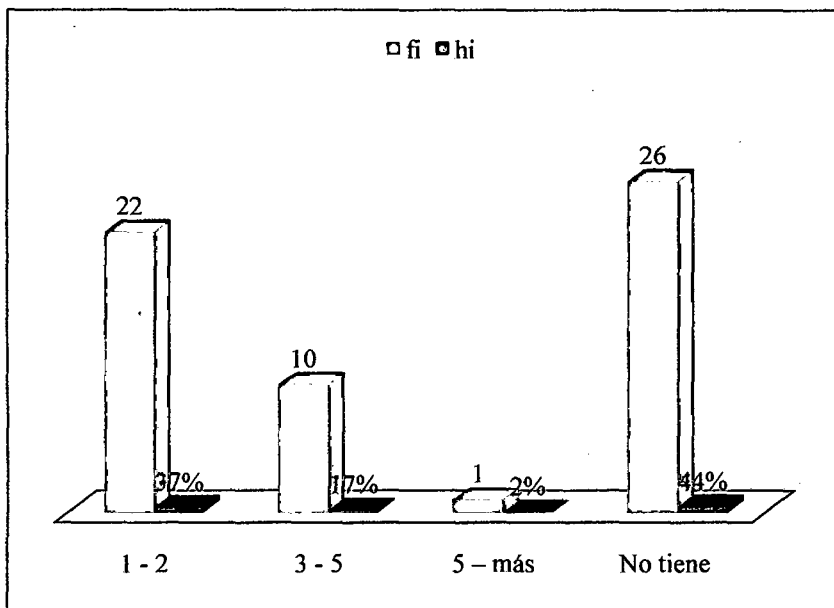


De todas las personas encuestadas el 46% tienen entre 1 y 2 hijos, mientras que el 36% manifestaron que no tienen hijos, el 17% entre 3 y 5 hijos y el 2% entre 5 y más hijos.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.6

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el número de hijos que tienen

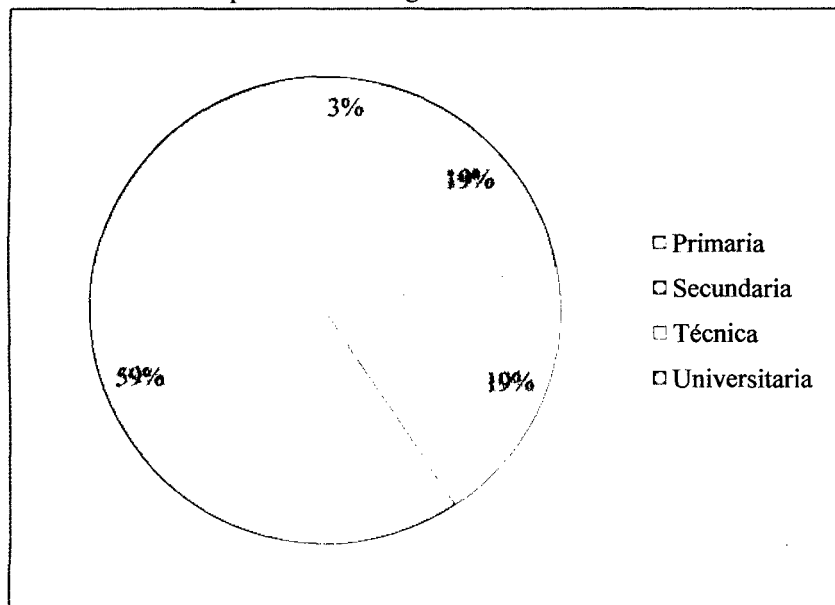


El 44% de las personas encuestadas respondieron que no tienen hijos, el 37% tienen entre 1 y 2 hijos, el 17% manifestaron que tienen entre 3 y 5 hijos y el 2% entre 5 y más hijos.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.7

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer su grado de instrucción

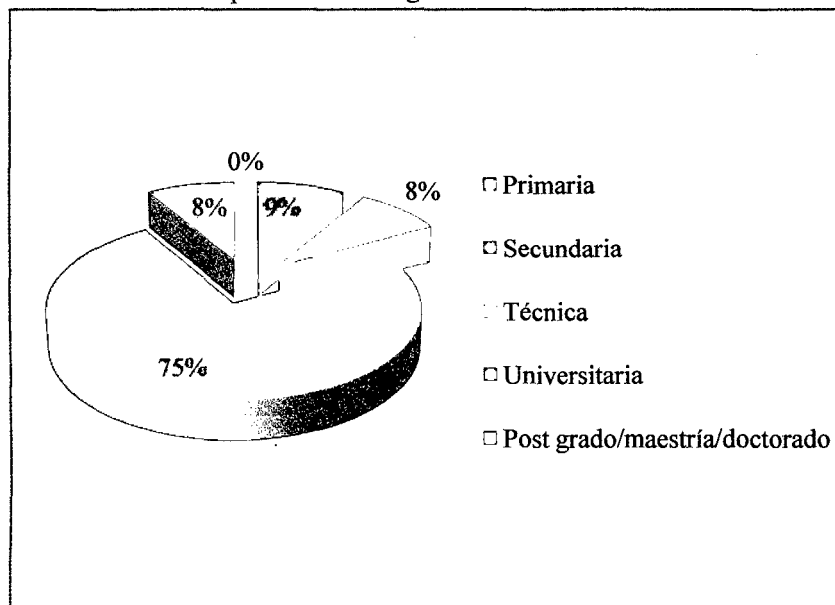


La mayoría, es decir el 59% de los encuestados presentan grado de instrucción universitaria, el 19% técnica y secundaria en igual porcentaje y el 3% primaria.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.7

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer su grado de instrucción

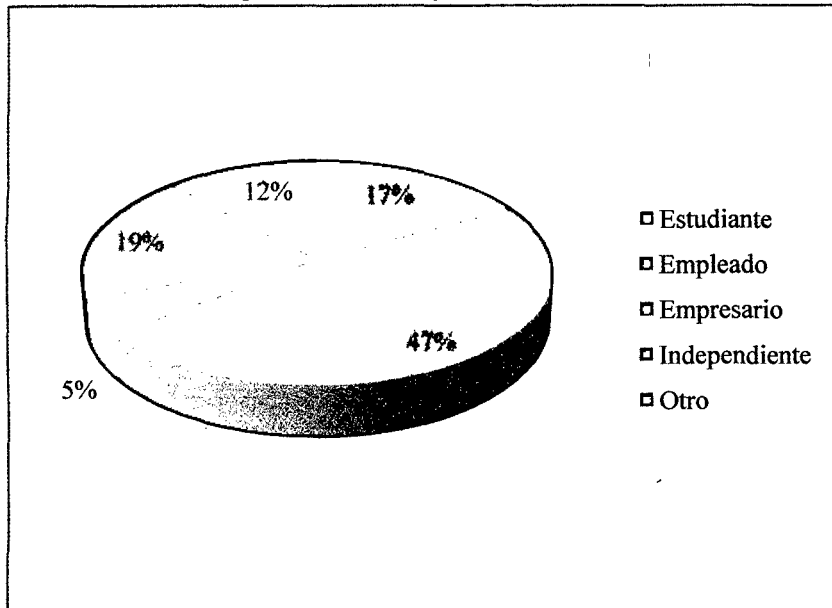


El 75% de los encuestados presentan grado de instrucción universitaria, el 9% secundaria y el 8% técnica y post grado en igual porcentaje.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.8

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de ocupación

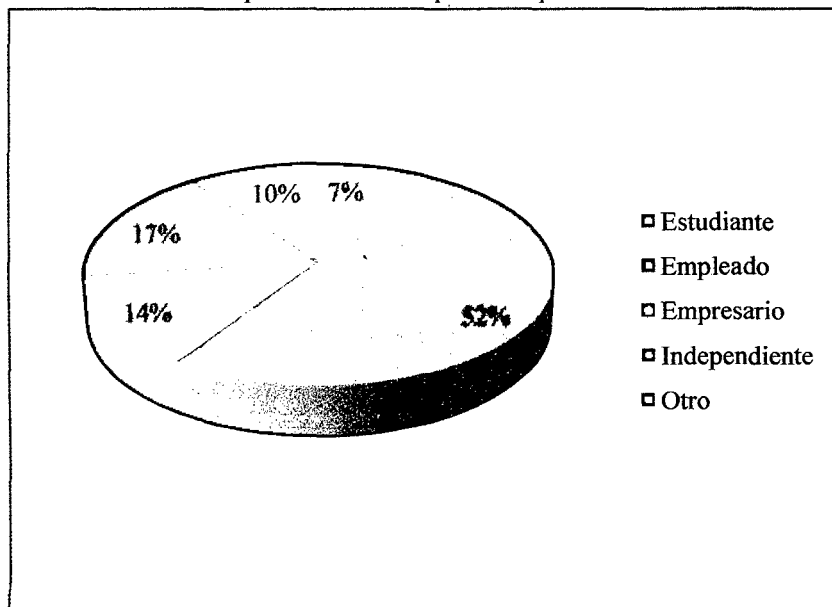


En referencia a su tipo de ocupación los encuestados respondieron: el 47% son empleados (públicos – privados), el 19% son independientes, el 17% son estudiantes, el 12% presentan otro tipo de ocupación y el 5% son empresarios.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 1.8

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de ocupación

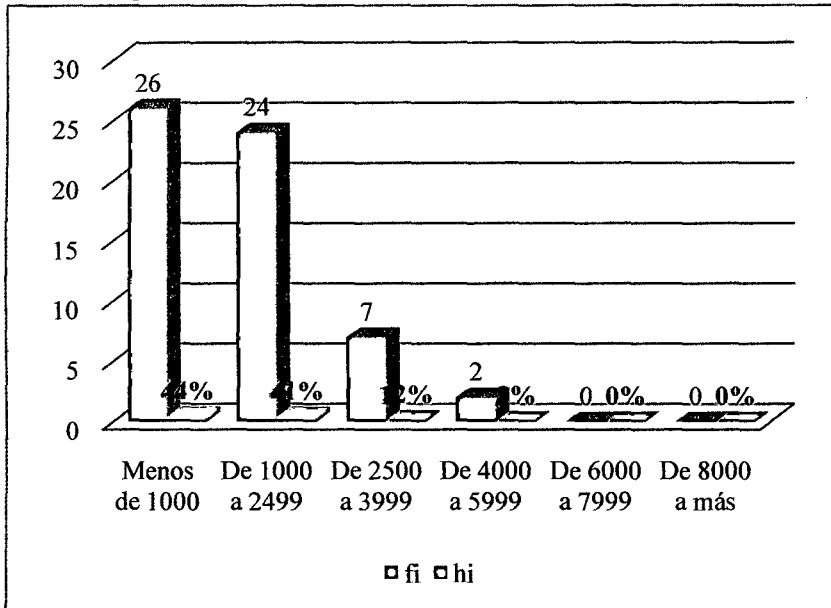


Con respecto a su tipo de ocupación los encuestados respondieron: el 52% son empleados (públicos – privados), el 17% son independientes, el 14% son empresarios, el 10% presentan otro tipo de ocupación y el 7% respondieron son estudiantes.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.9

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su ingreso económico mensual (en soles)

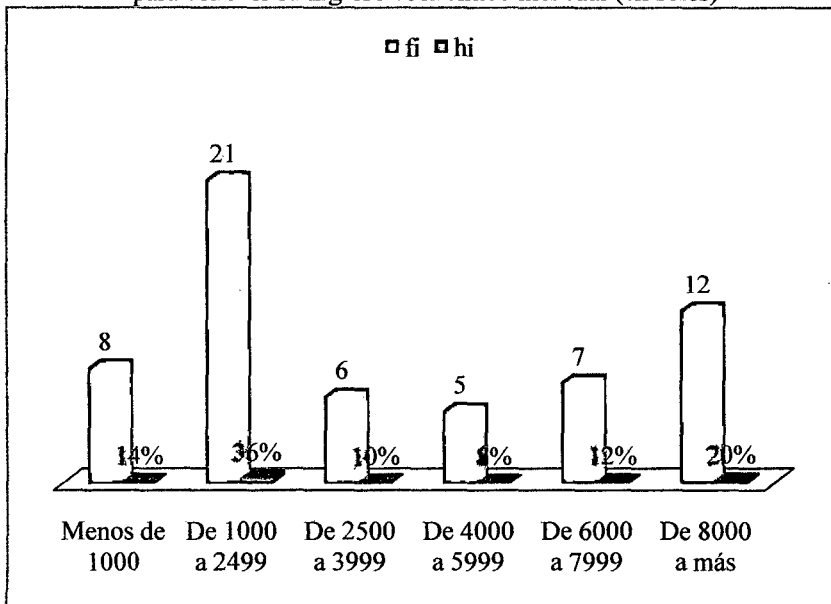


El 44% de los encuestados presentan un ingreso promedio mensual de menos de 1000 nuevos soles, el 41% entre 1000 y 2499 nuevos soles, el 12% entre 2500 y 3999 nuevos soles y el 3% entre 4000 y 5999 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.9

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su ingreso económico mensual (en soles)



El 36% de los encuestados presentan un ingreso promedio mensual entre 1000 y 2499 nuevos soles, el 20% más de 8000 nuevos soles, el 14% menos de 1000 nuevos soles, el 12% entre 6000 y 7999 nuevos soles y el 10% entre 2500 y 3999 nuevos soles y el 8% entre 4000 y 5999 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia - 2011

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Cuadro N° 4.1

Síntesis de interpretación: datos de clasificación, preguntas aplicadas a ambas muestras

<b>Habitantes de la ciudad de Chachapoyas (locales y migrantes).</b>	<b>Visitantes (nacionales y extranjeros) de la ciudad de Chachapoyas.</b>
<i>Datos de clasificación</i>	<i>Datos de clasificación</i>
<p>El 81% de las personas encuestadas son pobladores locales y el 19% son migrantes; el 54% son varones y el 46% son mujeres; estando la mayoría, es decir el 36% entre 35 a 44 años; el 57% son solteros, frente al 41% que son casados; el 90% profesan la religión católica; el 46% tienen entre 1 a 2 hijos y el 17% entre 3 a 5 hijos; el 59% presentan grado de instrucción universitaria; el 47% son empleados (públicos y privados). El ingreso económico del 44% es menos de 1000.00 nuevos soles y del 41% entre 1000.00 y 2499.00 nuevos soles. Dichas preguntas se han aplicado con la finalidad de clasificar a personas como clientes potenciales, los mismos que constituirán el tipo de segmento de mercado para el negocio.</p>	<p>El 59% son nacionales y el 41% son extranjeros; de los visitantes nacionales el 40% provienen de Cajamarca, el 23% de Lima, el 14% de Trujillo y Chiclayo, el 6% de Piura y el 3% de Arequipa; de los visitantes extranjeros el 29% provienen de Alemania, el 21% de España, el 13% de Francia y Estados Unidos, el 8% de Canadá, y el 4% de Italia, México, Chile y Suiza en igual proporción; el 59% son varones y el 41% son mujeres; estando la mayoría, es decir el 36% entre 25 a 34 años, seguido por el 32% que están entre 35 y 44 años; el 56% son solteros frente al 37% que son casados; el 86% profesan la religión católica; el 37% tienen entre 1 a 2 hijos y el 17% entre 3 a 5 hijos; el 75% presentan grado de instrucción universitaria; el 53% son empleados (públicos y privados). El ingreso económico del 36% está entre 1000.00 y 2499.00 nuevos soles y del 20% más de 8000.00 nuevos soles.</p>

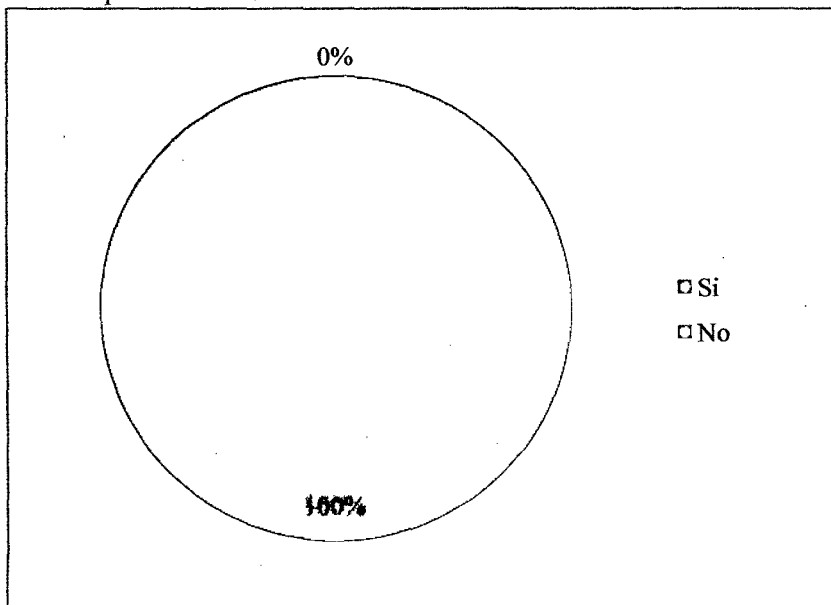
Fuente: Elaboración propia - 2011



**b.2. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.**

Las preguntas que se pueden observar gráficamente desde la 2.1 hasta la 2.5 son preguntas que se aplicaron solo a la muestra de cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas, siendo los resultados los siguientes:

GRAFICO N° 2.1  
Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer si acostumbran salir a comer en un restaurante

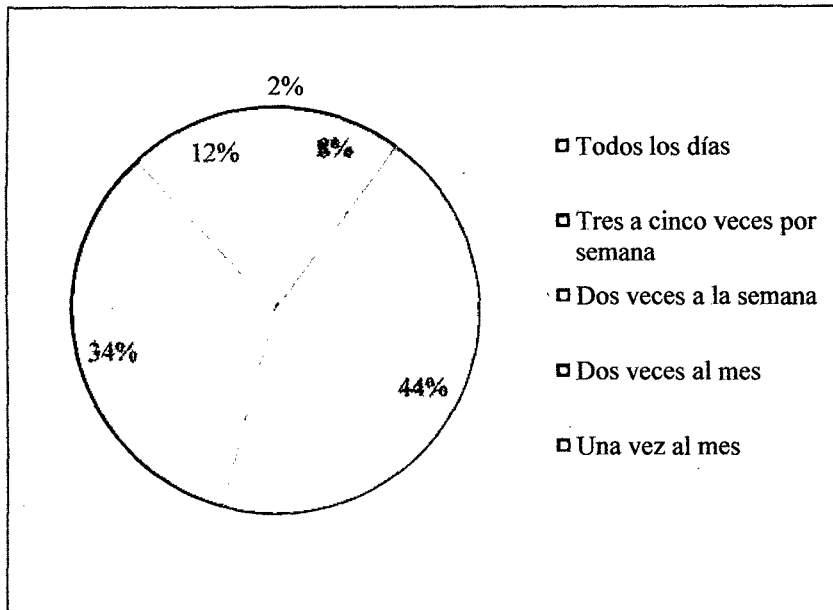


El 100% de las personas encuestadas respondieron que SI acostumbran salir a comer en un restaurante.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.2

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que acostumbran salir a comer en un restaurante

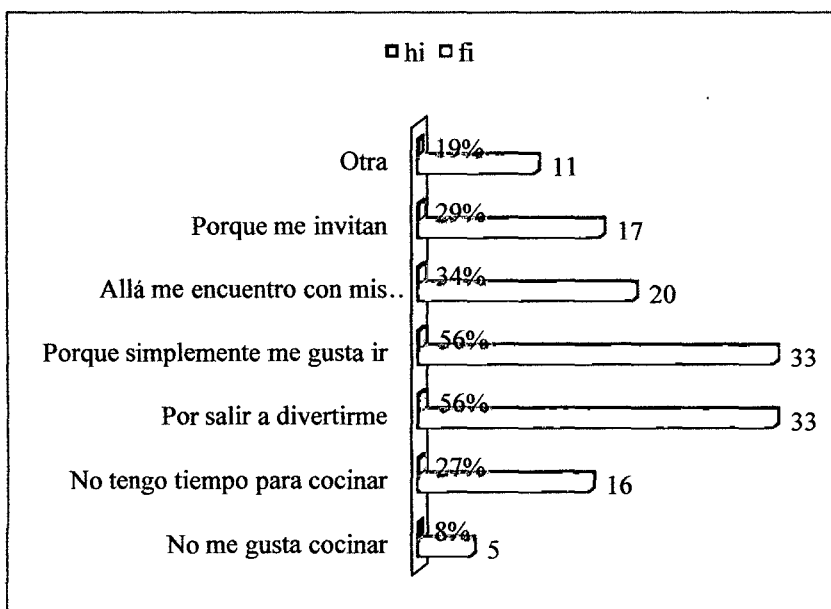


Fuente: Elaboración propia – 2011

Siguiendo la secuencia de la pregunta anterior, la frecuencia con la que acostumbran salir a comer en un restaurante esta dado de la siguiente manera: el 44% acostumbra salir dos veces a la semana, el 34% dos veces al mes, el 12% una vez al mes, 8% tres veces por semana y el 2% indico que todos los días.

GRAFICO N° 2.3

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad e Chachapoyas para conocer los aspectos y/o motivos por el que acuden a un restaurante

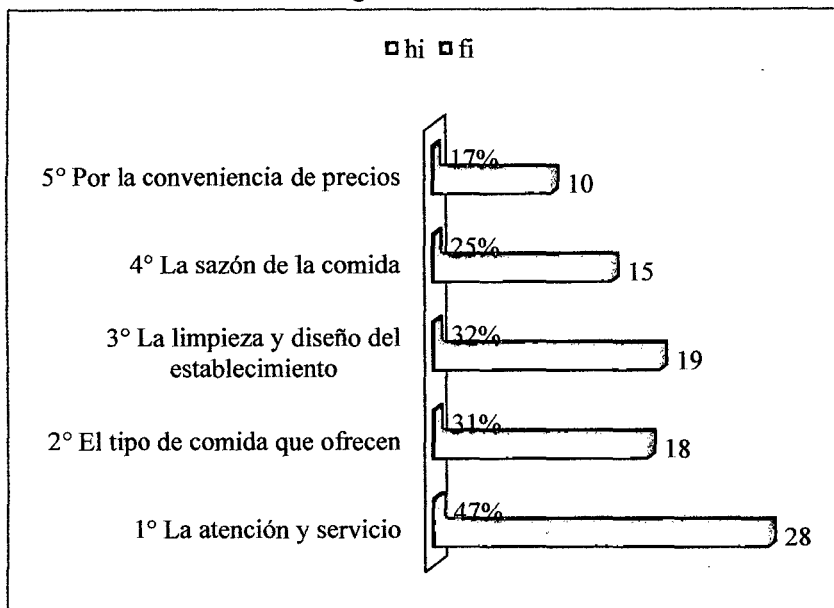


Fuente: Elaboración propia – 2011

Los principales aspectos y/o motivos por el que las personas van a un restaurante son: el 56% van porque simplemente les gusta ir, en igual porcentaje por salir a divertirse o relajarse; el 34% van porque se encuentran con amigos y/o familiares; el 29% porque lo invitan; el 27% porque no tienen tiempo para cocinar; el 19% por otros motivos (Variar el menú de casa) y por último el 8% de todos los encuestados respondieron que van porque no les gusta cocinar.

GRAFICO N° 2.4

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los criterios que tienen en cuenta a la hora de escoger un restaurante

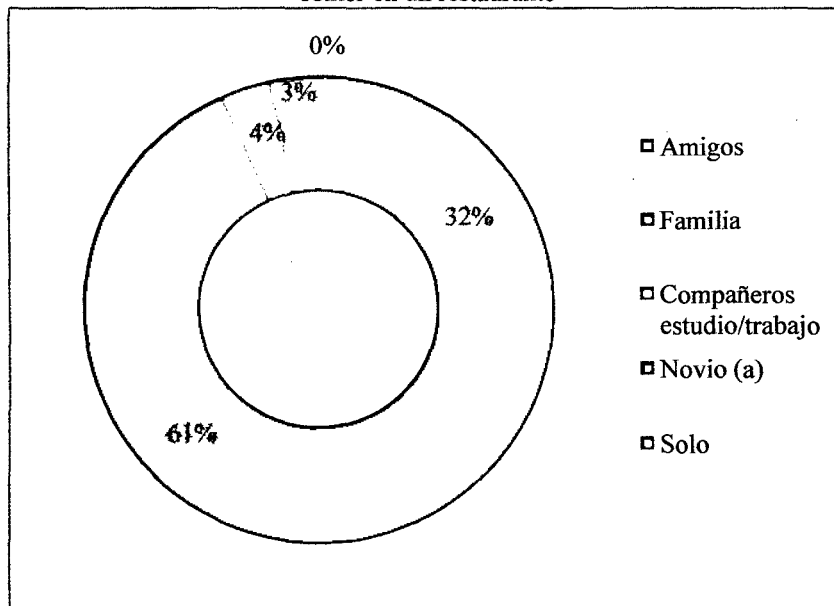


Fuente: Elaboración propia – 2011

Según orden de prioridad, los 5 criterios que tienen en cuenta las personas a la hora de escoger un restaurante son: el 47% considera como primer criterio la buena atención y servicio, el 31% considera en segundo lugar el tipo de comida que ofrecen, el 32% tiene en cuenta la limpieza y diseño del restaurante como tercer lugar, el 25% considera en cuarto lugar la sazón de la comida y el 17% considera como quinto criterio los precios.

GRAFICO N° 2.5

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer con quien van más a menudo a comer en un restaurante

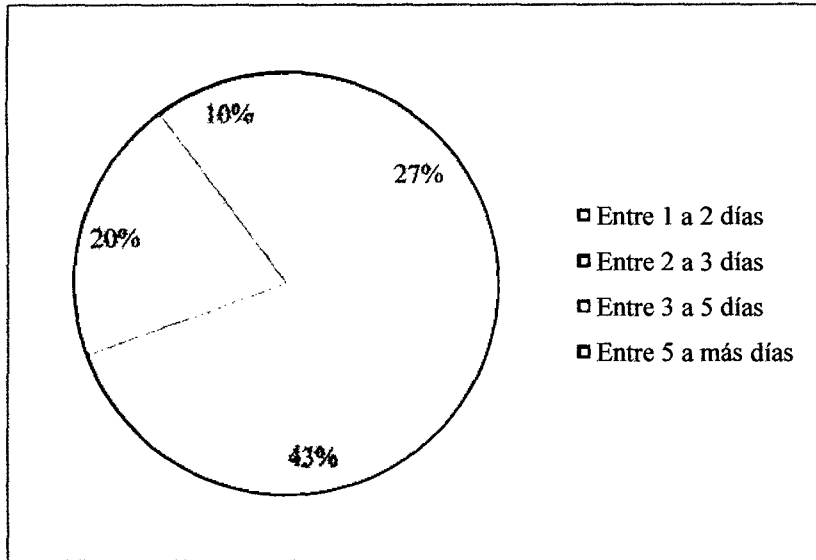


Fuente: Elaboración propia – 2011

De las personas que acostumbran salir a comer en un restaurante, teniendo en cuenta varios criterios: el 61% acuden más a menudo con su familia, el 32% con amigos, el 4% con compañeros de estudio y el 3% con su novio(a).

Las preguntas que hacen referencia a los gráficos N° 2.1 y 2.2 solo se aplicaron a la muestra de cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas.

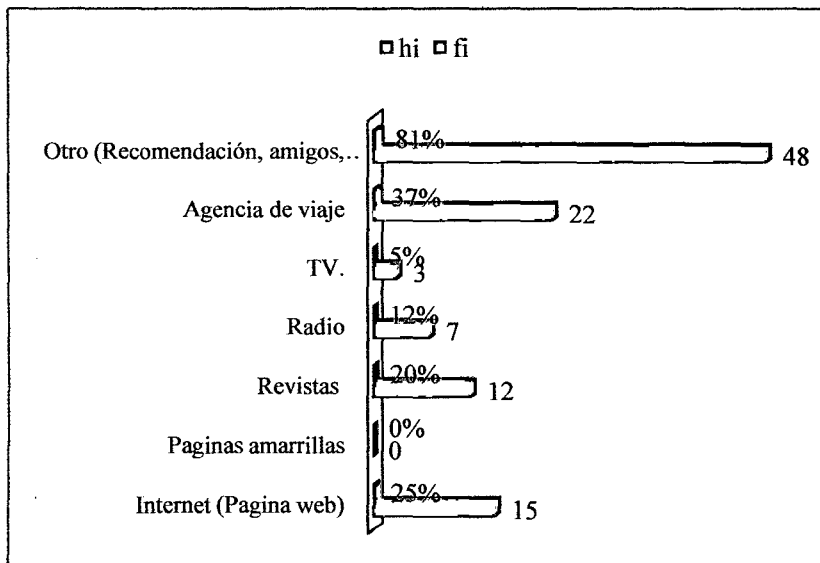
GRAFICO N° 2.1  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes para conocer el tiempo de permanencia en la ciudad de Chachapoyas



En relación al tiempo de permanencia en la ciudad de Chachapoyas, en su mayoría representado por el 43% manifestaron que estarían entre 2 a 3 días, el 27% respondió entre 1 a 2 días, el 20% entre 3 a 5 días y el 10% entre 5 a más días.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.2  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el medio que utilizó para informarse de los restaurantes



Los medios de información más usados por los visitantes tanto nacionales como extranjeros son: la recomendación por amigos, familia, diario la Republica, Iperu (81%), así como también las agencias de viaje (37%) y el internet (25%).

Fuente: Elaboración propia - 2011

Cuadro N° 4.2: Síntesis de interpretación: expectativas, hábitos, gustos y preferencias; preguntas aplicadas por separado a cada muestra

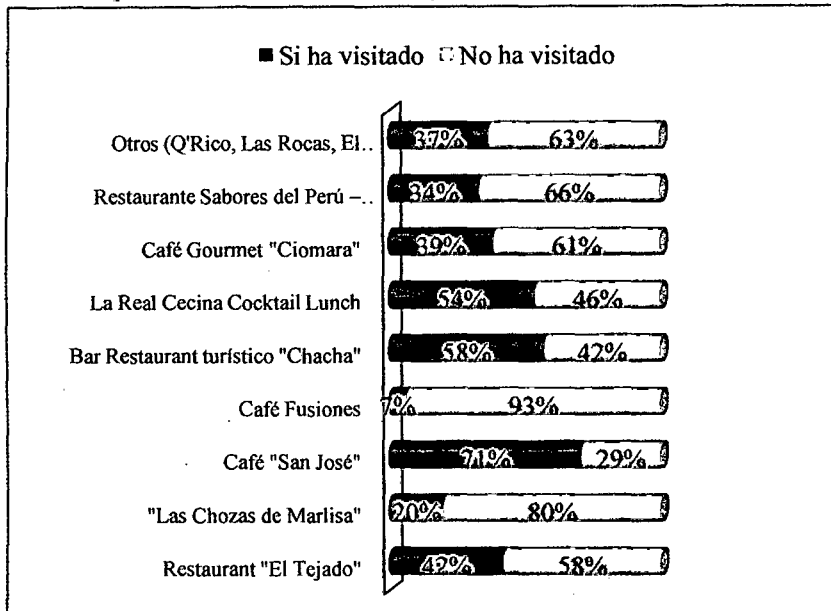
<b>Habitantes (locales y migrantes) de la ciudad de Chachapoyas</b>	<b>Visitantes (nacionales y extranjeros) de la ciudad de Chachapoyas.</b>
<i>Expectativas, hábitos, gustos y preferencias.</i>	<i>Expectativas, hábitos, gustos y preferencias.</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ El 100% de las personas encuestadas respondieron que SI acostumbran salir a comer en un restaurante. La frecuencia con la que acostumbran salir a comer en un restaurante esta dado de la siguiente manera: el 44% acostumbra salir dos veces a la semana, el 34% dos veces al mes, el 12% una vez al mes, 8% tres a cinco veces por semana y el 2% indico que todos los días.</li> <li>❖ Los principales aspectos y/o motivos por el que las personas van a un restaurante son: el 56% van porque simplemente les gusta ir, en igual porcentaje por salir a divertirse y/o relajarse; el 34% van porque se encuentran con amigos y/o familiares; el 29% porque lo invitan; el 27% porque no tienen tiempo para cocinar; el 19% por otros motivos (Variar el menú de casa) y por último el 8% de todos los encuestados respondieron que van porque no les gusta cocinar.</li> <li>❖ Según orden de prioridad, los 5 criterios que tienen en cuenta las personas a la hora de escoger un restaurante son: 1° la buena atención y servicio (47%), 2° el tipo de comida que ofrecen (31%), 3° el ambiente y diseño del restaurante (32%), 4° la sazón de la comida (25%) y 5° los precios (17%)</li> <li>❖ Las personas que acostumbran salir a comer en un restaurante, el 61% acuden más a menudo con su familia, el 32% con amigos, el 4% con compañeros de estudio y el 3% con su novio(a).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Es evidente que todos los visitantes (nacionales y extranjeros) comen en un restaurante, es por este motivo que no se han aplicado las preguntas 2.1 y 2.2 dirigida a los habitantes de la ciudad de Chachapoyas. En relación al tiempo de permanencia en la ciudad de Chachapoyas, el 43% manifestaron que se quedarían entre 2 a 3 días y el 27% respondió entre 1 a 2 días.</li> <li>❖ Los medios de información más usados por los visitantes tanto nacionales como extranjeros son: otros medios: como la recomendación por amigos y familia; información a través del diario la Republica e Iperu (81%), así como también las agencias de viaje (37%) y el internet (25%).</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia - 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**GRAFICO N° 2.6**

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los restaurantes y cafeterías que han visitado

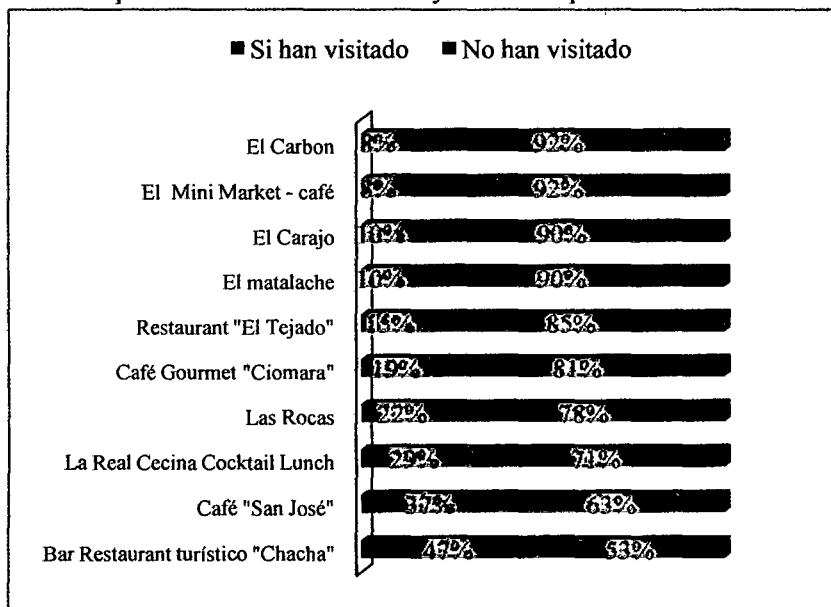


Fuente: Elaboración propia - 2011

Según las respuestas de las 59 personas encuestadas, los 5 restaurantes y afines más visitados son: 1° el Café San José, respondieron el 71%, 2° el Bar Restaurante Turístico Chacha (58%), 3° la Real Cecina Cocktail Lunch (54%), 4° el restaurante El Tejado (42%) y el 5° más visitado es el Café Gourmet "Ciomara" que respondieron el 39%.

**GRAFICO N° 2.3**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los restaurantes y cafeterías que han visitado

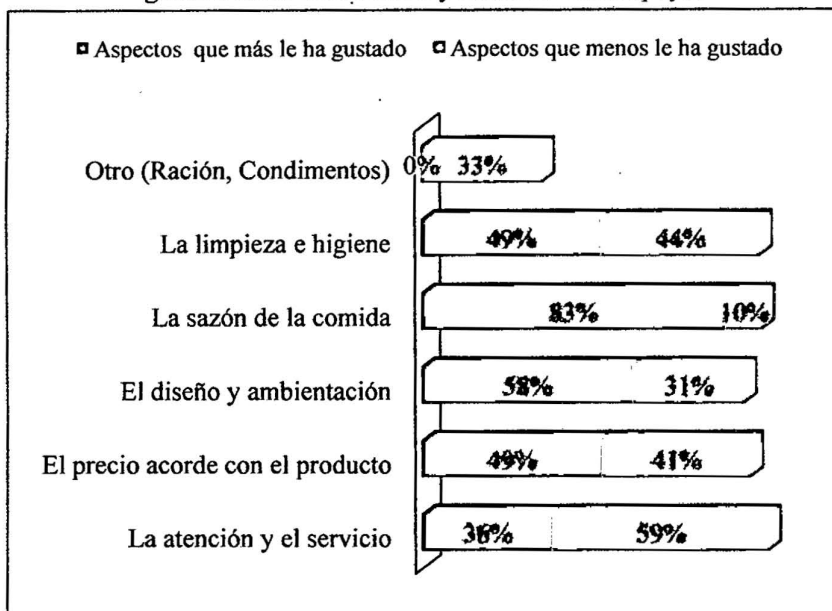


Fuente: Elaboración propia - 2011

Según las respuestas de las 59 personas encuestadas, los 6 restaurantes y afines más visitados por extranjeros y nacionales son: 1° el Bar Restaurante Turístico Chacha, visitado por el 47% de los encuestados; 2° el Café San José (37%), 3° la Real Cecina Cocktail Lunch (29%), 4° el restaurante Las Rocas (22%), 5° el Café Gourmet Ciomara (19%) y 6° el restaurante El Tejado (15%)

GRAFICO N° 2.7

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos que más les ha gustado y lo que menos les ha gustado en los restaurantes y afines de Chachapoyas

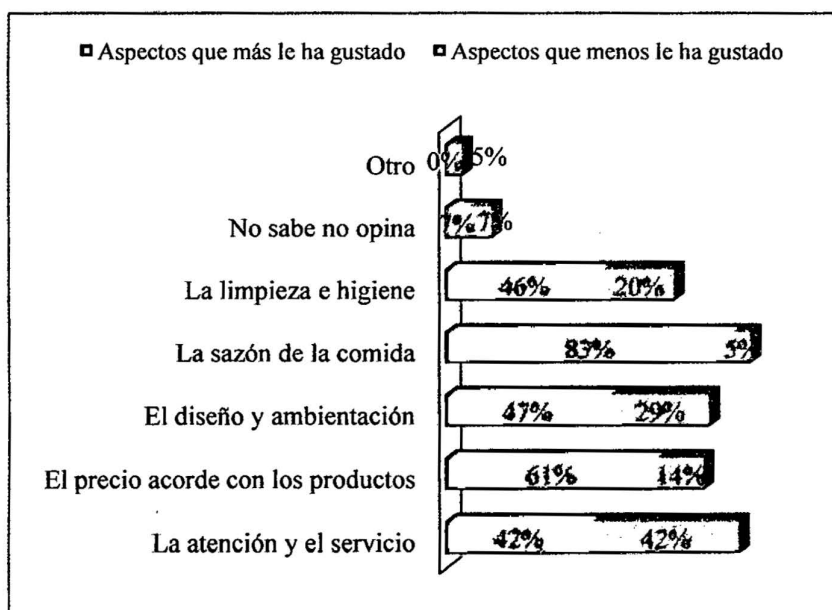


Fuente: Elaboración propia - 2011

Los tres aspectos que MAS les ha gustados de los restaurantes y afines son: el 83% de los 59 encuestados respondieron la sazón de la comida, el 58% el diseño y ambientación y el 49% los precios acorde con los productos y en igual porcentaje la limpieza e higiene. Mientras que los tres aspectos que MENOS les ha gustado son: al 59% de los 59 encuestados respondieron la atención y el servicio, al 29% la limpieza e higiene y al 27% los precios de los productos.

GRAFICO N° 2.4

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos que más les ha gustado y lo que menos les ha gustado en los restaurantes y afines de Chachapoyas

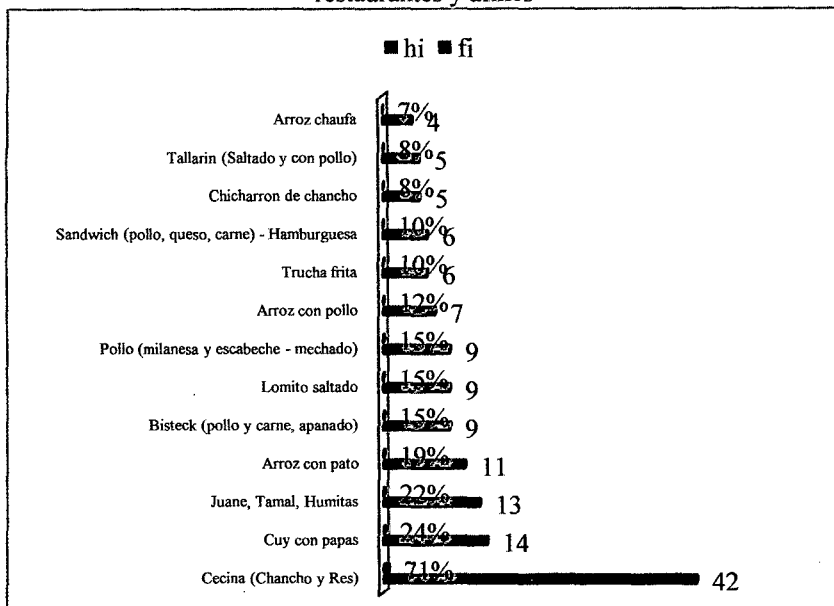


Fuente: Elaboración propia - 2011

Los tres aspectos que MAS les ha gustados de los restaurantes son: (1) el 83% de los 59 encuestados respondieron la sazón de la comida, (2) el 61% el precio acorde con los productos, (3) el 47% el diseño y ambientación. Mientras que los aspectos que MENOS les ha gustado son: (1) el 42% de los 59 encuestados respondieron la atención y el servicio, (2) el 29% el diseño y ambientación, (3) el 20% la limpieza e higiene.

GRAFICO N° 2.8

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los platos que han consumido en los restaurantes y afines

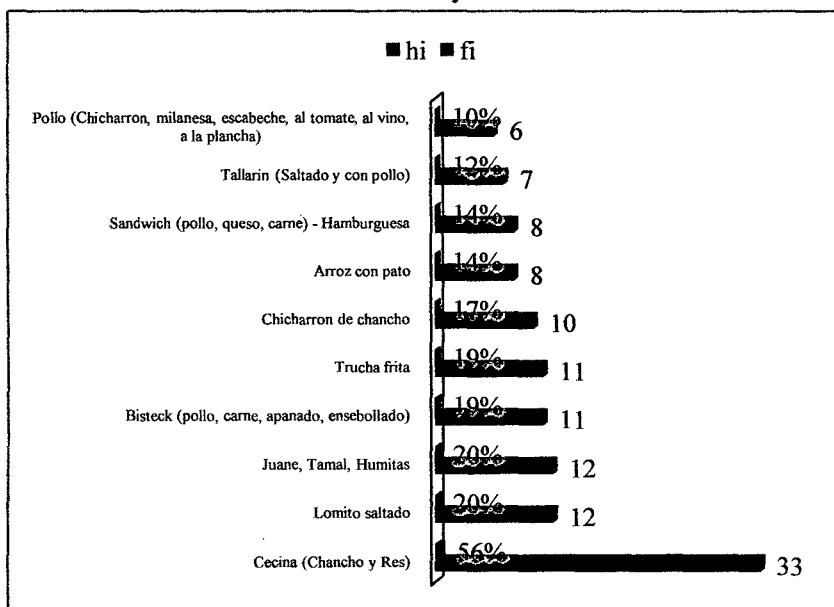


Fuente: Elaboración propia – 2011

De las 13 comidas o platos que se han consumido en los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas, tenemos que los 5 platos con mayor demanda son: la cecina de chancho y res con 71%, el cuy con papas (24%), los juanes, tamales y humitas (22%), el arroz con pato (19%) y el bistecck (15%)

GRAFICO N° 2.5

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los platos que han consumido en los restaurantes y afines



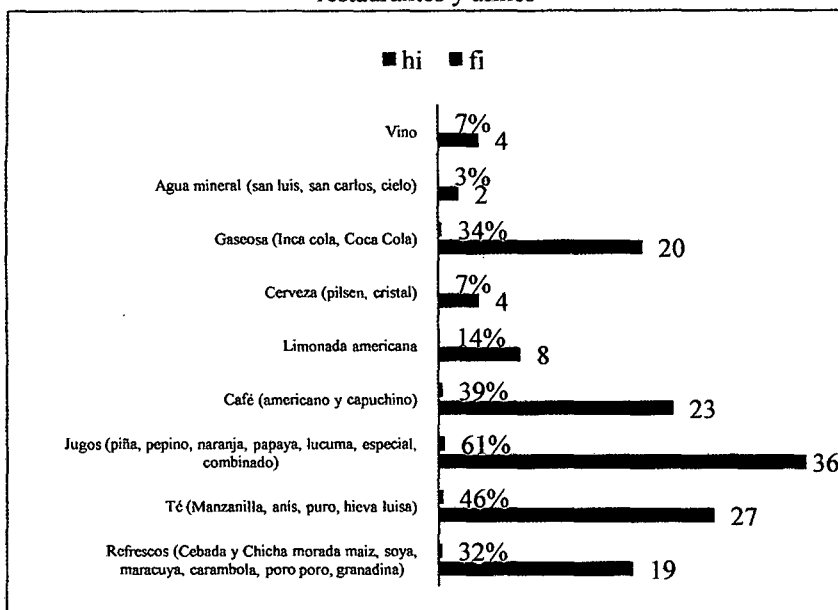
Fuente: Elaboración propia – 2011

De las 10 comidas o platos que más se han consumido por visitantes nacionales y extranjeros en los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas, los 5 platos con mayor demanda son: la cecina de chancho y res con 56%, el lomo saltado, los Juanes, tamales y humitas (20%), el bistecck de carne, apanado, ensebollado y la trucha frita (15%), el chicharrón de chancho (17%) y el arroz con pato (14%)



GRAFICO N° 2.9

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer las bebidas que han consumido en los restaurantes y afines

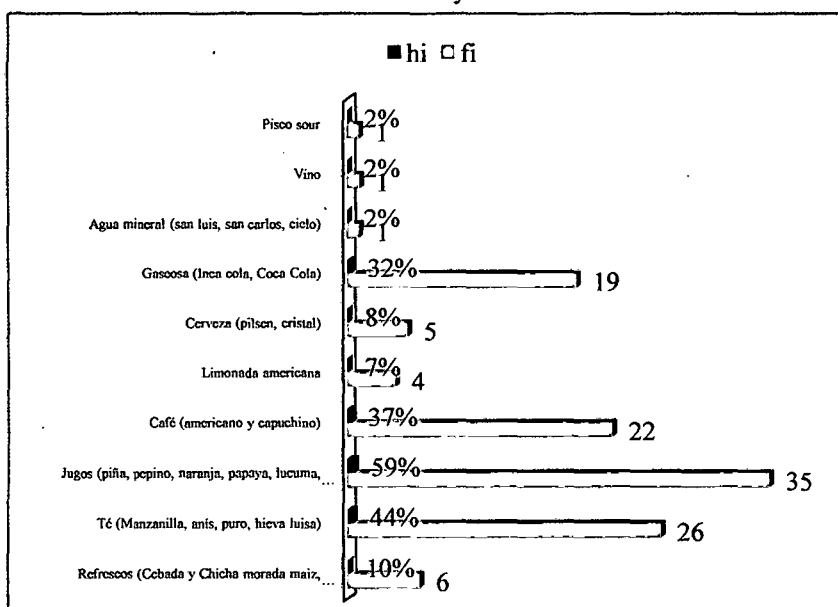


Fuente: Elaboración propia – 2011

De todas las bebidas que se han consumido en los restaurantes de Chachapoyas, que están indicadas en el grafico, las 5 que más se han consumido son: Los jugos (61%), los tés (46%), el café (39%), gaseosas (34%) y los refrescos (32%).

GRAFICO N° 2.6

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer las bebidas que han consumido en los restaurantes y afines

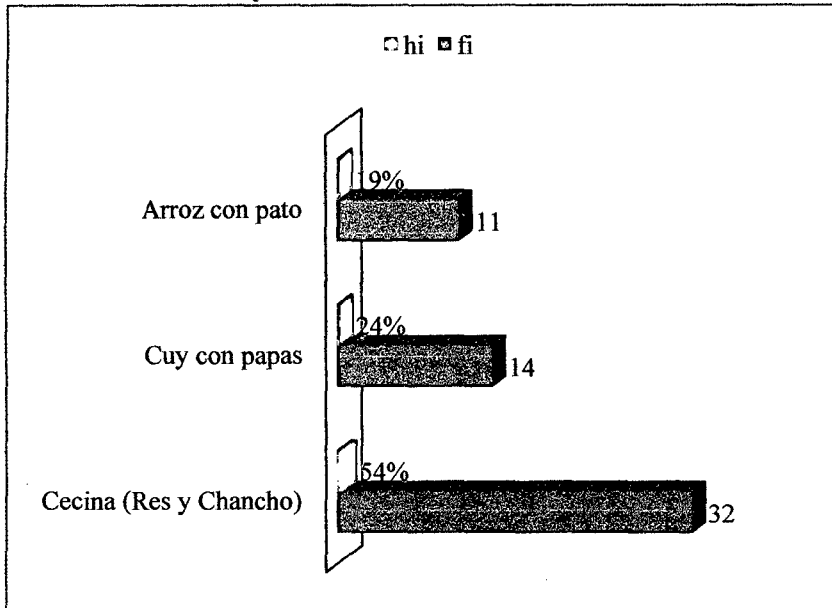


Fuente: Elaboración propia – 2011

De todas las bebidas que están indicadas en el grafico, las 5 que más se han consumido en los restaurantes de Chachapoyas son: Los jugos (59%), los tés (44%), y el café (37%), las gaseosas inkacola y coca cola (32%)

GRAFICO N° 2.10

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer su comida favorita

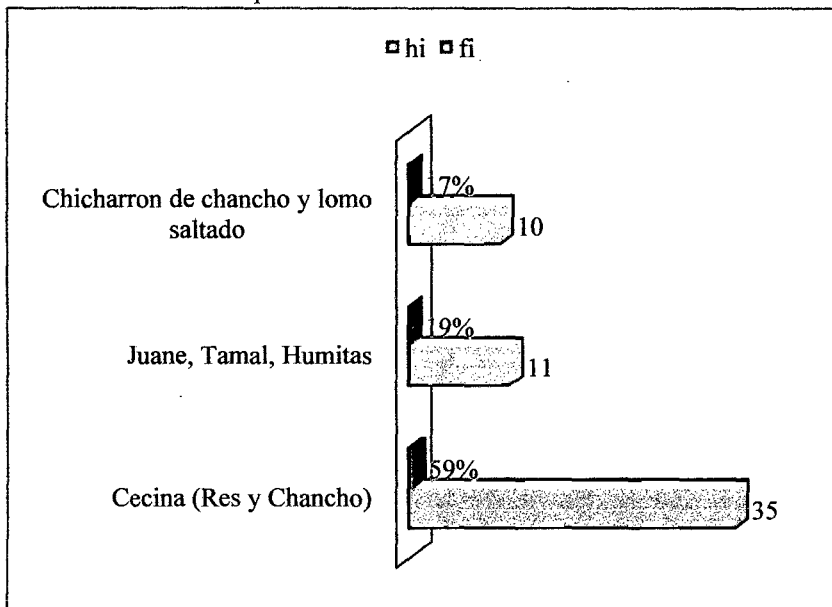


Fuente: Elaboración propia – 2011

Las tres comidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 54% de los 59 encuestados es la Cecina de Chancho y Res, para el 24% de los 59 es el Cuy con Papas y para el 19% el Arroz con Pato.

GRAFICO N° 2.7

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer su comida favorita

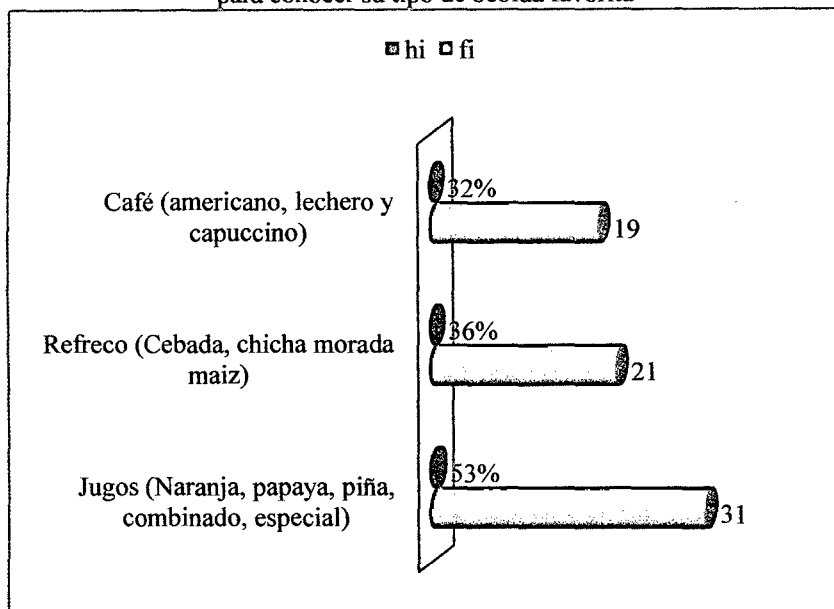


Fuente: Elaboración propia – 2011

Las tres comidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 59% de los 59 encuestados es la cecina de chancho y/o res, para el 19% de los 59 es el juane, tamal y humitas, y para el 17% el chicharrón de chancho y el lomo saltado.

GRAFICO N° 2.11

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita

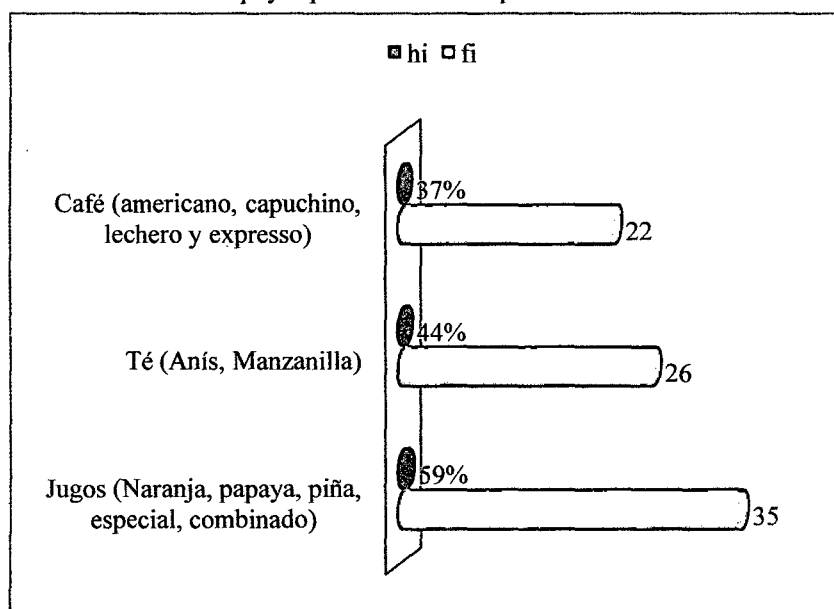


Fuente: Elaboración propia – 2011

Las tres bebidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 53% de los 59 encuestados son los jugos (naranja, papaya, piña, combinado, especial), para el 36% los refrescos (cebada, chicha morada de maíz) y para el 32% el café (americano y lechero).

GRAFICO N° 2.8

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita

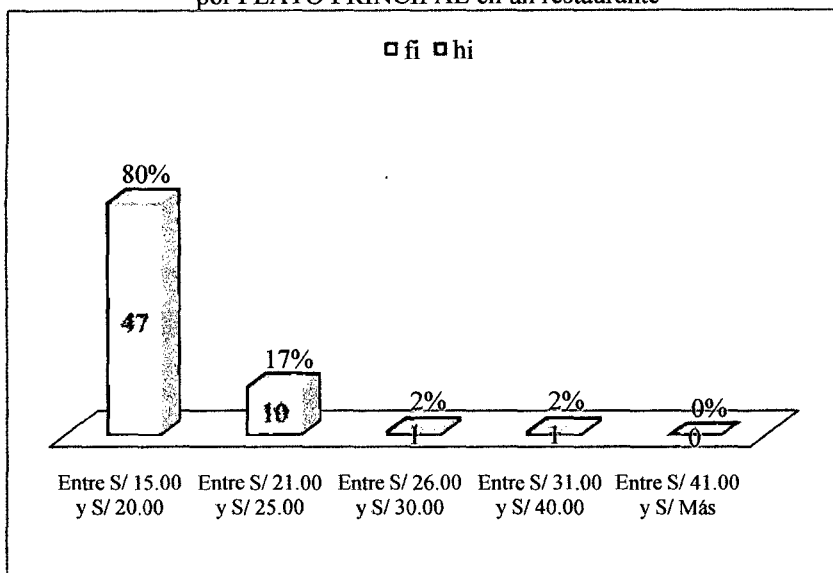


Fuente: Elaboración propia – 2011

Las tres bebidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 59% de los 59 encuestados son los jugos (naranja, papaya, piña, combinado, especial), para el 44% los Té (anís y manzanilla) y para el 37% el café (capuchino, americano, lechero).

GRAFICO N° 2.12

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO PRINCIPAL en un restaurante

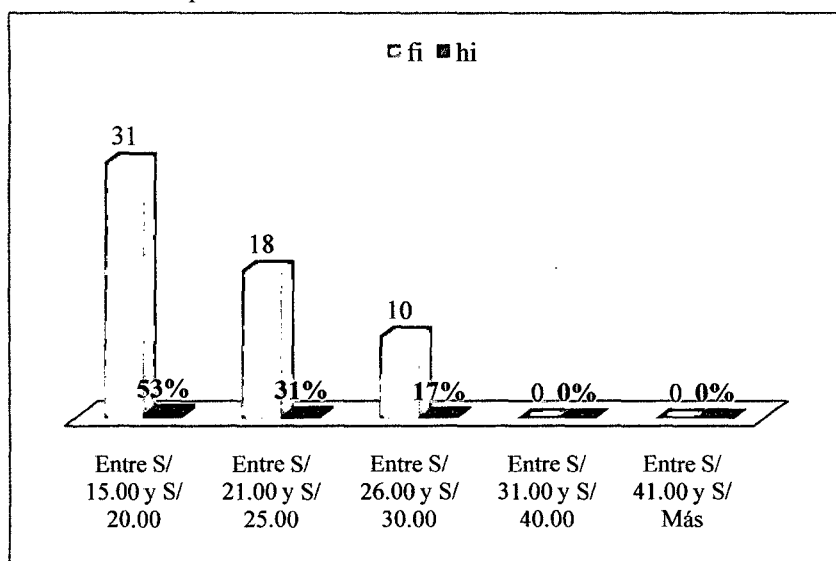


El 80% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 15 a 20 nuevos soles por PLATO PRINCIPAL, mientras que el 17% entre 21 a 25 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.9

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO PRINCIPAL en un restaurante



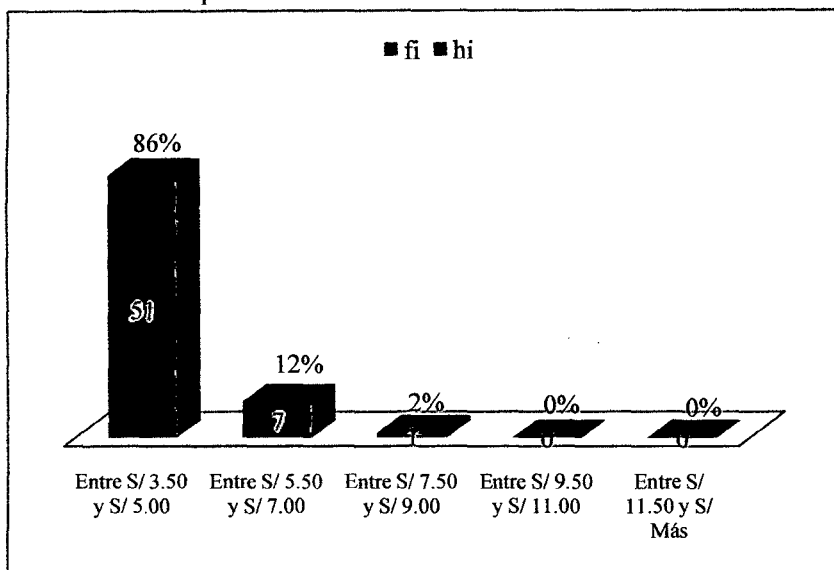
El 53% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 15 a 20 nuevos soles por PLATO PRINCIPAL, mientras que el 31% entre 21 a 25 nuevos soles y al 17% entre 26 a 30 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia - 2011

El precio promedio para el primer intervalo es de 17.50 nuevos soles y para el segundo de 23.00 nuevos soles. De esta forma obtenemos un nuevo precio por plato principal entre 17 y 23 nuevos soles.

GRAFICO N° 2.13

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO ENTRADA en un restaurante

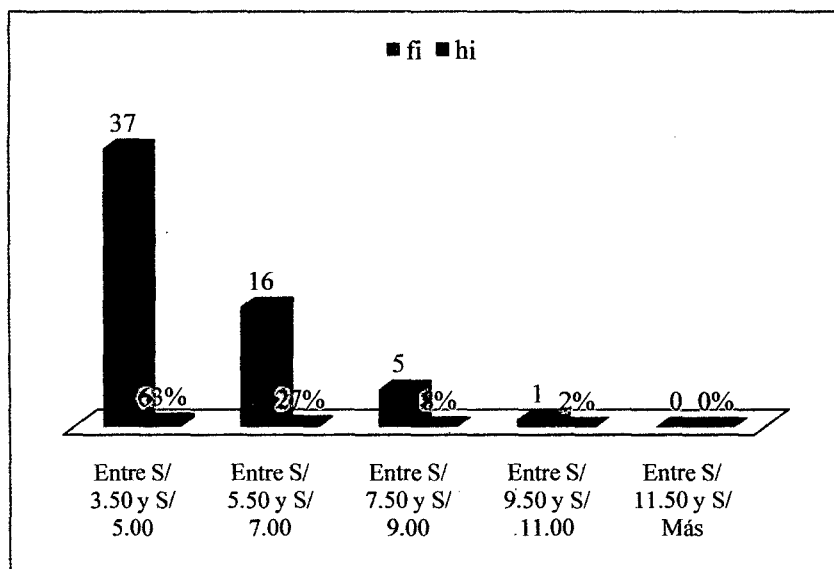


El 86% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 3.50 a 5.00 nuevos soles por PLATO ENTRADA, mientras que el 12% entre 5.5 a 7.00 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.10

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO ENTRADA en un restaurante



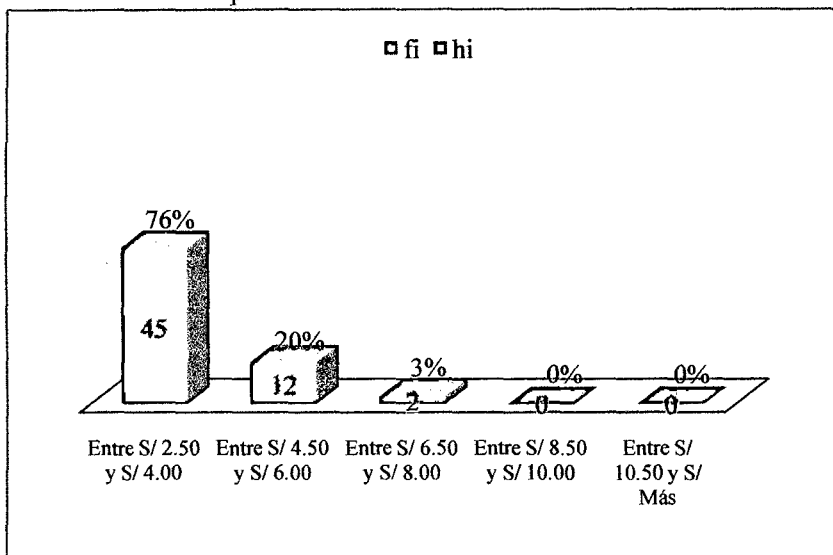
El 63% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 3.50 a 5.00 nuevos soles por PLATO ENTRADA, mientras que el 27% entre 5.5 a 7.00 nuevos soles y en menor proporción al 8% entre 7.50 a 9.00 nuevos soles y al 2% entre 9.50 a 11.00 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia – 2011

El precio promedio para el primer intervalo es de 4.25 nuevos soles y para el segundo de 6.25 nuevos soles. De esta forma obtenemos un nuevo intervalo de precio por plato entrada entre 4 y 6 nuevos soles.

GRAFICO N° 2.14

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por un POSTRE en un restaurante

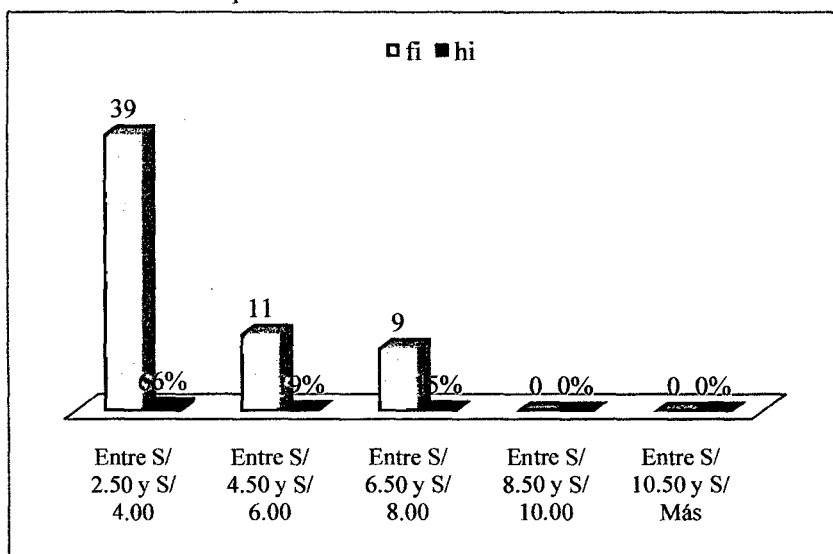


El 76% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 2.50 a 4.00 nuevos soles por un POSTRE, mientras que el 20% entre 4.50 a 6.00 nuevos soles y el 3% entre 6.50 a 8.00 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.11

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por un POSTRE en un restaurante



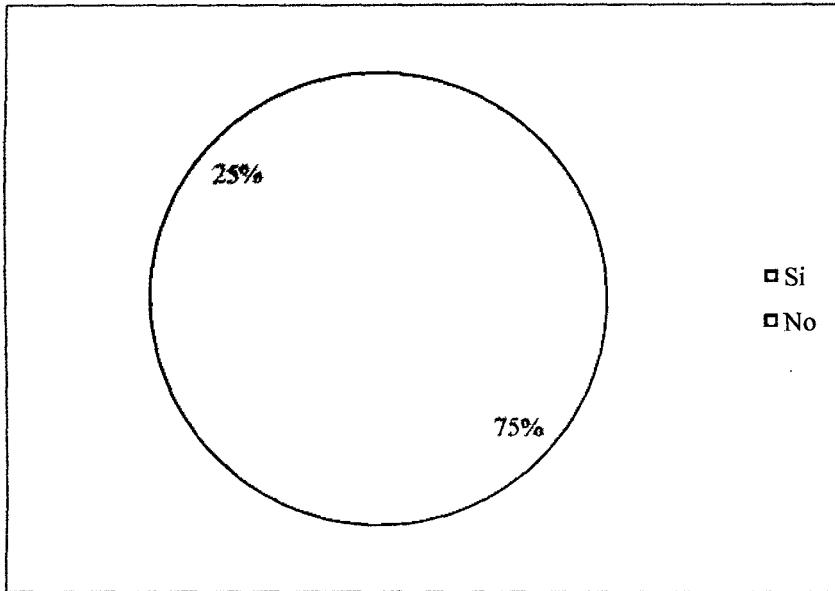
El 66% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 2.50 a 4.00 nuevos soles por un POSTRE, mientras que el 19% entre 4.50 a 6.00 nuevos soles y al 15% entre 6.50 a 8.00 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia – 2011

El precio promedio para el primer intervalo es de 3.25 nuevos soles y para el segundo de 5.25 nuevos soles. De esta forma obtenemos un nuevo intervalo de precio por un postre entre 3 y 5 nuevos soles.

GRAFICO N° 2.15

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer SI acostumbran tomar café cuando acuden  
a un restaurante

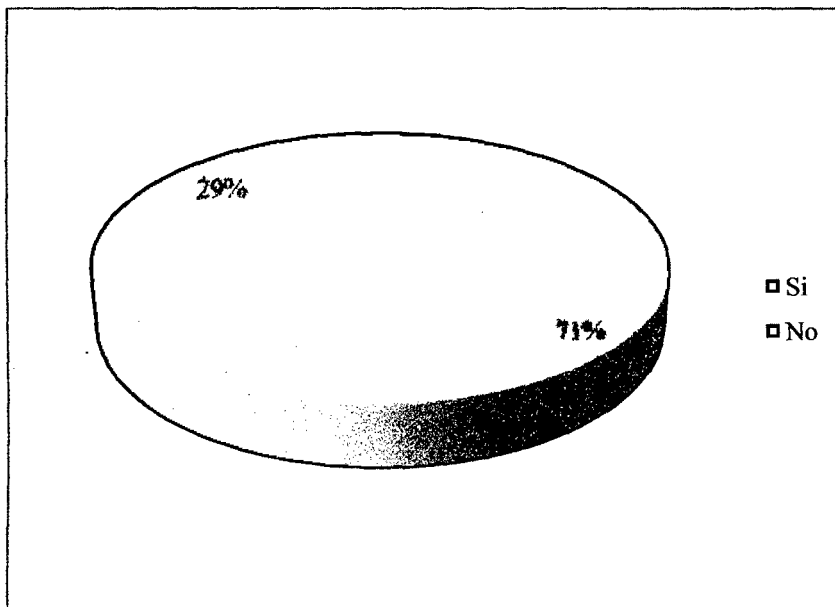


El 75% de las personas encuestadas manifestaron que SI toman café cuando acuden a un restaurante, frente al 25% que indico NO acostumbra tomar café.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.12

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer SI acostumbran tomar café cuando acuden  
a un restaurante

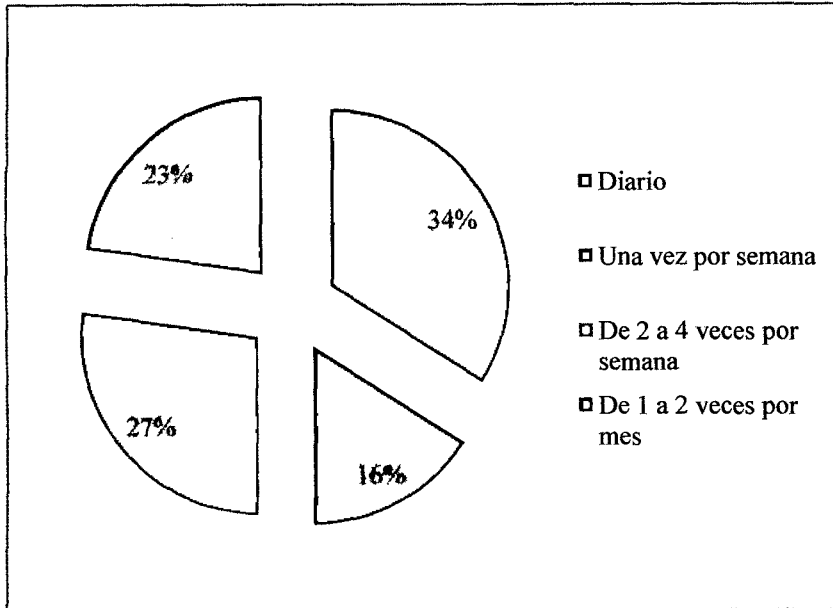


El 71% de las personas encuestadas manifestaron que SI toman café cuando acuden a un restaurante, frente al 29% que indico NO acostumbra tomar café.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.15.1

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer la frecuencia con la que toma café

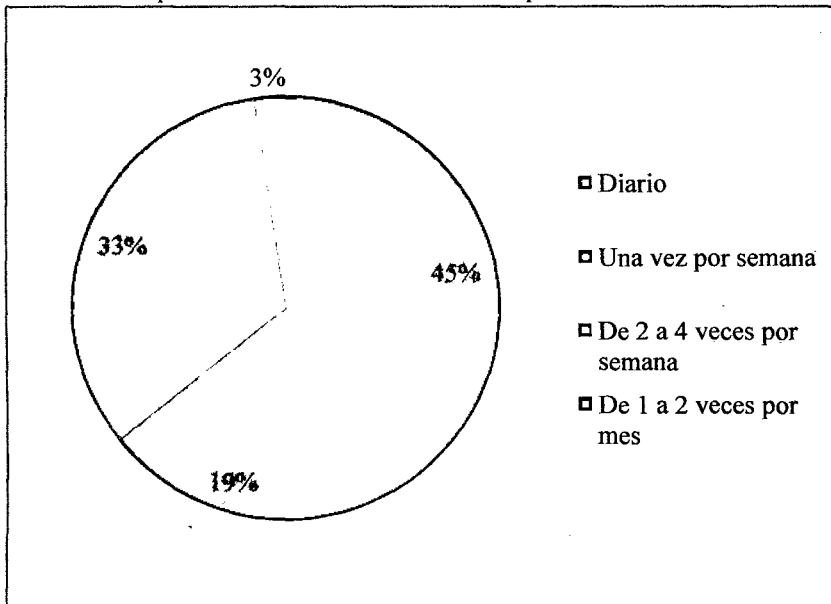


Siguiendo la secuencia de la anterior pregunta, del 75% de las personas encuestadas que manifestaron que SI toman café; el 34% respondieron que toman café diario, el 27% de 2 a 4 veces por semana, el 23% de 1 a 2 veces por mes y el 16% una vez por semana.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.12.1

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas  
para conocer la frecuencia con la que toma café



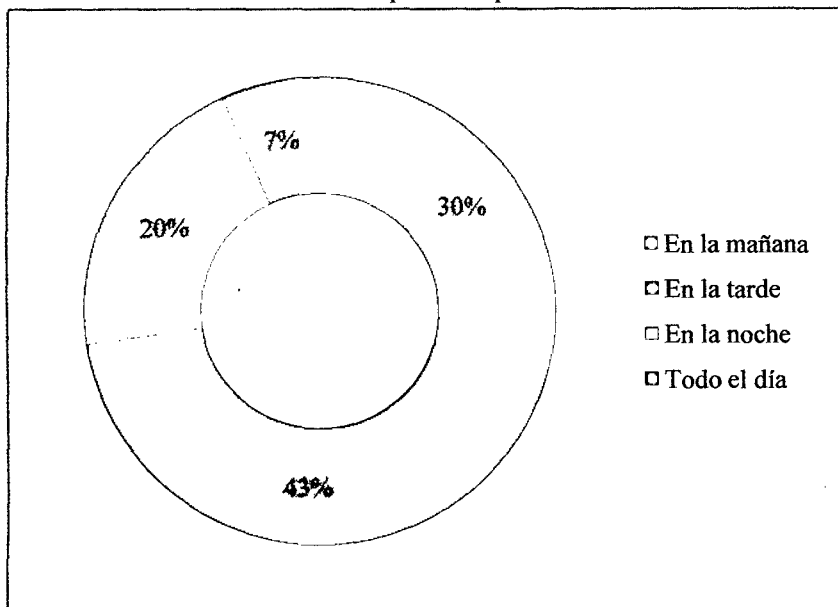
Del 71% de las personas que SI toman café; el 45% respondieron que toman café diario, el 33% de 2 a 4 veces por semana, el 19% una vez por semana y el 3% de 1 a 2 veces por mes.

Fuente: Elaboración propia - 2011



GRAFICO N° 2.15.2

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el horario preferido para tomar café

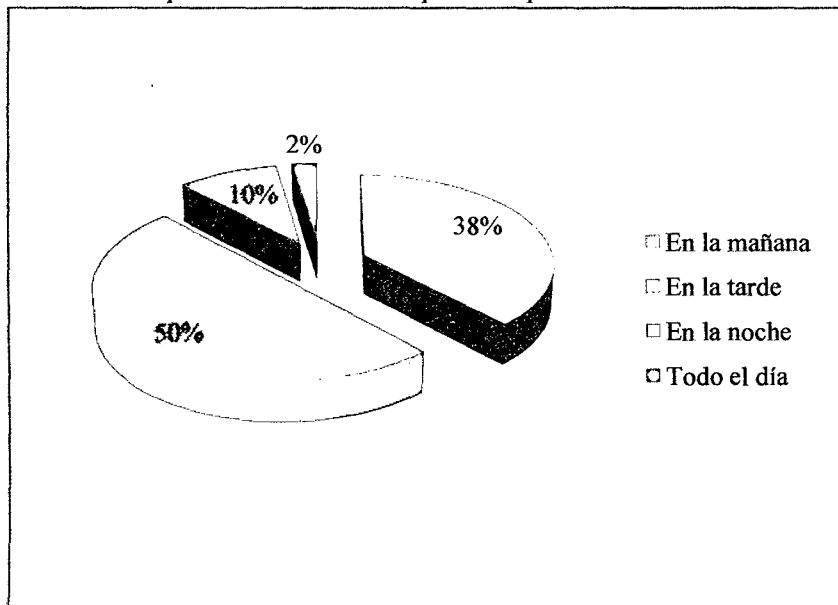


De las personas que SI toman café cuando acuden a un restaurante (75%); el 43% lo acostumbra tomar por la tarde, el 30% en la mañana, el 20% en la noche y el 7% todo el día.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.12.2

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el horario preferido para tomar café

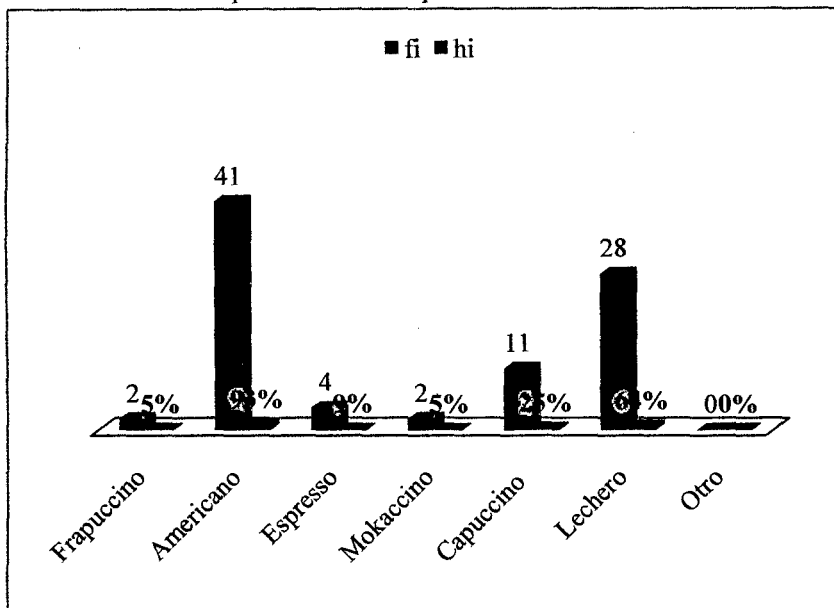


Del 71% de las personas que SI toman café cuando acuden a un restaurante; el 50% lo acostumbra a tomar por la tarde, el 38% en la mañana, el 10% en la noche y el 2% todo el día.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.15.3

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de café favorito

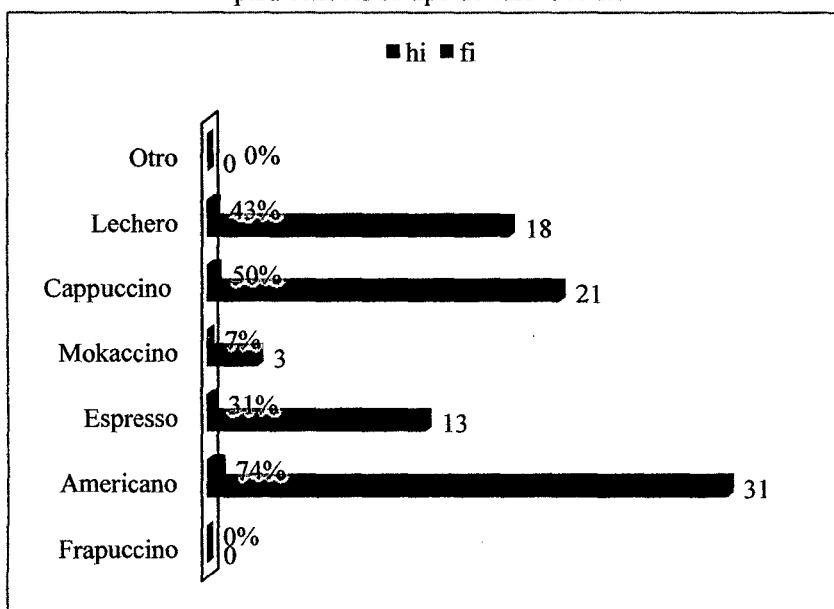


Fuente: Elaboración propia - 2011

Del 75% de las personas que SI toman café; el 69% respondieron que su tipo de café que es su favorito es el americano (69%), el lechero (47%) y el capuccino (19%).

GRAFICO N° 2.12.3

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de café favorito

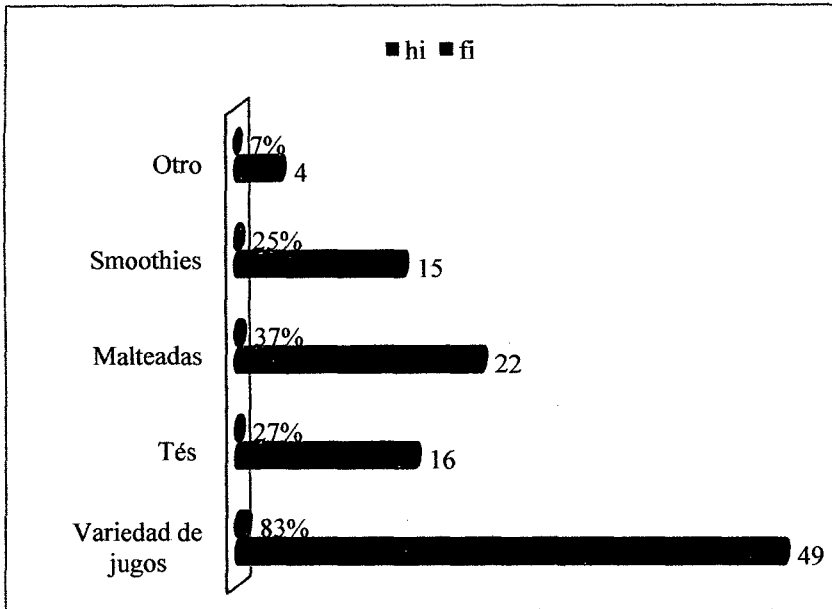


Fuente: Elaboración propia - 2011

Del 71% de las personas que SI toman café; el 74% respondieron que su tipo de café favorito es el americano, el capuccino (50%) y el lechero (43%).

GRAFICO N° 2.16

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante

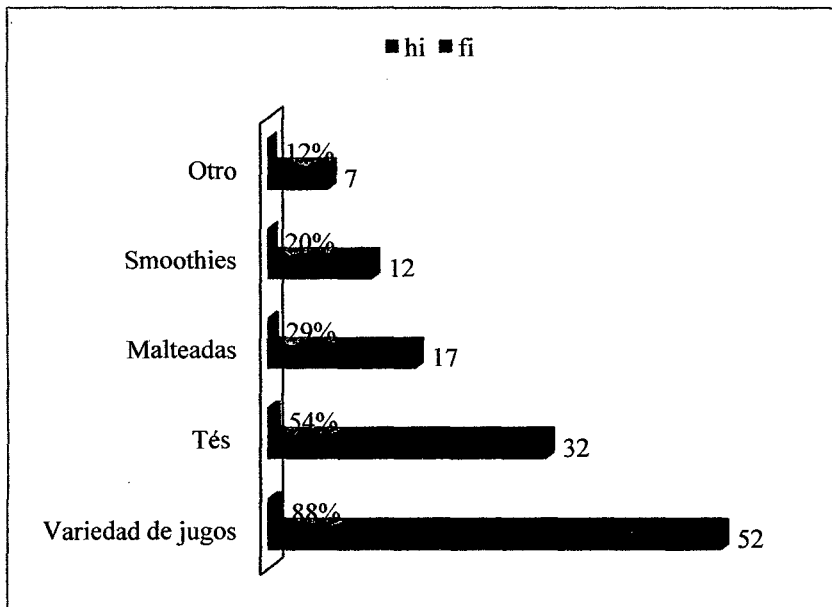


Fuente: Elaboración propia - 2011

De las personas encuestadas; el 83% respondieron que el tipo de bebida a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante es variedad de jugos, al 37% Malteadas, al 27% variedad de Tés, al 25% Smoothies y al 7% otro tipo de bebidas (gaseosa, cerveza, vinos, etc.)

GRAFICO N° 2.13

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante

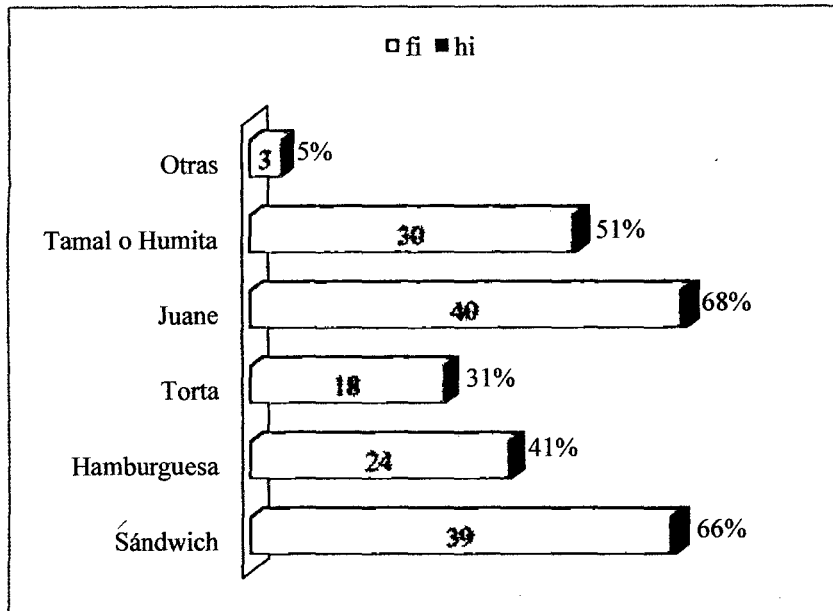


Fuente: Elaboración propia - 2011

De todas las personas encuestadas; el 88% respondieron que el tipo de bebida a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante es variedad de jugos, al 54% infusiones (tés), al 29% Malteadas, al 20% Smoothies y al 7% otro tipo de bebidas (gaseosa, cerveza, vinos, etc.)

GRAFICO N° 2.17

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de comida rápida con la que acompaña su bebida

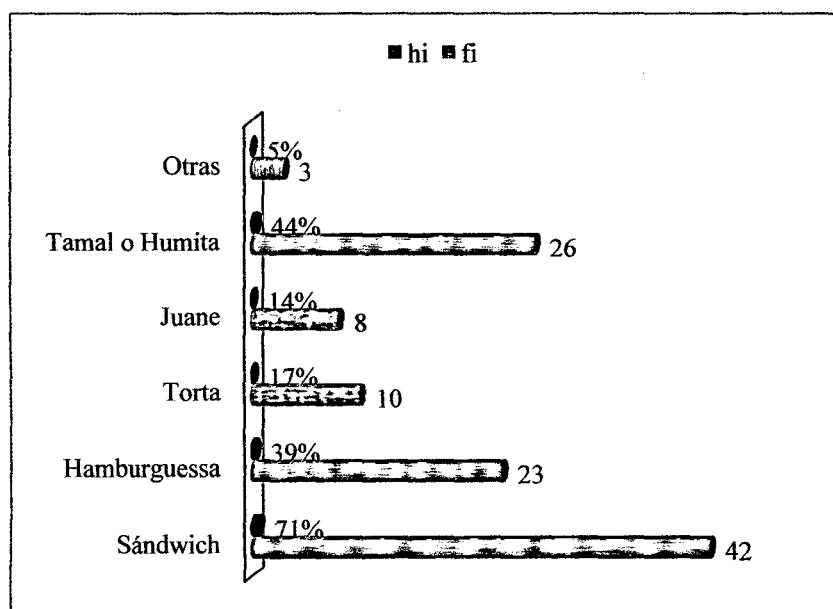


Fuente: Elaboración propia - 2011

En relación a los tipos de comida rápida con el que le gusta acompañar su bebida: Al 68% de las personas encuestadas le gusta acompañar con Juane, al 66% con Sándwich, al 51% con Tamal o humita, al 41% con Hamburguesa, y en menor proporción con Torta (31%) y otras (5%).

GRAFICO N° 2.14

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de comida rápida con la que acompaña su bebida

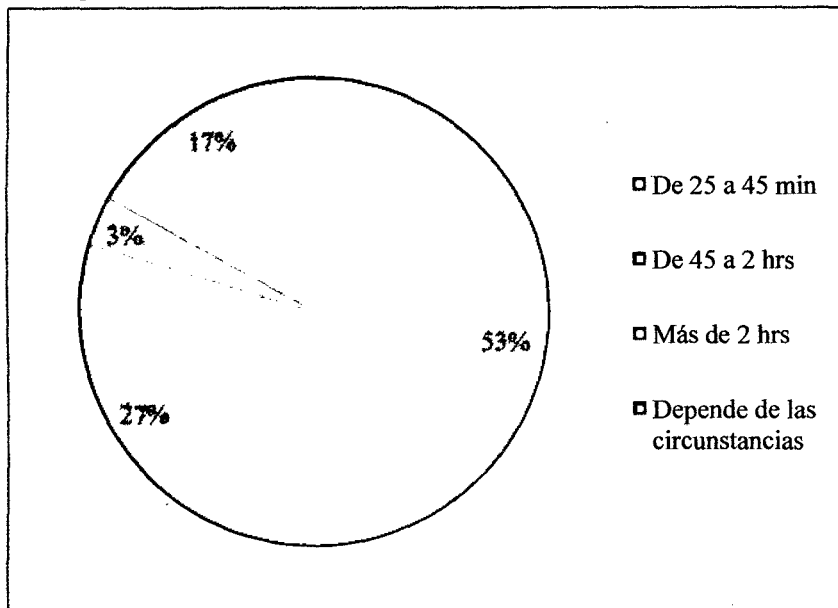


Fuente: Elaboración propia - 2011

En relación a los tipos de comida rápida con el que le gusta acompañar su bebida: Al 71% de las personas encuestadas le gusta acompañar con Sándwich, al 44% con Tamal o Humita, al 39% con Hamburguesa, y en menor proporción con Torta (17%), Juane (14%) y Otras (5%).

GRAFICO N° 2.18

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tiempo promedio de permanece en un restaurante

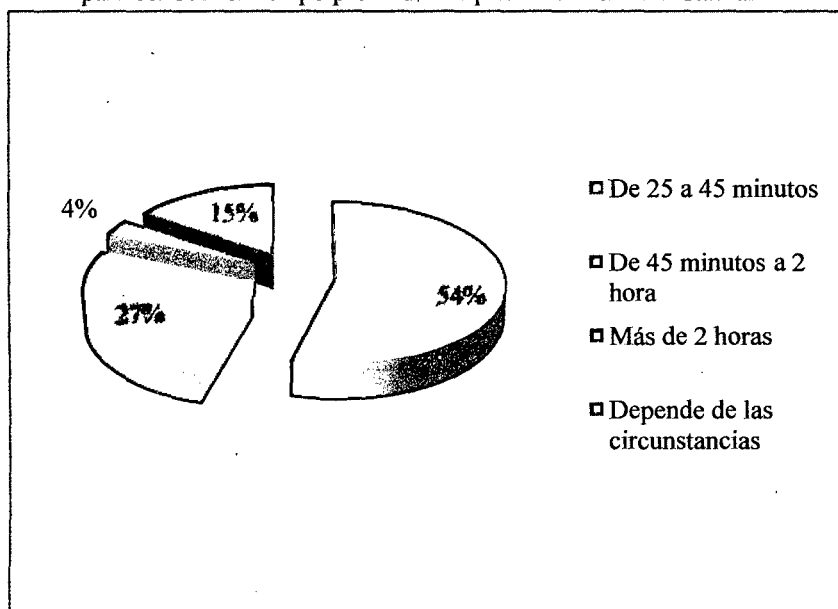


El 53% de los encuestados respondieron que el tiempo promedio de permanencia en un restaurante es de 25 a 45 minutos, el 27% de 45 minutos a 2 horas, el 17% manifestó que depende las circunstancias y el 3% más de dos horas.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.15

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tiempo promedio de permanece en un restaurante

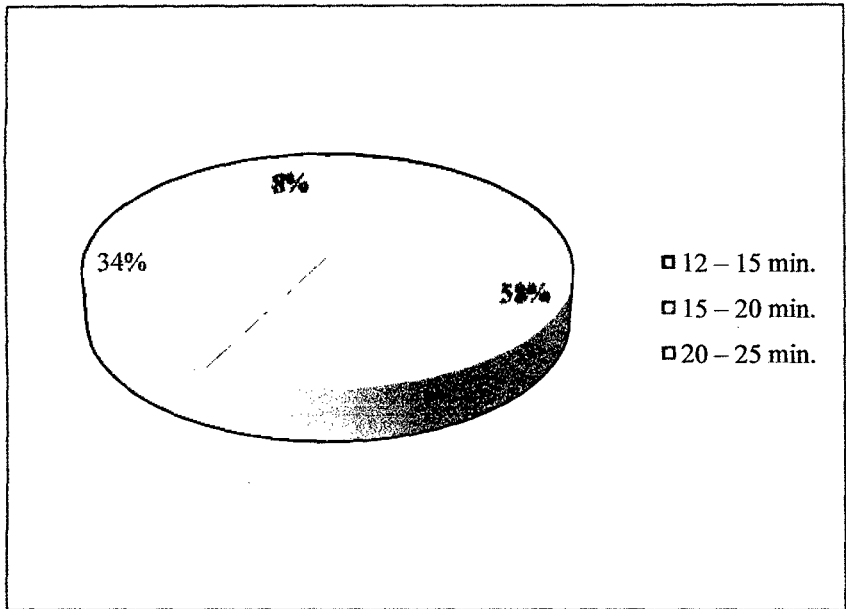


El 54% de los encuestados respondieron que el tiempo promedio de permanencia en un restaurante es de 25 a 45 minutos, el 27% de 45 minutos a 2 horas, el 15% manifestó que depende las circunstancias y el 4% más de dos horas.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.19

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un PLATO A LA CARTA en un restaurante

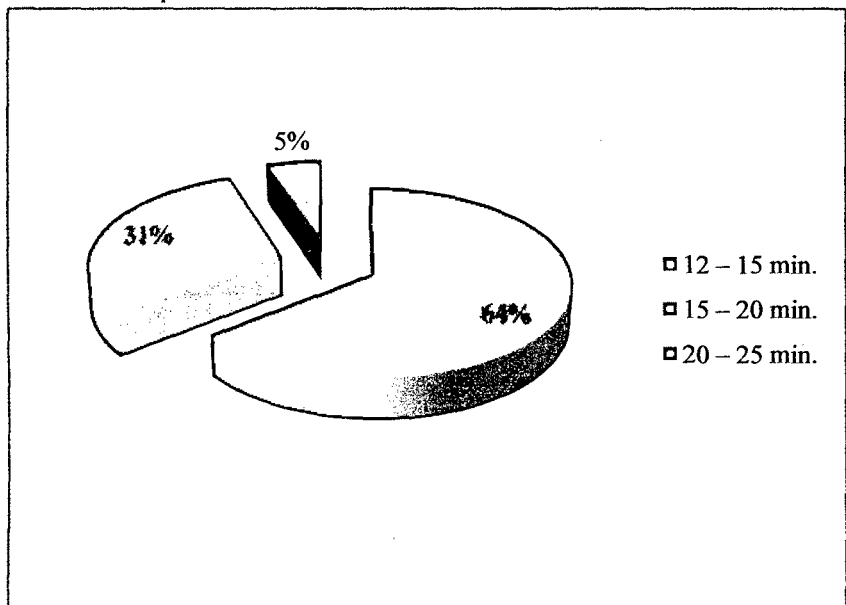


Fuente: Elaboración propia - 2011

En referencia al tiempo para la atención de su pedido con un PLATO A LA CARTA, los encuestados consideran en su mayoría representado por el 58% debería ser entre 12 a 15 minutos, el 34% entre 15 a 20 minutos y el 8% entre 20 a 25 minutos.

GRAFICO N° 2.16

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un PLATO A LA CARTA en un restaurante

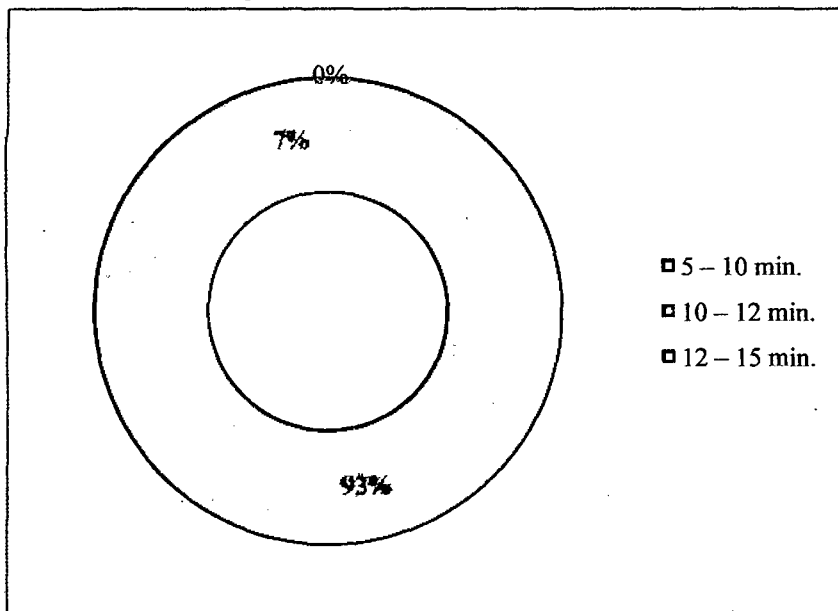


Fuente: Elaboración propia - 2011

En referencia al tiempo para la atención de su pedido con un PLATO A LA CARTA, los encuestados consideran en su mayoría representado por el 64% debería ser entre 12 a 15 minutos, el 31% entre 15 a 20 minutos y el 5% entre 20 a 25 minutos.

GRAFICO N° 2.20

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un MENÚ en un restaurante

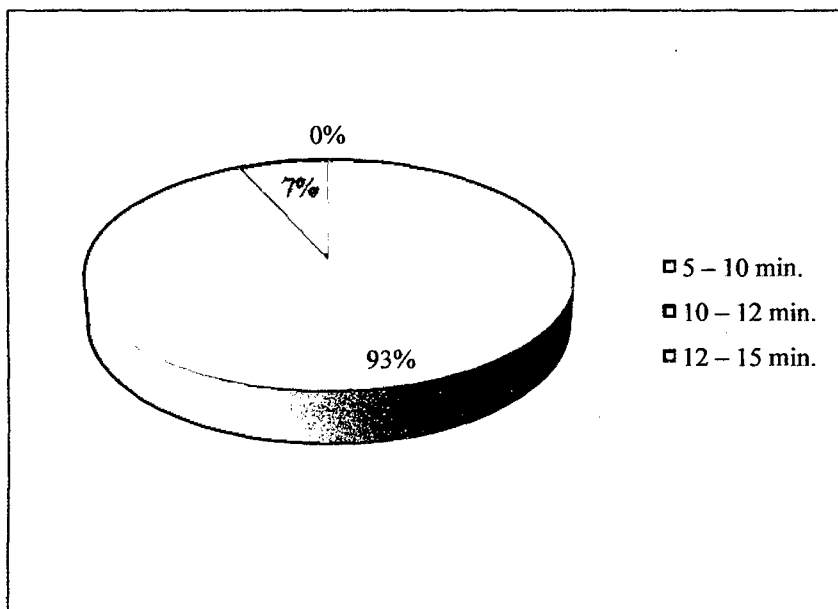


Fuente: Elaboración propia - 2011

En referencia al tiempo para la atención a su pedido con un MENÚ en un restaurante, los encuestados consideran en su mayoría representado por el 93% debería ser entre 5 a 10 minutos y el 7% entre 10 a 20 minutos.

GRAFICO N° 2.17

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un MENÚ en un restaurante

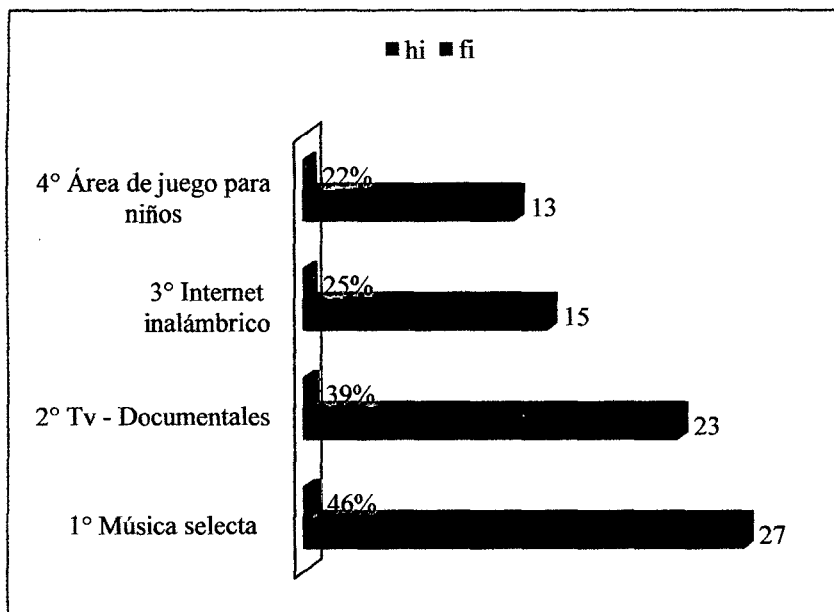


Fuente: Elaboración propia - 2011

La mayoría representado por el 93% considera que el tiempo para la atención a su pedido con un MENÚ en un restaurante consideran debería ser entre 5 a 10 minutos y el 7% entre 10 a 20 minutos.

GRAFICO N° 2.21

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante

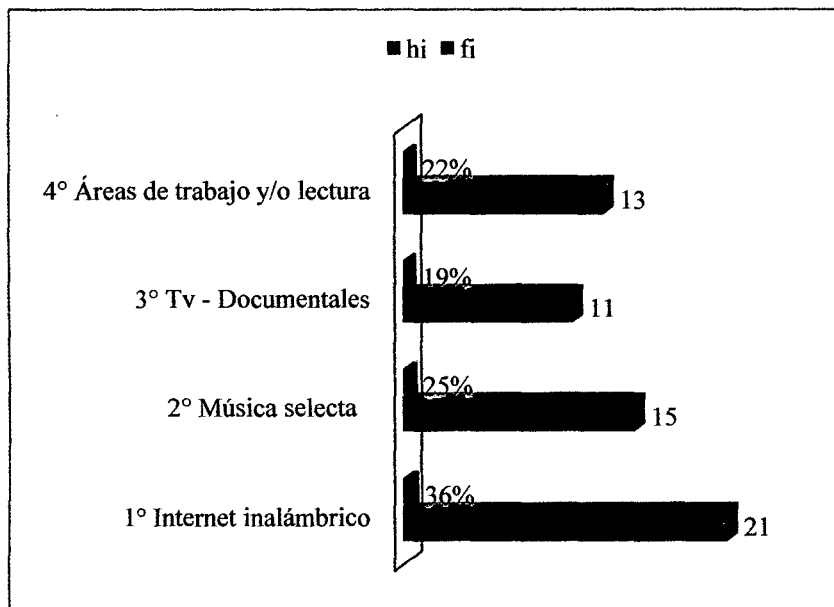


Del 100% de personas encuestadas que respondieron en relación a cada servicio adicional que considera debería tener un Café Restaurante, según orden de prioridad tenemos: 1° Música selecta (46%), 2° Tv - Documentales (39%), 3° Internet inalámbrico (25%) y 4° Área de juego para niños (22%).

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.18

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante



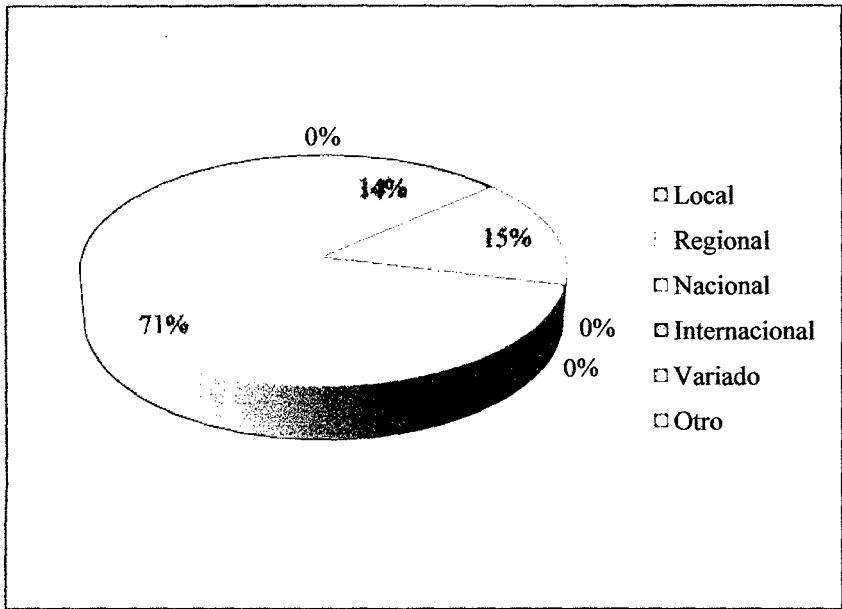
Del 100% de los encuestados indicaron que los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante, según orden de prioridad son: 1° Internet inalámbrico (36%), 2° Música selecta (25%), 3° Tv - Documentales (19%), y 4° Área de trabajo y/o lectura (22%).

Fuente: Elaboración propia - 2011



GRAFICO N° 2.22

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante

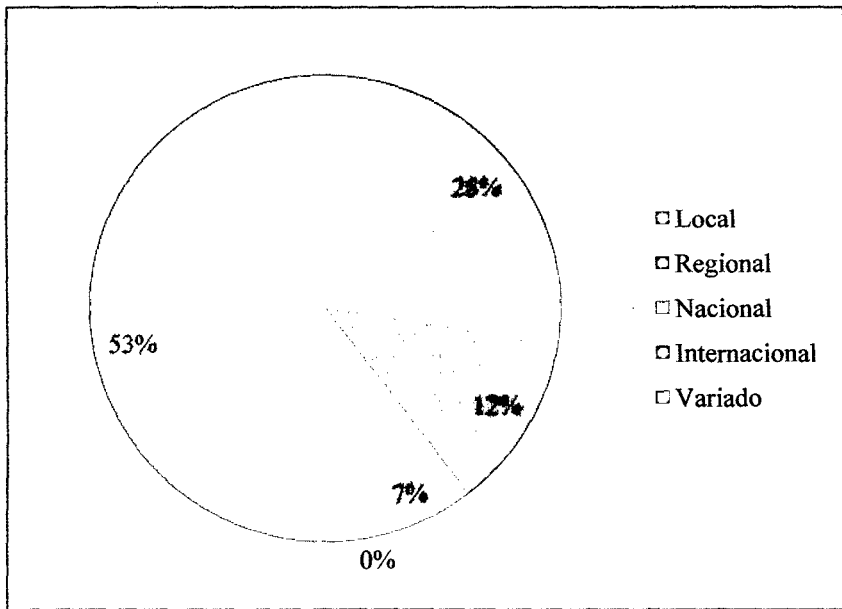


Al 71% le gustaría encontrar alimentos y bebidas de tipo variado, al 15% regional y al 14% local.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.19

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante

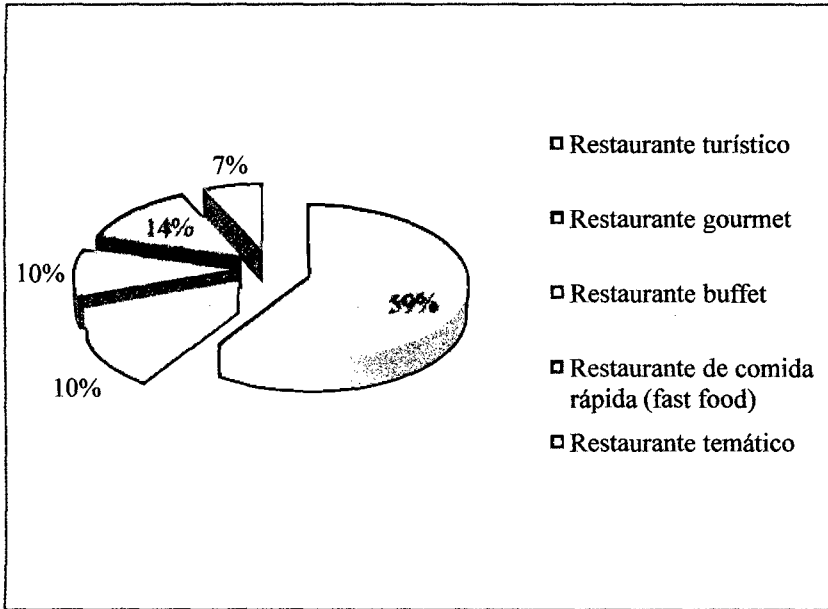


Al 52% le gustaría encontrar alimentos y bebidas de tipo variado, al 27% local, al 12% regional, al 7% nacional y al 2% otro tipo de comida.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.23

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas

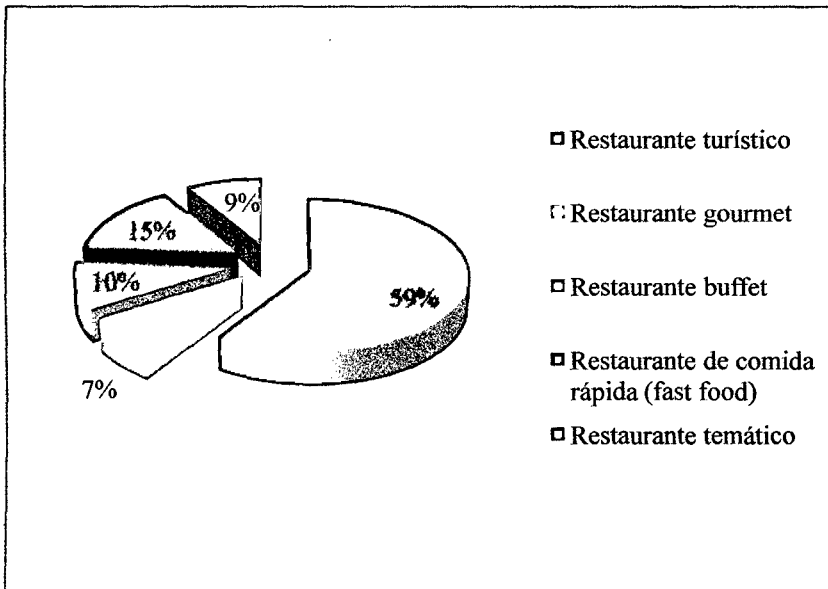


El 59% de los encuestados respondieron que el tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas es un Restaurante Turístico, para el 14% un Restaurante de Comida Rápida (fast food), para el 10% un restaurante tipo Gourmet y Buffet en igual porcentaje, y para el 7% un Restaurante temático.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.20

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas

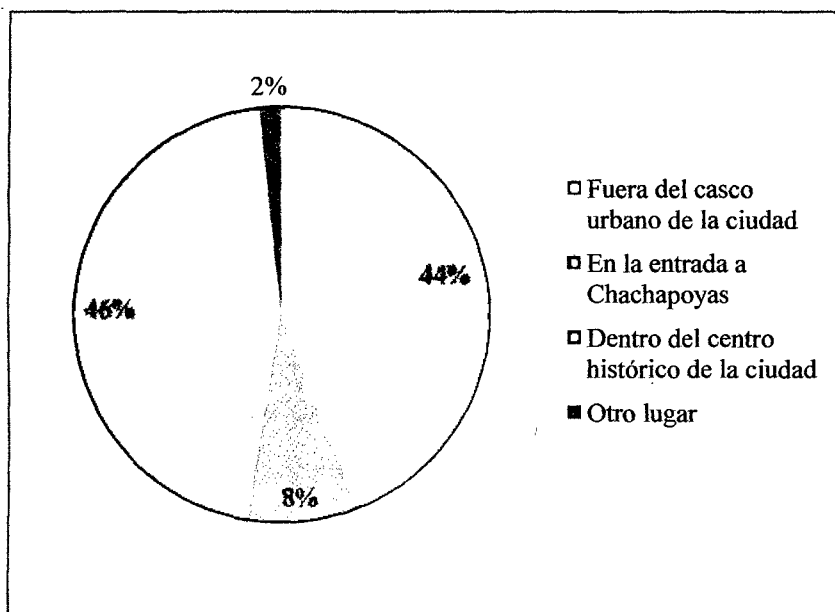


El 59% de los encuestados respondieron que el tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas es un Restaurante Turístico, para el 15% un Restaurante de Comida Rápida (fast food), para el 10% un restaurante tipo Buffet, para el 9% un Restaurante Temático y para el 7% un restaurante tipo Gourmet

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.24

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo restaurante

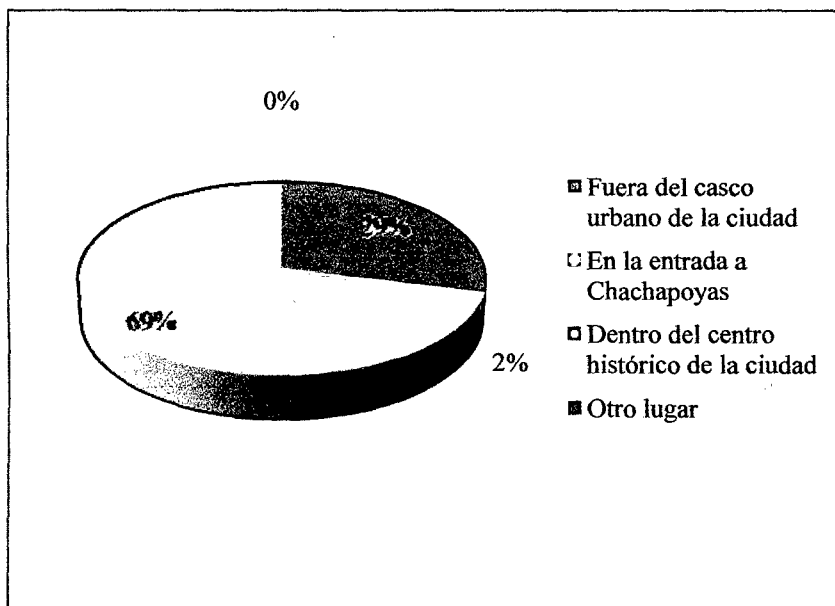


En referencia a la ubicación de un nuevo restaurante en la ciudad de Chachapoyas: el 46% respondió que le gustaría que se ubique dentro del centro histórico de la ciudad, al 44% fuera del casco urbano de la ciudad, al 8% en la entrada a Chachapoyas y al 2% en otro lugar.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.21

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo restaurante



En referencia a la ubicación de un nuevo restaurante en la ciudad de Chachapoyas: el 69% respondió que le gustaría que se ubique dentro del centro histórico de la ciudad, al 29% fuera del casco urbano de la ciudad, al 2% en la entrada a Chachapoyas.

Fuente: Elaboración propia - 2011

Cuadro N° 4.3

Síntesis de interpretación: expectativas, hábitos, gustos y preferencias  
Resultados comparativos de encuesta aplicada a ambas muestras

<b>Habitantes de la ciudad de Chachapoyas (locales y migrantes).</b>	<b>Visitantes (nacionales y extranjeros) de la ciudad de Chachapoyas.</b>
<i>Expectativas, hábitos, gustos y preferencias</i>	<i>Expectativas, hábitos, gustos y preferencias</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Las tres comidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 54% de los 59 encuestados es la Cecina de Chanco y Res, para el 24% el Cuy y para el 19% el Arroz con Pato</li> <li>❖ Las tres bebidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 53% los jugos (naranja, papaya, piña, combinado, especial), para el 36% los refrescos (cebada, chicha morada de maíz) y para el 32% el café (americano y lechero).</li> <li>❖ El 75% de las personas encuestadas manifestaron que SI toman café cuando acuden a un restaurante, frente al 25% que indico NO acostumbra tomar café. Del 75% de las personas que SI toman café; el 34% toman café diario, el 27% de 2 a 4 veces por semana, el 23% de 1 a 2 veces por mes y el 16% una vez por semana; el 43% lo acostumbra tomar por la tarde, el 30% en la mañana, el 20% en la noche y el 7% todo el día. Siendo el café favorito para el 69% el americano (69%), el lechero (47%) y el capuccino (19%).</li> <li>❖ De todas las personas encuestadas; el 83% respondieron que el tipo de bebida a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante es variedad de jugos, al 37%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Las tres comidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 59% de los 59 encuestados es la cecina de chanco y/o res, para el 19% de los 59 es el juane, tamal y humitas, y para el 17% el chicharrón de chanco y el lomo saltado</li> <li>❖ Las tres bebidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 59% de los 59 encuestados son los jugos (naranja, papaya, piña, combinado, especial), para el 44% los Té (anís y manzanilla) y para el 37% el café (capuchino, americano, lechero).</li> <li>❖ El 71% de las personas encuestadas manifestaron que SI toman café cuando acuden a un restaurante, frente al 29% que indico NO acostumbra tomar café. Del 71% de las personas que SI toman café; el 45% respondieron que toman café diario, el 33% de 2 a 4 veces por semana, el 19% una vez por semana y el 3% de 1 a 2 veces por mes; asimismo el 50% lo acostumbra a tomar por la tarde, el 38% en la mañana, el 10% en la noche y el 2% todo el día; frente a todo esto, el 74% respondieron que su tipo de café favorito es el americano, el capuccino (50%) y el lechero (43%).</li> <li>❖ En referencia al tipo de bebida a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante, el 88% respondieron variedad de jugos, el 54% infusiones (tés), el 29%</li> </ul>

<p>Malteadas, al 27% variedad de Tés, al 25% Smoothies y al 7% otro tipo de bebidas (gaseosa, cerveza, vinos, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Al 68% de las personas encuestadas le gusta acompañar su bebida con Juane, al 66% con Sándwich, al 51% con Tamal o humita, al 41% con Hamburguesa, y en menor proporción con Torta (31%) y Otras (5%).</li>   <li>❖ En referencia al tiempo de atención al pedido de un PLATO A LA CARTA, el 58% encuestados consideran debería ser entre 12 a 15 minutos, el 34% entre 15 a 20 minutos y el 8% entre 20 a 25 minutos y la atención al pedido de un MENÚ el 93% consideran debería ser entre 5 a 10 minutos y el 7% entre 10 a 12 minutos.</li>   <li>❖ Dentro de los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante, según orden de prioridad tenemos: 1° Música selecta (46%), 2° Tv – Documentales (39%), 3° Internet inalámbrico (25%) y 4° Área de juego para niños (22%).</li>   <li>❖ Al 71% le gustaría encontrar alimentos y bebidas de tipo variado, al 15% regional y al 14% local.</li>   <li>❖ El 59% de los encuestados respondieron que el tipo de restaurante que les gustaría exista en la ciudad de Chachapoyas es un Restaurante Turístico, para el 14% un Restaurante de Comida Rápida (fast food),</li> </ul>	<p>Malteadas, el 20% Smoothies y al 7% otro tipo de bebidas (gaseosa, cerveza, vinos, etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ La comida rápida con el que le gusta acompañar su bebida: Al 71% con Sándwich, al 44% con Tamal o Humita, al 39% con Hamburguesa, y en menor proporción con Torta (17%), Juane (14%) y Otras (5%).</li>   <li>❖ En la opinión de los encuestados para el 64% el tiempo de atención al pedido de un PLATO A LA CARTA debería ser entre 12 a 15 minutos, para el 31% entre 15 a 20 minutos y para el 5% entre 20 a 25 minutos. Para un MENÚ el 93% considera debería ser entre 5 a 10 minutos y para el 7% entre 10 a 12 minutos.</li>   <li>❖ El servicio adicional que considera debería tener un Café Restaurante, según orden de prioridad tenemos: 1° Internet inalámbrico (36%), 2° Música selecta (25%), 3° Tv – Documentales (19%), y 4° Área de trabajo y/o lectura (22%).</li>   <li>❖ Al 52% le gustaría encontrar alimentos y bebidas de tipo variado, al 27% local, al 12% regional, al 7% nacional y al 2% otro tipo de comida.</li>   <li>❖ El 59% de los encuestados respondieron que el tipo de restaurante que les gustaría exista en la ciudad de Chachapoyas es un Restaurante Turístico, para el 15% un Restaurante de Comida Rápida (fast food),</li> </ul>
---	--

<p>para el 10% un restaurante tipo Gourmet y Bufet en igual porcentaje, y para el 7% un Restaurante Temático.</p> <p>❖ En referencia a la ubicación de un nuevo restaurante en la ciudad de Chachapoyas: el 46% respondió que le gustaría que se ubique dentro del centro histórico de la ciudad, al 44% fuera del casco urbano de la ciudad, al 8% en la entrada a Chachapoyas y al 2% en otro lugar.</p>	<p>para el 10% un restaurante tipo Bufet, para el 9% un Restaurante Temático y para el 7% un restaurante tipo Gourmet.</p> <p>❖ En referencia a la ubicación de un nuevo restaurante en la ciudad de Chachapoyas: el 69% respondió que le gustaría que se ubique dentro del centro histórico de la ciudad, al 29% fuera del casco urbano de la ciudad, al 2% en la entrada a Chachapoyas</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia – 2011

### c) ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS Y/O CRITERIOS DE MAYOR RELEVANCIA:

Luego de la interpretación y síntesis de las encuestas aplicadas a los habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas y en base al análisis del entorno, se analizaron e identificaron los aspectos más importantes que afectan directamente la decisión de compra de las personas; así como también las expectativas, gustos y preferencias, las necesidades y oportunidades que representan para el negocio en estudio. Así tenemos:

- ❖ En base a las encuestas, se pudo determinar que el 100% de las personas encuestadas (habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas) *si acostumbran salir a comer en un restaurante, siendo la frecuencia dos veces por semana y a menudo van acompañados de sus familiares y amigos.*
- ❖ La **disposición de pago** por un *plato principal* de la mayoría de las personas oscila entre 17 y 23 nuevos soles en promedio; por un *plato entrada* entre 4 y 6 nuevos soles y por un *postre* entre 3 y 5 nuevos soles.
- ❖ Para ambos grupos muestrales **los aspectos más importantes para la escogencia de un restaurante, son:** *la buena atención y servicio, el tipo y la calidad de la comida que ofrecen, su ambiente y diseño del establecimiento, la sazón de la comida y el precio de los platos.*

- ✓ *La atención y servicio:* aspecto de suma importancia para los clientes es la calidad en la atención y servicio. Esto tiene que ver con la cordialidad, respeto, eficiencia y eficacia por parte del personal a la hora de tratar a los clientes del restaurante. Si se logra rapidez y eficacia al tomar los pedidos, llevar las comidas a la mesa y atender cualquiera de las inquietudes que pueda tener una persona, ésta se sentirá totalmente a gusto y disfrutará tranquilamente de la mejor experiencia de sabor y calidad de la atención y servicio.
  - ✓ *El tipo y calidad de la comida:* para los clientes es muy importante saber que los procesos de manipulación de alimentos, así como la preparación de los platos, sean de la mejor calidad posible, esto se refleja en la higiene, calidad de los productos y el sabor de la comida, que generará un alto grado de confianza y lealtad hacia el negocio.
  - ✓ *La limpieza y diseño del establecimiento:* es de mucha relevancia, ya que es vital encontrar un restaurante ordenado y limpio, que inspire tranquilidad, seguridad y confort, en el cual se puedan sentar tranquilamente y saber que los platos, cubiertos, etc., estén limpios, el personal adecuadamente uniformado de tal forma que aseguren el disfrute de los alimentos. Los restaurantes más prestigiosos del mundo son conscientes de este aspecto y tienen un control minucioso para garantizar el orden y limpieza de su establecimiento.
  - ✓ *La sazón de la comida:* muy ligado al tema de calidad de los platos, se encuentra el buen sabor. Este es uno de los aspectos más importantes a la hora de escoger y preferir un restaurante. Ya que éste es como *el imán* que atraerá a los clientes.
  - ✓ *El precio de los platos:* las personas consideran importante que los precios estén acorde con los platos servidos, la atención y el servicio prestado y lo más imprescindible la calidad de los productos; todo esto se puede asociar de alguna manera al precio con la calidad de los productos y servicios.
- ❖ El **tiempo de permanencia** de los visitantes en la ciudad de Chachapoyas en su mayoría es de 2 a 3 días; y dentro de los **principales medios que**

**utilizan para informarse sobre los restaurantes y afines** están las *recomendaciones (amigos y familiares), agencias de viaje, internet (pagina web) y revistas*. Este aspecto es importante para conocer a través de que medio podemos promocionarnos y así aprovechar los días de permanencia en la ciudad.

- ❖ En relación a la demanda de productos, la mayoría de las personas encuestadas **si** toman café, siendo la frecuencia diario y de 2 a 4 veces por semana, acostumbrando mayormente a tomar en horario de la mañana y tarde. Siendo los tipos de café favorito el americano, lechero, capuccino y expresso. El tipo de bebidas a parte de café que prefieren son: Variedad de jugos, Tés, Smoothies y Malteadas. Y en referencia al tipo de comida con el que acompañan su bebida la mayoría lo hace con sándwich, hamburguesa, torta, juane, tamal y humita. La clase o tipo de alimentos y bebidas que prefieren es variada (típica - local, regional y nacional). Teniendo como favoritas a la cecina de res y chanco, juane, tamal, humita, chicharrón de chanco, lomo saltado, cuy con papas y al arroz con pato.
- ❖ Para ofrecer servicios adicionales y diferentes a la competencia, estar al día con las necesidades tecnológicas de los clientes, se cuestiono que prioricen los **servicios adicionales que le gustaría encontrar en un nuevo café restaurante**, respondiendo: *música selecta, internet inalámbrico, TV documentales, área de juego para niños y áreas de trabajo y/o lectura*.
- ❖ El tipo de restaurante que les gustaría que hubiese en la ciudad de Chachapoyas es un restaurante turístico, ubicado fuera del casco urbano y/o dentro del centro histórico de la ciudad.

*En definitiva como demuestra el análisis, producto del estudio de mercado, y el análisis del entorno se puede decir que existe un mercado en constante crecimiento, con necesidades insatisfechas y oportunidades para aprovechar, que pueden ser atendidos en parte con el lanzamiento y operación de un nuevo café restaurante en la ciudad de Chachapoyas.*



**d) ANÁLISIS DE COMPETENCIA.-** Dentro de la investigación de mercado se desarrollo un estudio de la competencia, a una muestra conformada por ocho establecimientos en relación directa al plan de negocios (competidores directos). Dicho estudio se realizo con la finalidad de conocer las ventajas y desventajas de la competencia, hacer una comparación entre sus productos, precios, capacidad de carga, y lo más importante conocer si cuentan con un documento o plan de negocio, así como también verificar si brindan servicio de internet inalámbrico, el tipo de segmento al que está dirigido, entre otros aspectos.

Los establecimientos que se analizaron como parte de la competencia directa son: Restaurant "El Tejado", "Las Chozas de Marlisa", Café "San José", Café Fusiones, Café Gourmet Ciomara", Café Restaurant "La Real Cecina Cocktail Lunch", Bar Restaurant turístico "Chacha" y el Restaurante Sabores del Perú – Chicken Grill.

**d.1. Resultado del análisis de competencia.** De acuerdo a los resultados obtenidos en el chek list, tenemos el siguiente cuadro con la síntesis del análisis realizado a ocho restaurantes y afines de la ciudad de Chachapoyas, con la finalidad de ver sus horarios, oferta de productos, y una aproximación de los precios de sus productos. (Para mayor detalle, ver anexo N° 01: Estudio de mercado, ítem 2. Resultados de Check List Competencia)

Cuadro N° 4.4

Síntesis de análisis de competencia – restaurantes y afines de la ciudad de Chachapoyas

Restaurantes y afines	Horario	Tipo alimentos	Tipo bebidas	Precios
"El Tejado"	12.00am - 4.00pm y 7.00pm - 9.00pm	Comida local, regional y nacional Almuerzos y cenas (platos a la carta)	Gaseosas, té, jugos naturales, cerveza, refrescos, agua y vino	Alimentos: 10.00 – 18.00  Bebidas: 1.00 – 7.00
"La Real Cecina Cocktail Lunch"	8.00am – 3.00pm y 4.00pm - 11.00pm	Comida local, regional y nacional Desayunos, almuerzos y cenas (menús y platos a la carta)	Gaseosas, té, jugos naturales, cerveza, refrescos, agua, cocktails, licuados, pisco sour y vino	Alimentos: 5.00 – 35.00  Bebidas: 1.50 – 160.00

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

Bar Restaurante turístico "Chacha"	7:00am – 11:00pm	Nacionales, Regionales, Locales - típicas y menú (menús y platos a la carta).	Gaseosas, té, jugos naturales, cerveza, refrescos, agua y vino	Alimentos: 5.00 - 35 Bebidas: 1.00 - 25
Sabores del Perú – Chicken Grill	7.15am - 10.00pm	Nacionales, Regionales, Locales – típicas y pollos a la brasa (menús y platos a la carta)	Gaseosas, té, jugos naturales, cerveza, refrescos, agua pisco sour y vino	Alimentos: 9.00 – 30.00 Bebidas: 1.50 – 35.00
"Las Chozas de Marlisa"	8.00am – 9.00pm	Nacionales, Regionales, Locales - típicas (menús y platos a la carta)	Gaseosas, té, jugos naturales, cerveza, refrescos, agua y vino	Alimentos: 7.00 – 30.00 Bebidas: 1.00 – 6.00
Café Restaurante "San José"	7.00am – 1.00pm y 2.00 – 10.00pm	Desayunos, comidas, cenas, postres, variedades de pan, Sándwich, hamburguesas, juanes, tamales y humitas	Gaseosas, té, jugos naturales, refrescos, variedades de cafés limonadas, agua y vino	Alimentos: 1.50 – 25.00 Bebidas: 1.50 – 12.00
Café Gourmet Ciomara	7.00am – 1.00pm y 4.00 – 10.00pm	Antojitos, sándwich, hamburguesas, juanes, tamales, humitas, yuquitas fritas, tucshiches	Gaseosas, té, jugos naturales, variedades de cafés, refrescos, agua, limonadas, licuados y chocolate	Alimentos: 1.50 – 15.00 Bebidas: 1.50 – 6.00
Café Fusiones	7:30 am - 12m y 4.00pm – 9.00pm	Sándwich, hamburguesas, juanes, tamales, humitas, y platos a la carta	Gaseosas, té, jugos naturales, variedades de cafés, refrescos, agua, limonadas, licuados y chocolate	Alimentos: 1.00 – 6.00 Bebidas: 1.50 – 5.50

Fuente: Elaboración propia – 2011

#### 4.4. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

##### 1. Datos generales

- a) **Nombre comercial:** Café Restaurante “*Gran Banquete*”
- b) **Tipo de sociedad:** Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada S.R.L.
- c) **Constitución:** Régimen de pequeños contribuyentes
- d) **Horario de atención:** 7 am – 11 pm todos los días
- e) **Domicilio fiscal:** Jr. La Merced N° 560

2. **Descripción del negocio:** el café restaurante, se dedicará al expendio de una variedad de alimentos y bebidas tanto frías como calientes de tipo local, regional, nacional e internacional, acompañado de una variada oferta de servicios como: música selecta, internet inalámbrico y la proyección de videos – documentales de atractivos turísticos de la región Amazonas. Todo esto en un ambiente diseñado con motivos artesanales y naturales que aseguren su entera comodidad y disfrute del sabor de nuestros platos y el aroma de las variedades de cafés, que serán brindados por un personal capacitado, que buscara en todo momento ajustarse a las necesidades del mercado meta.

3. **Características diferenciadoras:** la buena atención y servicio al cliente, precios acorde con el producto, diseño y ambientación artesanal del establecimiento, insumos frescos que garanticen productos de calidad, ambientes separados para cafetería con servicio de internet inalámbrico, la proyección de videos – documentales promocionando los atractivos turísticos de la región Amazonas, así como también la programación de canales favoritos y de música selecta de nuestros clientes.

4. **Ventajas competitivas:** contamos con un sistema de distribución eficiente, somos el primer establecimiento con servicios adicionales y ambientes separados para la cafetería y restaurante (comedor), con un personal idóneo, que brinde una buena atención y servicio en una excelente ubicación.

**5. Público objetivo:** El mercado objetivo está conformado por los habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas que busca probar nuevas sensaciones y una atención y servicio de calidad, con un poder adquisitivo medio-alto.

CUADRO N° 4.5  
Segmentación del mercado

BASE DE SEGMENTACIÓN	VARIABLES DE SEGMENTACIÓN SELECCIONADAS
<b>SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA</b>	
Lugar y/o mercado	Habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas
Densidad del área	Urbana y rural
<b>SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA</b>	
Edad	18 a 55 años
Sexo	Masculino y Femenino
Estado marital	Indistinto
Educación	Todos los niveles
Ocupación	Estudiantes y Ejecutivos (empleados públicos y privados)
<b>SEGMENTACIÓN PSICOLÓGICA</b>	
Necesidades – motivación	Obtención de un producto, atención y servicio de calidad
<b>SEGMENTACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA</b>	
Clase social	Media - Alta
Ciclo de vida familiar	Solteros, casados, sin hijos, con hijos

Fuente: Elaboración propia - 2011

**6. Las razones que justifican la propuesta del negocio:** La idea de negocio se considera atractiva por las siguientes razones: la deficiente atención y servicio en los restaurantes y afines de la ciudad de Chachapoyas, existe la oportunidad de aprovechar las necesidades insatisfechas, un mercado en constante y rápido crecimiento y sobre todo la iniciativa de atender un mercado con servicios adicionales en un ambiente único, diseñado a su medida.

#### 4.5. ANÁLISIS FODA DEL NEGOCIO

El análisis FODA es una herramienta estratégica para conocer la situación a la que se enfrenta el negocio, cuyo propósito fundamental es conocer cuáles son las fortalezas de la organización, aprovechar oportunidades, contrarrestar las amenazas y corregir las debilidades. (Hernández y Quiñones, 2007)

##### 1. FORTALEZAS

- ✓ **Plan de negocios:** Documento - plan de negocios
- ✓ **Mobiliario:** Cómodo, rustico-artesanal, nuevo, llamativo, etc.
- ✓ **Instalaciones:** Dos ambientes cómodos y agradables (Cafeteria y comedor del restaurante)
- ✓ **Equipo:** Moderno y de fácil uso
- ✓ **Servicios:** Calidad en la atención y servicio (música selecta, internet inalámbrico, TV documentales, personal joven capacitado)
- ✓ **Producto:** Alto nivel en la calidad de los platos y bebidas
- ✓ **Personal:** Capacitado y con creatividad para la decoración de los platos, así como para el diseño y ambientación del establecimiento

##### 2. DEBILIDADES

- ✓ Ser un establecimiento nuevo, poco conocido en mercado
- ✓ Dar a conocer la marca y su posicionamiento en el mercado
- ✓ Local alquilado
- ✓ Inestabilidad del personal en sus puestos de trabajo
- ✓ Falta de experiencia en el mercado
- ✓ Incertidumbre financiera ya que no se conoce el restaurante

##### 3. OPORTUNIDADES

- ✓ La estabilidad y crecimiento económico del país.
- ✓ La gastronomía peruana declarado patrimonio cultural por la OEA
- ✓ La competencia en su mayoría no cuenta con un plan de negocio, con personal idóneo, brindando un bajo nivel de atención y servicio al cliente.
- ✓ Insumos naturales, frescos y propios de la zona

- ✓ Cumplimiento con las normas afines al negocio
- ✓ Concesión del aeropuerto de Chachapoyas
- ✓ Crecimiento económico del país
- ✓ La región Amazonas esta dentro del Circuito Turístico Nororiental CTN
- ✓ Inversiones potenciales en el desarrollo del corredor turístico de la cuenca del utcubamba (Plan COPESCO y otros.)
- ✓ Desarrollo del circuito binacional Perú – Ecuador
- ✓ La presencia de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, universidades particulares como Alas Peruanas e institutos, etc.

#### **4. AMENAZAS**

- ✓ La vulnerabilidad frente a la aparición de nuevos y grandes competidores
- ✓ Cambio climático
- ✓ Inestabilidad política – social
- ✓ Crisis económica mundial
- ✓ Casos fortuitos (incendios, sismos)
- ✓ Negocios con trayectoria en el mercado

El análisis realizado refleja que el Café – Restaurante Gran Banquete presenta grandes fortalezas y oportunidades, para aprovechar y afrontar las amenazas y superar las debilidades.

#### 4.6. PLAN ESTRATÉGICO DEL NEGOCIO

1. **Misión:** Somos una empresa dentro del rubro de restaurantes y afines con una amplia y variada oferta de productos y servicios, comprometida en atender y satisfacer de forma adecuada los gustos y preferencias de nuestro clientes, en un ambiente agradable, cómodo y tranquilo; donde prime un excelente trato y servicio de calidad a cargo de un personal idóneo capacitado, dispuesto a complacer a los más exquisitos paladares; contribuyendo en la vivencia y experiencia de momentos placenteros e inolvidables, interactuando con responsabilidad social y cultura de valores, realizando innovación permanente para lograr la sostenibilidad.
  
2. **Visión:** Se aspira a ser la mejor cadena de Café Restaurante a nivel local, bajo la marca Gran Banquete; con presencia en ciudades importantes a nivel nacional, dirigido a un segmento de mercado con poder adquisitivo medio-alto.
  
3. **Responsabilidad social.** Nuestras actividades estarán basados y enmarcados en aspectos legales competentes. Asimismo la política de Gran Banquete, se orienta a desarrollar actividades que contribuirán a crear una adecuada cultura basado en la producción y consumo responsable de productos orgánicos – saludables; estando dirigido a productores, proveedores, clientes y consumidores en general.
  
4. **Objetivos**
  - a. **General:**
    - ✓ Ser reconocido como la marca líder en el mercado local, con presencia a nivel regional y nacional.
  
  - b. **Específicos:**
    - ✓ Satisfacer de forma eficiente y eficaz las necesidades, deseos y expectativas de nuestros clientes
    - ✓ Ofrecer los mejores estándares de calidad en la atención y servicio al cliente.

- ✓ Lograr el mejor ambiente laboral.
- ✓ Lograr el posicionamiento y diferenciación de la empresa en el mercado local.
- ✓ Expandir la marca “Gran Banquete” a nivel nacional.

**5. Estrategias:**

- ✓ Se brindaran y ofertaran productos y servicios de calidad a precios justos y acorde con las necesidades, deseos y expectativas del mercado.
- ✓ Se realizará investigación de mercado para atender y aprovechar las nuevas tendencias que presenta el mercado.
- ✓ Adecuado diseño y ambientación del establecimiento
- ✓ Contar con personal adecuado, propiciando la motivación y desarrollo personal en los trabajadores
- ✓ Ubicación estratégica del negocio
- ✓ Brindar servicios adicionales a pedido y preferencia del cliente
- ✓ Disposición de adecuados y suficientes materiales y equipos
- ✓ Poner en marcha las estrategias de marketing, con el fin de contrarrestar la competencia y así lograr la posición de Gran Banquete en el mercado.
- ✓ Abrir nuevos negocios de café restaurantes con la marca Gran Banquete en otras ciudades del país.



#### **4.7. EL PLAN DE MARKETING OPERATIVO.**

El marketing es un conjunto de actividades destinadas a planificar, fijar precios, promover y distribuir productos o servicios que satisfagan necesidades de los consumidores actuales o potenciales, de una forma que resulte beneficiosa para las dos partes. (Perú 21, Noviembre 2010)

##### **1. Objetivos**

###### **a. General**

- ❖ Facilitar la etapa de introducción y vender la mayor cantidad de productos en el mercado meta mediante el conocimiento de las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.

###### **b. Específicos**

- ❖ Definir y dar a conocer la oferta de productos y servicios a través de los diferentes medios de promoción y publicidad.
- ❖ Incrementar las ventas en un 20% para el segundo semestre.
- ❖ Lograr una participación del 15% en el mercado al finalizar el año.
- ❖ Posicionar a la empresa como primera opción en la mente del público objetivo
- ❖ Crear lealtad a largo plazo hacia nuestro negocio por parte de los consumidores
- ❖ Alcanzar buenos niveles de satisfacción en los clientes, con nuestros productos y servicios.

##### **2. Estrategia de mercadotecnia (marketing operativo)**

###### ***a. Estrategia de Producto y/o servicio***

Consiste en describir el producto/servicio, mostrando las características y los beneficios para el consumidor final. De acuerdo a Longenecker et al. 2001, p278, “un producto incluye el paquete total de satisfacción que se ofrece a los consumidores en una transacción, ya sea que se refiera a un servicio, a un producto o a una combinación de ambos”

En un café restaurante no sólo se ofrece un portafolio de productos sino, también de servicios.

Dentro de los productos que se ofrecen se encuentran los platos fuertes (principales), postres, entradas y bebidas.

Siendo éstos sólo algunos de los aspectos más importantes dentro del producto, que en éste caso más que el producto físico, lo que se está vendiendo son un servicio, una experiencia, y es necesario hacer lo mejor, para que sea la mejor de todas.

❖ **Cartera de productos intangibles.** Está conformada por todos aquellos servicios que se prestan de forma directa e indirecta; enfatizando en los siguientes aspectos:

**2. La atención y servicio.** En Gran Banquete primara la buena atención y servicio a los clientes, haciendo prevalecer la cordialidad, respeto, honestidad, calidez, entre otros aspectos que hagan sentir y vivir experiencias inolvidables; buscando siempre la satisfacción de las expectativas de los clientes (ver proceso de servicio en ítem 4.9. Plan técnico operativo, figura N° 4.3)

**3. Internet inalámbrico.** Este servicio será gratuito para nuestros clientes y se brindaran en los ambientes de la cafetería. (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: encuesta habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas cuadros y gráficos N° 2.21 y 2.18)

❖ **Cartera de productos tangibles.** Conformado por los productos, que se han determinado según los gustos, preferencias y expectativas de los encuestados; así tenemos:

**1. Tipo de restaurante.** Se propone llegar a ser es un negocio con características de diseño, ambientación y oferta de un restaurante tipo turístico, ya que los encuestados en un 59% respondieron que desean que exista un nuevo restaurante de este tipo (ver ítem 4.3.

Estudio de mercado: encuesta habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas cuadros y gráficos N° 2.23 y 2.20)

- 2. Música selecta.** Para ello al iniciar las operaciones se dispondrá de equipos de audio en ubicaciones estratégicas para asegurar que la música de fondo que se transmita desde la barra - cafetería tenga un adecuado volumen, sea placentera y contribuya a que el cliente se sienta a gusto, relajado y cómodo. (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: encuesta habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas cuadros y gráficos N° 2.21 y 2.18)
- 3. TV Documentales.** Relacionado e interconectado con el sistema de música selecta para la programación de documentales promocionando los recursos y atractivos turísticos de la región amazonas, así como programas de televisión a preferencia de los clientes (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: encuesta habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas cuadros y gráficos N° 2.21 y 2.18)
- 4. Tipo de comida y bebida.** En referencia al tipo de comida y bebidas que prefieren, se brindara comida local típica, regional, nacional e internacional, es decir variada, dando mayor énfasis a la comida tradicional o típica local, regional y nacional. (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: encuesta habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas cuadros y gráficos N° 2.22 y 2.19)
- 5. La limpieza, diseño y ambientación del establecimiento.** Como se menciono, uno de los criterios que tienen en cuenta a la hora de escoger un restaurante es el diseño y ambientación (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: encuesta habitantes y visitantes de la ciudad de Chachapoyas grafico N° 2.4). En tal sentido el Café - Restaurante deberá estar en todo momento ordenado y limpio, de tal forma que inspire confianza, seguridad y confort. Estará diseñado y ambientado de forma artesanal, decorado de tal forma que transmita tranquilidad, armonía y alegría. Se exhibirán cuadros con motivos artesanales, buscando siempre estar en armonía con el ambiente y el entorno.

**6. La sazón de la comida.** Es otro de los criterios que los clientes potenciales y objetivos perciben o tienen en cuenta a la hora de escoger un restaurante (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: encuesta habitantes de la ciudad de Chachapoyas grafico N° 2.4), por lo que se pondrá bastante énfasis en mantener el buen sabor y aroma de los alimentos y bebidas, así como también se innovaran y crearán nuevos platos para los gustos más exquisitos de nuestros clientes.

**7. Diseño y componentes de la carta.** El diseño y estructuración de los componentes de la carta serán de forma ordenada, incluirá una breve descripción de los ingredientes y la foto de los productos; buscando un contraste y armonía de forma y fondo. “El menú es como la firma del restaurante y continuará evolucionando igual que lo hará su negocio. La comida es la atracción de la mayoría de los restaurantes y la razón principal para que el cliente lo elija a uno”

**a. Platos principales:** Son los platos más representativos del negocio, constituyen la parte más importante de la carta y son los más preferidos por los consumidores (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: grafico N° 2.8 y 2.5)

1. **Cecina y chicharrón de chacho.** Deliciosa cecina y chicharrón frito, acompañado con mote, plátanos fritos, yuca y ensalada de cebolla con tomate.
2. **Cecina de res.** Cecina frita y majada, acompañado con mote, plátanos fritos, yuca, ensalada más cremas.
3. **Trucha frita.** Exquisita trucha frita con purtumute y yuca, acompañado con ensalada de cebolla y tomate.
4. **Arroz con pato.** Sabroso pato frito y sancochado con frijoles, loche y combinado con arroz, acompañado de ensalada.

5. ***Pato a la naranja.*** Jugoso pato en salsa de naranja, acompañado con arroz y ensalada.
6. ***Cuy en salsa de maní.*** Agradable y jugoso cuy frito y sancochado en salsa de maní tostado, acompañado de papas fritas, porción de arroz y ensalada.
7. ***Bistec encebollado.*** Jugoso bistec en rodajas de cebolla, acompañado de papas fritas, porción de arroz y ensalada.
8. ***Bistec a la parrilla.*** Apetitoso bistec a la parrilla, acompañado con papas fritas, porción de arroz, más ensalada.
9. ***Saltado de pescado.*** Delicioso pescado dorado y sudado en aderezo de cebolla y tomate, acompañado de papas fritas, ensalada.
10. ***Tallarín saltado con pollo.*** Exquisito tallarín con pollo, bañado en salsa de cebolla y col oriental, colantau (vainita de arveja verde), y pimiento.
11. ***Lomo saltado.*** Apetitoso y jugoso lomo de res, saltado con cebolla y tomate, acompañado con papas fritas y porción de arroz.
12. ***Carapulcra.*** Gustoso platillo a base de papa seca, maní, carne de chanco; acompañado con arroz y porción de ensalada.
13. ***Brochetas de carne.*** Deliciosas brochetas de carne a la parrilla, acompañado con yucas y/o papas, más ensalada y cremas.
14. ***Brochetas de pollo.*** Sabrosas brochetas de pollo a la parrilla, acompañado con yucas y/o papas, más ensalada y cremas.
15. ***Anticuchos de lomo de res.*** Apetitosos anticuchos de carne a la parrilla, acompañado de yucas y/o papas, más ensalada y cremas.

**16. Arroz con pollo.** Agradable arroz con pollo, arvejas verdes y zanahorias, guisado con culantro, ajíes y cerveza negra. Acompañado con ensalada de cebolla y tomate.

**17. Arroz chaufa.** Apetecible arroz chaufa con pollo, huevo, jamón, cebolla china. Acompañado con ensalada.

**b. Sopas:**

**1. Sancochado.** Rica y sustanciosa sopa de carne de res con garbanzo, zanahorias, habas verdes, repollo, yuca, papas y chocho.

**2. Sopa de chochoca.** Tradicional y gustosa sopa de chochoca (harina de choclo cocido y seco), con cuero de chanco y frijoles.

**3. Sopa de verduras.** Sabrosa sopa de legumbres, habas verdes, zanahoria, alcachofas, puerros y papas.

**4. Sopa de purtumute.** Deliciosa sopa casera a base purtumute (maíz pelado cocido), frijoles y col con culantro.

**5. Sopa vegetariana.** Exquisita sopa de chauchas vedes, zapallo, zanahoria, papa, apio y repollo.

**6. Aguadito de pollo.** Gustosa sopa concentrada con pollo, arveja, arroz, zanahoria, papa amarilla, culantro.

**7. Sopa de yuca.** Apetecible sopa con carne de chanco, yuca, huevo.

**8. Crema de arvejas.** Suculenta sopa a base de a arvejas, leche, mantequilla, pan tostado.

**c. Entradas y/o aperitivo:** Es la comida que se toma para abrir el apetito, normalmente antes de la comida principal del mediodía (almuerzo). ([www.es.wikipedia.org/wiki/Aperitivo](http://www.es.wikipedia.org/wiki/Aperitivo))

**1. Palta rellana con pollo.** Deliciosa y cremosa palta rellena con pechuga de pollo, arvejas, zanahoria, papa. Acompañado de ensalada.

2. **Enchilada de pollo.** Exquisita enchilada de pechuga de pollo envuelta en tortilla de maíz, bañado con salsa de frijol, más queso y ensalada.
3. **Causa rellena.** Sabrosa causa de papas, con pollo, arveja y zanahorias mezcladas con mayonesa. Acompañado de huevo, aceituna y ensalada.
4. **Papa a la huancaína.** Deliciosa crema de papa amarilla con leche. Acompañado con aceituna, huevo, choclo y ensalada.
5. **Salpicón de pollo.** Apetecible salpicón de pollo con papa, arveja y zanahorias mezcladas con mayonesa. Acompañado de aceituna, huevo y ensalada.
6. **Torrijas de Yuca.** Crocantes y sabrosas torrijas de yuca prensada.
7. **Otros, etc.**

**d. Postres:** Representan la parte final de la comida. Estos serán en su mayoría proveídos por terceros, y otros se elaborarán en el establecimiento. La oferta incluirá postres característicos de la cocina local, regional, nacional e internacional.

**e. Bebidas:** En las bebidas de mayor relevancia estarán las variedades de café. Además se ofrecerán jugos de diversas frutas exóticas, smoothies, malteadas, refrescos, gaseosas, vinos, infusiones, cócteles, pisco sour, entre otros. Dichas bebidas constituyen el acompañamiento directo de toda comida (ver ítem 4.3. Estudio de mercado: grafico N° 2.9 y 2.6)

La línea de productos están contemplados en el cuadro N° 4.6, los cuales hacen referencia a los alimentos y bebidas que se expenderán.

Cuadro N° 4.6  
Cartera de productos

<b>Tipo Plato y/o bebida</b>	
<b>N°</b>	<b>Platos principales</b>
1	Pato a la naranja
2	Brochetas de lomo
3	Brochetas de pollo
4	Pescado salteado
5	Cuy en salsa de maní
6	Cecina de chancho
7	Cecina de res
8	Arroz con pato
9	Bistec a la parrilla
10	Bistec encebollado
11	Lomo salteado
12	Trucha frita
13	Tallarín saltado con pollo
14	Arroz chaufa mixto
15	Carapulcra
16	Arroz con pollo
17	Juane
18	Tamales
19	Humitas
20	Sándwich
<b>N°</b>	<b>Sopas</b>
1	Sancochado
2	Sopa de Chochoca
3	Sopa de purtumute
4	Sopa de verduras
6	Locro de yuca
7	Aguadito de pollo
8	Crema de arvejas
<b>N°</b>	<b>Platos entrada</b>
1	Palta rellena con pollo
2	Enchilada de pollo
3	Causa rellena
4	Papa a la huancaína
5	Salpicón de pollo
6	Boli yucas fritas
<b>N°</b>	<b>Postres</b>
1	Tarta de café
2	Tarta de maracuyá
3	Tarta de sauco
4	Tarta tres leches



TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

---

5	Mazamorra morada
6	Arroz con leche
7	Tarta sambita
8	Tarta selva negra
9	Tarta helada
10	Tarta de vainilla
11	Ensalada de frutas
<b>N°</b>	<b>Bebidas</b>
1	Agua mineral
2	Gaseosas
3	Refrescos
4	Jugos (smoothies y malteadas)
5	Smoothies
6	Malteadas
7	Infusiones
8	Vino (copa)
9	Coctel de algarrobina
10	Café frapuccino
11	Coca sour
12	Café americano
13	Café lechero
14	Café cappuccino
15	Café expresso
16	Café Mokaccino
17	Daiquiri de durazno
18	Ponche de café
19	Pisco sour
20	Aguaymanto sour

Fuente: elaboración propia/2011

La estrategia diferenciadora de los productos del Café - Restaurante “Gran Banquete” será, el aroma, sabor, color y armonía de los platos, la variedad de los mismos; acompañado de la simpatía, la calidez, rapidez, y eficacia del servicio, y la mejor disponibilidad por parte de meseros y chefs para brindar así la información requerida por los clientes.

**b. Estrategia de precio**

*“El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.” (Montalvo, 2008)*

El restaurante manejará precios justos y competitivos, pero manteniendo el mejor nivel en los productos, la atención y servicio, además se debe tener en cuenta que la ubicación del mismo será en un lugar exclusivo de la ciudad de Chachapoyas y esto aumenta el valor del establecimiento así como de su comida.

Para la fijación del precio de venta de la línea de productos se ha tenido en consideración los siguientes aspectos:

- a. La disposición de pago que tienen las personas encuestadas (ver ítem 4.3. Estudio de mercado, gráficos N° 2.12 - N° 2.13 - N° 2.14 y N° 2.09 - N° 2.10 - 2.11)
- b. Los precios que maneja la competencia (ver ítem 4.3. Estudio de mercado, cuadro N° 4.4)

En base a los resultados obtenidos de las encuestas, y la estrategia de precios basada en la competencia tenemos los siguientes intervalos de precios; los cuales servirán para fijar el precio de venta de algunos productos:

- ❖ Para los platos principales: Entre S/. 17.00 y S/. 23 000.
- ❖ Para las entradas: Entre S/. 4.00 y S/. 6.00.
- ❖ Para los postres entre S/. S/. 3.00 y S/. 5.00.
- ❖ Para bebidas entre S/. S/. 1.00 y S/. 120.00.

- c. Lo más importante, se fijaran los precios de venta en base a los costos de producir un bien y/o prestar un servicio (costos del Café - Restaurante Gran banquete), las utilidades esperadas, entre otros temas que afectan la fijación de los precios (ver fijación de precio de venta en anexo N° 05).

Frente a los negocios de restaurantes y afines (competencia), el precio de algunos platos del “Gran Banquete” será por los mismos niveles, pero la ventaja está en el valor agregado, es decir que las personas recibirán mayores beneficios por el mismo precio, y de esta manera se maneja una estrategia de precios justa y competitiva, se debe tener también claro que subir los precios si es posible, pero que ese aumento, el cual será gradual no debe ser muy notorio, además se debe mantener por siempre la calidad y variedad de los platos para que de esta forma los clientes no resientan el cambio y en ese caso dejen de ir al Café Restaurante.

La línea de productos con su respectivo precio se muestra en el cuadro N° 4.7, los cuales en su mayoría han sido fijados en base a costos del restaurante.

Cuadro N° 4.7

Cartera de productos según, precio de venta, costo de la receta, precio promedio de venta de un producto y costo promedio de elaborar un producto.

Tipo Plato y/o bebida	Precio de venta	Costo de receta
<b>Principales</b>	<b>S/. 221.50</b>	<b>S/. 96.40</b>
Pato a la naranja	S/. 12.00	S/. 4.88
Brochetas de lomo	S/. 13.00	S/. 5.56
Brochetas de pollo	S/. 11.50	S/. 4.36
Pescado salteado	S/. 15.50	S/. 7.61
Cuy en salsa de maní	S/. 28.00	S/. 16.86
Cecina de chancho	S/. 15.50	S/. 7.36
Cecina de res	S/. 15.00	S/. 6.97
Arroz con pato	S/. 14.00	S/. 6.18
Bistec a la parrilla	S/. 10.50	S/. 3.73
Bistec encebollado	S/. 11.50	S/. 4.30
Lomo salteado	S/. 11.50	S/. 4.34
Trucha frita	S/. 12.00	S/. 4.83
Tallarín saltado con pollo	S/. 9.00	S/. 2.45

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Otros	S/. 42.50	S/. 16.98
<b>Sopas</b>	<b>S/. 18.00</b>	<b>S/. 9.26</b>
Sancochado	S/. 3.50	S/. 2.08
Sopa de Chochoca	S/. 2.50	S/. 1.17
Sopa de purtumute	S/. 2.00	S/. 1.08
Sopa de verduras	S/. 2.50	S/. 1.15
Locro de yuca	S/. 2.50	S/. 1.12
Otros	S/. 5.00	S/. 2.66
<b>Entradas</b>	<b>S/. 41.50</b>	<b>S/. 8.21</b>
Palta rellena con pollo	S/. 7.50	S/. 1.36
Enchilada de pollo	S/. 7.00	S/. 1.52
Causa rellena	S/. 7.00	S/. 1.60
Papa a la huancaína	S/. 6.50	S/. 1.19
Otros	S/. 13.50	S/. 2.54
<b>Postres</b>	<b>S/. 26.50</b>	<b>S/. 15.50</b>
Tarta de café	S/. 2.00	S/. 1.00
Tarta de maracuyá	S/. 2.50	S/. 1.50
Tarta de sauco	S/. 2.50	S/. 1.50
Tarta tres leches	S/. 2.50	S/. 1.50
Mazamorra morada	S/. 2.50	S/. 1.50
Arroz con leche	S/. 2.50	S/. 1.50
Otros	S/. 12.00	S/. 7.00
<b>Bebidas</b>	<b>S/. 64.70</b>	<b>S/. 24.82</b>
Café americano	S/. 2.00	S/. 0.22
Café lechero	S/. 3.00	S/. 0.69
Café cappuccino	S/. 2.50	S/. 0.88
Café expresso	S/. 2.50	S/. 0.40
Café Mokaccino	S/. 2.50	S/. 0.62
Daiquiri de durazno	S/. 5.50	S/. 1.23
Ponche de café	S/. 5.50	S/. 1.47
Pisco sour	S/. 5.00	S/. 2.40
Aguaymanto sour	S/. 4.50	S/. 0.37
Otros	S/. 31.70	S/. 16.56
<b>Precio promedio</b>	<b>S/. 8.86</b>	<b>S/. 3.67</b>
<input type="checkbox"/> Precios fijados en base a costos del café restaurante Gran Banquete		
<input type="checkbox"/> Precios fijados en base a resultados de encuesta y análisis de competencia		

Fuente: elaboración propia/2011

Cuadro N° 4.8: Cantidad de productos según la modalidad de fijación del precio de venta

Modalidad de fijación de Precio de Venta	N° productos	hi%
En base a los costos del café restaurante Gran Banquete	42	65%
En base a investigación de mercado y precios de la competencia	23	35%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia/2011

**c. Estrategia de distribución o plaza**

Con respecto a la distribución se tomara en cuenta lo siguiente:

La selección del lugar para la ubicación del local, se eligió por conveniencia, y de acuerdo a la preferencia de los encuestados, además porque es una zona estratégica, por estar dentro del centro histórico de la ciudad de Chachapoyas y por ser bastante transitada.

A parte del servicio, el ambiente del lugar también juega un papel vital para conquistar los sentidos de los clientes y hacer que estos se sientan realmente cómodos. Es por esto que el diseño del Café Restaurante tendrá un ambiente tranquilo, pero al mismo tiempo alegre.

**1. Estructura de la red:** la composición de los medios a través de los cuales se desarrollara la comercialización de nuestros servicios a nivel local, regional y nacional. Estará conformada por todos aquellos medios de comunicación como: la radio, la televisión, página Web, etc.

**2. Perfil de nuestros vendedores:** Esta determinada por el personal de servicio técnico especializado en las diferentes áreas (comedor, cafetería), así como también dependerá en gran medida del personal administrativo.

**3. Canales de distribución.** El canal de distribución que se empleara será el exclusivo, ya que se llegara directamente de productor al consumidor o usuario final.

Los canales o medios a utilizar para la comercialización y distribución de nuestros productos y servicios se darán mediante campañas de publicidad utilizando los diferentes medios impresos y audiovisuales de la zona, página web, y por medio de una buena atención y servicio que dará como resultado la comunicación directa de persona a persona.

**4. Proveedores.** Los proveedores serán cuidadosamente seleccionados para trabajar con insumos que garanticen la buena calidad de los productos, estableciendo contacto con proveedores locales de los mercados: Central, Yance y mercado de los días miércoles de la ciudad de Chachapoyas y con proveedores de otras regiones del país, que nos faciliten insumos que no se encuentran en el mercado local.

**d. Estrategia de promoción**

Las estrategias de promoción son muy importantes, ya que a través de esta es como se conoce el restaurante y el servicio que éste prestará.

La estrategia que se va a utilizar es de atracción, para realizar esta se necesita invertir en promoción y publicidad, con el fin de crear una mayor demanda.

El *logo* y *slogan* del café restaurante Gran Banquete serán los que encabezan las diferentes actividades de promoción y publicidad, para tal efecto se presenta el siguiente logo y slogan.

- ✓ **Logo:** Es una imagen o un nombre que suele aparecer con un diseño determinado y que sirve para reconocer y diferenciar los productos o servicios de la competencia.



- ✓ **Slogan:** “servicio con aroma, sabor y color...allallauuu...”

- ❖ **Estrategia de venta.** La estrategia de ventas a utilizar será la de diferenciación del producto y el servicio que se ofrece respecto al de los competidores, esta se hará por medio del atractivo visual en los platos,

los cuales ofrecerán cierto “diseño, decoración y presentación”, en cuanto a su color, armonía y apetitosidad, como también en su variedad, acompañado a esto de una cordial atención por un personal preparado.

**a) La carta**

“La carta es la encargada de dar la primera impresión a los clientes y por eso se dice que es un vendedor silencioso”

- ❖ Debe impresionar al cliente y darle una idea clara del tipo de establecimiento en que se encuentra.
- ❖ Debe ser fácil de leer y estar escrita con términos atractivos y comprensibles.
- ❖ El formato ideal es que sea corta.
- ❖ Debe contener información sobre los platos, horas de apertura y cierre y otros servicios.
- ❖ El formato debe tener simetría y armonía.

Para facilitar la escogencia de los productos, se manejarán dos tipos de cartas, uno para el ambiente de la cafetería y otra para el restaurante:

- ✓ **Carta para la cafetería:** Estará estructurado teniendo en cuenta los diferentes tipos y variedades de bebida y comidas rápidas; diferenciando las bebidas frías y calientes, así como las alcohólicas y no alcohólicas. Las primeras páginas contendrán las bebidas y las siguientes las comidas - postres. Todo esto acompañado de un adecuado diseño y presentación.
- ✓ **Carta para el restaurante:** Para estructurar la carta se tendrán en cuenta varios aspectos, primero se escogerán los platos líderes y las especialidades del restaurante (carnes), o sea aquellas que le dan personalidad, pero al mismo tiempo habrá platos afines con dichas especialidades, y finalmente una serie de platos

complementarios, diferentes a la especialidad del restaurante, pero dentro del marco de lo que se conoce como comida tradicional o típica. Para la escogencia y selección de bebidas y postres se les presentara la carta de la cafetería.

Un producto o servicio bien definido no basta para garantizar el éxito. Se tiene que ser capaz de comunicar eficazmente que ese producto existe y que puede satisfacer tales y cuales necesidades de ciertas empresas o personas. Para eso están las actividades de promoción comercial, que mediante diversos medios transmiten esa información. El propósito: incentivar o convencer al comprador de adquirir el producto o servicio. (Perú 21, 2010)

#### **d.1. Principales Instrumentos de la Promoción**

Según *Philip Kotler, 2003*. Los instrumentos que facilitan de forma efectiva la promoción de los productos y servicios son:

**1) La Publicidad o Propaganda:** Entendida como la técnica que se vale de los medios de comunicación masiva para hacer notorio y deseable el consumo, la visita o disfrute de algún bien o servicio.

Los medios Publicitarios que se utilizaran para dar a conocer el negocio ante el mercado meta serán los siguientes:

- ❖ Medios escritos como: volantes, folletos, calendarios, etc. que ilustren y describan a la empresa y sus productos.
- ❖ Medios electrónicos como: Internet, a través del diseño de una página web.
- ❖ Medios audios visuales como: la radio y televisión, mediante la transmisión de spots publicitarios, etc.

En cada uno de estos medios o programas de promoción, como se ha mencionado, primará nuestro logo y slogan “servicio con aroma, sabor y color allallauuu...”



**2) Relaciones Públicas:** Consiste en el establecimiento de buenas relaciones con los diversos públicos, que implican una publicidad favorable y la creación de una imagen positiva del negocio.

- ❖ *Marketing directo:* Se establecerá contacto por correo (*mailing*), teléfono (*tele marketing*) y a través de la página web, se recibirá sugerencias, y se aprovechará para realizar propuestas de venta a segmentos específicos de clientes (Perú 21, Noviembre 2010), se les brindará información y resolverán inquietudes afines al negocio.
- ❖ Se organizarán seminarios y congresos de gastronomía y otros.
- ❖ Participación en las actividades relacionadas con el giro como, exposiciones, degustaciones, inauguraciones, etc.
- ❖ Se patrocinaran eventos locales.
- ❖ Invitación personal a clientes potenciales.
- ❖ Organización de fam trips, promoviendo el turismo gastronómico.

Además de ser una estrategia de ingreso al mercado meta, las relaciones públicas, también serán parte esencial en la promoción de nuestros productos y servicios, la publicidad boca en boca, aunque no cuesta, es efectiva, el objetivo es posicionarnos en la mente de nuestros clientes, que nos recomienden con sus familiares y amistades, y estos a su vez con los suyos.

Con estas acciones, el negocio adquiere imagen y reconocimiento ante el público consumidor, y el mercado en general, y de una u otra forma se induce a la preferencia por nuestros productos y servicios.

**3) Promoción de Ventas:**

La estrategia de promoción de ventas consistirá en realizar actividades como:

- ❖ *Paquetes Promocionales (o descuentos):* Se proporcionará cupones o vales de consumo con derecho a precios rebajados por el consumo de cierta cantidad de productos o visitas seguidas al establecimiento.

- ❖ **Premios:** Se otorgará ciertos productos gratuitos, como incentivo por la adquisición de algún combo o por una cierta cantidad de visitas durante el mes.
- ❖ **Recompensas para los clientes:** Se brindara recompensas por el uso y/o consumo regular de los productos o servicios.
- ❖ **Promociones en el punto de venta (ppv):** Se realizará exhibiciones o demostraciones en el establecimiento y en ferias gastronómicas a nivel local, regional y nacional.

**e. Estrategia de personal.** Relacionado con el capital humano, siendo indispensable para Gran Banquete realizar un adecuado plan de recursos humanos (ver ítem 4.8. Plan administrativo-legal), selección de proveedores y orientación hacia un segmento de mercado específico.

Todas las personas que participan en la prestación del servicio transmiten ciertos mensajes al cliente en relación con la naturaleza del servicio. Por ello, la forma en que estas personas se visten, su apariencia física, lo mismo que sus actitudes y comportamientos influyen conjuntamente sobre las percepciones del cliente a cerca del servicio. (Zeithaml y Bitner, 2002).

Ante esta situación se contará con persona idóneo, que transmita confianza, seguridad y sobre todo una buena imagen que garantice la atención y servicio de calidad.

**f. Estrategia de Physical evidence (Evidencia física).** Aspecto relacionado con todos los aspectos tangibles del negocio; entre ellas folletos, membretes, tarjetas de presentación, formatos de reporte, señalización y equipo. Así como también las instalaciones físicas en las que se ofrece el servicio, es decir el diseño y la ambientación del establecimiento. Estos elementos de la evidencia física constituyen excelentes oportunidades para que la empresa transmita mensajes consistentes y sólidos en relación con el propósito de la organización, los segmentos de mercado que pretende y la naturaleza el servicio (Zeithaml y Bitner, 2002)

- ✓ Para aprovechar este aspecto, para el acondicionamiento y ambientación del establecimiento se tendrá en consideración un diseño sencillo pero a la misma vez llamativo e innovador, con objetos artesanales con diversos motivos (cultura, naturaleza e historia, etc.), los mobiliarios serán confortables para asegurar la comodidad del cliente, los equipos y utensilios de cocina serán nuevos y se renovaran cada cierto tiempo.
  - ✓ El diseño del material publicitario (folletos, tarjetas, volantes) serán elaborados cuidadosamente, utilizando colores llamativos y combinaciones que hagan juego y contraste, en todos los medios impresos y electrónicos resaltara el logo y eslogan.
  - ✓ La distribución de las mesas será de forma ordenada de tal manera que facilite el adecuado desarrollo del servicio. La mantelería será confeccionado con motivos artesanales y llevará el logo del negocio.
- g. *Estrategia de procesos.*** Constituido por cada uno de los pasos de la prestación o del flujo operacional del servicio en cada una de las áreas del negocio. Esta expresado en la cadena de valor. (ver ítem 4.9. Plan técnico operativo, figura N° 4.4)

#### **4.8. PLAN ADMINISTRATIVO – LEGAL**

Identifica a los actores clave – inversionistas, equipo de administradores y directivos – y menciona la experiencia y las atribuciones de cada uno, así como también del equipo de trabajadores. Esta sección debe incluir las siguientes descripciones: el equipo de administradores, inversionistas externos y/o directivos y sus calificaciones, los asesores externos y sus calificaciones, y los planes para reclutar, seleccionar y capacitar a los empleados. (William B. y Jr. Keith. 2004) Además se identifican las normas, reglamentos y leyes que rigen el adecuado funcionamiento del negocio.

##### **1. Objetivos:**

###### **a. General:**

- ❖ Establecer los fundamentos administrativos para el adecuado funcionamiento del negocio.

###### **b. Específicos:**

- ❖ Desarrollar una estructura administrativa que responda a los requerimientos del negocio y a las exigencias del mercado.
- ❖ Definir las políticas y/o cultura de valores.
- ❖ Establecer el plan de recursos humanos.
- ❖ Establecer el tipo de sociedad y el marco legal para la constitución de la misma.

##### **2. Organización del negocio**

Parte esencial para que el negocio funcione es la organización de su personal, sobre todo quienes serán responsables y ejercerán una función directa con el cliente. Es así, que en lo relacionado a la política laboral, se manejara dos turnos de trabajo:

- a) En la mañana de 7:00 am a 3:00 pm.
- b) En la tarde de 3:00 pm a 11:00 pm.

Todo esto con la finalidad de estar dentro de las ocho horas laborales y sobre todo lograr un eficiente y eficaz desenvolvimiento de los empleados.

### 3. Estructura organizacional

Para la operación del negocio se propone una estructura pequeña y centrada principalmente en el área de producción, atención y servicio, siendo ésta el área determinante de desarrollo. En seguida se muestra en el organigrama la representación de las líneas de autoridad dentro del negocio que permiten conocer a los empleados y la posición dentro del mismo.

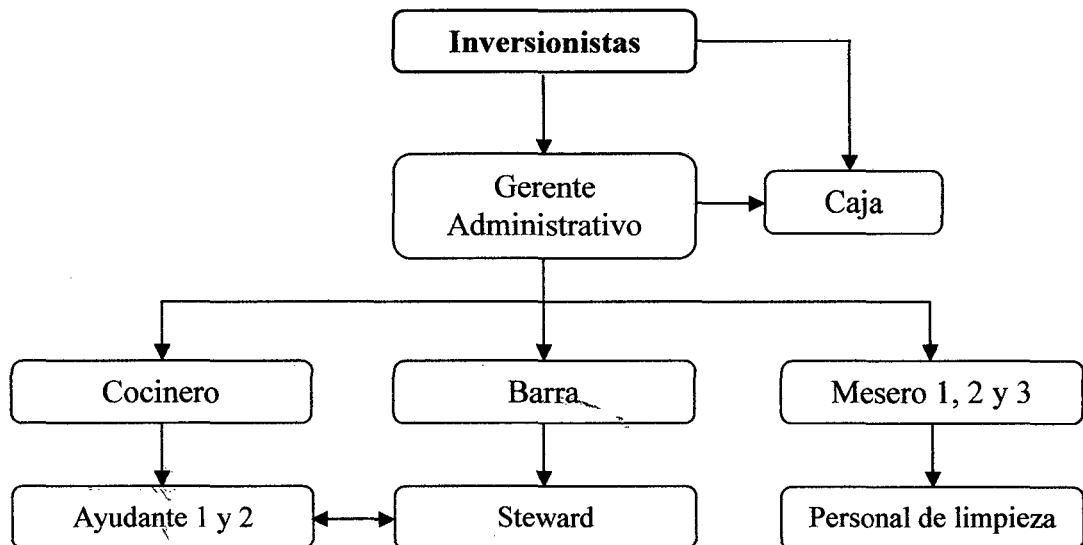
La estructura del Café - Restaurante Gran Banquete es lineo-funcional, dado que el organigrama se encuentra formado por líneas verticales y se caracteriza por la autoridad, división del trabajo y delegación de autoridades, pero se conserva la especialización de cada parte en su función específica.

El número de personal está repartido de la siguiente forma:

- ❖ 2 inversionistas
- ❖ 1 gerente administrativo
- ❖ 1 cocinero - chef
- ❖ 2 ayudantes de cocina
- ❖ 1 persona en la barra - caja
- ❖ 3 meseros
- ❖ 1 Steward y
- ❖ 1 personal de limpieza.

A continuación se presenta el organigrama que se manejará inicialmente en el Café - Restaurante Gran Banquete. (ver figura N° 4.1)

Figura: N° 4.1: Organigrama Café Restaurante Gran Banquete



Fuente: elaboración propia/2011

### 3.1. Descripción de puestos

Según Weinberger, K. 2009, es muy importante determinar las funciones y las responsabilidades de cada puesto porque esto permite:

- ✓ Coordinar tareas.
- ✓ Supervisar el trabajo y a los trabajadores.
- ✓ Establecer medidas de control del trabajo.
- ✓ Asignar responsabilidades de las actividades.
- ✓ Medir los resultados de las actividades.
- ✓ Evaluar el desempeño de los trabajadores.

A continuación se presenta la descripción de cada puesto:

#### a. Nombre del puesto: Inversionistas

❖ **Descripción general:** Es el principal responsable del negocio, ya que es el encargado de supervisar que todo el personal realice sus tareas y se alcancen las metas establecidas, además de llevar un control interno de todo el funcionamiento del negocio para detectar posibles fallas y oportunidades de venta.

#### ❖ **Funciones:**

- ✓ Supervisar y delegar responsabilidades a cada puesto
- ✓ Revisar y analizar la contabilidad del negocio
- ✓ Tener conocimiento del funcionamiento de todas las áreas
- ✓ Tener contacto con sus empleados y con los clientes
- ✓ Alcanzar las metas establecidas
- ✓ Realizar las compras del negocio
- ✓ Establecer las relaciones con los proveedores
- ✓ Capacitar a los empleados
- ✓ Encargado de la publicidad: nombre, imagen, promoción
- ✓ Supervisar que se cumpla con la misión y la visión del negocio
- ✓ Contratación del personal

**b. Nombre del puesto:** Gerente administrativo

❖ **Personal a Cargo:** Diez (10)

❖ **Educación:**

- ✓ Profesional en Turismo y administración
- ✓ Entrenamiento en gastronomía.

❖ **Descripción general:** Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos. Representar al restaurante frente a terceros.

Se encuentra a cargo de toda la contabilidad y administración del negocio, así como de la supervisión de los empleados y principalmente de las tareas y resultados del cajero.

❖ **Funciones:**

- ✓ Administrar los recursos, controlar las actividades y operaciones diarias.
- ✓ Controlar la parte de la promoción y publicidad, tomando parte activa en las relaciones públicas.
- ✓ Hacer cumplir las disposiciones legales.
- ✓ Manejo de estados financieros
- ✓ Declaración de impuestos
- ✓ Revisar las ventas del día
- ✓ Realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal
- ✓ Elaboración de contratos, pago de nómina
- ✓ Supervisión y evaluación del personal en general

**c. Nombre del puesto:** Chef

❖ **Personal a Cargo:** Seis (6)

❖ **Supervisor:** Gerente

❖ **Educación:** Graduado en gastronomía

❖ **Experiencia:** Mínimo 2 años de experiencia en una posición de alto nivel culinario. Traerá ejemplos de los menús que ha

creado y demostrará, mediante prueba de preparación y degustación de un menú que tiene habilidad para cocinar. Deberá tener conocimiento de cocina la cocina tradicional, ser creativo y tener excelentes destrezas comunicativas.

❖ **Descripción general:** Prepara los alimentos y algunas bebidas del menú, realiza la requisición de los productos y/o insumos.

❖ **Funciones:**

- ✓ Requisición de productos
- ✓ Supervisión y recepción de alimentos en compañía del propietario
- ✓ Elaboración de los distintos platos
- ✓ Servir y decorar los platos
- ✓ Explicar los ingredientes y preparación de los platos a los clientes que lo requieran
- ✓ Control de los productos y bienes de la cocina.
- ✓ Control de higiene de la cocina y empleados.

❖ **Criterios a desempeñar:**

- ✓ Alta calidad de los platos del Restaurante
- ✓ Respetar los horarios de trabajo.
- ✓ Eficiencia y eficacia.
- ✓ Supervisar un equipo de cocineros.
- ✓ Uso adecuado de equipos y materias primas.

❖ **Responsabilidad y Deberes:**

- ✓ Encargarse del cuidado de los equipos y utensilios en la realización de los platos.
- ✓ Coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente.
- ✓ Realizar la compra de materias primas.

❖ **Condiciones de Trabajo y Ambiente:**

- ✓ El ambiente de trabajo es la cocina.
- ✓ Compartido con los ayudantes de cocina.

❖ **Habilidades Físicas:**



- ✓ Buena salud física y mental.
- ✓ Condiciones de motricidad adecuadas.

❖ **Condición del Cargo:**

- ✓ 25 a 45 años.
- ✓ Estado civil – no es relevante.

**d. Nombre del puesto:** Ayudante de cocina

❖ **Personal a Cargo:** Uno (1)

❖ **Supervisor:** Gerente y Chef.

❖ **Educación:** Carrera técnica y/o cursos técnico de cocina.

❖ **Experiencia:** Tener experiencia previa en restaurantes y afines, o en hoteles.

❖ **Descripción general:** Deberá trabajar en coordinación con el Chef y el Steward.

❖ **Funciones:**

- ✓ Colaborar en la realización de los platos.
- ✓ Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos esenciales.
- ✓ Cuidado de los bienes de uso de la cocina.
- ✓ Cuidado de su sector de trabajo.

❖ **Criterios a Desempeñar:**

- ✓ Respetar los horarios de trabajo.
- ✓ Eficiencia, eficacia y capacidad de ayuda.
- ✓ Uso adecuado de insumos o ingredientes.

❖ **Responsabilidad y Deberes:**

- ✓ Apoyar al chef en la elaboración de platos.
- ✓ Coordinar y repartirse las tareas entre los ayudantes de cocina.

❖ **Condiciones de Trabajo y Ambiente:**

- ✓ El ambiente de trabajo es la cocina.
- ✓ Compartido con los demás ayudantes de cocina y el chef.

❖ **Habilidades Físicas:**

- ✓ Buena salud física y mental.

✓ Condiciones de motricidad adecuadas.

❖ **Condición del Cargo:**

✓ 20 a 40 años.

✓ Residente de Chachapoyas.

✓ Estado civil – no es relevante.

**e. Nombre del puesto: Mesero**

❖ **Personal a Cargo:** (ninguno)

❖ **Supervisor:** Gerente y jefe de mesero

❖ **Educación:** Carrera técnica y/o cursos de capacitación

❖ **Experiencia:** Tener experiencia previa en restaurantes y afines, o en hoteles.

❖ **Descripción general:** Es la primera impresión ante el cliente y debe satisfacer las necesidades del consumidor.

❖ **Funciones:**

✓ Recepción y despedida de los clientes

✓ Asignación de mesa

✓ Presentación de la carta y explicar opciones

✓ Tomar la orden

✓ Servir los alimentos

✓ Presentar la cuenta

✓ Orden y limpieza del recinto

✓ Cuidado de su sector de trabajo

✓ Atención cordial y eficaz

✓ Debe reordenar su sector de trabajo después del servicio

❖ **Criterios a Desempeñar:**

✓ Respetar los horarios de trabajo.

✓ Eficiencia y eficacia.

✓ Cuidado del salón.

✓ Buena disposición para la atención al público

✓ Respetar los pedidos y necesidades de los clientes.

❖ **Responsabilidad y Deberes:**

✓ Responsable y educado.

- ✓ Responder apropiadamente ante quejas.
- ✓ Excelente atención.

❖ **Condiciones de Trabajo y Ambiente:**

- ✓ El ambiente de trabajo es el comedor (restaurante y cafetería).
- ✓ Compartido con los demás meseros.

❖ **Habilidades Físicas:**

- ✓ Buena salud física y mental.
- ✓ Condiciones de motricidad adecuadas.

❖ **Condición del Cargo:**

- ✓ 20 a 40 años.
- ✓ Residente de Chachapoyas.
- ✓ Estado civil – no es relevante.

**f. Nombre del puesto: Caja y Barra**

❖ **Personal a Cargo:** Dos (2)

❖ **Supervisor:** Gerente Administrativo

❖ **Educación:** Carrera técnica – cursos de capacitación.

❖ **Descripción general:** Prepara bebidas tales como variedad de cafés, infusiones, smoothies y malteadas. Así como también bebidas alcohólicas como cocktails, pisco sour, entre otros. Encargado de la elaboración de las cuentas del consumo de los clientes, llevar un control de las ventas, cortesías y fallas o errores que se puedan presentar.

❖ **Funciones:**

- ✓ Preparación de bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- ✓ Limpieza de equipo, cafetera, licuadora, entre otros
- ✓ Programación de la música y videos - documentales
- ✓ Elaboración de las cuentas para el cliente
- ✓ Inicio y cierre de caja
- ✓ Realizar un informe de posibles fallas y cortesías
- ✓ Reporte de ventas y mermas diarias.

❖ **Criterios a Desempeñar:**

- ✓ Respetar los horarios de trabajo
- ✓ Atención cordial, demostrando eficiencia y eficacia

❖ **Condiciones de Trabajo y Ambiente:**

- ✓ El ambiente de trabajo es la caja y barra.

❖ **Habilidades Físicas:**

- ✓ Buena salud física y mental.
- ✓ Condiciones de motricidad adecuadas.

❖ **Condición del Cargo:**

- ✓ 20 a 45 años
- ✓ Residente de Chachapoyas
- ✓ Estado civil – no es relevante

**g. Nombre del puesto: Steward**

❖ **Personal a Cargo:** (ninguno)

❖ **Supervisor:** Gerente, Chef, Barra, Ayudante de cocina

❖ **Educación:** Primaria y/o secundaria

❖ **Descripción general:** Es el encargado de la limpieza de la cocina y auxiliar de ayudante de cocina.

❖ **Funciones:**

- ✓ Limpieza de pisos
- ✓ Lavar equipo y utensilios
- ✓ Lavar loza, cristalería y plaque
- ✓ Auxiliar de ayudante de cocina y barra

❖ **Criterios a Desempeñar:**

- ✓ Respetar los horarios de trabajo.
- ✓ Eficiencia y eficacia.
- ✓ Cuidado del los utensilios - menaje.
- ✓ Limpieza y orden de los utensilios - menaje.

❖ **Condiciones de Trabajo y Ambiente:**

- ✓ El ambiente de trabajo es la barra y cocina.

❖ **Habilidades Físicas:**

- ✓ Buena salud física y mental.
- ✓ Condiciones de motricidad adecuadas.

❖ **Condición del Cargo:**

- ✓ 18 a 45 años
- ✓ Residente de Chachapoyas
- ✓ Estado civil – no es relevante

**h. Nombre del puesto:** Personal de limpieza

❖ **Personal a Cargo:** (ninguno)

❖ **Supervisor:** Socios y Gerente administrativo

❖ **Educación:** Primaria y/o Secundaria

❖ **Descripción general:** Encargado de la limpieza del local, sin considerar la cocina.

❖ **Funciones:**

- ✓ Orden y limpieza del restaurante (mesas, sillas, pisos).
- ✓ Orden y limpieza adecuada de la cocina, despensa y servicios higiénicos.

❖ **Criterios a Desempeñar:**

- ✓ Respetar los horarios de trabajo.
- ✓ Eficiencia y eficacia.
- ✓ Cuidado del local.

❖ **Responsabilidad y Deberes:**

- ✓ Limpieza y orden del local cada dos días.
- ✓ Limpieza de cocina y servicios higiénicos diariamente.

❖ **Condiciones de Trabajo y Ambiente:**

- ✓ El ambiente de trabajo es el café restaurante en su totalidad.

❖ **Habilidades Físicas:**

- ✓ Buena salud física y mental.
- ✓ Condiciones de motricidad adecuadas.
- ✓ Sin problemas en rodillas, piernas, brazos; o algún otro problema que le impida desarrollar sus tareas cotidianas.

❖ **Condición del Cargo:**

- ✓ 20 a 45 años
- ✓ Residente en Chachapoyas
- ✓ Estado civil – no es relevante

#### 4. Valores de la Organización

**4.1. Calidad:** Buscaremos brindar un excelente servicio, ofreciendo una rápida y cordial atención a los comensales, mediante la elaboración de nuestros productos con materia primas frescas y saludables.

**4.2. Creatividad:** La que se manifestará en la originalidad de la ambientación y de los productos ofrecidos a nuestros clientes. Buscar maneras innovadoras de competir en el mercado aprovechando las nuevas tendencias y cambios tecnológicos, optimizando con ingenio los recursos que disponemos.

- a) El cliente es primero.
- b) Excelencia a través del mejoramiento continuo.
- c) Sentido de pertenencia a la organización.
- d) Respeto mutuo.
- e) Trabajo en equipo
- f) Los errores son tomados como oportunidad de mejoramiento
- g) Conducta ética responsable.
- h) Desarrollo de habilidades de liderazgo.
- i) La empatía y el respeto a los empleados.
- j) Adaptación al cambio y constancia en la innovación

#### 5. Planeación de recursos humanos

##### 5.1. Reclutamiento

Reclutar implica **convocar a personas para un determinado puesto de trabajo**. Frente a este aspecto el café restaurante Gran Banquete anunciará las vacantes tan ampliamente como pueda. Utilizará los medios escritos convencionales que pueden alcanzar una buena audiencia, pero de la misma forma pedirá candidatos a las escuelas que preparan personas para trabajar en restaurantes. Utilizará avisos de empleo en donde incluirán una breve descripción del tipo de restaurante, las condiciones del cargo, y demás; así mismo se incluirá un número telefónico al que podrán llamar los interesados.

### **5.2. Selección**

Una vez que se tiene la lista de candidatos, con las condiciones básicas, se procederá a evaluar quien es apto para ocupar la vacante ofrecida y/o disponible.

Los instrumentos que el Gran Banquete utilizará en el proceso de evaluación para la selección se basará en:

- ❖ El formulario de solicitud, con el respectivo currículum personal.
- ❖ Las referencias serán comprobadas cuidadosamente.
- ❖ Información de jefes anteriores, a quienes se les preguntará sobre el empleado, en cuanto a su forma de ser, de trabajar, cumplimiento; entre otras.
- ❖ Entrevistas, en las cuales se formularán preguntas abiertas, ya que estas harán que el candidato hable todo lo posible, en ella se podrá mirar si ellos cuentan con las destrezas necesarias.
- ❖ Desempeño del candidato en el trabajo, su habilidad para relacionarse con los clientes, los directivos y los colegas de trabajo durante un periodo de prueba.

Luego de evaluar a los candidatos, es necesario tomar la decisión de seleccionar a aquel que mejor se adecue a las necesidades y el perfil del puesto. Durante el proceso de selección es fundamental que el candidato sea evaluado por quien será su jefe inmediato, para que dé su visto bueno.

(Weinberger, K. 2009)

Finalmente, el trabajador seleccionado firmará un contrato laboral de naturaleza privada a través de un salario, bajo mutuo acuerdo sobre las condiciones fijadas por el negocio.

### **5.3. Orientación y entrenamiento**

Una vez seleccionados los integrantes del equipo del café restaurante Gran Banquete, se realizará un programa de orientación y entrenamiento inicial.

Se preparará un paquete de orientación para cada nuevo empleado, el cual incluirá lo siguiente:

- ❖ Una presentación escrita del dueño, y del negocio, la misión del negocio, contarles la idea del negocio; el sueño, para empaparlos con el tema, y poder hacer que ellos lo compartan, y de esta forma tener el mejor equipo posible.
- ❖ Una descripción escrita del cargo que van a desempeñar, junto con una lista de las tareas que se espera que cumpla.
- ❖ Planos del local, menús y cualquier otro material que pueda ayudarle al nuevo empleado a conocer pronto la operación del negocio y que se sienta como en casa en el menor tiempo posible.
- ❖ Todos los papeles legales, como los convenios de nómina, salarios, etc.

(Montalvo, 2008)

#### **5.4. Estrategias de motivación, disciplina y desarrollo personal**

En Gran Banquete, se les dejará a los empleados, bien en claro lo que se espera de ellos y lo que ellos pueden esperar a cambio; también deberán entender las consecuencias de un mal desempeño, descuido de sus tareas o deshonestidad; es por esto que se les tratará con equidad y justicia, y lo más importante de todo, *¡es dar buen ejemplo!*

Por ejemplo si una de las normas para el personal es no comer nada de lo que se está sirviendo, no estaría bien que el dueño entrara a la cocina y se comiera algo de lo que se está preparando, o cualquier otra cosa, si se espera cierto comportamiento por parte de ellos, lo mínimo es cumplir con la misma norma. (Montalvo, 2008)

A continuación se presentan algunas estrategias que ayudarán a retener al personal más valioso de la empresa: (Weinberger, K. 2009)

- ❖ ***Crear un ambiente de libre comunicación en todos los niveles de la empresa***, estableciendo un cronograma de reuniones



periódicas en la que todos los trabajadores y jefes compartan problemas, experiencias y conocimientos.

- ❖ ***Incentivar a los trabajadores para que participen en la toma de decisiones***, en aspectos relacionados con su trabajo y para los cuales estén capacitados.
- ❖ ***Establecer mecanismos de participación directa*** que alienten a los trabajadores a dar sugerencias y opiniones acerca del desarrollo de su puesto y de la empresa.
- ❖ ***Premiar los aportes y contribuciones*** que signifiquen una mejora en la gestión y/o el desarrollo de nuevas ideas.
- ❖ ***Evaluar el desempeño de manera constante***, felicitando al trabajador por su buen trabajo o explicándole qué medidas correctivas debe asumir cuando no se han alcanzado los objetivos o no se ha realizado la tarea de manera correcta.
- ❖ ***Desarrollar programas de rotación laboral***, para que el trabajador se familiarice con otras áreas de la empresa y pueda orientar mejor su desarrollo personal y profesional dentro de la misma.
- ❖ ***Fomentar la participación de los trabajadores*** en diversas actividades que complementen su desarrollo profesional y personal, por ejemplo, en cursos y talleres.
- ❖ ***Establecer una escala de pagos que valore el aporte del trabajador*** y cubra sus necesidades, además de premiar su productividad y alto desempeño.
- ❖ ***Tener un horario que no exceda las ocho horas laborales***. De ser necesario un mayor tiempo por día, pagar las horas extras correspondientes. El trabajador debe descansar lo necesario para tener un óptimo desempeño. El exceso de trabajo puede traer problemas físicos y psíquicos.
- ❖ ***Establecer mecanismos para que los trabajadores puedan lograr un equilibrio entre su trabajo y su vida personal y familiar***; por ejemplo, dar flexibilidad a un trabajador en caso

que requiera acudir a una reunión escolar de su hijo o atender una emergencia de salud personal.

La clave está en considerar al trabajador como un “*cliente interno*”, con el que debe haber mucha comunicación y coordinación para conocer sus necesidades e inquietudes. El trabajador es un elemento muy importante en la satisfacción de su cliente final en una empresa de servicios.

### **5.5.Dotación**

La dotación tiene como finalidad ofrecer al empleado una indumentaria adecuada a sus funciones; el calzado y el vestido deben ajustarse a las características y naturaleza propias de cada función o labor a desarrollar, en el caso de Gran Banquete, a cada empleado se le dará sus uniformes.

La dotación debe considerarse como una herramienta más del trabajador y de la empresa para desarrollar sus diferentes actividades, por lo que de ser necesario, se deben diseñar dotaciones diferentes según las necesidades de cada área o sección de la empresa, para cada labor o actividad a desarrollar. (Montalvo, 2008)

### **5.6.Evaluación del desempeño**

La evaluación del desempeño en Gran Banquete, se realizará, 2 veces al año, evento en el cual los dueños se sentarán con cada uno de sus empleados a discutir constructivamente su desempeño comparado con las expectativas que se tienen de cada uno. En esta se les harán preguntas a los empleados tales como: ¿Se sienten apreciados en el trabajo?, ¿Qué aspectos de su trabajo pueden mejorarse?, ¿Les gustaría que los entrenaran para otros puestos?, etc.

Así mismo en Gran Banquete se fijarán metas y plazos para el mejoramiento.

De la misma manera de elogiará y recompensará cuando sea apropiado.

La evaluación de desempeño se hará siempre de manera positiva y constructiva.

(Montalvo, 2008)

## **6. Marco Legal**

### **6.1. Normas relacionadas**

- ❖ Para el conocimiento de los requerimientos necesarios que nos permita el adecuado desarrollo, funcionamiento y ostentar la categorización y calificación del Café restaurante, tomaremos como base el Reglamento de Restaurantes Decreto Supremo N°025-2004-MINCETUR.
  
- ❖ Para el desarrollo de las actividades nos registremos en la Norma Sanitaria para el Funcionamiento de Restaurantes y Servicios Afines Resolución Ministerial N° 363-2005/MINSA.
  
- ❖ Para la constitución de la empresa se tendrá en consideración la Ley General de Sociedades N° 26887.

#### 4.9. PLAN TÉCNICO – OPERATIVO

El plan técnico - operativo, explica el tipo de sistema fabril o de operaciones que se usará; describe las instalaciones, el trabajo, las materias primas y los requisitos para procesar el producto. Esta sección debe incluir las siguientes descripciones: los métodos de fabricación u operaciones, las instalaciones de las operaciones, (distribución, ubicación, espacio y equipo), los métodos de control de calidad, los procedimientos para controlar inventarios y operaciones, las fuentes de suministro (proveedores) y los procedimientos para las adquisiciones. (Larry J. 2001)

**1. Objetivos:** Los objetivos del proceso de producción deben establecerse en función a la demanda estimada y a la capacidad de producción disponible. Para ello, se establecerán procesos e indicadores que permitan programar las operaciones de la empresa.

##### 1.1. General:

- ❖ Determinar los criterios y/o parámetros para el proceso de producción de la empresa

##### 1.2. Específicos:

- ❖ Definir el diseño y distribución del establecimiento.
- ❖ Determinar la capacidad productiva del negocio
- ❖ Conocer el proceso de producción de bienes y servicios
- ❖ Establecer los estándares de calidad para la producción de bienes y servicios
- ❖ Determinar los requerimientos necesarios para la transformación de insumos en productos o servicios finales.

Asimismo, el área de operaciones es responsable de realizar las actividades vinculadas con:

- ❖ El desarrollo del producto o servicio, de acuerdo con las necesidades detectadas y el segmento de la población a la cual se ofrecerán los productos o servicios.
- ❖ La estimación de la producción en función a los objetivos de marketing.

- ❖ La estimación de los costos y un adecuado manejo de la mano de obra, materiales y energía, para lograr una mayor eficiencia y productividad.
- ❖ Los estándares de calidad, que ayuden a establecer control sobre las características del producto o servicio.
- ❖ Las normas, procesos y actividades de producción, para garantizar el orden, control y cumplimiento de estándares.
- ❖ La ubicación y disposición de las instalaciones y los procesos, para un flujo productivo ordenado y eficiente. El orden, es la esencia de una producción eficiente. Cuando las empresas comienzan a crecer, tienden a ser muy flexibles y por lo tanto sus procesos y flujos se vuelven muy desordenados.
- ❖ Los requerimientos de herramientas, máquinas y equipos, porque si no los tenemos en las cantidades y funcionalidad adecuadas, el proceso productivo tendrá problemas para el cumplimiento de los objetivos de plazos y calidad.
- ❖ La estimación de la capacidad y el tamaño de la producción es importante para cumplir con las metas empresariales, cuyo logro permite la satisfacción de los clientes.
- ❖ La programación del personal de acuerdo con las tareas y objetivos de producción, es decir el número de personas necesarias para cada actividad, las necesidades de capacitación, y número de horas de trabajo requeridas.
- ❖ El control de inventarios, de insumos o materia prima, de productos semi terminados y de productos terminados, para lograr un abastecimiento adecuado.
- ❖ El transporte de insumos y productos, necesidades de transporte y costos versus rentabilidad.

## **2. Diseño y distribución del establecimiento**

Para estar en la capacidad de prestar un servicio de calidad, en el cual los clientes no se sientan incómodos, y que los cocineros tengan un espacio adecuado para realizar su trabajo, los meseros y demás funcionarios puedan moverse libremente dentro del lugar, se necesita establecer la

distribución del espacio necesario para el correcto funcionamiento del restaurante.

Es muy importante saber repartir cada espacio ya que un cliente no disfrutaría el tener su mesa junto a la de otro; así mismo, los cocineros necesitan gran espacio para movilizarse, para realizar sus platos sin que se tropiecen y poder llegar a tener accidentes, o daños en la cocina, presentándose pérdidas o demoras en los platos, lo cual generaría inconvenientes con los clientes. (Montalvo, 2008)

La distribución de las instalaciones tiene que ver con la adecuación y orden de cada uno de los procesos productivos, es decir, cómo se ordenará físicamente el negocio, para que el trabajo se desarrolle de manera eficiente. Una buena distribución ayuda a minimizar los costos de manejo y transporte de insumos y materiales, de almacenamiento, de flujos de información y del proceso de entrada y salida de los productos, además de crear un ambiente armónico y agradable donde pueda desempeñarse el personal. (Weinberger, K. 2009)

Según Weinberger, K. (2009), para lograr una buena distribución en planta debemos considerar los siguientes aspectos:

- ❖ **Orden y supervisión:** ordenar eficientemente el área de producción para que las actividades fluyan libremente e integrar todos los elementos para mantener el control sobre el proceso productivo.
- ❖ **Tiempos de producción:** utilizar cronogramas y planes de trabajo para que la producción se realice en los plazos establecidos.
- ❖ **Circulación:** el área de producción debe tener libre circulación, tanto de personas como de materiales, de esta manera no se interrumpirá el flujo productivo. Por ello, es importante saber dónde se ubicarán las máquinas, equipos e insumos.
- ❖ **Seguridad e higiene:** el área donde se produce debe ser agradable, cómodo y seguro, para tener un ambiente en el que todos los trabajadores se sientan a gusto y seguros, es decir, un lugar donde no se produzcan accidentes. La disposición de las máquinas y equipos

deben ser adecuados. Se deben especificar normas sanitarias para la manipulación de alimentos, seguridad y protección.

- ❖ **Flexibilidad:** lograr que el área de producción pueda adaptarse a los cambios, ya sea porque hay que incrementar máquinas o personal; bien porque hay que hacer reparaciones en el terreno o cualquier circunstancia que obligue a hacer modificaciones.

Para determinar la distribución del local se consideraron las medidas tanto del mobiliario como del lugar que se plantea rentar para obtener un número exacto de mesas, sillas y sillones, ubicación de la barra, la cocina y los servicios higiénicos.

El establecimiento contará con un ambiente semidivido en dos partes, el ambiente más grande para el restaurante y el otro para la cafetería.

El ambiente del restaurante o comedor tendrá una capacidad para 40 comensales, para lo cual contará inicialmente con 10 mesas cada una con cuatro sillas. Del lado derecho, en la esquina al fondo, estarán ubicados el almacén y los sanitarios para damas y caballeros. Mientras la cocina y el almacén estarán al lado izquierdo frente a la barra de la cafetería y caja.

El ambiente para la cafetería estará ubicado en la entrada del establecimiento, la barra y caja se ubicará en el lado derecho formando una especie de media luna y será parte de la sección de separación del ambiente del comedor. En la cafetería se contará con una capacidad para 26 comensales, para ello se contará inicialmente con 6 mesas cada una con tres sillas, y dos mesas rectangulares bajas, cada una con un sillón para dos personas y dos individuales a los costados. (ver figura N° 4.2)

- 3. Proceso de producción de un bien o servicio.** El servicio que se ofrece es un proceso que va desde que el cliente entra al restaurante hasta cuando se retira del mismo.

El diagrama del proceso de servicio permite mostrar las operaciones que el personal del café restaurante realizará desde el momento en que llegue el cliente, se le entregue el producto, lo consuma y se retire del

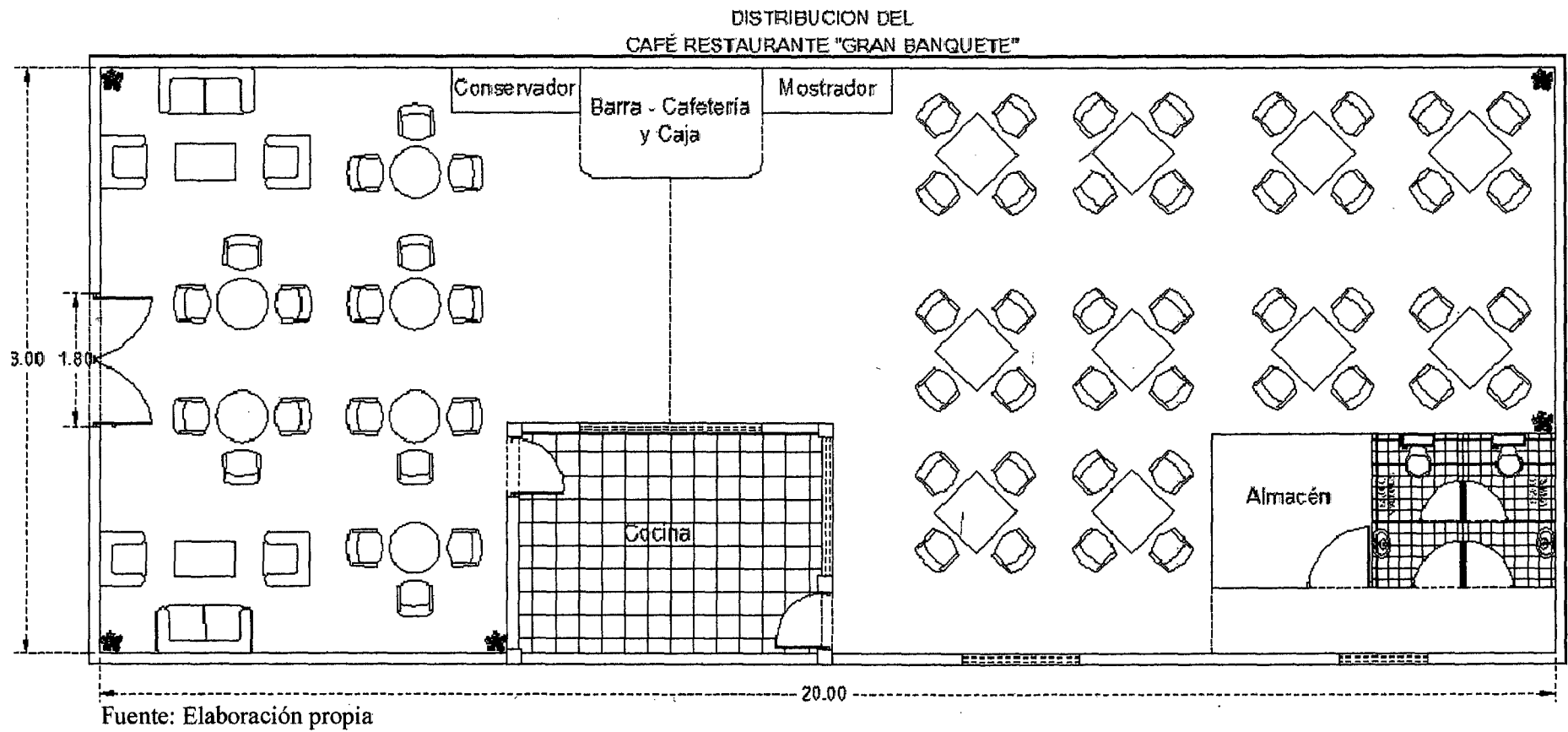
establecimiento. Este diagrama nos permitirá conocer al detalle la secuencia de servicio y el proceso por el que atravesará el producto. Además, servirá para asignar planificar, organizar y distribuir y/o asignar tareas al personal y evitar fallas durante y después del servicio. (Weinberger, K. 2009)

Lo cual nos servirá para:

- ❖ Conocer la capacidad de producción del negocio
- ❖ Comparación de métodos de producción con la competencia
- ❖ Capacitación del personal
- ❖ Evitar los cuellos de botella en el proceso de producción



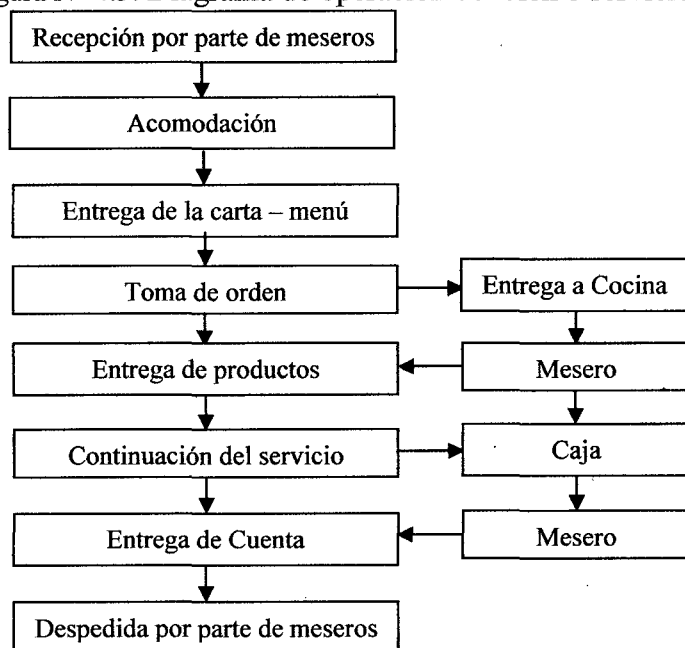
Figura N° 4.2: Plano del establecimiento: Distribución espacial del Café – Restaurante Gran Banquete



Para establecer el proceso de producción, según Weinberger, K. (2009), se tendrá en consideración el siguiente diagrama:

### 3.1. Diagrama de operación del bien o servicio.

Figura N° 4.3: Diagrama de operación del bien o servicio



Fuente: elaboración propia/2011

El diagrama es la representación gráfica del proceso productivo de un bien o servicio. En la figura N° 4.3 se muestran la secuencia o el orden de las actividades y las acciones que se desarrollan en cada una de las etapas del proceso de servicio.

#### a. Pasos en el proceso de operación del bien o servicio

- ❖ El proceso comienza con las compras de insumos y material necesario para la manipulación y transformación de los alimentos, lo cual se hace a los proveedores.
- ❖ Después se escogen los alimentos que se van al cuarto frío, y los que va al depósito.
- ❖ Luego se escogen los ingredientes que serán necesarios para la preparación de los distintos platos y pedidos de los clientes.
- ❖ Es en esta parte, donde la operación del bien o servicio se hace efectiva, cuando el cliente llega al establecimiento, es recepcionado

por el mesero, acomodado en la mesa que elija, se entrega la carta, el cliente escoge su plato y/o bebida, luego se toma la orden para ser entregado a la cocina.

- ❖ El chef y sus ayudantes de cocina se encargan de la creación del plato pedido por el cliente; para esto hacen uso de los diversos materiales y utensilios de cocina, así como de los ingredientes indicados en el plato.
- ❖ Seguidamente el chef entrega el pedido al jefe de meseros, quien se lo asigna al mesero que atendió la mesa, y este lo lleva a la mesa.
- ❖ Luego, tanto los meseros como el jefe de meseros están pendientes de cualquier necesidad del cliente para atenderlo y mantenerlo a gusto.
- ❖ Finalmente una vez que el cliente haya terminado de comer, pide la cuenta, y se realiza el registro del pedido en la caja para llevar la cuenta y facturar.
- ❖ Finalmente el mesero realiza el agradecimiento y despedida correspondiente al cliente.

***b. Paso a paso en la cocina***

- ❖ Adecuación de la cocina.
- ❖ Se debe realizar la limpieza general a la cocina; pisos, mesones, equipos, entre otros.
- ❖ Organización de los puestos de trabajo, y repartición de tareas.
- ❖ Luego se procede a realizar el “mise en place” o pre alistamiento; mediante el cual, teniendo en cuenta los platos ofrecidos en la carta, se alistan aquellos elementos que lo permitan, pero que no vayan a sufrir ninguna alteración.

Todo esto se realiza con el propósito de facilitar el trabajo del cocinero, de forma que conserve su originalidad, su creatividad, que asegure el aspecto gustativo y nutricional de la cocina. Ya que de esta forma se podrá disminuir tiempos en la preparación de los platos. Estos pasos previos a la realización de cualquier otra tarea posterior,

evitan que los tiempos de realización de estas tareas se retrasen, se improvisen o bien se vean afectados por alguna falta.

El término francés "Mise en place" significa, preparar, disponer todos los elementos necesarios para una determinada tarea o trabajo. Cuando nos referimos a la organización de una cocina, estamos hablando de tener dispuestos todos los instrumentos, ingredientes y alimentos preparados para cocinar (elaborar recetas).

([http://www.protocolo.org/gest\\_web/proto\\_Seccion.pl?rfID=217&arefid=2415](http://www.protocolo.org/gest_web/proto_Seccion.pl?rfID=217&arefid=2415))

### **3.2. Establecer los estándares de calidad.**

Los indicadores de calidad son necesarios para medir los problemas que pudieran presentarse durante la producción y determinar la mejor forma de superarlos. Como se sabe, un indicador de calidad está relacionado básicamente con la satisfacción que puede alcanzar un cliente al adquirir un producto o servicio, es decir, que funcione tal y como se espera y mejor. Esto es lo que en marketing llamamos: superar las expectativas de los clientes.

El negocio debe tener en cuenta que cumplir con los estándares de calidad es uno de los objetivos fundamentales. Esto significa que debe ofrecer sus productos con las mismas características de siempre, es decir, no variar ni cambiar, a no ser que este cambio sea para satisfacer los requerimientos de otros clientes actuales o potenciales.

Estos indicadores se basan en criterios de cumplimiento, evaluación, eficiencia, eficacia y de gestión, que a continuación se detallan brevemente:

- a. *Indicadores de cumplimiento:* Los indicadores de cumplimiento están relacionados con criterios que indican el grado de logro de las tareas y/o trabajos: cumplimiento del programa de pedidos, número de actividades terminadas, lote de producción envasado, entre otros. En síntesis, cumplir tiene que ver con el término de una tarea.

- b. *Indicadores de evaluación:* Es la medición que se hace respecto a las metas trazadas, una vez que culmina una actividad o tarea. En otras palabras, es la comparación entre los resultados y los objetivos planteados para una tarea, trabajo o proceso, considerando los recursos empleados para ello. Los indicadores de evaluación están relacionados con los métodos que ayudan a identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora. Por ejemplo, en la evaluación del proceso de gestión de pedidos, se verifica si se cumplió con los tiempos de entrega, si los productos estuvieron en buenas condiciones y se siguieron los procesos administrativos correspondientes.
- c. *Indicadores de eficiencia:* Eficiencia tiene que ver con la capacidad para llevar a cabo un trabajo o una tarea optimizando los recursos; así, los indicadores de eficiencia están relacionados con los datos que indican la cantidad de insumos y el tiempo invertido en el logro de las tareas y/o trabajos, respecto a una norma estándar o fija. Por ejemplo, un indicador de eficiencia puede estar relacionado con el tiempo que demoró un trabajador en elaborar un producto, y el número de clientes atendidos respecto a un tiempo determinado, entre otros.
- d. *Indicadores de eficacia:* Se es eficaz cuando se cumple con una meta o propósito. Los indicadores de eficacia están relacionados con criterios que indican capacidad o cumplimiento en la realización de tareas y/o trabajos. Es decir, se mide las cosas que se mandaron a hacer. A diferencia de los indicadores de eficiencia, no se considera el tiempo o la cantidad de recursos empleados para hacer las tareas encomendadas. Indicadores de eficacia son: grado de satisfacción de los clientes, cumplimiento del programa de inventarios, entre otros.
- e. *Indicadores de gestión:* Son valores o criterios que miden el desempeño de las actividades en todas las áreas de la empresa respecto a un criterio base o estándar. Los indicadores de gestión están relacionados con los índices que permiten administrar realmente un proceso.

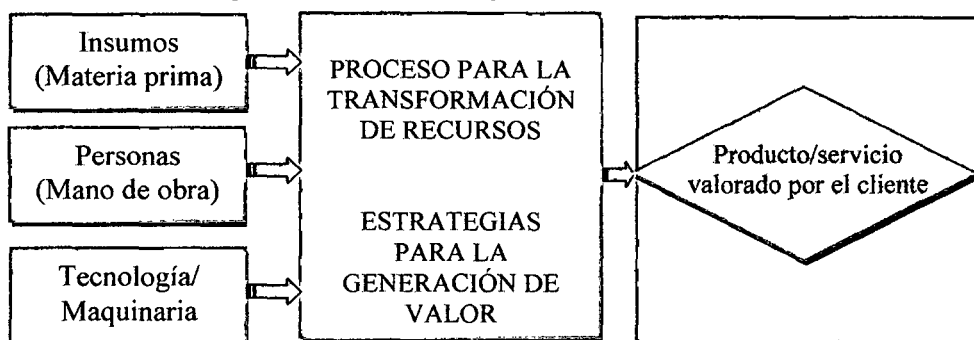
Se basan en unidades de tamaño, forma, tiempo, importancia o de oportunidad.

En el área de operaciones, un indicador de gestión puede ser: la rotación del inventario de materia prima o insumos durante un determinado tiempo es decir, cuánto se compra, cada cuánto tiempo y en cuánto tiempo se usa; la cantidad de productos elaborados por semana; el costo de mantenimiento de la maquinaria versus el costo de producción; entre otros.

#### 4. Requerimientos necesarios para la producción de un bien o servicio

Es preciso resaltar que uno de los primeros requerimientos para la producción de un bien o servicio en un restaurante son los insumos o materia prima, que son suministrados por terceros, es decir los proveedores mencionados en la estrategia de mercadotecnia, quienes se encuentran tácitamente en el esquema del plan de operaciones pero que juegan un rol importante para el negocio, siendo indispensable establecer buenos contactos y relaciones para asegurar el funcionamiento sostenible de la empresa.

Figura N° 4.4: Plan de operaciones: requerimiento de recursos para la producción de bienes y servicios



Fuente: Weinberger, K. (2009)/ USAID/Perú/MYPE Competitiva

En producción, se debe tener como base el concepto de **calidad**. Pero, ¿qué significa calidad del producto? La definición tiene su origen tanto en la percepción del consumidor, como en el concepto del productor. Para el

consumidor, **la calidad** se basa en que el producto o servicio cumple o excede sus expectativas. Para el productor, la calidad se logra cuando el producto o servicio cumple con una serie de estándares y normas que conducen a su funcionamiento eficiente y efectivo.

#### **4.1. Materias Primas.**

##### **4.1.1. Proceso de recepción de Materias Primas**

“Durante la recepción y almacenamiento de alimentos, se registran pérdidas, por el deterioro o daño que sufren los alimentos; por factores tales como: conocimientos insuficientes sobre la naturaleza, locales o bodegas inadecuadas, practicas deficientes en la manipulación y almacenamiento”

La recepción de las mercancías la realizará una persona que tenga conocimientos en cuanto a las características de los productos, su calidad, sus condiciones óptimas en las cuales se deberán recibir, que los empaques sean apropiados. Y por último pero sin ser menos importante aunque el proveedor sea de plena confianza es necesario que la administración revise periódicamente el proceso, para poder llevar un control.

En este proceso el encargado de recibir materias primas deberá:

- a. Pesar y marcar todos los productos.
- b. Revisar individualmente cada uno de los productos. (Ver que estén bien).
- c. Revisar la cantidad y calidad de todas las frutas y verduras que vengan en cajas.
- d. Verificar que todos los productos cumplan con las especificaciones de compra.
- e. Comparar los precios con los de las órdenes de compra.
- f. Firmar y sellar las facturas después de haberlas verificado.
- g. Llevar los productos al depósito y cuarto frío lo más pronto posible.

En necesario realizar minuciosamente cada uno de estos pasos, para evitar los errores más frecuentes, como lo pueden ser, que los productos suministrados tengan un menor peso, envíos incompletos con la cuenta completa, productos en malas condiciones, o sea sin las condiciones especificadas, o entregas de mercancías de menor calidad.

**4.2. Mano de Obra.** Inicialmente para el manejo, funcionamiento y operación se empleara a 10 personas (para mayor detalle ver ítem 4.8. Plan administrativo-legal)

**4.3. Equipos, maquinarias.** (Ver cotización en anexo N° 04)

Los equipos y maquinarias, son bienes tangibles en su mayoría industriales que permiten y facilitan el proceso de producción; en este caso son todas las maquinarias, equipos, mobiliarios, utensilios – menaje; con las que se crean y brindan los diversos bienes y servicios.

**4.3.1. Maquinaria.**

- ✓ Cocina industrial (2 hornillas)
- ✓ Cocina (4 hornillas más parrilla)
- ✓ Parrilla y plancha eléctrica
- ✓ Refrigeradores y congelador
- ✓ Frigo bar
- ✓ Conservador

**4.3.2. Utensilios**

❖ *Menaje*

- ✓ Vajilla
- ✓ Cristalería
- ✓ Cubertería
- ✓ Mantelería o lencería
- ✓ Utensilios de servicio y petit menaje

❖ *Utensilios para medir y preparar:*



- ✓ Tazones para mezclar, de acero inoxidable. (varios tamaños), además estos sirven para preparar el mise en place.
- ✓ Tazas medidoras.
- ✓ Cucharas medidoras.
- ✓ Balanzas para pesar ingredientes y controlar porciones. (Es necesario estandarizar las porciones, para no incurrir en pérdidas).
- ✓ Batidores.
- ✓ Tamices para cernir ingredientes secos, y colar cocidos o purés.
- ✓ Tablas para picar.
- ✓ Peladores de hoja móvil para pelar frutas y verduras.
- ✓ Cucharas de metal y madera, para revolver.
- ✓ Tenedores de cocina para voltear carnes.
- ✓ Pinzas de acero inoxidable.
- ✓ Espumaderas para filtrar caldos y salsas.
- ✓ Espátulas (plásticas, para voltear alimentos; de caucho para raspar utensilios).
- ✓ Abrelatas.
- ✓ Rallador
- ✓ Recipientes para almacenar sin peligro alimentos en refrigeradores y congeladores. (Pueden ser plásticos o de acero inoxidable, con tapa).
- ✓ Jarras medidoras
- ❖ **Ollas y sartenes**
  - ✓ Ollas de Varios Tamaños.
  - ✓ Peroles de varios tamaños.
  - ✓ Cazuela para saltar.
  - ✓ Sartenes.
  - ✓ Molde en Aluminio para hornear.

❖ **Cuchillos**

- ✓ Set cuchillos del chef.
- ✓ Cuchillos para pelar.
- ✓ Cuchillo multiusos.
- ✓ Cuchillo para cebolla y ajo (Con el fin que no se impregne el olor y sabor en otros alimentos).
- ✓ Chuchillos para deshuesar.
- ✓ Cuchillo para carne

**4.3.3. Equipos**

- ✓ Televisor
- ✓ Equipo de sonido
- ✓ Equipo telefonía fija fono claro
- ✓ Equipos para internet inalámbrico
- ✓ Laptop
- ✓ Horno microondas
- ✓ Cafetera
- ✓ Licuadora
- ✓ Extractor de jugo

**4.3.4. Mobiliario**

- ❖ **Mesas:** Las mesas que se utilizarán serán cómodas pero movibles y pequeñas, ya que permiten mayor flexibilidad de acomodación.

Las mesas estarán, como todos los demás muebles del restaurante de acuerdo con su apariencia y estilo.

- ❖ **Sillas:** Este es un asunto clave, ya que depende de muchos factores, como por ejemplo: apariencia, robustez, costo, entre otros. Muchas veces es preferible que la silla sea más cómoda que bonita, porque una silla incómoda puede llegar a ser despedidora, incomodar al cliente, por lo tanto es mejor gastar más en la comodidad de la silla, y elegir una silla simple y más bien cómoda.

#### **4.4. Proveedores**

La selección de proveedores se basará en 5 factores:

- a. Calidad de los productos
- b. Voluntad para trabajar de común acuerdo.
- c. Idoneidad Técnica.
- d. Localización Geográfica.
- e. El precio

Para poder lograr un sistema efectivo de compras se debe propiciar un ambiente en el que las relaciones no sean antagónicas, sino unas relaciones en donde ambos se beneficien.

Claves:

- a. Que sea a largo plazo.
- b. Que sea de mutuo acuerdo.
- c. Que se tenga menos pero mejores proveedores, ya que se trata de un proceso basado en la calidad.
- d. Que el proveedor comprenda su propio proceso y lo controle de tal modo que haga bien las cosas desde la primera vez.
- e. Es igualmente necesario contar con normas estándar de compras y es conveniente usar tablas de conversión que permitan calcular rápidamente las cantidades de materia prima requeridas para cada preparación.

#### **4.5. Facilidades**

##### **4.5.1. Ubicación del restaurante**

El restaurante se ubicará dentro del centro histórico de la ciudad de Chachapoyas, ya que es preferencia del 46% y 69% de los encuestados (ver estudio de mercado: Gráficos N° 2.24 y 2.21).

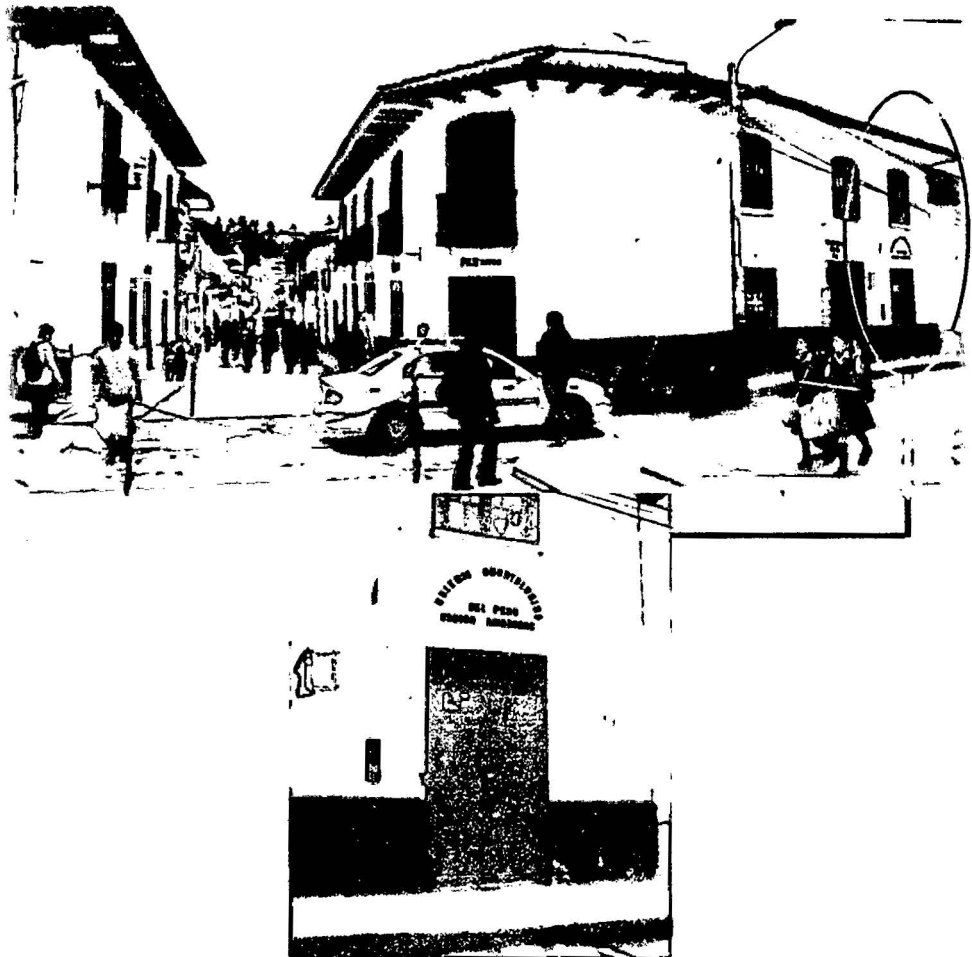
En el barrio Yance a unas dos cuadras de la plaza principal, exactamente en la cuadra cinco del jirón La Merced, a 10 metros del cruce con el jirón Amazonas, jirón exclusivamente peatonal y la más popular y comercial de la ciudad en donde se encuentran restaurantes, bares, boutiques y centros comerciales diversos. Y, por tanto, es una zona atractiva para establecer

negocios de este tipo; Además de esto, es una zona frecuentada por personas de diferentes edades, familias que salen a comer, amigos que salen a tomarse algo, personas con oficinas cercanas, y otros que van de compras, etc.

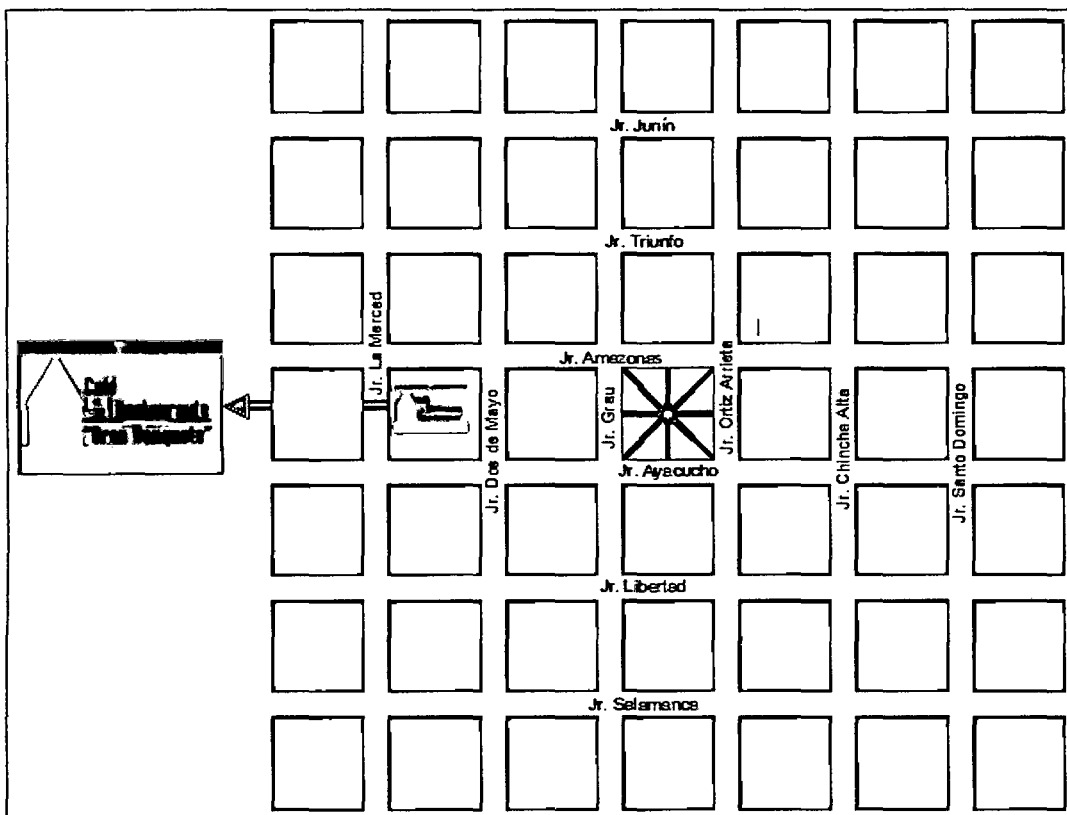
Como se puede apreciar en el mapa esta es una zona con muchas facilidades de acceso.

En cuanto a la facilidad de servicios públicos, esta es una zona de gran importancia y cuenta con: servicios de agua, luz, teléfono, alcantarillado, energía eléctrica, etc. Todos estos servicios están a disponibilidad y alcancé del local, por lo que no habrá problemas en el uso de los mismos durante el funcionamiento del restaurante.

#### FOTO DE UBICACIÓN DEL LOCAL

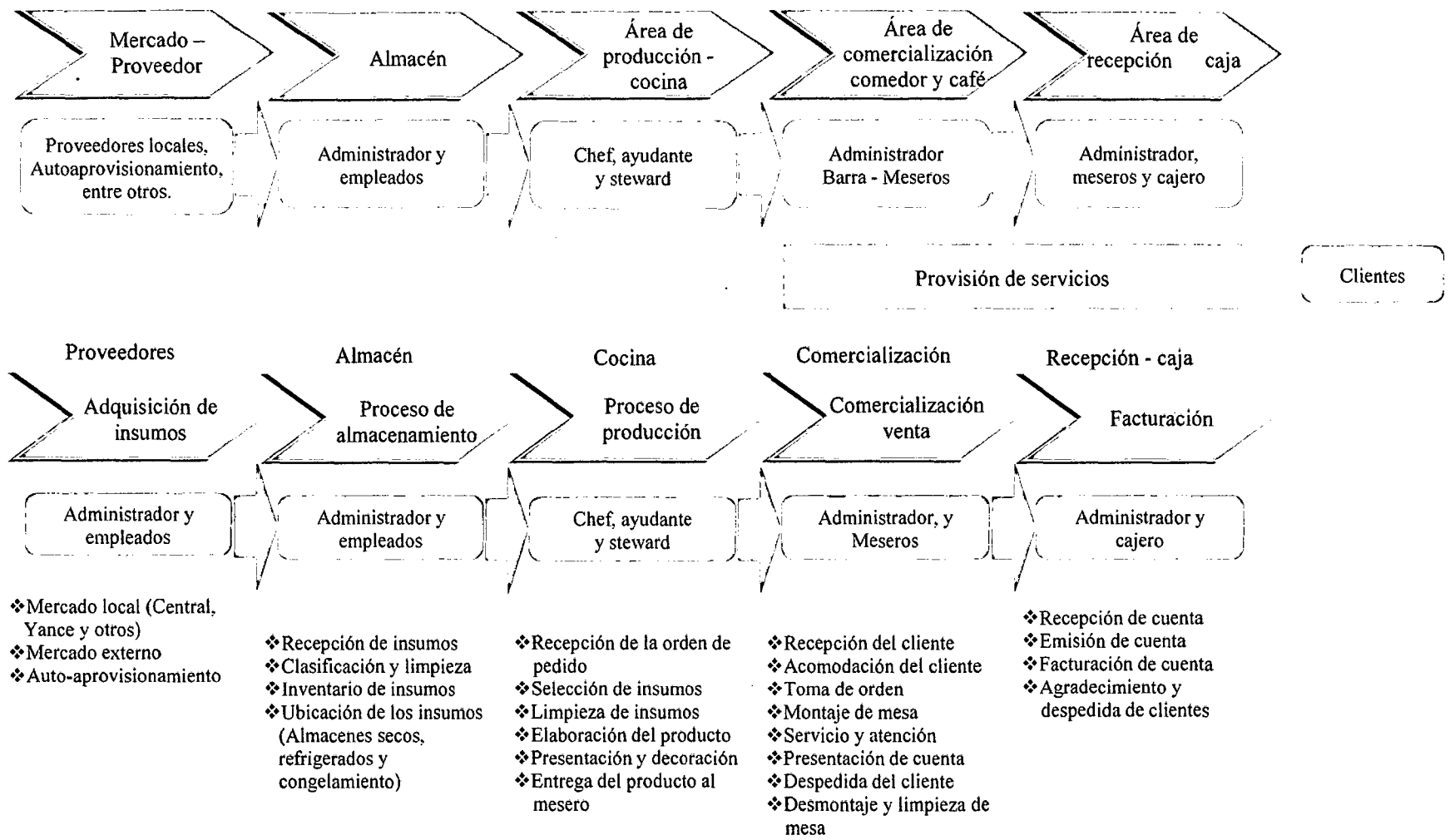


CROQUIS DE UBICACIÓN



**5. Cadena de valor**

**Figura N° 4.5: Proceso de Producción: Cadena de Valor – Restaurante Gran Banquete**



Fuente: Elaboración propia

#### 4.10. PLAN FINANCIERO

El plan financiero, especifica las necesidades financieras y las fuentes de financiamiento consideradas; presenta proyecciones de ingresos, costos y utilidades. Esta sección debe incluir las siguientes descripciones: los estados financieros proyectados a tres o cinco años; incluidos los estados de pérdidas y ganancias, los balances generales, los estados de caja y los presupuestos de caja (mensuales para el primer año y trimestrales para el segundo año), los análisis de punto de equilibrio para las utilidades y los movimientos de caja y las fuentes de financiamiento proyectadas. (Larry J. 2001)

**1. Objetivos:** los objetivos están en base a las cinco etapas del proceso de la administración financiera.

##### 1.1.General:

- ❖ Desarrollar un análisis financiero y de presupuesto para determinar si el negocio es rentable y viable.

##### 1.2.Específicos:

- ❖ Determinar el costo de los materiales y equipos
- ❖ Indicar las fuentes de financiamiento
- ❖ Realizar un balance general, estado de resultados y flujo de caja.
- ❖ Conocer los indicadores de rentabilidad del negocio.

#### 2. El proceso de la administración financiera.

Según Rachman, Mescon, Bovee y Thill (1997), La administración financiera consiste en la adquisición y usos efectivos del dinero; y el proceso consiste en cinco etapas básicas.

1. Estimar el flujo de fondos que salen del negocio mes a mes, incluyendo tanto los gastos de operaciones como las inversiones de capital.
2. Estimar el flujo de fondos de todas las fuentes que entran al negocio mes a mes.
3. Compara los ingresos si existen fondos excedentes, determina cómo utilizar esos fondos de la manera más productiva. Si existe déficit de

fondos, hallar la forma de reducir los egresos e incrementar los ingresos.

4. Si se requiere financiamiento externo, analizar las fuentes alternativas y seleccionar las combinaciones de costos más efectivas.
5. Establecer un sistema para controlar el flujo de fondos y medir el retorno sobre la inversión.

### 3. Inversión en activos

#### 3.1. Inversión en equipos y maquinaria.

Para la puesta en marcha del restaurante *Gran Banquete* se necesita de maquinaria tales como cocinas, refrigerador, frigo bar, hornos microondas, etc., los cuales son fundamentales para la operación del restaurante. Aquí también se tienen en cuenta enseres, instrumentos de cocina con los que contarán el chef y sus ayudantes como licuadoras, ollas, sartenes, utensilios en general, entre otros. En el cuadro que se presenta a continuación se pueden ver claramente estos rubros con su respectivo costo y posteriormente el costo total de la inversión requerida en maquinaria y equipo.

Cuadro N° 4.9  
Costo de maquinaria y equipos

Equipos y Maquinarias	Total en S/.
Maquinaria (cocina industrial, refrigerador, conservador, horno microondas, entre otros)	S/. 9,652.00
Equipo de audio, video e internet inalámbrico	S/. 6,700.00
<b>Enseres(equipos-utensilios)</b>	
Utensilios para medir y preparar	S/. 608.50
Ollas y sartenes	S/. 915.00
Juego de Cuchillos	S/. 148.50
<b>Total</b>	<b>S/. 18,024.00</b>

Fuente: Elaboración propia/2011



### 3.2. Inversión en muebles y enseres

Los muebles y enseres son los activos relacionados directamente con el servicio, dado que son aquellos instrumentos y equipos con los que cada cliente tendrá interacción directamente. A continuación se presenta la tabla con los costos individuales y el total de inversión requerida para muebles y enseres:

Cuadro N° 4.10: Presupuesto muebles y mobiliario

Muebles y mobiliario		Cantidad	P.U. (en nuevos soles)	PT
Restaurante	Mesas	10	S/. 560.00	S/. 5,600.00
	Sillas	40		
Cafetería	Mesas	6	S/. 480.00	S/. 2,880.00
	Sillas	18		
Juego Sillones más mesa		2	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00
Barra		1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
<b>Enseres: Utensilios - Menaje</b>				S/. 3,690.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 15,670.00</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

### 3.3. Inversión en capital de trabajo

El restaurante contará inicialmente con 10 personas empleadas:

La siguiente tabla muestra los costos reales de cada empleado así como el costo real total de la inversión en capital de trabajo:

Cuadro N° 4.11: Costo de inversión en capital de trabajo

Empleado	Cantidad	Salario unitario	Total
Administrador	1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Chef	1	S/. 1,400.00	S/. 1,400.00
Ayudante de Cocina	2	S/. 700.00	S/. 1,400.00
Caja y barra	1	S/. 1,000.00	S/. 1,000.00
Meseros	3	S/. 700.00	S/. 2,100.00
Steward	1	S/. 600.00	S/. 600.00
Personal de limpieza	1	S/. 400.00	S/. 400.00
<b>Costo mensual</b>			<b>S/. 8,400.00</b>
<b>Costo anual</b>			<b>S/. 100,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

#### 4. Fuentes de financiamiento

##### 4.1. Estructura de financiamiento

Cuadro N° 4.12  
Estructura de Financiamiento (Expresado en Nuevos Soles)

RUBRO	APORTE DE CAPITAL	BANCO DE CRÉDITO	INVERSIÓN TOTAL
<b>I. INVERSIÓN FIJA</b>	19,995.20	31,195.00	<b>51,190.20</b>
I. 1 Inversión Fija Tangible	12,499.00	31,195.00	-
I. 2 Inversión Fija Intangible	7,496.20	-	-
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>	9,772.38	10,244.64	<b>20,017.02</b>
<b>III. IMPREVISTOS (5%)</b>		3,560.36	<b>3,560.36</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>29,767.58</b>	<b>45000.00</b>	<b>74,767.58</b>
<b>PORCENTAJE (%)</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

El monto total de inversión para la creación y puesta en funcionamiento del Café – Restaurante Gran Banquete es de S/. 74767.58. Siendo el 40%, es decir S/. 29 767.58 aporte de capital y el 60%, es decir S/. 45000.00 crédito bancario.

**4.2. Servicio de la deuda.** El monto a financiar será a través del Banco de Crédito del Perú.

Cuadro N° 4.13  
Condiciones del servicio de la deuda

Monto de préstamo (nuevos soles)	45000.00
Tasa de interés efectiva anual	0.30
Tasa trimestral (TEA)	7.5
Período de gracia	1 año (4 trimestres)
N° de pagos trimestrales	20.00
Modalidad de pagos	Cuotas constantes

Fuente: Elaboración propia/2011

El siguiente es un cuadro de amortización de la deuda basada en los parámetros y/o condiciones del préstamo:

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Cuadro N° 4.14  
Amortizaciones de la deuda

Periodo	Principal inicio	Amortización	Interés	Cuota	Principal final
1	45000.00	0.00	3375.00	3375.00	45000.00
2	45000.00	0.00	3375.00	3375.00	45000.00
3	45000.00	0.00	3375.00	3375.00	45000.00
4	45000.00	0.00	3375.00	3375.00	45000.00
<b>AÑO 1</b>		<b>0.00</b>	<b>13500.00</b>	<b>13500.00</b>	
5	45000.00	1547.60	3375.00	4922.60	43452.40
6	43452.40	1663.67	3258.93	4922.60	41788.73
7	41788.73	1788.45	3134.15	4922.60	40000.28
8	40000.28	1922.58	3000.02	4922.60	38077.70
<b>AÑO 2</b>		<b>6922.30</b>	<b>12768.11</b>	<b>19690.41</b>	
9	38077.70	2066.77	2855.83	4922.60	36010.92
10	36010.92	2221.78	2700.82	4922.60	33789.14
11	33789.14	2388.42	2534.19	4922.60	31400.72
12	31400.72	2567.55	2355.05	4922.60	28833.17
<b>AÑO 3</b>		<b>9244.52</b>	<b>10445.89</b>	<b>19690.41</b>	
13	28833.17	2760.11	2162.49	4922.60	26073.06
14	26073.06	2967.12	1955.480	4922.60	23105.94
15	23105.94	3189.66	1732.945	4922.60	19916.28
16	19916.28	3428.88	1493.721	4922.60	16487.40
<b>AÑO 4</b>		<b>12345.77</b>	<b>7344.63</b>	<b>19690.41</b>	
17	16487.40	3686.05	1236.56	4922.60	12801.35
18	12801.35	3962.50	960.102	4922.60	8838.85
19	8838.85	4259.69	662.91	4922.60	4579.16
20	4579.16	4579.16	343.437	4922.60	0.00
<b>AÑO 5</b>		<b>16487.40</b>	<b>3203.01</b>	<b>19690.41</b>	

Fuente: Elaboración propia/2011

Para la puesta en marcha del restaurante es necesaria una inversión considerable por lo que la opción de un préstamo bancario es necesaria para la adquisición de todo el equipo que se requiere, así como para cubrir los gastos de los primeros meses (salarios, arriendo y otros gastos de administración).

## 5. Cronograma de Inversiones

Cuadro N° 4.15  
Cronograma de inversiones: Expresado en Nuevos Soles

RUBROS	Número de Meses						Número de Semanas			TOTAL
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	
<b>I. INVERSIÓN FIJA</b>										<b>43694.00</b>
<b>1.1. Acondicionamiento</b>						<b>10000.00</b>				
<b>1.2. Inversión Fija Tangible</b>							<b>33694.00</b>			
Maquinaria							9652.00			
Equipo							6700.00			
Muebles							11980.00			
Enseres							5362.00			
<b>I. 3 Inversión Fija Intangible</b>						<b>7496.20</b>				<b>7496.20</b>
Perfil del proyecto - Plan de negocio						6896.20				
Gastos de constitución							600.00			
<b>II. CAPITAL DE TRABAJO</b>									<b>20017.02</b>	<b>20017.02</b>
Existencias									9912.02	
Disponibles									10105.00	
Exigibles						0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>IMPREVISTOS (5%)</b>										<b>3560.36</b>
<b>TOTAL</b>										<b>74767.58</b>
Duración/mes										
Duración/semana										

Fuente: Elaboración propia/2011

## 6. Proyecciones de los Estados Financieros

### 6.1. Balance General

En el balance general se destacan las 3 cuentas principales que son activos, pasivos y patrimonio. Este estado financiero es un resumen en donde a cada cuenta se le asigna un valor en dinero para así identificar qué tanto tiene la empresa en activos, cual es su nivel de deudas y su patrimonio financiero. En el siguiente cuadro N° 4.16 se ha optado por presentar solo el balance inicial.

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Cuadro N° 4.16: Balance Inicial Gran Banquete

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b><u>Activo Corriente</u></b>		<b><u>Pasivo Corriente</u></b>	
<u>Disponible</u>	<b>20017.02</b>	Parte corriente de préstamo	0.00
Caja y bancos	20017.02		
<u>Realizable</u>	<b>3560.36</b>		
Imprevistos	3560.36		
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>23577.38</b>	<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>0.00</b>
<b><u>Activo no Corriente</u></b>		<b><u>Pasivo no Corriente</u></b>	
<u>Inmuebles maquinarias y equipos</u>	<b>43694.00</b>		45000.00
Maquinarias	9652.00	Préstamo a largo plazo	45000.00
Construcción - acondicionamiento	10000.00		
Equipos	6700.00		
Muebles y enseres	17342.00		
<u>Activos intangibles</u>	<b>7496.20</b>	<b>Total Pasivo no Corriente</b>	<b>45000.00</b>
Gastos de constitución, Elaboración del plan de negocios	600.00	<b>Patrimonio</b>	29767.58
	6896.20	Capital Social	<b>29767.58</b>
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>51190.20</b>	<b>Total Patrimonio</b>	<b>29767.58</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>74767.58</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>74767.58</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

## 6.2. Estado de Resultados

El estado de resultados es una parte vital en una proyección financiera ya que muestra las posibilidades que tiene el proyecto de generar utilidades.

Cuadro N° 4.17: Estado de resultados (Expresado en nuevos soles)

CONCEPTO	1	2	3	4	5
<b>I. INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>287125.71</b>	<b>351441.87</b>	<b>430164.85</b>	<b>526521.78</b>	<b>644462.66</b>
<b>II. COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	190236.28	222591.70	251309.57	285741.59	327029.75
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>96889.43</b>	<b>128850.18</b>	<b>178855.29</b>	<b>240780.20</b>	<b>317432.91</b>
<b>III. GASTOS OPERATIVOS</b>	54240.00	54240.00	54240.00	54240.00	54240.00
<b>IV. DEPRECIACIÓN CARGA DIFERIDA</b>	3565.00	3565.00	3565.00	3565.00	0.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	39084.43	71045.18	121050.29	182975.20	263192.91
<b>V. GASTOS FINANCIEROS</b>	13500.00	12768.11	10445.89	7344.63	3203.01
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	25584.43	58277.07	110604.40	175630.56	259989.90
<b>VI. IMPUESTO A LA RENTA (10%)</b>	2558.44	5827.71	11060.44	17563.06	25998.99
<b>UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS</b>	<b>23025.99</b>	<b>52449.37</b>	<b>99543.96</b>	<b>158067.51</b>	<b>233990.91</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

### 6.3. Flujo de caja

Cuadro N° 4.18: Flujo de Caja Económico y Financiero (Expresado en nuevos soles)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS TOTALES		287125.71	351441.87	430164.85	526521.78	644462.66
INGRESOS POR VENTAS		287125.71	351441.87	430164.85	526521.78	644462.66
VALOR RESIDUAL						0.00
EGRESOS	-74,767.58	247,034.72	282,659.40	316,610.01	357,544.64	407,268.74
INVERSIÓN	-74,767.58					
COSTOS DE PRODUCCIÓN		190236.28	222591.70	251309.57	285741.59	327029.75
GASTOS OPERATIVOS		54240.00	54240.00	54240.00	54240.00	54240.00
IMPUESTO A LA RENTA		2558.44	5827.71	11060.44	17563.06	25998.99
FLUJO CAJA ECONÓMICO	-74,767.58	40090.99	68782.47	113554.85	168977.14	237193.92
PRÉSTAMO BANCARIO	45000.00					
SERVICIO DE LA DEUDA		13500.00	19690.41	19690.41	19690.41	19690.41
FLUJO CAJA FINANCIERO	-29767.58	26590.99	49092.06	93864.44	149286.73	217503.51
APORTE PROPIO	29,767.58					
CAJA RESIDUAL		26590.99	49092.06	93864.44	149286.73	217503.51
CAJA ACUMULADA		26590.99	75683.05	169547.49	318834.22	536337.73

Fuente: Elaboración propia/2011

### 7. Análisis del punto de equilibrio

Cuadro N° 4.19: Datos punto de equilibrio

Costo Variable (1 mes)	S/.	10,781.23
Costo Fijo (1 mes)	S/.	10,002.08
C.F. Unitario	+	C.V. Unitario = CTU
S/.	3.70	+ S/.
		3.99 = S/.
PVU = CTU + Ganancias (20%)	=	S/.
		9.24
Precio Promedio de Venta	=	S/.
		8.86
Costo Promedio de Ceceta	=	S/.
		3.67

Fuente: Elaboración propia/2011

Entonces aplicando la formula tenemos:

$$PE = \frac{CFT(1 \text{ mes})}{PV - CVU(1 \text{ mes})} \quad PE = \frac{10002.08}{9.24 - 3.99} \quad PE = 1907 \text{ platos al mes}$$

$$PE = 1907/30 = 64 \text{ platos al día}$$

Según la formula el punto de equilibrio es 64, es decir, que tenemos que producir y vender 64 platos al día para que el café restaurante Gran Banquete no gana ni pierda; cubriendo de esta manera con sus costos.

## 8. Evaluación

### 8.1.VAN Y TIR

Cuadro N° 4.20: Indicadores: VAN y TIR

<b>CRITERIOS DE DECISIÓN SEGÚN INDICADORES</b>	<b>VANE (Valor Actual Neto Económico)</b>	<b>S/. 171,504.46</b>
	<b>VANF (Valor Actual Neto Financiero)</b>	<b>S/. 184,643.59</b>
	<b>TIRE (Tasa Interna de Retorno Económico)</b>	<b>94%</b>
	<b>TIRF (Tasa Interna de Retorno Financiero)</b>	<b>153%</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

Los indicadores del VAN y TIR, demuestran que el negocio del café restaurante Gran Banquete es viable y rentable.

### 8.2. Relación Beneficio/Costo

Cuadro N° 4.21: Relación Beneficio / Costo

<b>TASA DESCUENTO ECONÓMICA</b>	<b>0.30</b>
<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>S/. 982,538.62</b>
<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>S/. -811,034.16</b>
<b>BENEFICIO/ COSTO</b>	<b>1.21</b>
<b>TASA DESCUENTO FINANCIERA</b>	<b>0.28</b>
<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>S/. 1,023,119.62</b>
<b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>S/. -839,779.58</b>
<b>BENEFICIO/ COSTO</b>	<b>1.22</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

Según el cuadro tenemos que, por cada unidad monetaria invertida obtenemos 1.22 nuevos soles de beneficios, durante el periodo de tiempo de evaluación.

### 8.3. Periodo de recuperación

Cuadro N° 4.22: Periodo de recuperación de capital

<b>TASA DESCUENTO ECONÓMICO</b>					
<b>PERIODO</b>	<b>FCE</b>	<b>FAS</b>	<b>FCE ACTUAL</b>	<b>FCE ACUMULADO</b>	<b>FCEACTUAL ACUM.</b>
0	-74768	1.000000	-74768	-74768	-74768
1	40091	0.769231	30839	-34677	-43928
2	<b>68782</b>	<b>0.591716</b>	<b>40700</b>	<b>34106</b>	<b>-3229</b>
3	113555	0.455166	51686	147661	48458
4	168977	0.350128	59164	316638	107621
5	237194	0.269329	63883	553832	171504
<b>TASA DESCUENTO FINANCIERO</b>					
<b>PERIODO</b>	<b>FCE</b>	<b>FAS</b>	<b>FCE ACTUAL</b>	<b>FCE ACUMULADO</b>	<b>FCEACTUAL ACUM.</b>
0	-29768	1.000000	-29768	-29768	-29768
1	26591	0.780065	20743	-3177	-9025
2	<b>49092</b>	<b>0.608502</b>	<b>29873</b>	<b>45915</b>	<b>20848</b>
3	93864	0.474671	44555	139780	65402
4	149287	0.370274	55277	289067	120680
5	217504	0.288838	62823	506570	183503

Fuente: Elaboración propia/2011

Según la tasa de descuento económico y financiero el periodo de recuperación del capital invertido es en el segundo año.

Cuadro N° 4.23: Cuadro de Escenarios

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
Platos/día	90	108	130	156	187
Días/semana	7	7	7	7	7
Platos/semana	630	756	907	1089	1306
Platos/mes	2700	3240	3888	4666	5599
Platos/año	32400	38880	46656	55987	67185
Precio Venta promedio por producto	8.86	9.04	9.22	9.40	9.59
Variación de precio de venta según índice de variación de precios al consumidor - IPC (0.02) anual					
Incremento de las ventas 20% anual					

Fuente: Elaboración propia/2011

#### 4.11. VALIDACIÓN ECONÓMICA, TÉCNICA, SOCIAL Y AMBIENTAL

- a) **Económica:** Gran Banquete es un negocio rentable demostrado a través de los indicadores del VAN S/. 184,643.59 y la TIR 153%, generando beneficios económicos tanto para los inversionistas como para los empleados y la contribución a la economía local y nacional, mediante el pago de impuestos.
- b) **Técnica – profesional:** La elaboración del presente plan de negocios contribuirá con temas de investigación de mercados, marketing, planificación, administración, economía y finanzas, etc. asimismo, se hace referencia a las leyes y reglamentos que regulan el adecuado funcionamiento y desarrollo de las actividades.
- c) **Social:** El presente plan de negocios servirá de base para futuras investigaciones, generará inicialmente 10 puestos de trabajo de forma directa, y lo más importante facilitará a personas emprendedoras los lineamientos y estrategias para la adecuada creación y gerencia sostenible de un negocio de gastronomía en la ciudad de Chachapoyas, contribuyendo así con el desarrollo de múltiples actividades sociales.
- d) **Ambiental:** Frente a este aspecto, la responsabilidad social – ambiental es política de Gran Banquete, por lo que se desarrollaran actividades que contribuirán a la producción y consumo responsable de productos orgánicos – saludables; estando dirigido a productores, proveedores, clientes y consumidores en general.



## V. DISCUSIONES

- ❖ Hoy en día para iniciar un nuevo negocio y/o empresa es necesario planear todas y cada una de las actividades que se piensan realizar, el tiempo y orden en el que se llevarán a cabo, los recursos que se necesitan y todos los aspectos relacionados con el desarrollo y funcionamiento del negocio. (Hernández y Quiñones, 2007). Es así, que frente a esta situación y sobre todo ante los constantes cambios, la problemática reflejada en las necesidades y las oportunidades que ofrece el mercado, es de suma importancia elaborar un plan de negocios que nos facilite el conocimiento y definición estratégica de las directrices para la adecuada creación y gerencia sostenible de los negocios.
- ❖ La planeación es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos antes de emprender la acción. (Certo, 2001). Y según el dicho: “Si no sabemos dónde vamos, terminaremos en otra parte,” nos recuerda la importancia del planeamiento en general, que tiene que ver con la fijación de objetivos, la determinación de actividades y el diseño de procedimientos. (Weinberger, K. 2009). Según lo expuesto podemos decir que el plan de negocios es el resultado de un proceso de planeación, y es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de una empresa. Siendo el plan de negocios un documento escrito que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos y los medios que se van a emplear para alcanzar los objetivos (UPDCE, 2006).
- ❖ Es por ello, que un plan de negocios permite: analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y se detallan cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio. (Weinberger, 2009).

- ❖ Definir el precio es una de las decisiones más importantes. Los clientes le otorgan mucho peso a esta variable. Si se decide competir por calidad, esa variable podría no ser tan relevante (Perú 21, 2010). Es así que, para la fijación de los precios venta de los productos del café restaurante Gra Banquete, se ha tomado en consideración tres aspectos importantes determinados a juicio y criterio propio, así tenemos precios en base a los costos del restaurante, la disponibilidad de pago de las personas encuestadas (resultado de investigación de mercado), y en base a los precios de los productos de la competencia (resultado check list competencia)
  
- ❖ Para todo inversionista los aspectos más importantes, aquellos que influyen su decisión entre invertir en un proyecto u otro, son la tasa interna de retorno - TIR y el valor presente neto - VPN del proyecto. En este sentido, cualquier persona que invierta en un negocio desea una rentabilidad, la cual puede variar en función al riesgo del negocio y a sus propias expectativas. Sin embargo, cualquier inversionista esperaría una rentabilidad superior a la tasa de interés que ofrecen las entidades bancarias (Weinberger, 2009). Frente a estos aspectos podemos decir que el café restaurante Gran Banquete es un proyecto viable y muy prometedor, que genera altos niveles de beneficio y rentabilidad en periodos cortos de tiempo para aquellos que inviertan en el mismo.

## VI. CONCLUSIONES.

- ❖ La presente investigación permitió prospectar el negocio en sus diferentes aspectos como son: el estudio de mercado, análisis del entorno, la definición del negocio, el plan estratégico, plan administrativo – legal, plan técnico operativo, plan de marketing y plan financiero. Los mismos que facilitan el conocimiento de los lineamientos y estrategias a personas emprendedoras para la adecuada creación y gerencia sostenible de los negocios en el tiempo, y que a la par permitirá la mejora del nivel de calidad en la atención y servicio a los clientes.
- ❖ A través de la elaboración del plan de negocios, se cumplieron todos los objetivos específicos, lo que permitió el logro del objetivo general, y este a su vez contribuyó a la solución del problema planteado.
- ❖ Se aprueba la hipótesis, concluyendo que la elaboración de un plan de negocios permite el conocimiento de los lineamientos y estrategias que facilitan la adecuada creación y manejo sostenible de un negocio de Café – Restaurante en la ciudad de Chachapoyas.
- ❖ Existe un nicho de mercado con necesidades insatisfechas, en constante crecimiento y con oportunidades para emprender de forma planificada un nuevo negocio en la ciudad de Chachapoyas; por lo que, la creación del Café – Restaurante Gran Banquete es muy prometedora y beneficiosa, presentando un VANF de S/. 184,643.59 y una TIRF de 153%, demostrando su viabilidad y rentabilidad sostenida en el tiempo.
- ❖ La inversión de capital necesaria para la creación y puesta en funcionamiento del Café – Restaurante Gran Banquete es de S/.74767.58. Siendo el 40%, es decir S/.29 767.58 aporte de capital y el 60%, es decir S/.45000.00 crédito bancario.
- ❖ Según la evaluación beneficio/costo tenemos que, por cada unidad monetaria invertida obtenemos 1.22 nuevos soles de beneficios, durante el periodo de evaluación, demostrando que el negocio es rentable económicamente, siendo el periodo de recuperación de la inversión inicial es en el segundo año de operación.

## VII. RECOMENDACIONES.

- ❖ Que las entidades financieras y/o gobierno regional incluyan dentro de sus políticas el financiamiento a planes de negocio, para emprender nuevos negocios.
- ❖ A la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, que considere dentro del plan educativo de las carreras profesionales afines, la elaboración de planes de negocio.
- ❖ El plan de negocios debería ser elaborado por el responsable de llevarlo a cabo, ya que eso le permite conocer y considerar los aspectos tanto positivos como negativos del proyecto involucrándolo completamente en el proceso.
- ❖ Realizar investigación de mercado y actualizar el plan de marketing seis meses después de haber publicado el plan de negocios, y cada diez meses después de haber iniciado las operaciones para ofertar productos acorde con las necesidades, gustos, preferencias y expectativas de los clientes, y lograr un adecuado posicionamiento en el mercado.
- ❖ Tener en cuenta los aspectos de diseño, distribución, ambientación y ubicación propuestos para el negocio.
- ❖ Mantener el nombre, logo y slogan propuesto por su connotación y popularidad en el mercado.
- ❖ Regirse en las leyes, normas y reglamentos indicados en el marco legal; los cuales regulan el adecuado funcionamiento y desarrollo de las actividades en los negocios de restaurantes y afines.
- ❖ Que el café restaurante Gran Banquete se constituirse como una sociedad comercial de responsabilidad limitada S.R.L.
- ❖ Los restaurantes y afines deberían: brindar capacitación a su personal, no emplear muchos condimentos en las comidas, cuidar la higiene y limpieza, manteniendo la ración de los platos, e implementar el área de la cocina con los equipos necesarios y suficientes para agilizar el proceso de producción y sobre todo mejorar la rapidez y buen trato en la atención y servicio al cliente tratándoles a todos por igual.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### 8.1 Libros consultados.

- Hernández, Fernández y Baptista. (2003). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Editorial McGraw-Hill – México.
- Lázaro Bazán E. (2006). *Manual de metodología de la investigación científica*. Segunda edición. Editorial Universitaria. UNAT-A – Chachapoyas – Perú.
- Kotler P. & Armstrong G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Editorial Pearson Educación, México. 680pp.
- Leonard D. Goodstein. (2001). *Planeación estratégica aplicada*. Editorial Nomos S.A. – Colombia. 433pp.
- Gilbert A. Churchill Jr. (2003). *Investigación de mercados*. 4ta edición. Editorial Thomson. – México.
- Hair, Bush y Ortinau. (2004). *Investigación de mercados*. Editorial Mc Grau Hill segunda edición. Interamericana Editores S.A. México. 736pp.
- Larry J. Gitman y Carl McDaniel. (2001). *El futuro de los Negocios*. Editorial Thomson Learning - México.
- Simón Andrade. (1994). *Elaboración de proyectos empresariales*. Editorial Lucero – ciudad Satélite Santa Rosa – Calla.
- Samuel C. Certo. (2001). *Administración moderna*. Editorial Pearson Educación – octava edición. Bogotá – Colombia. 624pp.
- Rachman, Mescon, Bovee y Thill. (1997). *Introducción a los Negocios*. Sexta edición. Editorial McGrawHill. México.
- Noelia López Benito. (2003). *Marketing en restauración*. Editorial Síntesis, S.A. – España. 270pp.
- Zeithaml Valarie A. (2004). *Marketing de Servicios*. Editorial Mc Graw Hill. – segunda edición. México. 736pp.
- Acerenza Miguel Ángel. (2004). *Marketing de restaurantes*. Editorial Trillas – México. 79pp.
- Longenecker, Moore, Petty y Palich. (2003). *Administración de pequeñas empresas, un enfoque emprendedor*. Decimo tercera edición. Editorial Cengage Learning, S.A.- Santa Fe – México, D.F.

- Longenecker, Moore y Petty (2001) *Administración de pequeñas empresas, un enfoque emprendedor*. Decimo primera edición. Editorial Thomson S.A. – México.
- Youshimatz Nava A. (2006) *Control de costos de alimentos y bebidas I*. Editorial Trillas – México. 166p.
- Malhotra Naresh K. (2004) *Investigación de mercados*. Cuarta edición. Editorial Pearson Educación – México. 816pp.
- Ochoa Setzer G. A. (2002) *Administración Financiera*. Editorial McGraw-Hill – México.
- Walter Andía Valencia, 2005, *Proyectos de Inversión, Guía para su Formulación y Evaluación*. Editorial El Saber – Perú.
- William B. Werther, Jr. Keith Davis. (2004) *Administración de Personal y Recursos Humanos*. Quinta edición. Editorial Mac GrawHill – Mexico.
- PROMPERU (2009) *Perú mucho gusto*.
- Perú 21. (2010) *Crece tu empresa: Manual de Gestión Empresarial para Micro y Pequeña empresa*.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocio: Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio*. Proyecto USAID/Perú/MYPE COMPETITIVA. Ministerio de la producción – Perú.

## 8.2 Tesis y monografías.

### a) Tesis:

- Hernández Peña, M. y Quiñones Armería, A. (2007). *Plan de negocios para la creación de un establecimiento de café en el Puerto de Veracruz*. Tesis Licenciatura. Administración de Hoteles y Restaurantes. Departamento de Turismo, Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla – Mexico.
- Angulo Villanueva, D., Culebro Bunker, C. E. 2005. *Plan de Negocio para la creación del Pub irlandés WOOD 120 en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo*. Tesis Licenciatura. Administración de Hoteles y Restaurantes. Departamento de Turismo, Escuela de Negocios y Economía, Universidad de las Américas Puebla – Mexico.
- Montalvo, I. (2008). *Plan de Negocios para la Creación de un Restaurante de Comida Tradicional Italiana*. Tesis Licenciatura. Administración de empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá – Colombia. 173 pp.

**b) Monografías:**

- Instituto Politécnico Nacional. Unidad Politécnica para el Desarrollo y la Competitividad Empresarial – UPDCE (2006). *Guía para Elaborar un Plan de Negocios* – Mexico.

**8.3 Sitios en red.**

- <http://www.crecemype.pe/Creceemype/docs/plan%20de%20negocios.pdf>
- <http://www.updce.ipn.mx/ae/guiasem/plandenegocios.pdf>
- <http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-2-la-definicion-del-negocio/>
- <http://www.americaeconomia.com/>
- [http://www.virtualchef.com.pe/noticias/Lectura\\_07.pdf](http://www.virtualchef.com.pe/noticias/Lectura_07.pdf)
- [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/hernandez\\_p\\_md/indice.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/hernandez_p_md/indice.html)
- <http://www.peru.com/economiafinanzas/notaespecial20100114/75819/Crecimientode-sector-restaurantesy-hoteles>
- <http://www.ahora-peru.com/boletin/134/index.htm>
- <http://www.americalate.com/2010/06/07/una-gastronomia-millonaria/>
- <http://www.inei.gob.pe/>
- [www.entebbe.org/labora/index.php](http://www.entebbe.org/labora/index.php)
- <http://www.alegsa.com.ar/Notas/135.php>
- <http://www.pangea.org/peremarques/glosario.htm>
- [http://www.buzoneo.info/diccionario\\_marketing/diccionario\\_marketing\\_s.php](http://www.buzoneo.info/diccionario_marketing/diccionario_marketing_s.php)
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html>  
[sostenible.shtml](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/logotipo-definicion.html)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Negocio>
- <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo-sostenible/turismo-sostenible.html>
- <http://www.uv.mx/universidad/doctosofi/nme/glos.htm>
- [http://www.dinero.com/negocios-online/servicios/dominos-pizza-crecimiento-moderado-2010\\_70103.aspx](http://www.dinero.com/negocios-online/servicios/dominos-pizza-crecimiento-moderado-2010_70103.aspx)
- <http://www.dineronegocios.com/comidafranquicia/>
- [http://www.protocolo.org/gest\\_web/proto\\_Seccion.pl?rfid=217&arefid=2415](http://www.protocolo.org/gest_web/proto_Seccion.pl?rfid=217&arefid=2415)
- <http://www.gastronomiaperu.com>
- <http://www.mincetur.gob.pe>

**8.4 Instituciones visitadas.**

- DIRCETUR: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.
- INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Dirección Regional de la Cultura - Amazonas.

# ANEXOS



## TABLA DE CONTENIDO

<b>ANEXO N° 01: ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>190</b>
1. ENCUESTA A HABITANTES Y VISITANTES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS .....	190
1.1. Modelo de encuesta aplicada a 59 habitantes de la ciudad de Chachapoyas.....	190
1.1.1 Resultados de encuesta: .....	1933
1.2. Modelo de encuesta aplicada a 59 visitantes de la ciudad de Chachapoyas.....	2133
1.2.1 Resultados de encuesta.....	2166
2. RESULTADOS CHECK LIST COMPETENCIA .....	2366
<b>ANEXO N° 02: DIRECTORIO DE RESTAURANTES Y AFINES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS .....</b>	<b>2411</b>
<b>ANEXO N° 03: LISTA DE INSUMOS.....</b>	<b>2444</b>
<b>ANEXO N° 04: COTIZACIÓN E INVERSIÓN TOTAL.....</b>	<b>246</b>
1. COTIZACIÓN DE BIENES TANGIBLES E INTANGIBLES.....	2466
2. CUADRO DE INVERSIÓN TOTAL .....	2499
<b>ANEXO N° 05: MÉTODO PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DE LOS PRODUCTOS.....</b>	<b>254</b>
1. FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA DE LOS PRODUCTOS EN BASE A LOS COSTOS DEL RESTAURANTE GRAN BANQUETE .....	251

## ANEXO N° 01: ESTUDIO DE MERCADO

### 1. ENCUESTA A HABITANTES Y VISITANTES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

#### 1.1. Modelo de encuesta aplicada a 59 habitantes de la ciudad de Chachapoyas

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información relacionada con sus hábitos, expectativas y preferencias, que ayudarán a la estructuración de un plan de negocios para un Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas.

#### I. DATOS DE CLASIFICACIÓN.

1.1. PREGUNTA DE ENTRADA: Lugar o ciudad natal			
1.2. Tipo de habitante			
a. Local		b. Migrante	
<b>1.3. Sexo</b>	<b>1.4. Edad</b>	<b>1.5. Estado civil</b>	<b>1.6. Tipo de religión que profesa</b>
a. M b. F	a. 18 - 24 años b. 25 - 34 años c. 35 - 44 años d. 45 - 54 años e. Más de 54 años	a. Soltero (a) b. Casado (a) c. Divorciado (a) d. Viuda (o)	a. Católica b. Adventista c. Evangélico d. Testigo de Jehová e. Otro: ¿Cuál? _____
<b>1.7. Número de hijos</b>	<b>1.8. Grado de instrucción</b>	<b>1.9. Tipo de ocupación</b>	<b>1.10. Ingreso económico promedio mensual: Soles ( ) Dólares ( )</b>
a. 1 - 2 b. 3 - 5 c. 5 - más d. No tiene	a. Primaria b. Secundaria c. Técnica d. Universitaria e. Post grado/maestría/doctorado	a. Estudiante b. Empleado c. Empresario d. Independiente e. Otro: ¿Cuál? _____	a. Menos de 1000 b. De 1000 a 2499 c. De 2500 a 3999 d. De 4000 a 5999 e. De 6000 a 7999 f. De 8000 a más

#### II. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.

2.1 ¿Acostumbra salir a comer a un restaurante?

- a. Si b. No (Agradecer y terminar)

2.2 Si su respuesta es afirmativa, por favor señalar la frecuencia con que usted lo acostumbra a hacer (Marque con una X la más frecuente)

- a. Todos los días d. Dos veces al mes  
b. Tres a cinco veces por semana e. Una vez al mes  
c. Dos veces a la semana

2.3 ¿Por qué va a un restaurante? (Señale con X no más de 3 criterios)

Criterios	
a. No me gusta cocinar	
b. No tengo tiempo para cocinar	
c. Por salir a divertirme	
d. Porque simplemente me gusta ir	
e. Allá me encuentro con mis amigos / familiares	
f. Porque me invitan	
g. Otra: ¿Cuál? _____	

2.4 Según orden de prioridad del (1 al 5) indique: ¿Qué criterios tiene en cuenta al escoger un Café Restaurante?

Criterios	Orden
a. La facilidad de llegar a él	
b. El tipo de comida que ofrecen	
c. La atención y servicio	
d. Porque me lo recomendaron como bueno	
e. Por la conveniencia de precios	
f. Su ambiente - diseño	
g. Su horario de atención	
h. La facilidad para parquear	
i. La sazón de la comida	
j. Otra: ¿Cuál? _____	

2.5 ¿Con quién va más a menudo a comer en un establecimiento de restauración?

- a. Amigos d. Novio (a)  
b. Familia e. Solo  
c. Compañeros estudio/trabajo



**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

2.13 ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un Café Restaurante? (marcar hasta 4 según orden de prioridad)

Servicios	Orden
a. Internet inalámbrico	
b. Áreas de trabajo y/o lectura	
c. Espectáculos folklóricos	
d. Tv - Documentales	
e. Música selecta	
f. Área de juego para niños	
g. Área de fumadores y no fumadores	
h. Otro: ¿Cuál? _____	

2.14 De acuerdo a su preferencia: ¿Qué clase o tipo de alimentos y bebidas le gustaría encontrar en un Café Restaurante?

- |             |                      |
|-------------|----------------------|
| a. Local    | d. Internacional     |
| b. Regional | e. Variado           |
| c. Nacional | f. Otro: Cuál? _____ |

2.15 Mencione el nombre de los platos y bebidas que ha consumido en los restaurantes y cafeterías de la ciudad de Chachapoyas.

Plato y/o Comida	Bebida

2.16 Mencione el nombre de tres comidas y bebidas que sean sus favoritas en los restaurantes y cafeterías de la ciudad de Chachapoyas.

Comida favorita	Bebida favorita

2.17 Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un **plato principal, entrada y postre** en un restaurante.

Precio en nuevos soles Por Plato Principal	Precio en nuevos soles Por Entrada	Precio en nuevos soles Por Postre
Entre S/ 12.00 y S/ 16.00	Entre S/ 3.50 y S/ 5.00	Entre S/ 2.50 y S/ 4.00
Entre S/ 17.00 y S/ 20.00	Entre S/ 5.50 y S/ 7.00	Entre S/ 4.50 y S/ 6.00
Entre S/ 21.00 y S/ 24.00	Entre S/ 7.50 y S/ 9.00	Entre S/ 6.50 y S/ 8.00
Entre S/ 25.00 y S/ 30.00	Entre S/ 9.50 y S/ 11.00	Entre S/ 8.50 y S/ 10.00
Entre S/ 31.00 y S/ Más	Entre S/ 11.50 y S/ Más	Entre S/ 10.50 y S/ Más

2.18 ¿Qué clase o tipo de restaurante le gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas?

- |  |   |
|--|---|
| a. Restaurante turístico                             | 2.18.1 ¿Dónde le gustaría que se ubique?    |
| b. Restaurante gourmet                               | a. Fuera del casco urbano de la ciudad      |
| c. Restaurante buffet                                | b. En la entrada a Chachapoyas              |
| d. Restaurante de comida rápida ( <i>fast food</i> ) | c. Dentro del centro histórico de la ciudad |
| e. Restaurante temático                              | d. Otro lugar: ¿Cuál? _____                 |

2.19 Si usted tuviera la oportunidad de recomendarle algo al dueño de un restaurante en la ciudad de Chachapoyas, que le recomendaría para lograr su escogencia: \_\_\_\_\_

*Muchas gracias por su tiempo y colaboración*

Chachapoyas \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

**1.1.1 Resultados de encuesta:**

**I. DATOS DE CLASIFICACIÓN.**

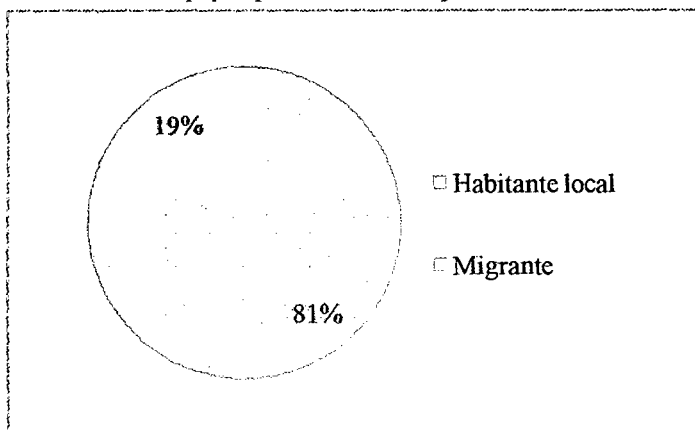
CUADRO N° 1.1 Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de habitante

Tipo de habitante	fi	hi
Habitante local	48	81%
Migrante	11	19%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.1

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de habitante



Según la muestra de las 59 personas encuestadas, tenemos que el 81% son habitantes locales, es decir naturales de la ciudad de Chachapoyas, mientras que 19% son personas migrantes, pero que residen en la ciudad de Chachapoyas.

Fuente: Elaboración propia - 2011

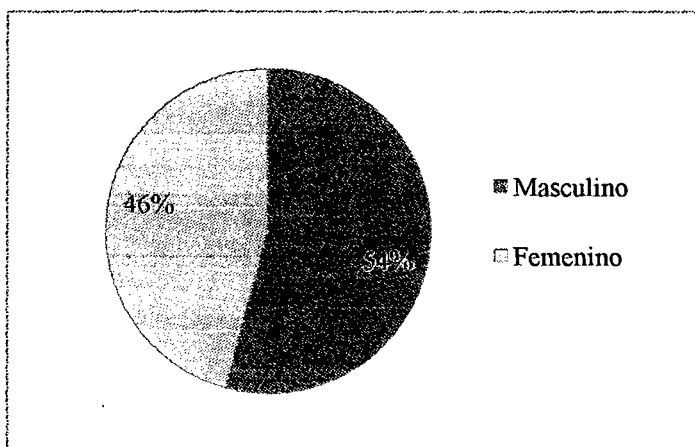
CUADRO N° 1.2: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de sexo

Sexo	fi	hi
Masculino	32	54%
Femenino	27	46%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.2

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de sexo



El 54% de las personas encuestadas son del sexo masculino y el 46% pertenecen al sexo femenino.

Fuente: Elaboración propia - 2011

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

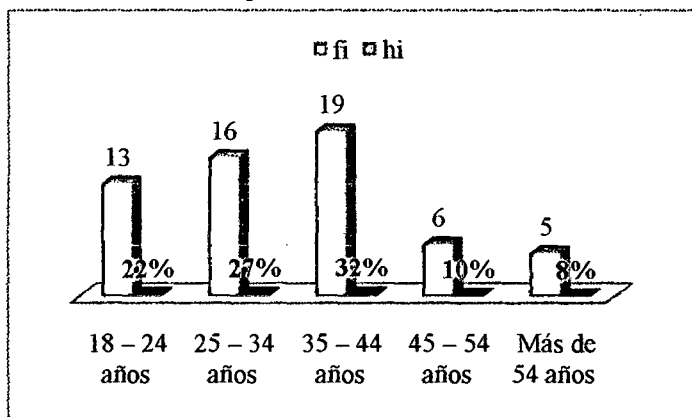
CUADRO N° 1.3: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes a la ciudad de Chachapoyas para conocer sus edades

Edad	fi	hi
18 – 24 años	13	22%
25 – 34 años	16	27%
35 – 44 años	19	32%
45 – 54 años	6	10%
Más de 54 años	5	8%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.3

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes a la ciudad de Chachapoyas para conocer sus edades



Las personas encuestadas están entre los siguientes intervalos de edad: el 32% entre 35 y 44 años, dicho porcentaje es producto de la respuesta de 19 personas encuestadas; 16 personas están entre 25 y 34 años, equivalente al 27%; 13 personas, es decir el 22% entre 18 y 24 años, siendo estos los más representativos.

Fuente: Elaboración propia – 2011

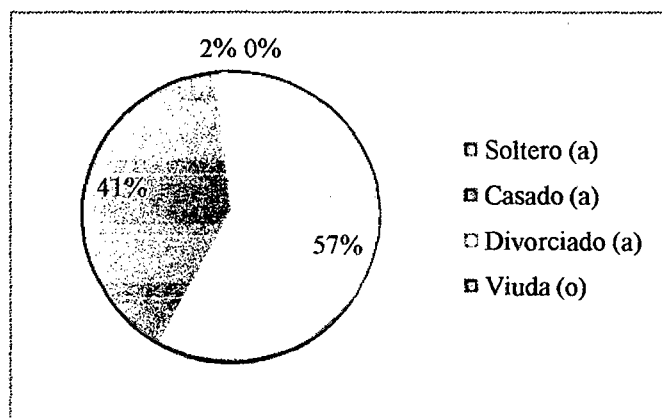
CUADRO N° 1.4: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su estado civil

Estado civil	fi	hi
Soltero (a)	34	58%
Casado (a)	24	41%
Divorciado (a)	1	2%
Viuda (o)	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.4

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su estado civil



Frente a la pregunta referida a su estado civil, las personas contestaron: la mayoría, es decir el 57% son solteros; seguido por el 41% que respondieron son casados.

Fuente: Elaboración propia – 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

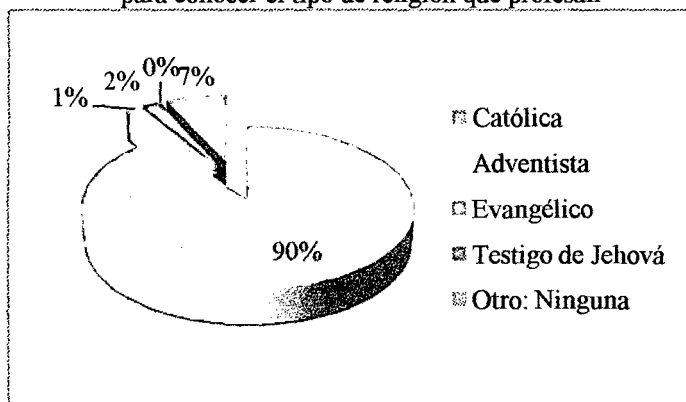
**CUADRO N° 1.5: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de religión que profesan**

Tipo de religión que profesa	fi	hi
Católica	53	90%
Adventista	1	2%
Evangélico	1	2%
Testigo de Jehová	0	0%
Otro: Ninguna	4	7%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.5**

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de religión que profesan



El 90% de los encuestados profesan como religión la católica, el 7% respondieron que no profesan ningún tipo de religión, el 2% son evangélicos, el 1% son adventistas y ningún testigo de Jehová de todos los encuestados.

Fuente: Elaboración propia – 2011

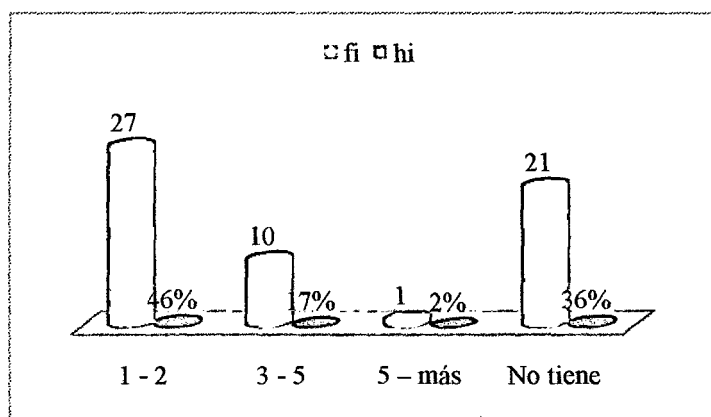
**CUADRO N° 1.6: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el número de hijos que tienen**

Número de hijos	fi	hi
1 - 2	27	46%
3 - 5	10	17%
5 – más	1	2%
No tiene	21	36%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.6**

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el número de hijos que tienen



De todas las personas encuestadas el 46% tienen entre 1 y 2 hijos, mientras que el 36% manifestaron que no tienen hijos, el 17% entre 3 y 5 hijos y el 2% entre 5 y más hijos.

Fuente: Elaboración propia – 2011

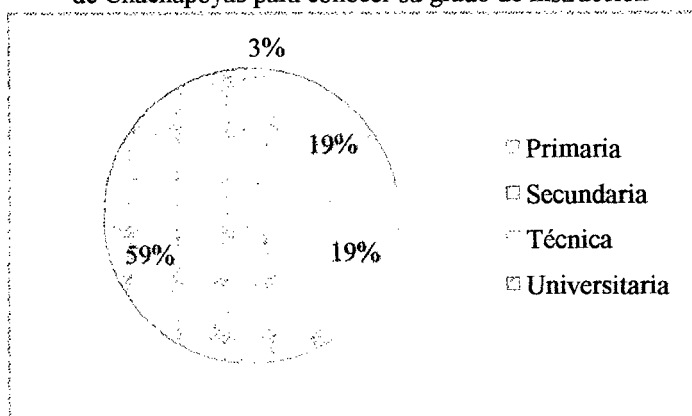
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 1.7: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su grado de instrucción**

<b>Grado de instrucción</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Primaria	2	3%
Secundaria	11	19%
Técnica	11	19%
Universitaria	35	59%
Post grado/maestría/doctorado	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.7: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su grado de instrucción**



La mayoría, es decir el 59% de los encuestados presentan grado de instrucción universitaria, el 19% técnica y secundaria en igual porcentaje y el 3% primaria.

Fuente: Elaboración propia – 2011

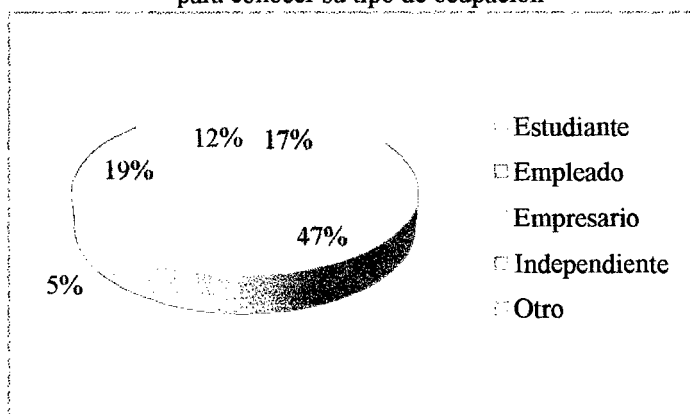
**CUADRO N° 1.8: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de ocupación**

<b>Tipo de ocupación</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Estudiante	10	17%
Empleado	28	47%
Empresario	3	5%
Independiente	11	19%
Otro	7	12%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.8**

**Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de ocupación**



En referencia a su tipo de ocupación los encuestados respondieron: el 47% son empleados (públicos – privados), el 19% son independientes, el 17% son estudiantes, el 12% presentan otro tipo de ocupación y el 5% son empresarios.

Fuente: Elaboración propia – 2011

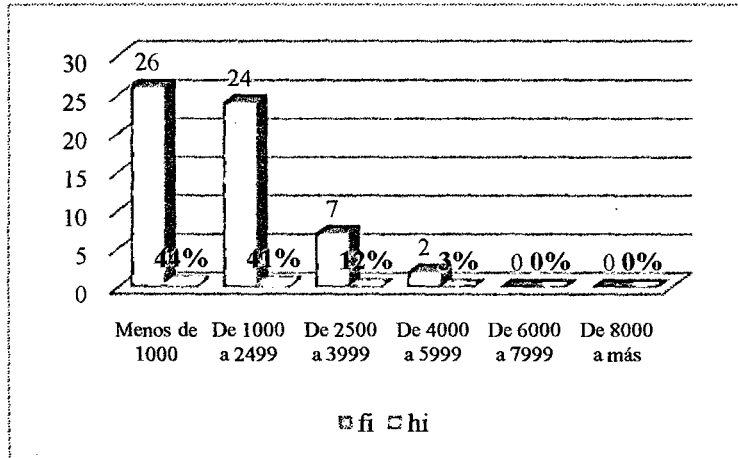


CUADRO N° 1.9: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su ingreso económico mensual (en soles)

Ingreso promedio (mensual en soles)	fi	hi
Menos de 1000	26	44%
De 1000 a 2499	24	41%
De 2500 a 3999	7	12%
De 4000 a 5999	2	3%
De 6000 a 7999	0	0%
De 8000 a más	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.9: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su ingreso económico mensual (en soles)



El 44% de los encuestados presentan un ingreso promedio mensual de menos de 1000 nuevos soles, el 41% entre 1000 y 2499 nuevos soles, el 12% entre 2500 y 3999 nuevos soles y el 3% entre 4000 y 5999 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia - 2011

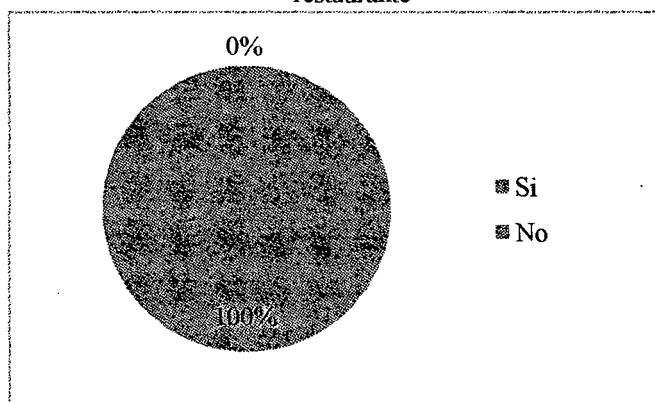
## II. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.

CUADRO N° 2.1: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer si acostumbran salir a comer en un restaurante

¿Acostumbra salir a comer a un restaurante?	fi	hi
Si	59	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 2.1: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer si acostumbran salir a comer en un restaurante



El 100% de las personas encuestadas respondieron que SI acostumbran salir a comer en un restaurante.

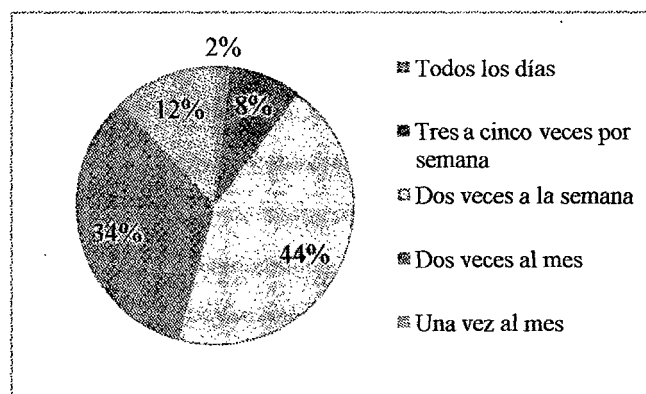
Fuente: Elaboración propia – 2011

CUADRO N° 2.2: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que acostumbran salir a comer en un restaurante

Frecuencia con la que usted lo acostumbra a hacer	fi	hi
Todos los días	1	2%
Tres a cinco veces por semana	5	8%
Dos veces a la semana	26	44%
Dos veces al mes	20	34%
Una vez al mes	7	12%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 2.2: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que acostumbran salir a comer en un restaurante



Fuente: Elaboración propia – 2011

Siguiendo la secuencia de la pregunta anterior, la frecuencia con la que acostumbran salir a comer en un restaurante esta dado de la siguiente manera: el 44% acostumbra salir dos veces a la semana, el 34% dos veces al mes, el 12% una vez al mes, 8% tres veces por semana y el 2% indico que todos los días.

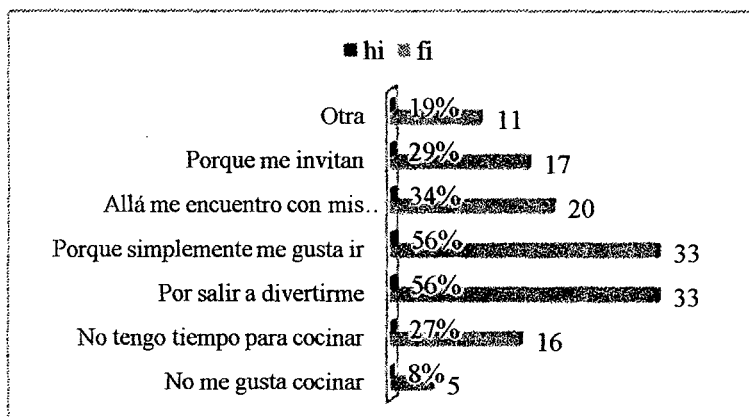
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.3:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos y/o motivos por el que acuden a un restaurante

<b>Principales aspectos y/o motivos</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
No me gusta cocinar	5	8%
No tengo tiempo para cocinar	16	27%
Por salir a divertirme - relajarse	33	56%
Porque simplemente me gusta ir	33	56%
Allá me encuentro con mis amigos / familiares	20	34%
Porque me invitan	17	29%
Otra (variar el menú)	11	19%
<b>Total</b>	-	-

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 2.3:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos y/o motivos por el que acuden a un restaurante



Fuente: Elaboración propia – 2011

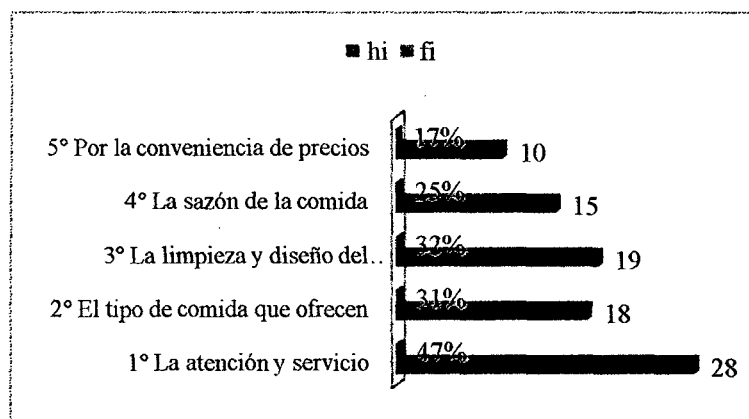
Los principales aspectos y/o motivos por el que las personas van a un restaurante son: el 56% van porque simplemente les gusta ir, en igual porcentaje por salir a divertirse o relajarse; el 34% van porque se encuentran con amigos y/o familiares; el 29% porque lo invitan; el 27% porque no tienen tiempo para cocinar; el 19% por otros motivos (Variar el menú de casa) y por último el 8% de todos los encuestados respondieron que van porque no les gusta cocinar.

**CUADRO N° 2.4:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los criterios que tienen en cuenta a la hora de escoger un restaurante

<b>Criterios que tienen en cuenta al escoger un restaurant, según orden de prioridad</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
1° La atención y servicio	28	47%
2° El tipo de comida que ofrecen	18	31%
3° La limpieza y diseño del establecimiento	19	32%
4° La sazón de la comida	15	25%
5° Por la conveniencia de precios	10	17%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 2.4:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los criterios que tienen en cuenta a la hora de escoger un restaurante



Fuente: Elaboración propia – 2011

Según orden de prioridad, los 5 criterios que tienen en cuenta las personas a la hora de escoger un restaurante son: el 47% considera como primer criterio la buena atención y servicio, el 31% considera en segundo lugar el tipo de comida que ofrecen, el 32% tiene en cuenta la limpieza y diseño del restaurante como tercer lugar, el 25% considera en cuarto lugar la sazón de la comida y el 17% considera como quinto criterio los precios.

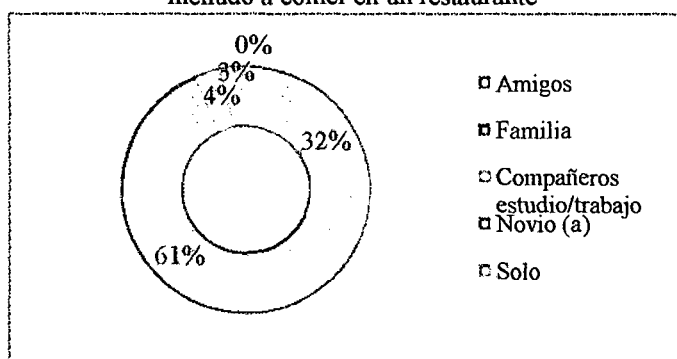
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.5:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer con quien van más a menudo a comer en un restaurante

Personas con la que va más a menudo a comer en un establecimiento de restauración	fi	hi
Amigos	19	32%
Familia	36	61%
Compañeros estudio/trabajo	2	3%
Novio (a)	2	3%
Solo	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.5:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer con quien van más a menudo a comer en un restaurante



Fuente: Elaboración propia – 2011

De las personas que acostumbran salir a comer en un restaurante, teniendo en cuenta varios criterios: el 61% acuden más a menudo con su familia, el 32% con amigos, el 4% con compañeros de estudio y el 3% con su novio(a).

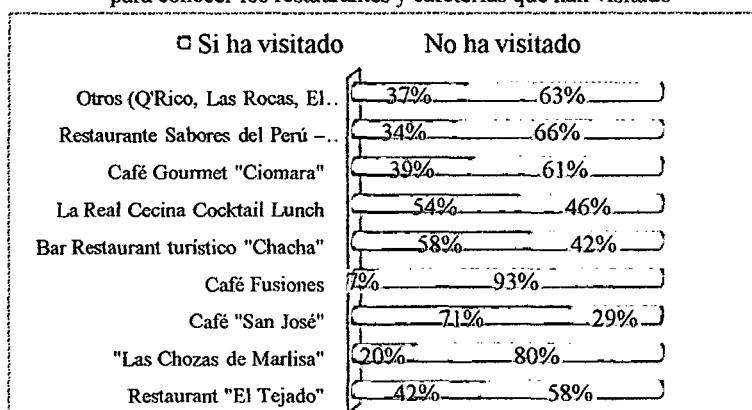
**CUADRO N° 2.6:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los restaurantes y cafeterías que han visitado

Restaurantes y cafeterías	fi	hi	fi	hi
Restaurant "El Tejado"	25	42%	34	58%
"Las Chozas de Marlisa"	12	20%	47	80%
Café "San José"	42	71%	17	29%
Café Fusiones	4	7%	55	93%
Bar Restaurant turístico "Chacha"	34	58%	25	42%
La Real Cecina Cocktail Lunch	32	54%	27	46%
Café Gourmet "Ciomara"	23	39%	36	61%
Restaurante Sabores del Perú – Chicken Grill.	20	34%	39	66%
Otros (Q'Rico, Las Rocas, El matalache, etc.)	22	37%	37	63%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.6**

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los restaurantes y cafeterías que han visitado



Fuente: Elaboración propia – 2011

Según las respuestas de las 59 personas encuestadas, los 5 restaurantes y afines más visitados son: 1° el Café San José, respondieron el 71%, 2° el Bar Restaurant Turístico Chacha (58%), 3° la Real Cecina Cocktail Lunch (54%), 4° el restaurante El Tejado (42%) y el 5° más visitado es el Café Gourmet "Ciomara" que respondieron el 39%.

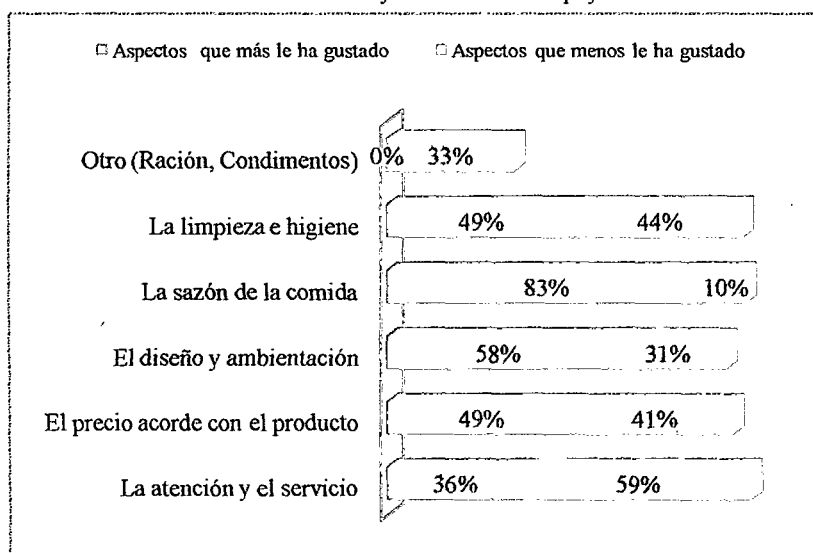
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 2.7: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos que más les ha gustado y lo que menos les ha gustado en los restaurantes y afines de Chachapoyas

Criterios	Aspectos que MÁS les ha gustado		Aspectos que MENOS les ha gustado	
	fi	hi	fi	hi
La atención y el servicio	21	36%	35	90%
El precio acorde con el producto	29	49%	16	41%
El diseño y ambientación	34	58%	12	31%
La sazón de la comida	49	83%	4	10%
La limpieza e higiene	29	49%	17	44%
Otro (Ración, Condimentos)	0	0%	13	33%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.7: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos que más les ha gustado y lo que menos les ha gustado en los restaurantes y afines de Chachapoyas



Fuente: Elaboración propia - 2011

Los tres aspectos que MAS les ha gustados de los restaurantes y afines son: el 83% de los 59 encuestados respondieron la sazón de la comida, el 58% el diseño y ambientación y el 49% los precios acorde con los productos y en igual porcentaje la limpieza e higiene. Mientras que los tres aspectos que MENOS les ha gustado son: al 59% de los 59 encuestados respondieron la atención y el servicio, al 29% la limpieza e higiene y al 27% los precios de los productos.

CUADRO N° 22.8

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los platos que han consumido en los restaurantes y afines

Platos y/o comidas que han consumido en los restaurantes de Chachapoyas.				Comidas y bebidas favoritas	
N°	Platos y/o comidas	Habitantes (Local y Migrante)		Habitantes (Local y Migrante)	
		fi	hi	fi	hi
1	Cecina (Chancho y Res)	42	71%	32	54%
2	Cuy con papas	14	24%	14	24%
3	Juane, Tamal, Humitas	13	22%	10	17%
4	Arroz con pato	11	19%	11	19%
5	Bistec (pollo y carne, apanado)	9	15%	7	12%
6	Lomito saltado	9	15%	9	15%
7	Pollo (milanesa, chicharrón, escabeche - mechado)	9	15%	5	8%
8	Arroz con pollo	7	12%	9	15%
9	Trucha frita	6	10%	7	12%

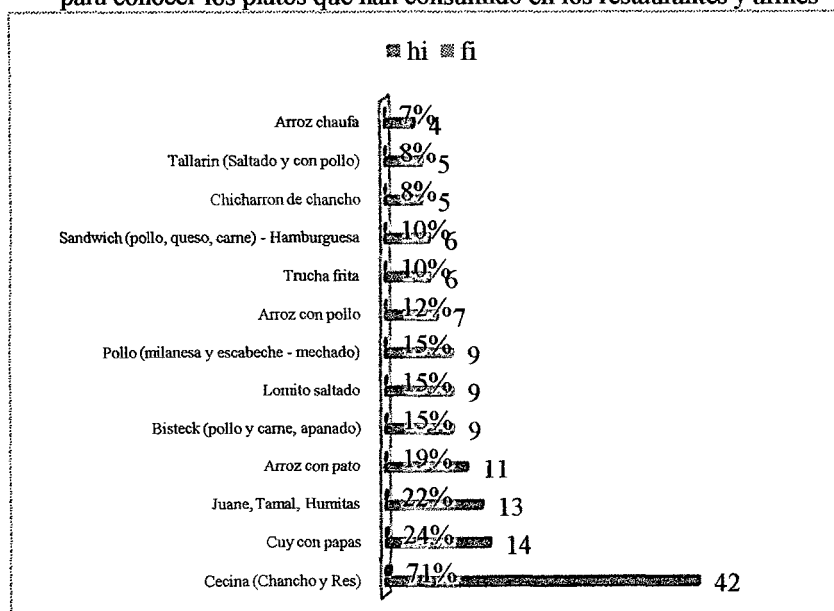
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

10	Sándwich (pollo, queso, carne) - Hamburguesa	6	10%	1	2%
11	Chicharrón de chanco	5	8%	7	12%
12	Tallarín (Saltado y con pollo)	5	8%	3	5%
13	Arroz chaufa	4	7%	3	5%
14	Asado de res	3	5%	2	3%
15	Aji de gallina	3	5%	3	5%
16	Chuleta de chanco	2	3%	1	2%
17	Mondongito al Italiano	2	3%	2	3%
18	Caldo de gallina	2	3%	1	2%
19	Locro de guineo con chanco	2	3%	1	2%
20	Churrasco montado	1	2%	1	2%
21	Arroz a la jardinera	1	2%	1	2%
22	Estofado (gallina, res)	1	2%		0%
23	Filete de pollo encebollado	1	2%	1	2%
24	Papa rellena	1	2%		0%
25	Salpicón de vainita	1	2%	1	2%
26	Charque con ollucos	1	2%	1	2%
27	Adobo de chanco	1	2%	1	2%
28	Carapulcra	1	2%	1	2%
-	<b>Total encuestados</b>	<b>59</b>	-	<b>59</b>	-

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.8

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los platos que han consumido en los restaurantes y afines



Fuente: Elaboración propia – 2011

De las 28 comidas o platos que se han consumido en los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas, tenemos que los 5 platos con mayor demanda son: la cecina de chanco y res con 71%, el cuy con papas (24%), los juanes, tamales y humitas (22%), el arroz con pato (19%) y el bisteck (15%)

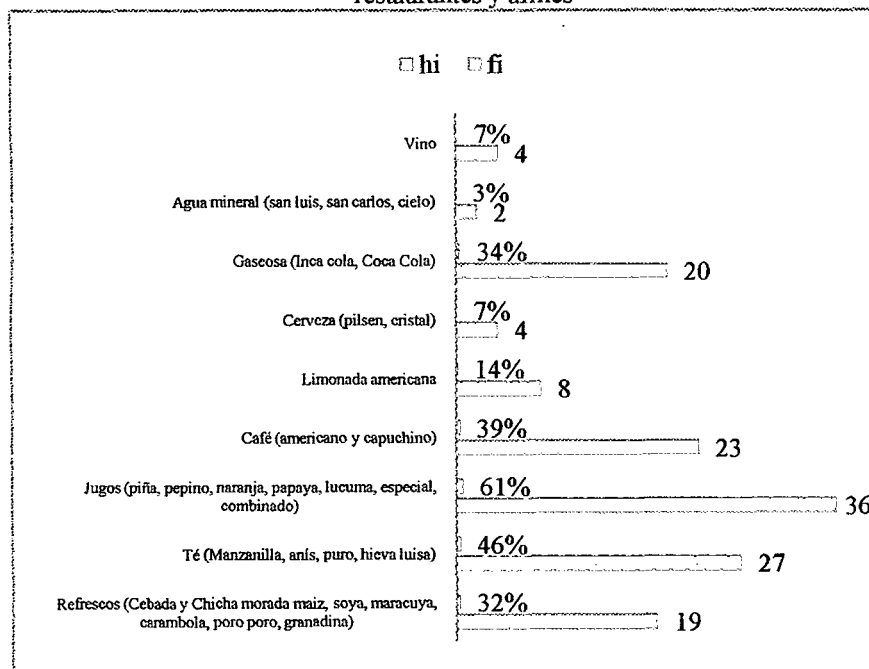
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.9: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer las bebidas que han consumido en los restaurantes y afines**

<b>Bebidas que han consumido en los restaurantes de Chachapoyas.</b>			
<b>N°</b>	<b>Bebidas</b>	<b>Habitantes (Local y Migrante)</b>	
		<b>fi</b>	<b>hi</b>
1	Refrescos (Cebada y Chicha morada maíz, soya, maracuyá, carambola, poro poro, granadina)	19	32%
2	Té (Manzanilla, anís, puro, hierba luisa)	27	46%
3	Jugos (piña, pepino, naranja, papaya, lúcuma, especial, combinado)	36	61%
4	Café (americano y capuchino)	23	39%
5	Limonada americana	8	14%
6	Cerveza (pilsen, cristal)	4	7%
7	Gaseosa (Inca cola, Coca Cola)	20	34%
8	Agua mineral (san luis, san carlos, cielo)	2	3%
9	Vino	4	7%
-	<b>Total encuestados</b>	<b>59</b>	<b>-</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.9: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer las bebidas que han consumido en los restaurantes y afines**



Fuente: Elaboración propia – 2011

De todas las bebidas que se han consumido en los restaurantes de Chachapoyas, que están indicadas en el grafico, las 5 que más se han consumido son: Los jugos (61%), los tés (46%), el café (39%), gaseosas (34%) y los refrescos (32%).

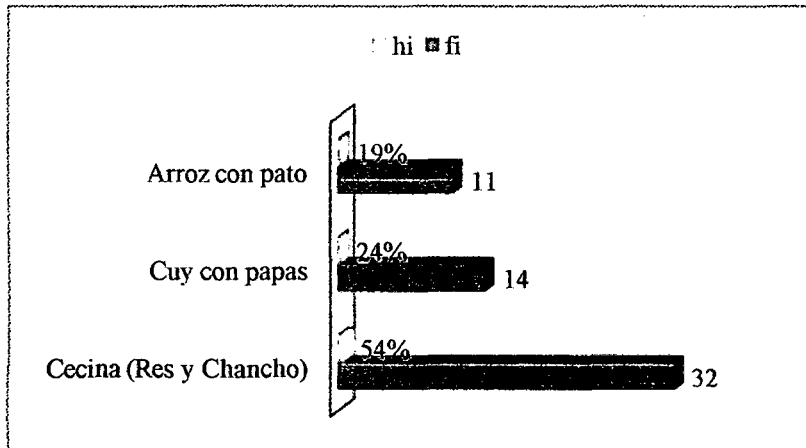
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 2.10: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su comida favorita

Comida favorita	fi	hi
Cecina (Res y Chancho)	32	54%
Cuy con papas	14	24%
Arroz con pato	11	19%

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.10: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su comida favorita



Fuente: Elaboración propia – 2011

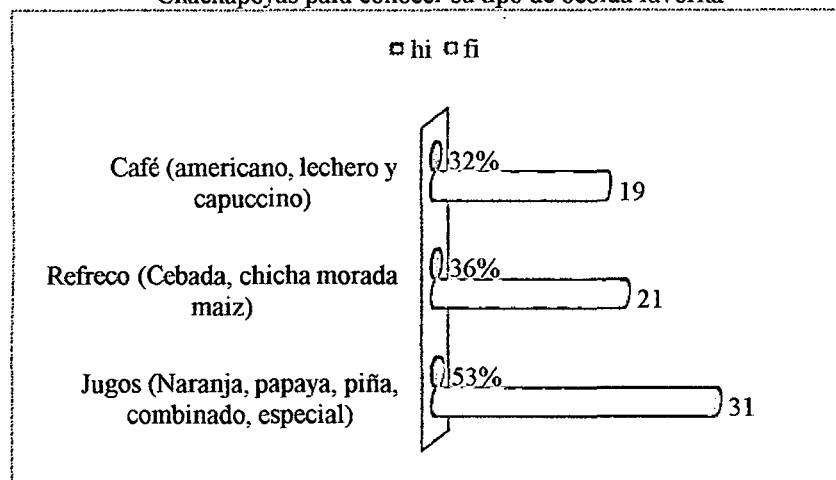
Las tres comidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 54% de los 59 encuestados es la Cecina de Chancho y Res, para el 24% de los 59 es el Cuy con Papas y para el 19% el Arroz con Pato.

CUADRO N° 2.11: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita

Bebida favorita	fi	hi
Jugos (Naranja, papaya, piña, combinado, especial)	31	53%
Refresco (Cebada, chicha morada maíz)	21	36%
Café (americano y lechero)	19	32%

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.11: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita



Fuente: Elaboración propia – 2011

Las tres bebidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 53% de los 59 encuestados son los jugos (naranja, papaya, piña, combinado, especial), para el 36% los refrescos (cebada, chicha morada de maíz) y para el 32% el café (americano y lechero).



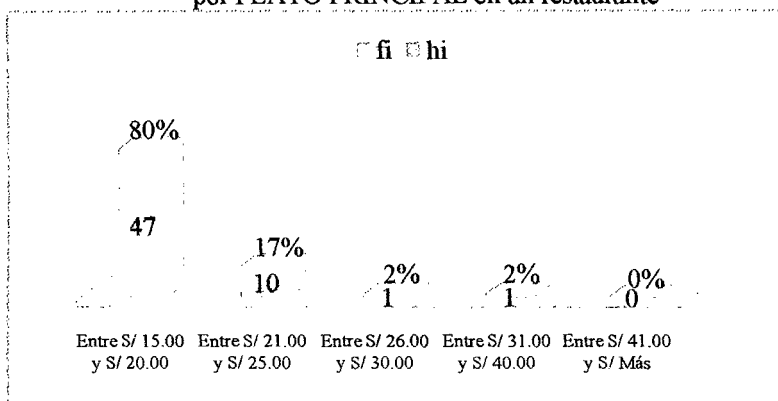
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.12:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO PRINCIPAL en un restaurante

Precio PLATO PRINCIPAL (en soles)	fi	hi
Entre S/ 15.00 y S/ 20.00	47	80%
Entre S/ 21.00 y S/ 25.00	10	17%
Entre S/ 26.00 y S/ 30.00	1	2%
Entre S/ 31.00 y S/ 40.00	1	2%
Entre S/ 41.00 y S/ Más	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.12:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO PRINCIPAL en un restaurante



El 80% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 15 a 20 nuevos soles por PLATO PRINCIPAL, mientras que el 17% entre 21 a 25 nuevos soles.

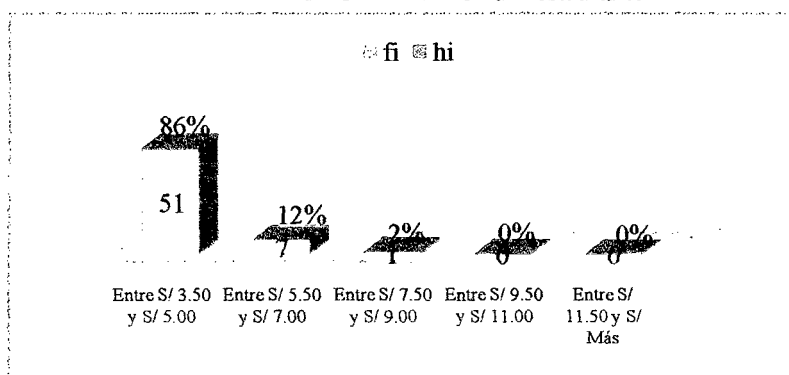
Fuente: Elaboración propia – 2011

**CUADRO N° 2.13:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO ENTRADA en un restaurante

Precio por PLATO ENTRADA (en soles)	fi	hi
Entre S/ 3.50 y S/ 5.00	51	86%
Entre S/ 5.50 y S/ 7.00	7	12%
Entre S/ 7.50 y S/ 9.00	1	2%
Entre S/ 9.50 y S/ 11.00	0	0%
Entre S/ 11.50 y S/ Más	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.13:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO ENTRADA en un restaurante



El 86% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 3.50 a 5.00 nuevos soles por PLATO ENTRADA, mientras que el 12% entre 5.5 a 7.00 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia – 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

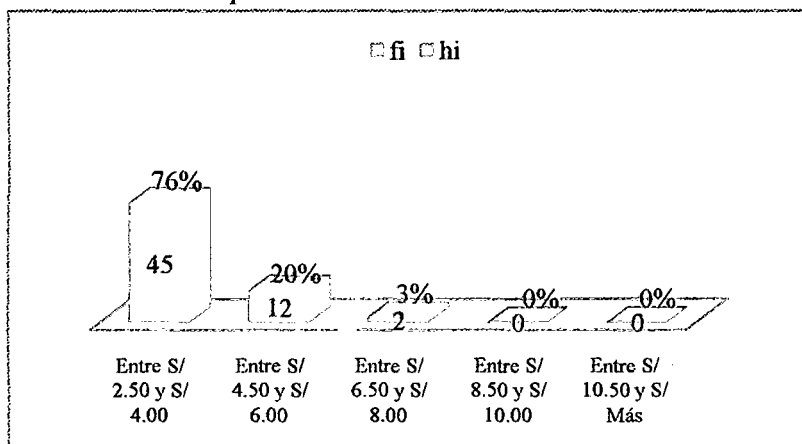
**CUADRO N° 2.14: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por un POSTRE en un restaurante**

Precio por POSTRE (en soles)	fi	hi
Entre S/ 2.50 y S/ 4.00	45	76%
Entre S/ 4.50 y S/ 6.00	12	20%
Entre S/ 6.50 y S/ 8.00	2	3%
Entre S/ 8.50 y S/ 10.00	0	0%
Entre S/ 10.50 y S/ Más	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

**GRAFICO N° 2.14**

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por un POSTRE en un restaurante



El 76% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 2.50 a 4.00 nuevos soles por un POSTRE, mientras que el 20% entre 4.50 a 6.00 nuevos soles y el 3% entre 6.50 a 8.00 nuevos soles.

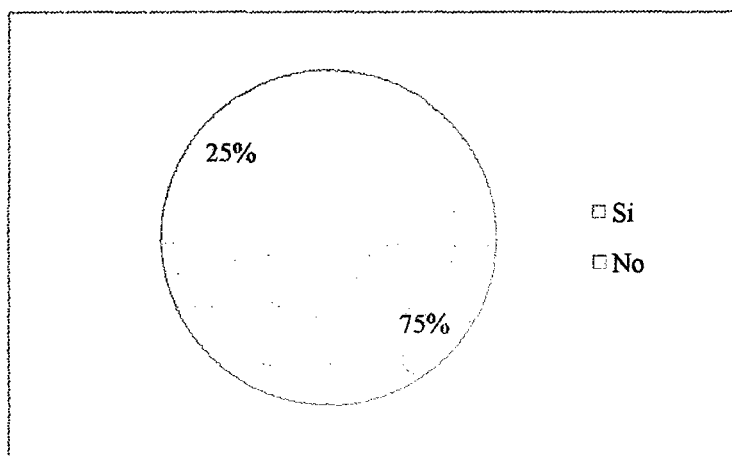
Fuente: Elaboración propia - 2011

**CUADRO N° 2.15: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer SI acostumbran tomar café cuando acuden a un restaurante**

Costumbre de tomar café en un restaurante	fi	hi
Si	44	75%
No	15	25%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

**GRAFICO N° 2.15: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer SI acostumbran tomar café cuando acuden a un restaurante**



El 75% de las personas encuestadas manifestaron que SI toman café cuando acuden a un restaurante, frente al 25% que indico NO acostumbra tomar café.

Fuente: Elaboración propia - 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

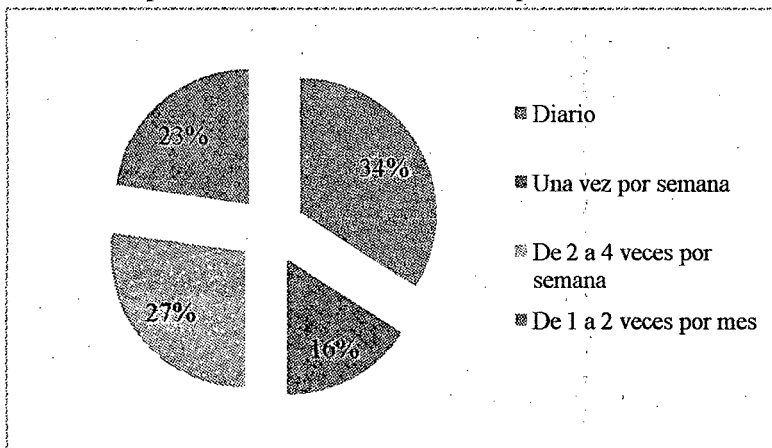
**CUADRO N° 2.15.1: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que toma café**

Frecuencia con la que toma café	fi	hi
Diario	15	34%
Una vez por semana	7	16%
De 2 a 4 veces por semana	12	27%
De 1 a 2 veces por mes	10	23%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

**GRAFICO N° 2.15.1**

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que toma café



Siguiendo la secuencia de la anterior pregunta, del 75% de las personas encuestadas que manifestaron que SI toman café; el 34% respondieron que toman café diario, el 27% de 2 a 4 veces por semana, el 23% de 1 a 2 veces por mes y el 16% una vez por semana.

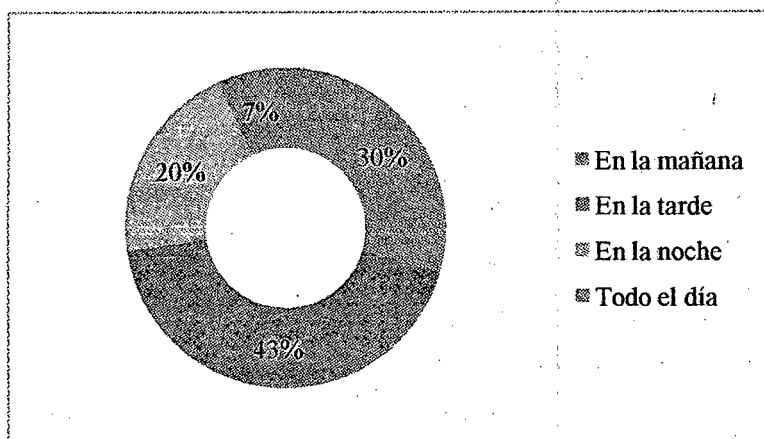
Fuente: Elaboración propia - 2011

**CUADRO N° 2.15.2: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el horario preferido para tomar café**

Horario	fi	hi
En la mañana	13	30%
En la tarde	19	43%
En la noche	9	20%
Todo el día	3	7%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

**GRAFICO N° 2.15.2: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el horario preferido para tomar café**



De las personas que SI toman café cuando acuden a un restaurante (75%); el 43% lo acostumbra tomar por la tarde, el 30% en la mañana, el 20% en la noche y el 7% todo el día.

Fuente: Elaboración propia - 2011

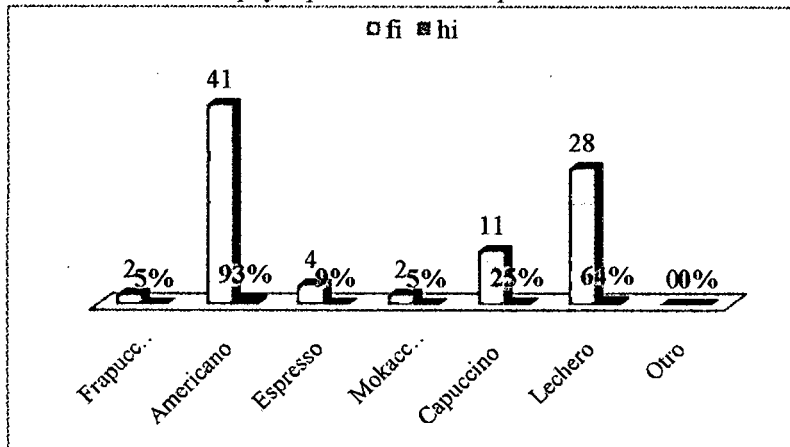
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 2.15.3: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de café favorito

Tipo(s) de café favorito	fi	hi
Frabruccino	2	3%
Americano	41	69%
Espresso	4	7%
Mokaccino	2	3%
Capuccino	11	19%
Lechero	28	47%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.15.3: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de café favorito



Del 75% de las personas que SI toman café; el 69% respondieron que su tipo de café que es su favorito es el americano (69%), el lechero (47%) y el capuccino (19%).

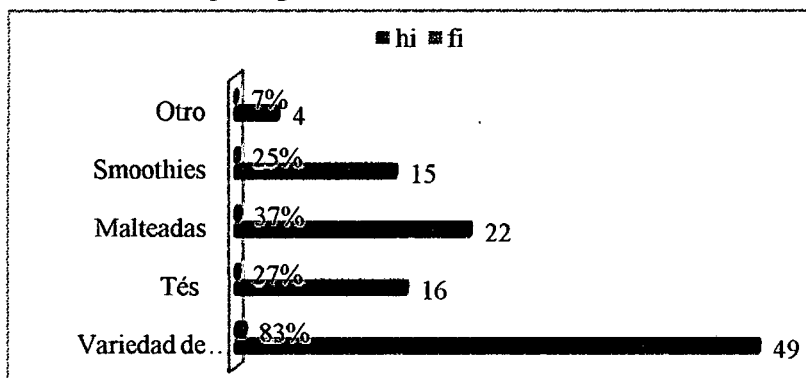
Fuente: Elaboración propia - 2011

CUADRO N° 2.16: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante

Tipo de bebida	fi	hi
Variedad de jugos	49	83%
Tés	16	27%
Malteadas	22	37%
Smoothies	15	25%
Otro	4	7%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.16: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante



De las personas encuestadas; el 83% respondieron que el tipo de bebida a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante es variedad de jugos, al 37% Malteadas, al 27% variedad de Tés, al 25% Smoothies y al 7% otro tipo de bebidas (gaseosa, cerveza, vinos, etc.)

Fuente: Elaboración propia - 2011

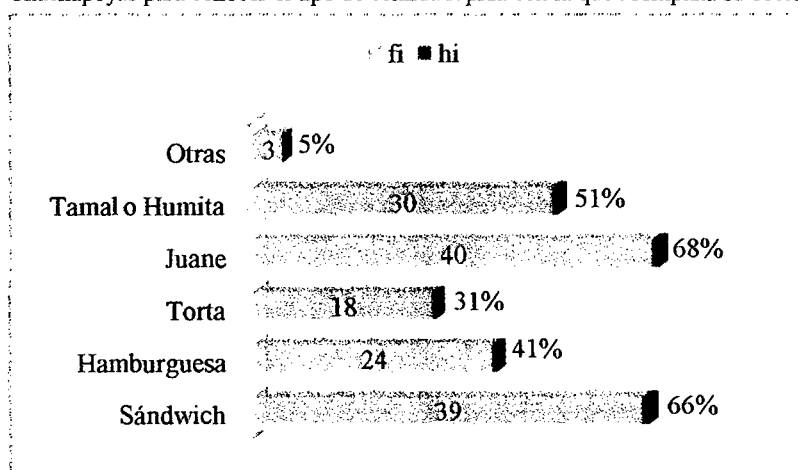
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.17:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de comida rápida con la que acompaña su bebida

Tipo de comida	fi	hi
Sándwich	39	66%
Hamburguesa	24	41%
Torta	18	31%
Juane	40	68%
Tamal o Humita	30	51%
Otras	3	5%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.17:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de comida rápida con la que acompaña su bebida



Fuente: Elaboración propia - 2011

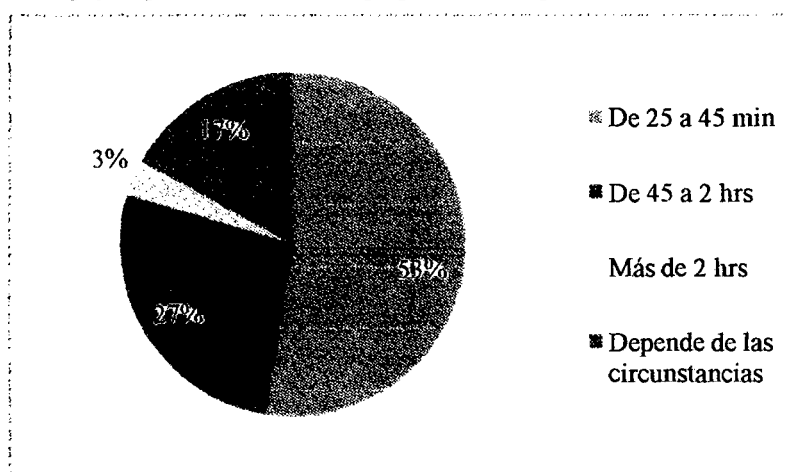
En relación a los tipos de comida rápida con el que le gusta acompañar su bebida: Al 68% de las personas encuestadas le gusta acompañar con Juane, al 66% con Sandwich, al 51% con Tamal o humita, al 41% con Hamburguesa, y en menor proporción con Torta (31%) y otras (5%).

**CUADRO N° 2.18:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tiempo promedio de permanece en un restaurante

Tiempo promedio	fi	hi
De 25 a 45 min	31	53%
De 45 a 2 hrs	16	27%
Más de 2 hrs	2	3%
Depende de las circunstancias	10	17%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.18:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tiempo promedio de permanece en un restaurante



Fuente: Elaboración propia - 2011

El 53% de los encuestados respondieron que el tiempo promedio de permanencia en un restaurante es de 25 a 45 minutos, el 27% de 45 minutos a 2 horas, el 17% manifestó que depende las circunstancias y el 3% más de dos horas.

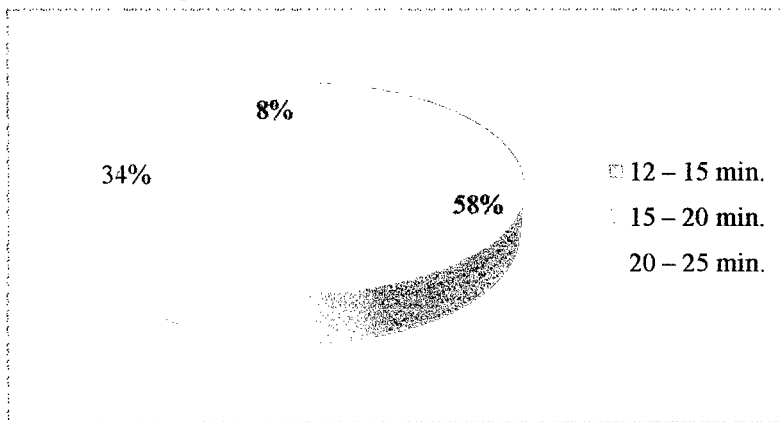
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

**CUADRO N° 2.19:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un PLATO A LA CARTA en un restaurante

Tiempo en minutos	fi	hi
12 – 15 min.	34	58%
15 – 20 min.	20	34%
20 – 25 min.	5	8%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.19:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un PLATO A LA CARTA en un restaurante



Fuente: Elaboración propia – 2011

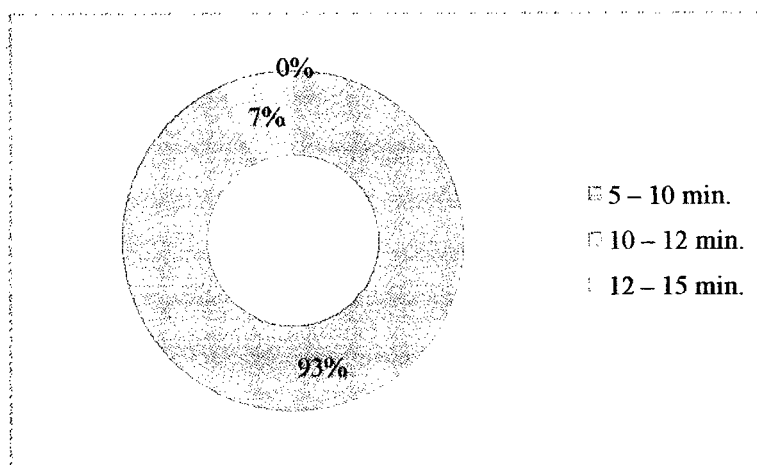
En referencia al tiempo para la atención de su pedido con un PLATO A LA CARTA, los encuestados consideran en su mayoría representado por el 58% debería ser entre 12 a 15 minutos, el 34% entre 15 a 20 minutos y el 8% entre 20 a 25 minutos.

**CUADRO N° 2.20:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un MENÚ en un restaurante

Tiempo en minutos	fi	hi
5 – 10 min.	55	93%
10 – 12 min.	4	7%
12 – 15 min.	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.20:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un MENÚ en un restaurante



Fuente: Elaboración propia - 2011

En referencia al tiempo para la atención a su pedido con un MENÚ en un restaurante, los encuestados consideran en su mayoría representado por el 93% debería ser entre 5 a 10 minutos y el 7% entre 10 a 20 minutos.

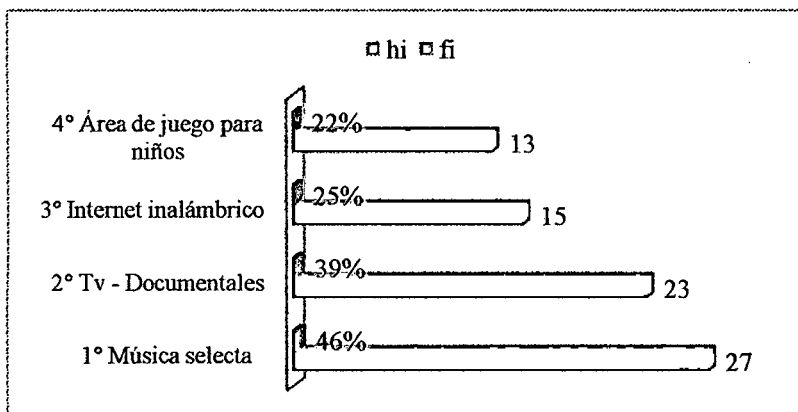
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.21:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante

Servicios según orden de prioridad	fi	hi
1° Música selecta	27	46%
2° Tv - Documentales	23	39%
3° Internet inalámbrico	15	25%
4° Área de juego para niños	13	22%

Fuente: Elaboración propia - 2011

**GRAFICO N° 2.21:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante



Fuente: Elaboración propia - 2011

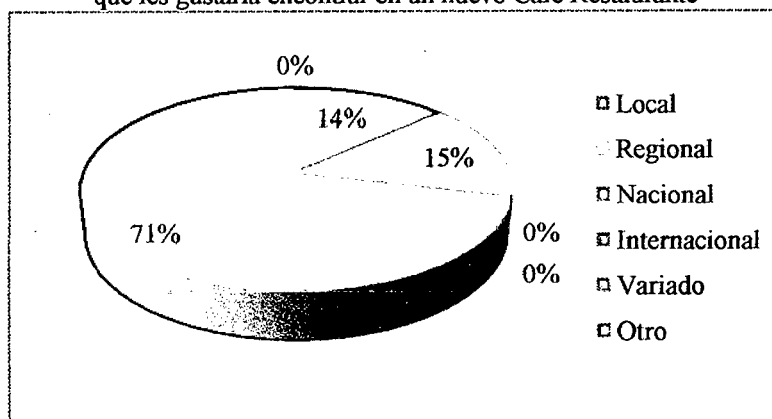
Del 100% de personas encuestadas que respondieron en relación a cada servicio adicional que considera debería tener un Café Restaurante, según orden de prioridad tenemos: 1° Música selecta (46%), 2° Tv - Documentales (39%), 3° Internet inalámbrico (25%) y 4° Área de juego para niños (22%).

**CUADRO N° 2.22:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante

Clase o tipo de alimentos y bebidas	fi	hi
Local	8	21%
Regional	9	23%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
Variado	42	108%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>151%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

**GRAFICO N° 2.22:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante



Fuente: Elaboración propia - 2011

Al 71% le gustaría encontrar alimentos y bebidas de tipo variado, al 15% regional y al 14% local.

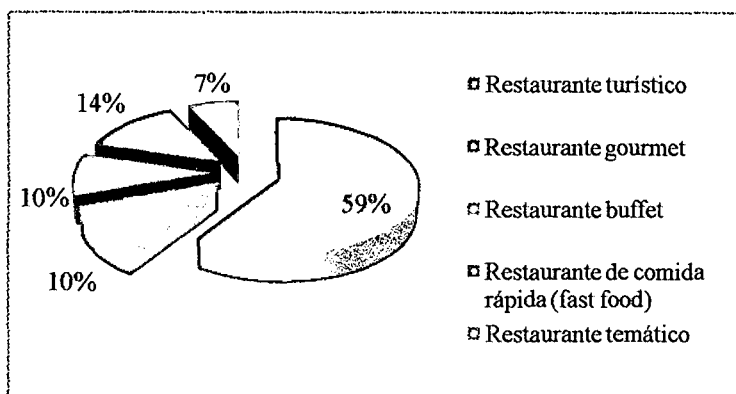
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.23:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas

Clase o tipo de restaurante	fi	hi
Restaurante turístico	35	59%
Restaurante gourmet	6	10%
Restaurante buffet	6	10%
Restaurante de comida rápida ( <i>fast food</i> )	8	14%
Restaurante temático	4	7%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.23:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Elaboración propia – 2011

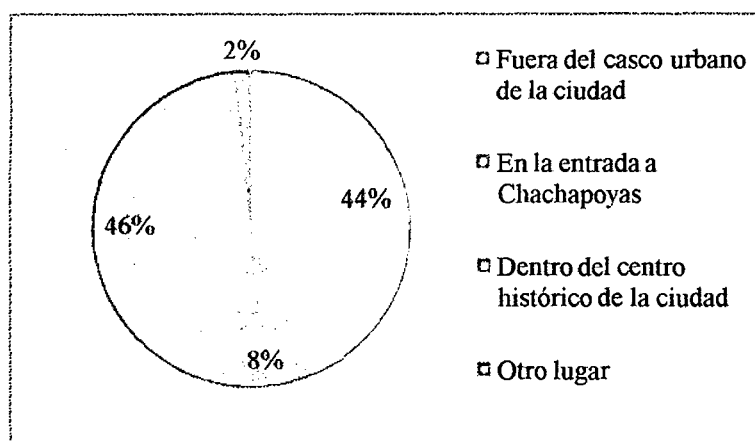
El 59% de los encuestados respondieron que el tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas es un Restaurante Turístico, para el 14% un Restaurante de Comida Rápida (*fast food*), para el 10% un restaurante tipo Gourmet y Buffet en igual porcentaje, y para el 7% un Restaurante temático.

**CUADRO N° 2.16:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante

Opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo	fi	hi
Fuera del casco urbano de la ciudad	26	44%
En la entrada a Chachapoyas	5	8%
Dentro del centro histórico de la ciudad	27	46%
Otro lugar	1	2%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.24:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo restaurante



Fuente: Elaboración propia - 2011

En referencia a la ubicación de un nuevo restaurante en la ciudad de Chachapoyas: el 46% respondió que le gustaría que se ubique dentro del centro histórico de la ciudad, al 44% fuera del casco urbano de la ciudad, al 8% en la entrada a Chachapoyas y al 2% en otro lugar.



TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

### 1.2.1 Modelo de encuesta aplicada a 59 visitantes de la ciudad de Chachapoyas

La presente encuesta tiene por finalidad recabar información relacionada con sus hábitos, expectativas y preferencias, que ayudarán a la estructuración de un plan de negocios para un Café Restaurante en la ciudad de Chachapoyas.

#### I. DATOS DE CLASIFICACIÓN.

1.1. PREGUNTA DE ENTRADA: Lugar o Ciudad natal			
1.2. Tipo de Visitante			
c. Nacional		d. Extranjero	
1.3. Sexo	1.4. Edad	1.5. Estado civil	1.6. Tipo de religión que profesa
c. M d. F	f. 18 - 24 años g. 25 - 34 años h. 35 - 44 años i. 45 - 54 años j. Más de 54 años	e. Soltero (a) f. Casado (a) g. Divorciado (a) h. Viuda (o)	f. Católica g. Adventista h. Evangélico i. Testigo de Jehová j. Otro: ¿Cuál?
1.7. Número de hijos	1.8. Grado de instrucción	1.9. Tipo de ocupación	1.10. Ingreso económico promedio mensual: Soles( ) Dólares( )
e. 1 - 2 f. 3 - 5 g. 5 - más h. No tiene	f. Primaria g. Secundaria h. Técnica i. Universitaria j. Post grado/maestría/doctorado	f. Estudiante g. Empleado h. Empresario i. Independiente j. Otro: ¿Cuál?	g. Menos de 1000 h. De 1000 a 2499 i. De 2500 a 3999 j. De 4000 a 5999 k. De 6000 a 7999 l. De 8000 a más

#### II. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.

1.1 ¿Cuánto tiempo tiene planeado permanecer en la ciudad de Chachapoyas?

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| h. Entre 1 a 2 días | j. Entre 3 a 5 días   |
| i. Entre 2 a 3 días | k. Entre 5 a más días |

1.2 Según orden de prioridad del (1 al 3) indique: ¿Qué medio (s) utilizó para informarse sobre los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas?

Medios	Orden
k. Internet (Pagina web)	
l. Paginas amarillas	
m. Revistas	
n. Radio	
o. TV.	
p. Agencias de Viaje	
q. Otra: ¿Cuál?	

1.3 Mencione el nombre de los Restaurantes y Cafeterías que ha visitado en la ciudad de Chachapoyas.

- |         |         |
|---------|---------|
| a. .... | c. .... |
| b. .... | d. .... |

1.4 ¿De los establecimientos de restauración que ha visitado, por favor indique que es lo que **más** le ha gustado y lo que **menos** le ha gustado? (respuesta múltiple)

Indicadores	Lo que MÁS le gusta	Lo que MENOS le gusta
g. La atención y el servicio		
h. El precio acorde con los productos		
i. El diseño y ambientación		
j. La sazón de la comida		
k. La limpieza e higiene		
l. Otro: ¿Cuál?.....		

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

1.5 Mencione el nombre de los platos y bebidas que ha consumido en los restaurantes y cafeterías de la ciudad de Chachapoyas.

Plato y/o Comida	Bebida

1.6 Mencione el nombre de tres comidas y bebidas que sean sus favoritas en los restaurantes y cafeterías de la ciudad de Chachapoyas.

Comida favorita	Bebida favorita

1.7 Lo que usted estaría dispuesto (a) a pagar por un *plato principal, entrada y postre* en un restaurante.

Precio en nuevos soles Por Plato Principal	Precio en nuevos soles Por Entrada	Precio en nuevos soles Por Postre
Entre S/ 12.00 y S/ 16.00	Entre S/ 3.50 y S/ 5.00	Entre S/ 2.50 y S/ 4.00
Entre S/ 17.00 y S/ 20.00	Entre S/ 5.50 y S/ 7.00	Entre S/ 4.50 y S/ 6.00
Entre S/ 21.00 y S/ 24.00	Entre S/ 7.50 y S/ 9.00	Entre S/ 6.50 y S/ 8.00
Entre S/ 25.00 y S/ 30.00	Entre S/ 9.50 y S/ 11.00	Entre S/ 8.50 y S/ 10.00
Entre S/ 31.00 y S/ Más	Entre S/ 11.50 y S/ Más	Entre S/ 10.50 y S/ Más

1.8 ¿Cuándo acude a un Café Restaurante, acostumbra tomar café?

c. Sí

d. No

*Si la respuesta es positiva, realizar las preguntas 6.1, 6.2 y 6.3*

1.8.1 ¿Qué tan seguido toma café?

Frecuencia	
e. Diario	
f. Una vez por semana	
g. De 2 a 4 veces por semana	
h. De 1 a 2 veces por mes	

1.8.2 ¿A qué hora del día?

Horario	
e. En la mañana	
f. En la tarde	
g. En la noche	
h. Todo el día	

1.8.3 ¿Cuál es su tipo(s) de café favorito?

*(marque 03 opciones según orden de preferencia)*

Tipo de Café	Orden
h. Frapuccino	
i. Americano	
j. Espresso	
k. Mokaccino	
l. Capuccino	
m. Lechero	
n. Otro: ¿Cuál?	

1.9 ¿Qué tipo de bebidas a parte de café le gustaría que hubiese en un restaurante? *(respuesta múltiple)*

f. Variedad de jugos	
g. Té	
h. Malteadas	
i. Smoothies	
j. Otro: ¿Cuál?	

1.10 ¿Con que tipo de comida rápida acompaña su bebida o café? *(respuesta múltiple)*

g. Sándwich	
h. Hamburguesa	
i. Torta	
j. Juane	
k. Tamal o humita	
l. Otro: ¿Cuál?	

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

1.11 Cuánto tiempo permanece en un establecimiento de restauración?

e. De 25 a 45 minutos	
f. De 45 minutos a 2 hora	
g. Más de 2 horas	
h. Depende de las circunstancias	

1.12 En su opinión, el tiempo de espera para la atención de un pedido de un *plato a la carta y un menú* en un restaurant debe ser?

<b>Plato a la carta</b>	12 - 15 min		<b>Menú</b>	5 - 10 min	
	15 - 20 min			10 - 12 min	
	20 - 25 min			12 - 15 min	

1.13 ¿Qué servicios adicionales considera debería tener un Café Restaurante? (indicar según orden de importancia hasta 4 servicios)

Servicios	Orden
i. Internet inalámbrico	
j. Áreas de trabajo y/o lectura	
k. Espectáculos folklóricos	
l. Tv - Documentales	
m. Música selecta	
n. Área de juego para niños	
o. Área de fumadores y no fumadores	
p. Otro: ¿Cuál? _____	

1.14 De acuerdo a su preferencia: ¿Qué clase o tipo de alimentos y bebidas le gustaría encontrar en un Café Restaurante?

- |             |                       |
|-------------|-----------------------|
| g. Local    | j. Internacional      |
| h. Regional | k. Variado            |
| i. Nacional | l. Otro: ¿Cuál? _____ |

1.15 ¿Qué clase o tipo de restaurante le gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas?

- |  |   |
|--|---|
| f. Restaurante turístico                             | 1.16 ¿Dónde le gustaría que se ubique?      |
| g. Restaurante gourmet                               | e. Fuera del casco urbano de la ciudad      |
| h. Restaurante buffet                                | f. En la entrada a Chachapoyas              |
| i. Restaurante de comida rápida ( <i>fast food</i> ) | g. Dentro del centro histórico de la ciudad |
| j. Restaurante temático                              | h. Otro lugar: ¿Cuál? _____                 |

1.17 Si usted tuviera la oportunidad de recomendarle algo al dueño de un restaurante en la ciudad de Chachapoyas, que le recomendaría para lograr su escogencia: \_\_\_\_\_

*Muchas gracias por su tiempo y colaboración*

Chachapoyas \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

**1.2.1 Resultados de encuesta:**

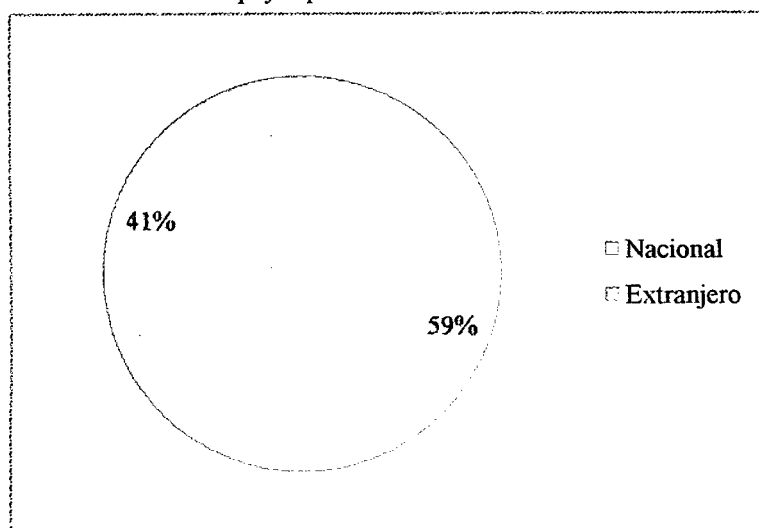
**I. DATOS DE CLASIFICACIÓN.**

CUADRO N° 1.1  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes a la ciudad de  
Chachapoyas para conocer su nacionalidad

<b>Lugar procedencia visitantes Nacionales y Extranjeros</b>		
<b>Nacional</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Lima	8	14%
Trujillo	5	8%
Cajamarca	14	24%
Chiclayo	5	8%
Piura	2	3%
Arequipa	1	2%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>59%</b>
<b>Extranjero</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
España (Barcelona)	5	8%
Alemania (Wiesbaden)	7	12%
Francia (Paris)	3	5%
USA (Denver Colorado)	3	5%
Canadá	2	3%
Suiza	1	2%
Chile	1	2%
México	1	2%
Italia	1	2%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>41%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.1  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes a la ciudad de  
Chachapoyas para conocer su nacionalidad

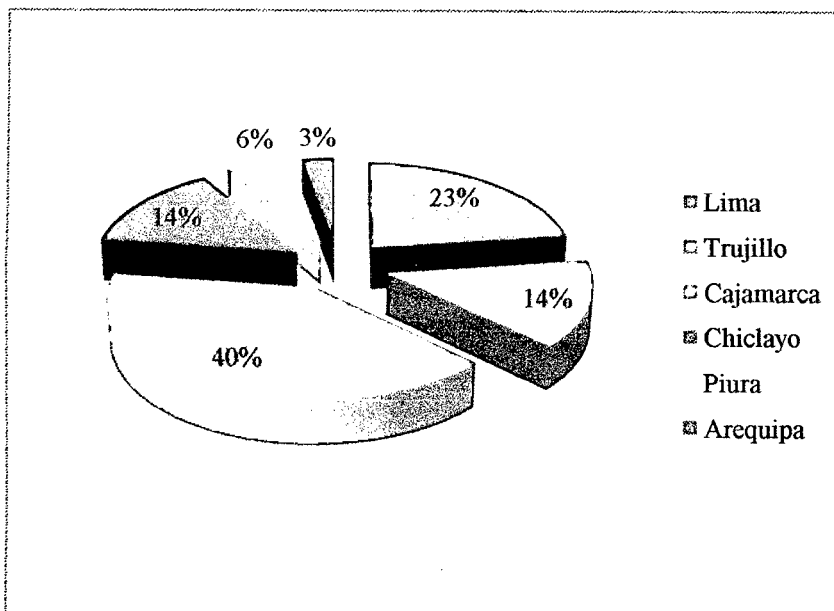


De las personas que visitan la ciudad de Chachapoyas, tenemos que el 59% son nacionales y el 41% son extranjeros.

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 1.1.1

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el lugar de procedencia de los visitantes Nacionales

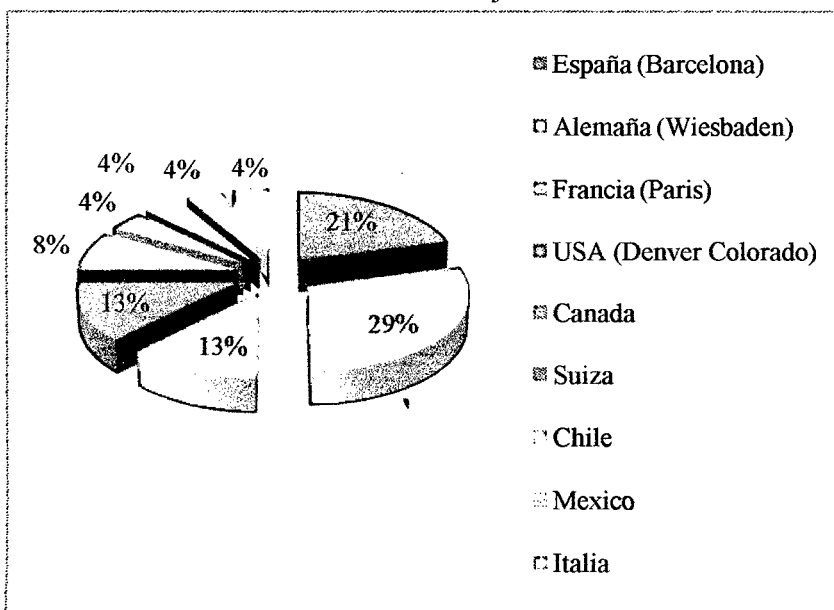


Del 59% de visitantes nacionales, el 40% provienen de Cajamarca, el 23% de Lima, el 14% de Trujillo y Chiclayo, el 6% de Piura y el 3% de Arequipa.

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 1.1.2

Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el lugar de procedencia de los visitantes extranjeros



Del 41% de visitantes extranjeros, el 29% provienen de Alemania, el 21% de España, el 13% de Francia y Estados Unidos, el 8% de Canadá, y el 4% de Italia, México, Chile y Suiza en igual proporción.

Fuente: Elaboración propia - 2011

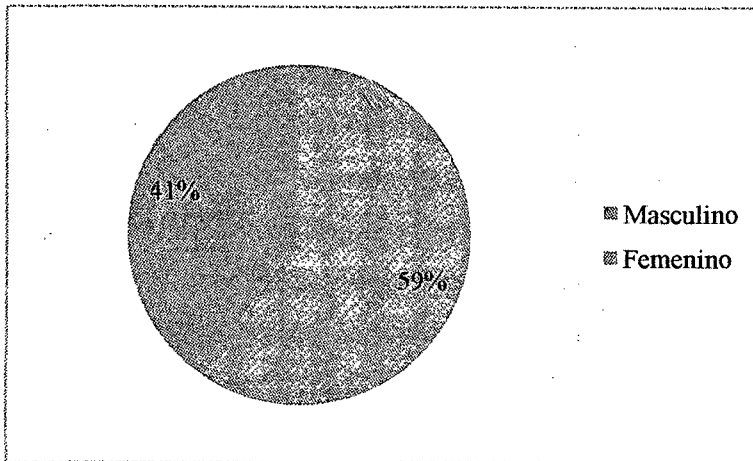
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 1.2: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de sexo

Sexo	fi	hi
Masculino	35	59%
Femenino	24	41%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.2  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes a la ciudad de Chachapoyas para conocer su sexo



El 59% de las personas encuestadas son del sexo masculino y el 41% pertenecen al sexo femenino.

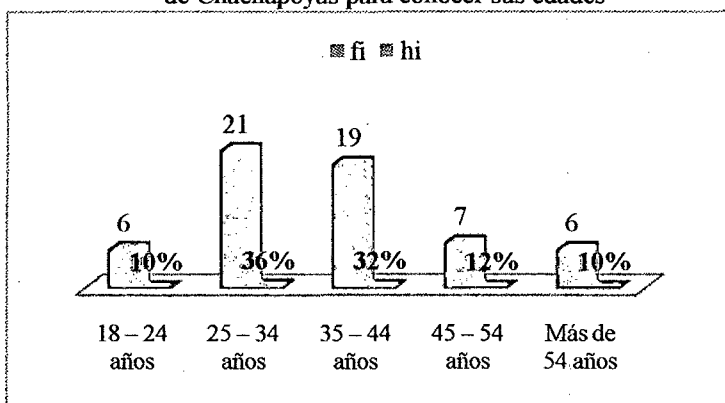
Fuente: Elaboración propia – 2011

CUADRO N° 1.3: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes a la ciudad de Chachapoyas para conocer sus edades

Edad	fi	hi
18 – 24 años	6	10%
25 – 34 años	21	36%
35 – 44 años	19	32%
45 – 54 años	7	12%
Más de 54 años	6	10%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.3  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer sus edades



Los encuestados están entre los siguientes intervalos de edad: el 36% entre 25 y 34 años, dicho porcentaje es producto de la respuesta de 21 personas encuestadas; 19 personas están entre 35 y 44 años, equivalente al 32%; 7 personas, es decir el 12% entre 45 y 54 años, siendo estos los más representativos.

Fuente: Elaboración propia - 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

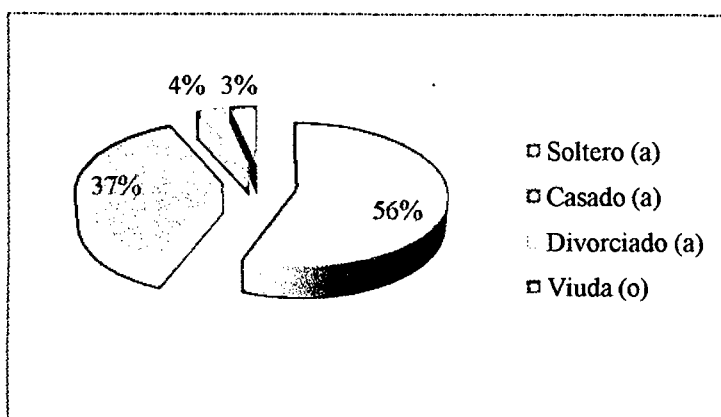
**CUADRO N° 1.4: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su estado civil**

Estado civil	fi	hi
Soltero (a)	33	56%
Casado (a)	22	37%
Divorciado (a)	2	3%
Viuda (o)	2	3%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.4**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su estado civil



Los visitantes, frente a la pregunta referida a su estado civil, contestaron en su mayoría, es decir el 56% son solteros; seguido por el 37% que respondieron son casados.

Fuente: Elaboración propia – 2011

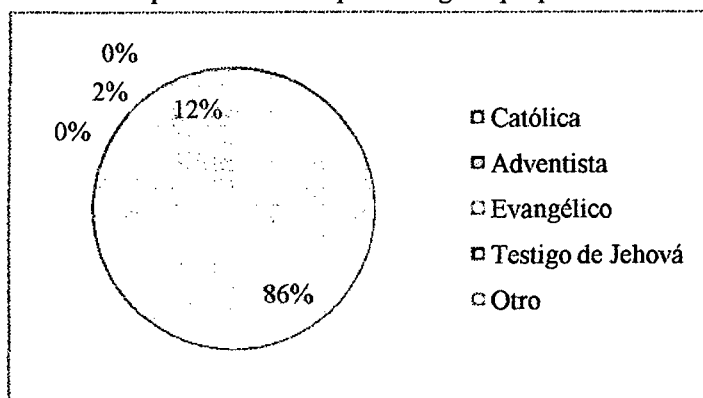
**CUADRO N° 1.5: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de religión que profesan**

Tipo de religión que profesa	fi	hi
Católica	51	86%
Adventista	0	0%
Evangélico	1	2%
Testigo de Jehová	0	0%
Otro	7	12%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.5**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de religión que profesan



El 86% de los encuestados profesan como religión la católica, el 12% respondieron que profesan otro tipo de religión, el 2% son evangélicos, no registrándose ningún testigo de Jehová y adventista de todos los encuestados.

Fuente: Elaboración propia - 2011

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

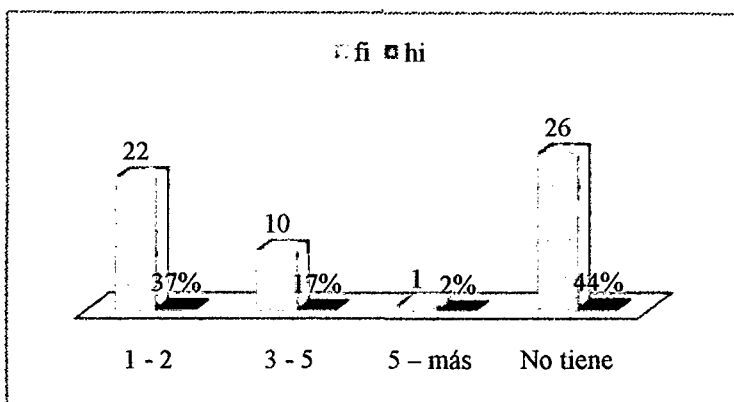
CUADRO N° 1.6: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el número de hijos que tienen

Número de hijos	fi	hi
1 - 2	22	37%
3 - 5	10	17%
5 - más	1	2%
No tiene	26	44%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.6

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el número de hijos que tienen



El 44% de las personas encuestadas respondieron que no tienen hijos, el 37% tienen entre 1 y 2 hijos, el 17% manifestaron que tienen entre 3 y 5 hijos y el 2% entre 5 y más hijos.

Fuente: Elaboración propia – 2011

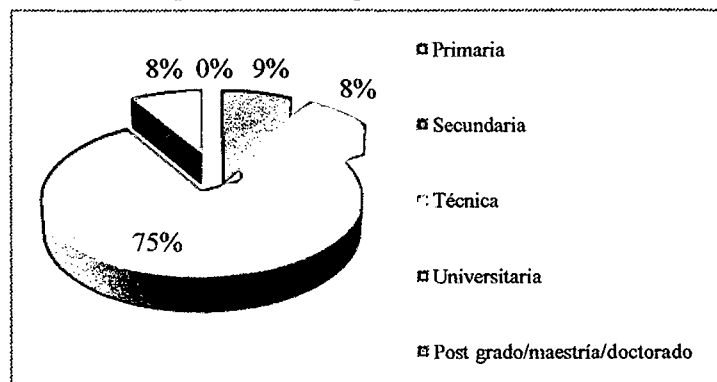
CUADRO N° 1.7: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su grado de instrucción

Grado de instrucción	fi	hi
Primaria	0	0%
Secundaria	5	8%
Técnica	5	8%
Universitaria	44	75%
Post grado/maestría/doctorado	5	8%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1.7

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su grado de instrucción



El 75% de los encuestados presentan grado de instrucción universitaria, el 9% secundaria y el 8% técnica y post grado en igual porcentaje.

Fuente: Elaboración propia – 2011



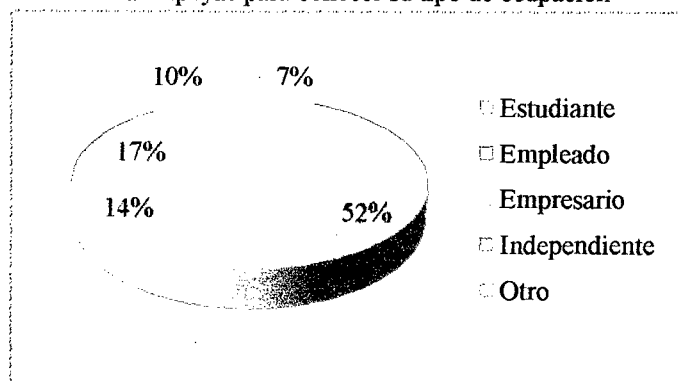
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 1.8: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de ocupación**

<b>Tipo de ocupación</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Estudiante	4	7%
Empleado	31	52%
Empresario	8	14%
Independiente	10	17%
Otro	6	10%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.8: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de ocupación**



Fuente: Elaboración propia – 2011

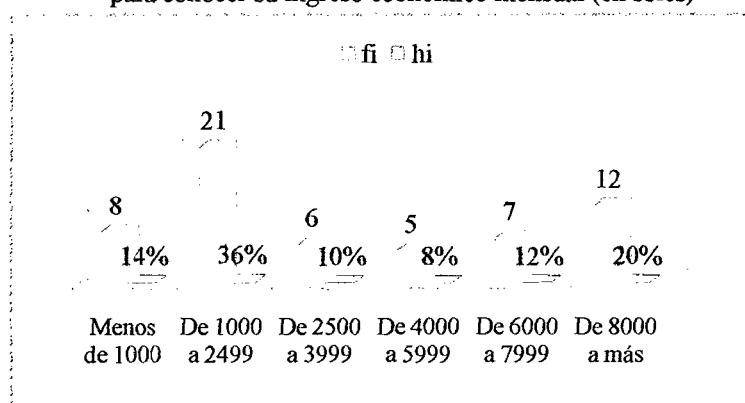
Con respecto a su tipo de ocupación los encuestados respondieron: el 52% son empleados (públicos – privados), el 17% son independientes, el 14% son empresarios, el 10% presentan otro tipo de ocupación y el 7% respondieron son estudiantes.

**CUADRO N° 1.9: Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su ingreso económico mensual (en soles)**

<b>Ingreso promedio (mensual en soles)</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Menos de 1000	8	14%
De 1000 a 2499	21	36%
De 2500 a 3999	6	10%
De 4000 a 5999	5	8%
De 6000 a 7999	7	12%
De 8000 a más	12	20%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 1.9**  
Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su ingreso económico mensual (en soles)



Fuente: Elaboración propia – 2011

El 36% de los encuestados presentan un ingreso promedio mensual entre 1000 y 2499 nuevos soles, el 20% más de 8000 nuevos soles, el 14% menos de 1000 nuevos soles, el 12% entre 6000 y 7999 nuevos soles y el 10% entre 2500 y 3999 nuevos soles y el 8% entre 4000 y 5999 nuevos soles.

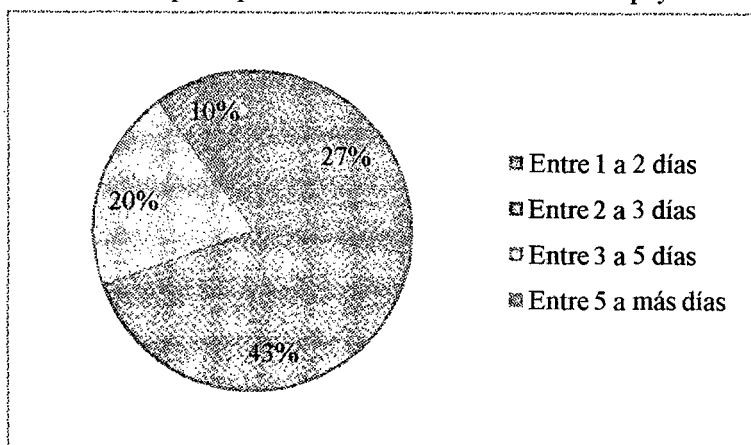
## II. EXPECTATIVAS, HÁBITOS, GUSTOS Y PREFERENCIAS.

CUADRO N° 2.1: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes para conocer el tiempo de permanencia en la ciudad de Chachapoyas

Días de permanencia	fi	hi
Entre 1 a 2 días	16	27%
Entre 2 a 3 días	25	42%
Entre 3 a 5 días	12	20%
Entre 5 a más días	6	10%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 2.1: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes para conocer el tiempo de permanencia en la ciudad de Chachapoyas



Fuente: Elaboración propia – 2011

En relación al tiempo de permanencia en la ciudad de Chachapoyas, en su mayoría representado por el 43% manifestaron que estarían entre 2 a 3 días, el 27% respondió entre 1 a 2 días, el 20% entre 3 a 5 días y el 10% entre 5 a más días.

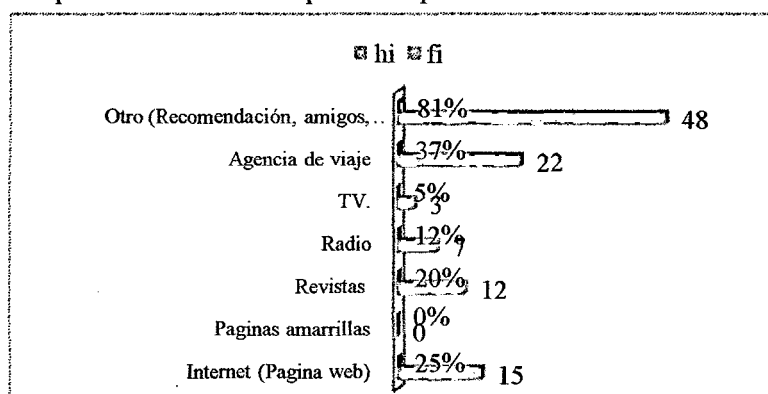
CUADRO N° 2.2: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el medio que utilizó para informarse de los restaurantes

Medio que utilizó para informarse de los restaurantes de Chachapoyas	fi	hi
Internet (Pagina web)	15	25%
Paginas amarillas	0	0%
Revistas	12	20%
Radio	7	12%
TV.	3	5%
Agencia de viaje	22	37%
Otro (Recomendación, amigos, Diario La Republica, Iperú)	48	81%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 2.2:

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el medio que utilizó para informarse de los restaurantes



Fuente: Elaboración propia - 2011

Los medios de información más usados por los visitantes tanto nacionales como extranjeros son: la recomendación por amigos, familia, diario la Republica, Iperu (81%), así como también las agencias de viaje (37%) y el internet (25%).

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

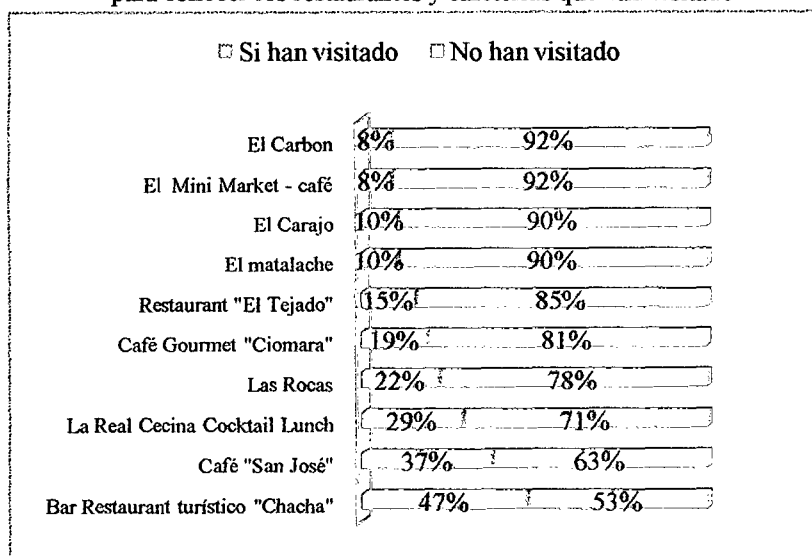
CUADRO N° 2.3: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los restaurantes y cafeterías que han visitado

Restaurantes y cafeterías que ha visitado en la ciudad de Chachapoyas	Si han visitado		No han visitado	
	fi	hi	fi	hi
Bar Restaurant turístico "Chacha"	28	47%	31	53%
Café "San José"	22	37%	37	63%
La Real Cecina Cocktail Lunch	17	29%	42	71%
Las Rocas	13	22%	46	78%
Café Gourmet "Ciomara"	11	19%	48	81%
Restaurant "El Tejado"	9	15%	50	85%
El matalache	6	10%	53	90%
El Carajo	6	10%	53	90%
El Mini Market - café	5	8%	54	92%
El Carbón	5	8%	54	92%
La Tushpa	3	5%	56	95%
El Abuelo	3	5%	56	95%
Restaurante Sabores del Perú – Chicken Grill.	2	3%	57	97%
Burger King	2	3%	57	97%
La Romana	2	3%	57	97%
Chachacucho	2	3%	57	97%
Restaurante Q'Rico	1	2%	58	98%
Café Fusiones	1	2%	58	98%
Otros	6	10%	53	90%
Ningunos	5	8%	54	92%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 2.3

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los restaurantes y cafeterías que han visitado



Fuente: Elaboración propia – 2011

Según las respuestas de las 59 personas encuestadas, los 6 restaurantes y afines más visitados por extranjeros y nacionales son: 1° el Bar Restaurant Turístico Chacha, visitado por el 47% de los encuestados; 2° el Café San José (37%), 3° la Real Cecina Cocktail Lunch (29%), 4° el restaurante Las Rocas (22%), 5° el Café Gourmet Ciomara (19%) y 6° el restaurante El Tejado (15%)

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

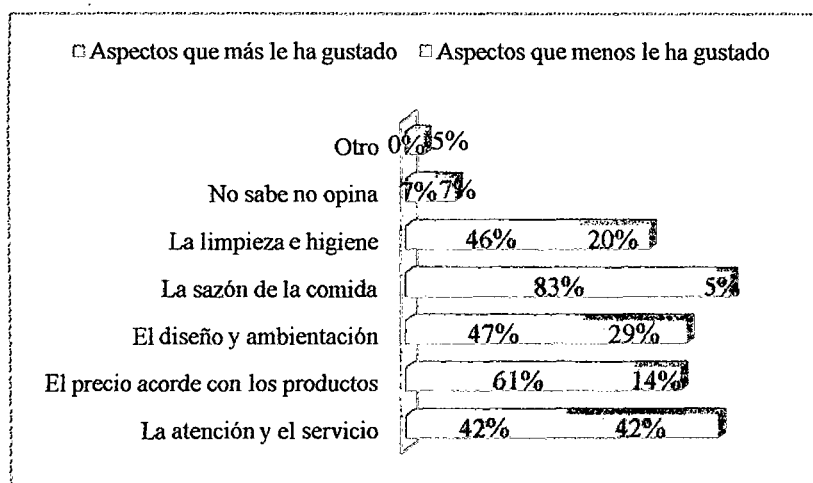
**CUADRO N° 2.4:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos que más les ha gustado y lo que menos les ha gustado en los restaurantes y afines de Chachapoyas

Opinión de gustos sobre los restaurantes visitados	Aspectos que más le ha gustado		Aspectos que menos le ha gustado	
	fi	hi	fi	hi
La atención y el servicio	25	42%	25	42%
El precio acorde con los productos	36	61%	8	14%
El diseño y ambientación	28	47%	17	29%
La sazón de la comida	49	83%	3	5%
La limpieza e higiene	27	46%	12	20%
No sabe no opina	4	7%	4	7%
Otro	0	0%	3	5%

Fuente: Elaboración propia

**GRAFICO N° 2.4**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los aspectos que más les ha gustado y lo que menos les ha gustado en los restaurantes y afines de Chachapoyas



Fuente: Elaboración propia – 2011

Los tres aspectos que MAS les ha gustados de los restaurantes son: (1) el 83% de los 59 encuestados respondieron la sazón de la comida, (2) el 61% el precio acorde con los productos, (3) el 47% el diseño y ambientación. Mientras que los aspectos que MENOS les ha gustado son: (1) el 42% de los 59 encuestados respondieron la atención y el servicio, (2) el 29% el diseño y ambientación, (3) el 20% la limpieza e higiene.

**CUADRO N° 2.5:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los platos que han consumido en los restaurantes y afines

Platos y/ comidas que han consumido en los restaurantes de Chachapoyas				Comidas favoritas	
N°	Platos y/ comidas	Visitantes (Nacional y Extranjero)		Visitantes (Nacional y Extranjero)	
		fi	hi	fi	hi
1	Cecina (Chancho y Res)	33	56%	35	59%
2	Lomito saltado	12	20%	10	17%
3	Juane, Tamal, Humitas	12	20%	11	19%
4	Bistec (pollo, carne, apanado, encebollado)	11	19%	8	14%
5	Trucha frita	11	19%	8	14%
6	Chicharrón de chancho	10	17%	10	17%
7	Arroz con pato	8	14%	6	10%
8	Sandwich (pollo, queso, carne) - Hamburguesa	8	14%	5	8%
9	Tallarín (Saltado y con pollo)	7	12%	2	3%
10	Pollo (Chicharrón, milanesa, escabeche, al vino, a la plancha)	6	10%	5	8%

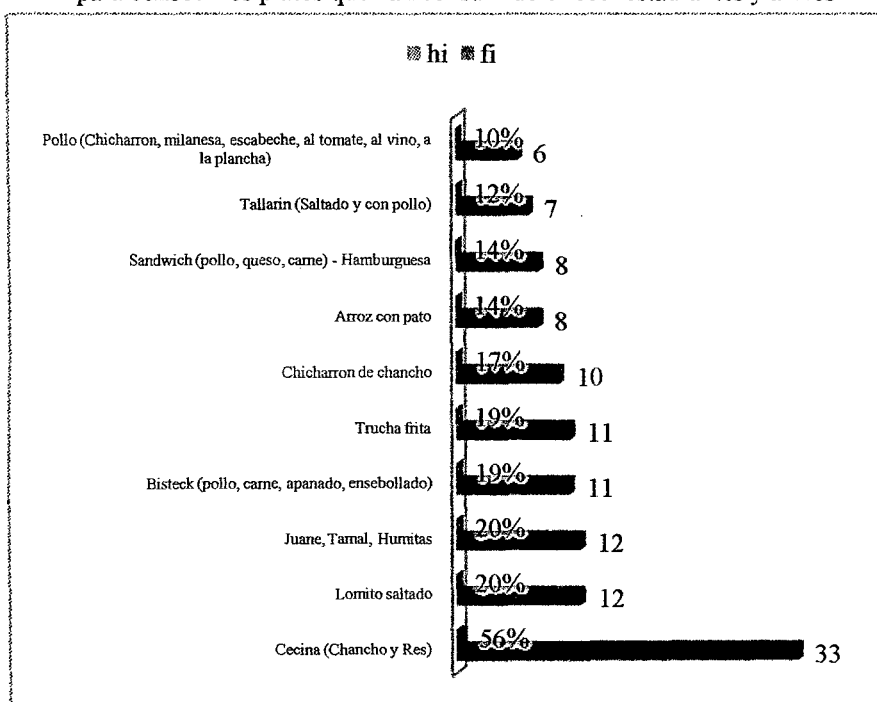
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

11	Chuleta de chancho	4	7%	1	2%
12	Cuy con papas	4	7%	4	7%
13	Arroz con pollo	3	5%	1	2%
14	Asado de res	2	3%	2	3%
15	Arroz chaufa	2	3%	2	3%
16	Tortilla de verduras	2	3%		0%
17	Brochetas	1	2%	1	2%
18	Carapulcra	1	2%		0%
19	Lomo al jugo	1	2%	1	2%
20	Mondongito al italiano	1	2%		0%
21	Arroz a la jardinera	1	2%		0%
22	Ají de gallina	1	2%	1	2%
23	Saltado de champiñones	1	2%	1	2%
24	Enrollado de carne	1	2%	1	2%
25	Cuadril	1	2%	2	3%
26	Lomo fino gratinado al ajo		0%	1	2%
-	<b>Total encuestados</b>	<b>59</b>	-	-	-

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.5**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los platos que han consumido en los restaurantes y afines



Fuente: Elaboración propia – 2011

De las 10 comidas o platos que más se han consumido por visitantes nacionales y extranjeros en los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas, los 5 platos con mayor demanda son: la cecina de chancho y res con 56%, el lomo saltado, los Juanes, tamales y humitas (20%), el bistec de carne, apanado, encebollado y la trucha frita (15%), el chicharrón de chancho (17%) y el arroz con pato (14%)

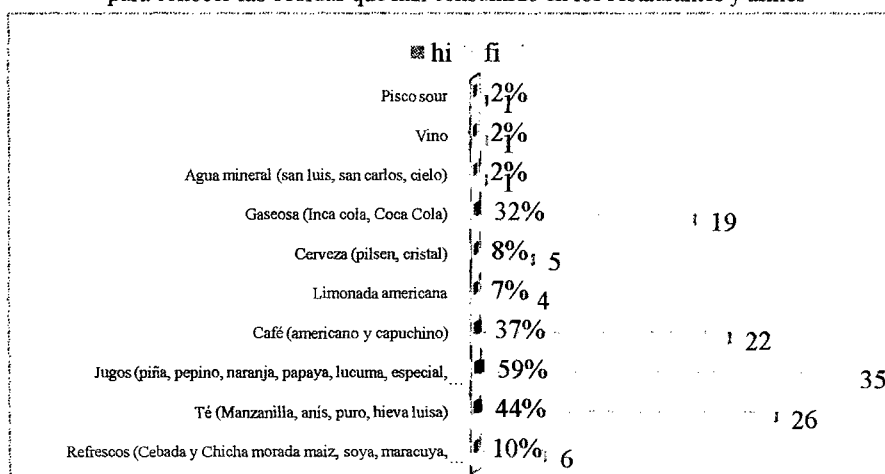
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.6:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer las bebidas que han consumido en los restaurantes y afines

N°	Bebidas	fi	hi
1	Refrescos (Cebada y Chicha morada maíz, soya, maracuyá, carambola, poro poro, granadina)	6	10%
2	Té (Manzanilla, anís, puro, hierva luisa)	26	44%
3	Jugos (piña, pepino, naranja, papaya, lúcuma, especial, combinado, mango)	35	59%
4	Café (americano y capuchino)	22	37%
5	Limonada americana	4	7%
6	Cerveza (pilsen, cristal)	5	8%
7	Gaseosa (Inca cola, Coca Cola)	19	32%
8	Agua mineral (san luis, san carlos, cielo)	1	2%
9	Vino	1	2%
10	Pisco sour	1	2%
-	<b>Total encuestados</b>	<b>59</b>	<b>-</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.6:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer las bebidas que han consumido en los restaurantes y afines



De todas las bebidas que están indicadas en el gráfico, las 5 que más se han consumido en los restaurantes de Chachapoyas son: Los jugos (59%), los tés (44%), y el café (37%), las gaseosas inkacola y coca cola (32%)

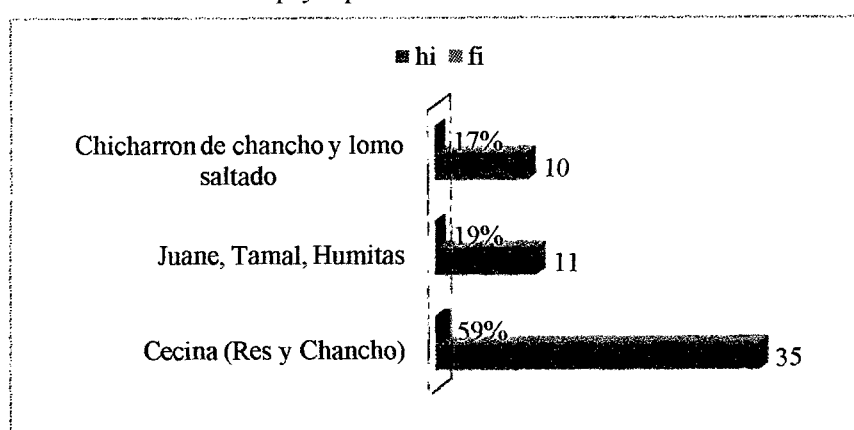
Fuente: Elaboración propia – 2011

**CUADRO N° 2.7:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su comida favorita

Comida favorita	fi	hi
Cecina (Res y Chancho)	35	59%
Juane, Tamal, Humitas	11	19%
Chicharrón de chancho y lomo saltado	10	17%

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.7:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su comida favorita



Las tres comidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 59% de los 59 encuestados es la cecina de chancho y/o res, para el 19% de los 59 es el juane, tamal y humitas, y para el 17% el chicharrón de chancho y el lomo saltado.

Fuente: Elaboración propia – 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

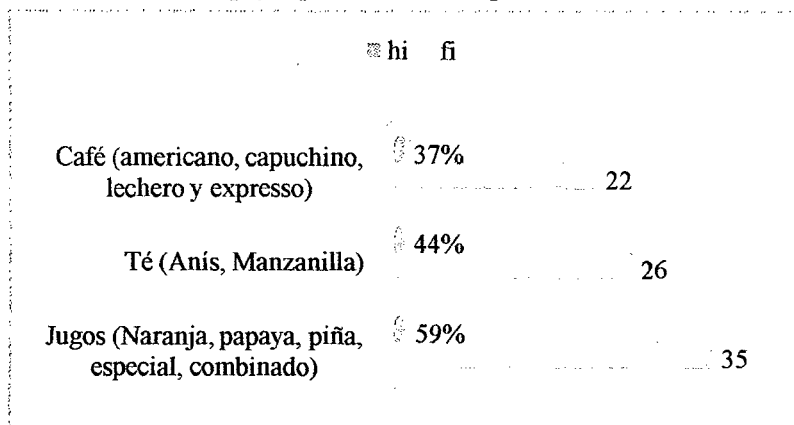
**CUADRO N° 22.8: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita**

<b>Bebida favorita</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Jugos (Naranja, papaya, piña, especial, combinado)	35	59%
Té (Anís, Manzanilla)	26	44%
Café (americano y lechero)	22	37%
<b>Total encuestados</b>	<b>59</b>	<b>-</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.8**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita



Fuente: Elaboración propia – 2011

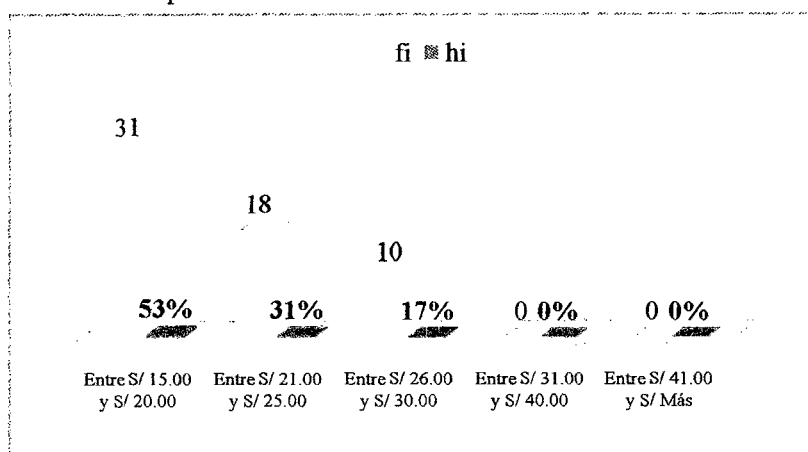
Las tres bebidas favoritas de las personas encuestadas son: para el 59% de los 59 encuestados son los jugos (naranja, papaya, piña, combinado, especial), para el 44% los Té (anís y manzanilla) y para el 37% el café (capuchino, americano, lechero).

**CUADRO N° 2.9: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO PRINCIPAL en un restaurante**

<b>Precio PLATO PRINCIPAL (en soles)</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Entre S/ 15.00 y S/ 20.00	31	53%
Entre S/ 21.00 y S/ 25.00	18	31%
Entre S/ 26.00 y S/ 30.00	10	17%
Entre S/ 31.00 y S/ 40.00	0	0%
Entre S/ 41.00 y S/ Más	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.9: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO PRINCIPAL en un restaurante**



Fuente: Elaboración propia – 2011

El 53% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 15 a 20 nuevos soles por PLATO PRINCIPAL, mientras que el 31% entre 21 a 25 nuevos soles y al 17% entre 26 a 30 nuevos soles.

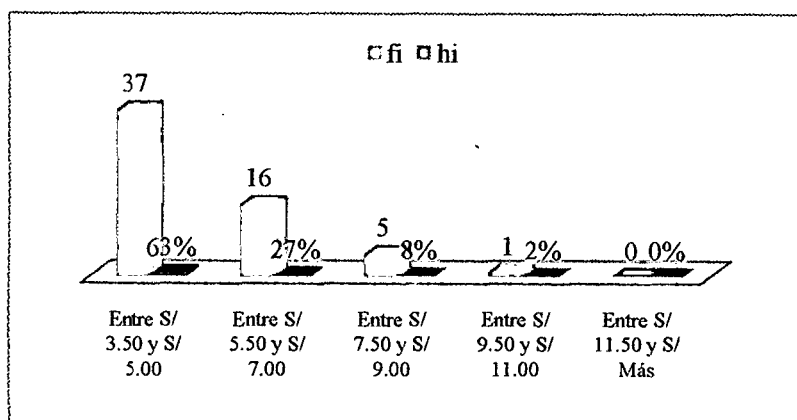
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.10:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO ENTRADA en un restaurante

Precio por PLATO ENTRADA (en soles)	fi	hi
Entre S/ 3.50 y S/ 5.00	37	63%
Entre S/ 5.50 y S/ 7.00	16	27%
Entre S/ 7.50 y S/ 9.00	5	8%
Entre S/ 9.50 y S/ 11.00	0	1
Entre S/ 11.50 y S/ Más	0	0
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.10:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por PLATO ENTRADA en un restaurante



El 63% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 3.50 a 5.00 nuevos soles por PLATO ENTRADA, mientras que el 27% entre 5.5 a 7.00 nuevos soles y en menor proporción al 8% entre 7.50 a 9.00 nuevos soles y al 2% entre 9.50 a 11.00 nuevos soles.

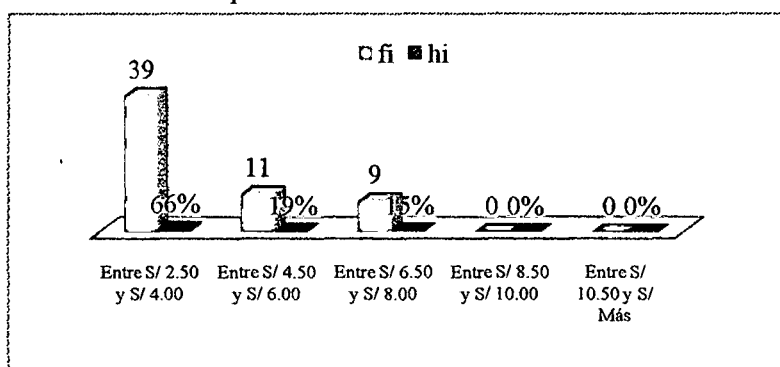
Fuente: Elaboración propia – 2011

**CUADRO N° 2.11:** Encuesta a cincuenta y nueve habitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de bebida favorita

Precio por POSTRE (en soles)	fi	hi
Entre S/ 2.50 y S/ 4.00	39	66%
Entre S/ 4.50 y S/ 6.00	11	19%
Entre S/ 6.50 y S/ 8.00	9	15%
Entre S/ 8.50 y S/ 10.00	0	0%
Entre S/ 10.50 y S/ Más	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.11:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el precio (en soles) que estaría dispuesto a pagar por un POSTRE en un restaurante



El 66% de los encuestados estaría dispuesto a pagar entre 2.50 a 4.00 nuevos soles por un POSTRE, mientras que el 19% entre 4.50 a 6.00 nuevos soles y al 15% entre 6.50 a 8.00 nuevos soles.

Fuente: Elaboración propia – 2011



**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

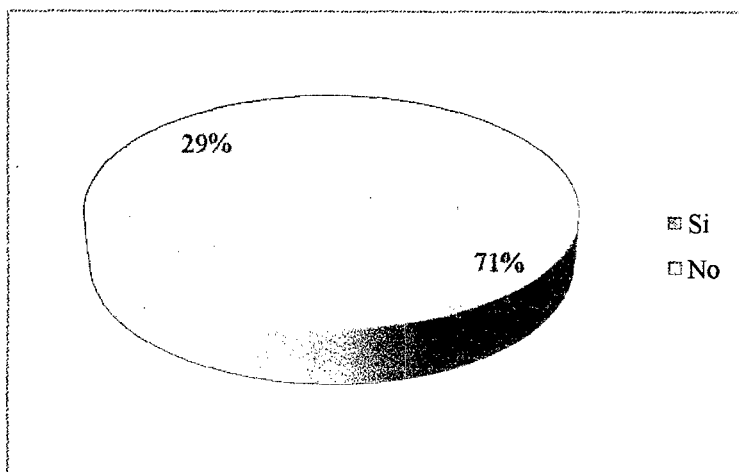
**CUADRO N° 2.12:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer SI acostumbran tomar café cuando acuden a un restaurante

Costumbre de tomar café en un restaurante	fi	hi
Si	42	71%
No	17	29%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.12:**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer SI acostumbran tomar café cuando acuden a un restaurante



El 71% de las personas encuestadas manifestaron que SI toman café cuando acuden a un restaurante, frente al 29% que indico NO acostumbra tomar café.

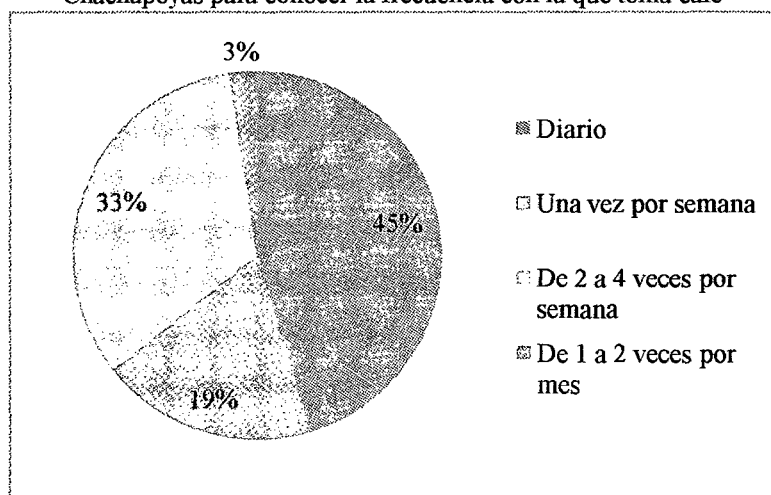
Fuente: Elaboración propia – 2011

**CUADRO N° 2.12.1:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que toma café

Frecuencia con la que toma café	fi	hi
Diario	19	45%
Una vez por semana	8	19%
De 2 a 4 veces por semana	14	33%
De 1 a 2 veces por mes	1	2%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.12.1:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la frecuencia con la que toma café



Del 71% de las personas que SI toman café; el 45% respondieron que toman café diario, el 33% de 2 a 4 veces por semana, el 19% una vez por semana y el 3% de 1 a 2 veces por mes.

Fuente: Elaboración propia - 2011

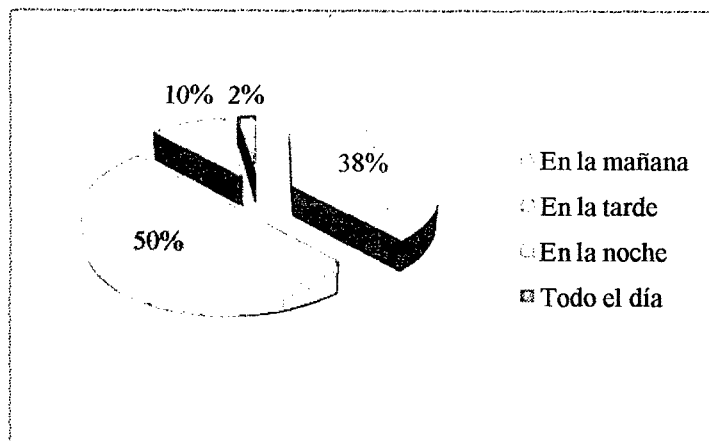
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 2.12.2: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el horario preferido para tomar café

Horario del día en que acostumbra tomar café	fi	hi
En la mañana	16	38%
En la tarde	21	50%
En la noche	4	10%
Todo el día	1	2%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.12.2: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el horario preferido para tomar café



Del 71% de las personas que SI toman café cuando acuden a un restaurante; el 50% lo acostumbra a tomar por la tarde, el 38% en la mañana, el 10% en la noche y el 2% todo el día.

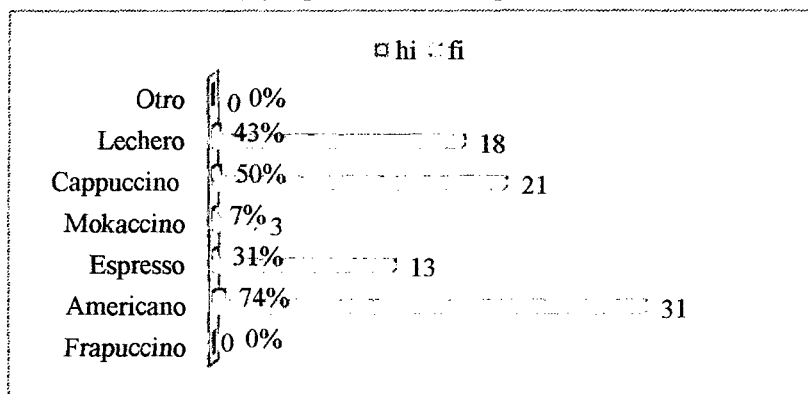
Fuente: Elaboración propia - 2011

CUADRO N° 2.12.3: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de café favorito

Tipo(s) de café favorito	fi	hi
Frapuccino	0	0%
Americano	31	74%
Espresso	13	31%
Mokaccino	3	7%
Cappuccino	21	50%
Lechero	18	43%
Otro	0	0%

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.12.3: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer su tipo de café favorito



Del 71% de las personas que SI toman café; el 74% respondieron que su tipo de café favorito es el americano, el capuccino (50%) y el lechero (43%).

Fuente: Elaboración propia - 2011

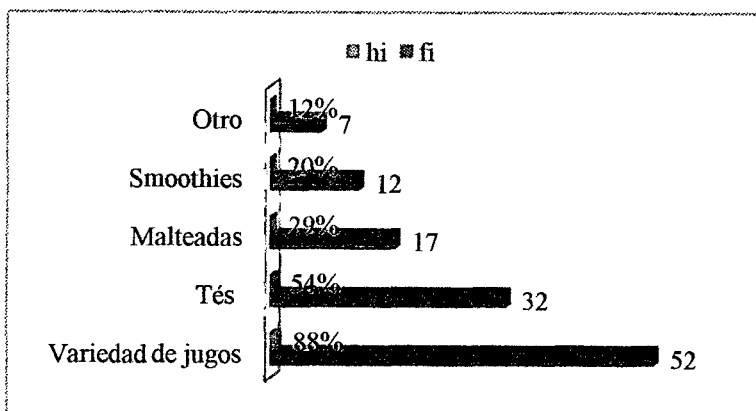
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 2.13: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante

Tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante	fi	hi
Variedad de jugos	52	88%
Tés	32	54%
Malteadas	17	29%
Smoothies	12	20%
Otro	7	12%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.13: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de bebidas a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante



Fuente: Elaboración propia – 2011

De todas las personas encuestadas; el 88% respondieron que el tipo de bebida a parte de café que le gustaría hubiese en un restaurante es variedad de jugos, al 54% infusiones (tés), al 29% Malteadas, al 20% Smoothies y al 7% otro tipo de bebidas (gaseosa, cerveza, vinos, etc.)

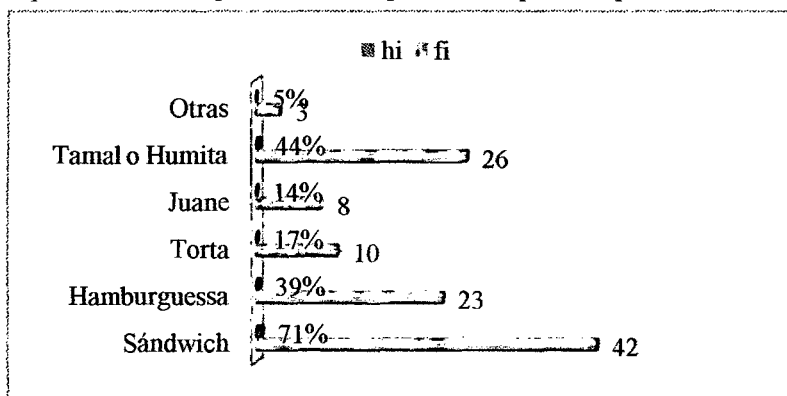
CUADRO N° 2.14: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de comida rápida con la que acompaña su bebida

Tipo de comida rápida	fi	hi
Sándwich	42	71%
Hamburguesa	23	39%
Torta	10	17%
Juane	8	14%
Tamal o Humita	26	44%
Otras	3	5%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.14:

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tipo de comida rápida con la que acompaña su bebida



Fuente: Elaboración propia - 2011

En relación a los tipos de comida rápida con el que le gusta acompañar su bebida: Al 71% de las personas encuestadas le gusta acompañar con Sandwich, al 44% con Tamal o Humita, al 39% con Hamburguesa, y en menor proporción con Torta (17%), Juane (14%) y Otras (5%).

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

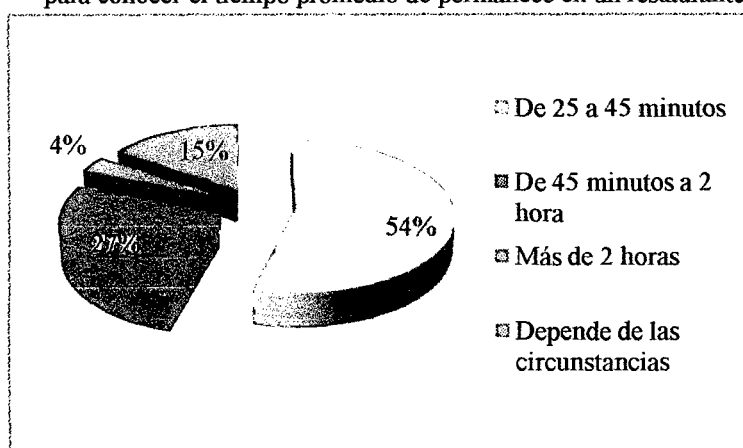
CUADRO N° 2.15: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tiempo promedio de permanece en un restaurante

Tiempo promedio de permanece en un restaurante	fi	hi
De 25 a 45 minutos	32	54%
De 45 minutos a 2 hora	16	27%
Más de 2 horas	2	3%
Depende de las circunstancias	9	15%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.15:

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer el tiempo promedio de permanece en un restaurante



El 54% de los encuestados respondieron que el tiempo promedio de permanencia en un restaurante es de 25 a 45 minutos, el 27% de 45 minutos a 2 horas, el 15% manifestó que depende las circunstancias y el 4% más de dos horas.

Fuente: Elaboración propia - 2011

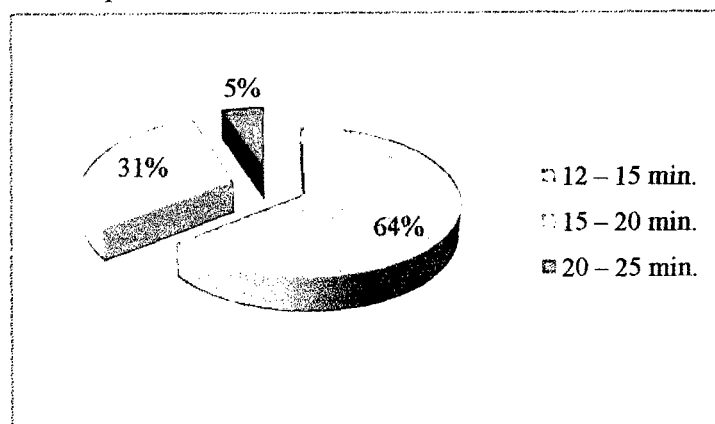
CUADRO N° 2.16: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un PLATO A LA CARTA en un restaurante

Tiempo en minutos	fi	hi
12 - 15 min.	38	64%
15 - 20 min.	18	31%
20 - 25 min.	3	5%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia - 2011

GRAFICO N° 2.16

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un PLATO A LA CARTA en un restaurante



En referencia al tiempo para la atención de su pedido con un PLATO A LA CARTA, los encuestados consideran en su mayoría representado por el 64% debería ser entre 12 a 15 minutos, el 31% entre 15 a 20 minutos y el 5% entre 20 a 25 minutos.

Fuente: Elaboración propia - 2011

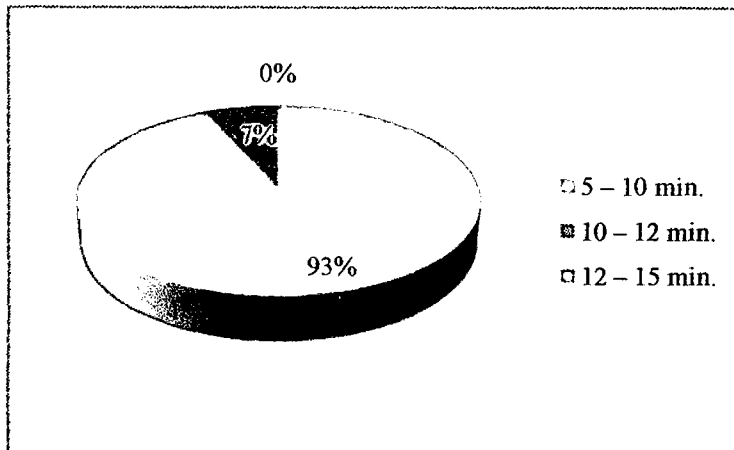
**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

**CUADRO N° 2.17:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un MENÚ en un restaurante

Tiempo en minutos	fi	hi
5 – 10 min.	55	93%
10 – 12 min.	4	7%
12 – 15 min.	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.17:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el tiempo de espera para la atención a su pedido de un MENÚ en un restaurante



La mayoría representado por el 93% considera que el tiempo para la atención a su pedido con un MENÚ en un restaurante consideran debería ser entre 5 a 10 minutos y el 7% entre 10 a 20 minutos.

Fuente: Elaboración propia – 2011

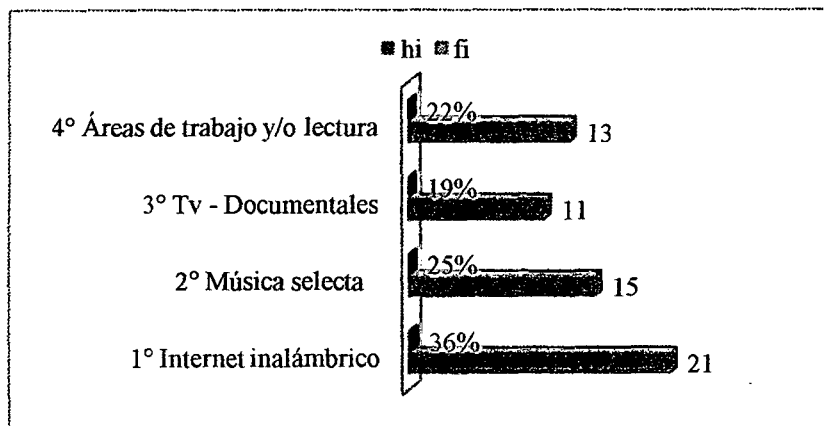
**CUADRO N° 2.18:** Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante

Servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante	fi	hi
1° Internet inalámbrico	21	36%
2° Música selecta	15	25%
3° Tv - Documentales	11	19%
4° Áreas de trabajo y/o lectura	13	22%

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.18**

Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante



Del 100% de los encuestados indicaron que los servicios adicionales que consideran debería tener un Café Restaurante, según orden de prioridad son: 1° Internet inalámbrico (36%), 2° Música selecta (25%), 3° Tv - Documentales (19%), y 4° Área de trabajo y/o lectura (22%).

Fuente: Elaboración propia - 2011

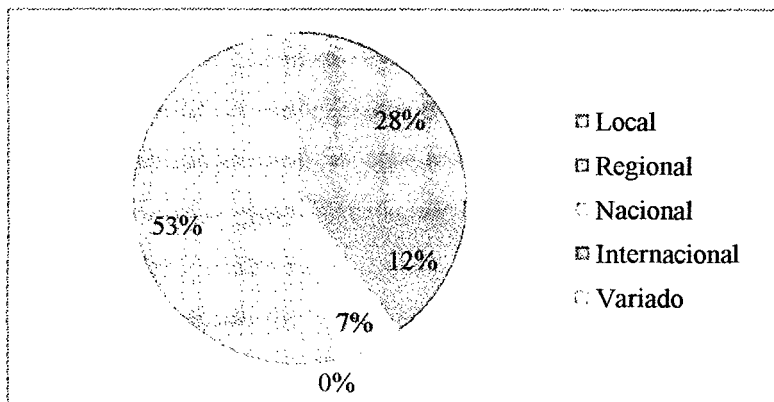
TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

CUADRO N° 2.19: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante

Clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante	fi	hi
Local	16	27%
Regional	7	12%
Nacional	4	7%
Internacional	31	53%
Otro	1	2%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.19: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de alimentos y bebidas que les gustaría encontrar en un nuevo Café Restaurante



Al 52% le gustaría encontrar alimentos y bebidas de tipo variado, al 27% local, al 12% regional, al 7% nacional y al 2% otro tipo de comida.

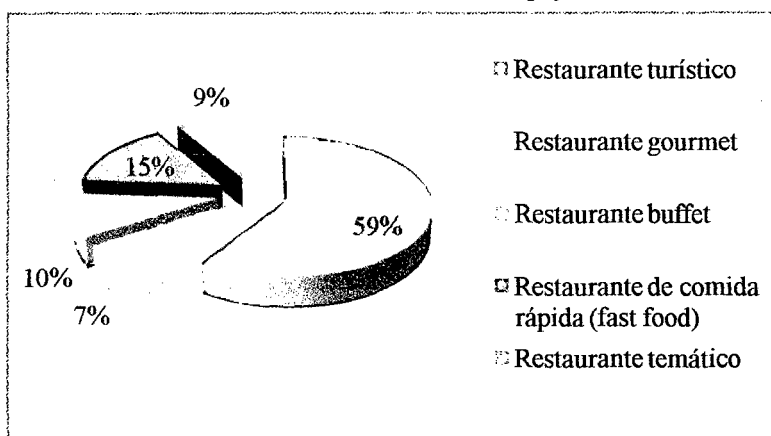
Fuente: Elaboración propia – 2011

CUADRO N° 2.20: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas

Clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas	fi	hi
Restaurante turístico	35	59%
Restaurante gourmet	4	7%
Restaurante buffet	6	10%
Restaurante de comida rápida ( <i>fast food</i> )	9	15%
Restaurante temático	5	8%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

GRAFICO N° 2.20: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la clase o tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas



El 59% de los encuestados respondieron que el tipo de restaurante que les gustaría que exista en la ciudad de Chachapoyas es un Restaurante Turístico, para el 15% un Restaurante de Comida Rápida (*fast food*), para el 10% un restaurante tipo Buffet, para el 9% un Restaurante Temático y para el 7% un restaurante tipo Gourmet

Fuente: Elaboración propia - 2011

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

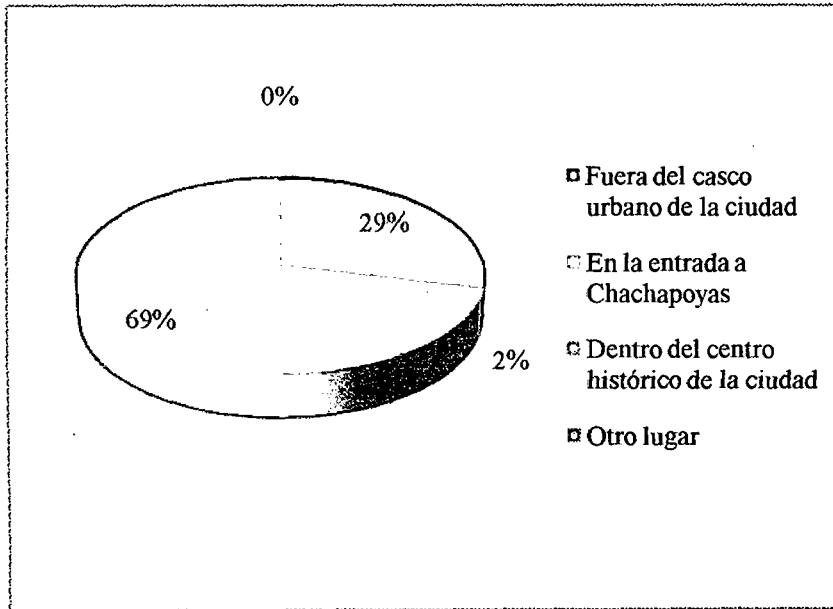
**CUADRO N° 2.21: Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo restaurante**

<b>Opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo restaurante</b>	<b>fi</b>	<b>hi</b>
Fuera del casco urbano de la ciudad	17	29%
En la entrada a Chachapoyas	1	2%
Dentro del centro histórico de la ciudad	41	69%
Otro lugar	0	0%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia – 2011

**GRAFICO N° 2.21**

**Encuesta a cincuenta y nueve visitantes de la ciudad de Chachapoyas para conocer la opinión sobre el lugar de ubicación de un nuevo restaurante**



En referencia a la ubicación de un nuevo restaurante en la ciudad de Chachapoyas: el 69% respondió que le gustaría que se ubique dentro del centro histórico de la ciudad, al 29% fuera del casco urbano de la ciudad, al 2% en la entrada a Chachapoyas.

Fuente: Elaboración propia – 2011

## 2. RESULTADOS CHECK LIST COMPETENCIA

### 2.1. Modelo Check list competencia

<b>1. NOMBRE COMERCIAL</b>			
<b>2. UBICACIÓN</b>			
<b>3. LOCAL PROPIO O ALQUILADO</b>			
<b>4. FORMA DE FINANCIAMIENTO</b>			
Autofinanciamiento			
Préstamo			
Sociedad			
<b>5. TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO (en años)</b>			
<b>6. CUENTA CON PLAN DE NEGOCIO (Documento)</b>			
Si			
No			
<b>7. HORARIO DE ATENCIÓN (Hora y días)</b>			
Horario	Turno mañana	Turno tarde	Turno noche
Apertura			
Cierre			
<b>8. NÚMERO DE PERSONAL</b>			
Cargo		N° personas	
<b>9. CAPACIDAD DE CARGA</b>			
Número de mesas			
Número de sillas			
<b>10. CLASE O TIPO DE COMIDAS QUE OFERTA</b>			
Local			
Regional			
Nacional			
Internacional			
Variada			
<b>11. CARTA - MENÚ: OFERTA DE PLATOS Y BEBIDAS</b>			
Diseño			
Desayunos			
Comidas - Almuerzos			
Cenas			
<b>12. CANTIDAD DE PLATILLOS OFERTADOS</b>			
Fríos			
Calientes			
<b>13. PLATOS QUE TIENEN MAYOR DEMANDA</b>			
<b>14. CANTIDAD DE BEBIDAS OFERTADAS</b>			
Fría			
Caliente			
<b>15. BEBIDAS QUE TIENEN MAYOR DEMANDA</b>			
<b>16. TIPOS DE CAFÉ QUE OFERTA</b>			



TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<b>17. PRECIO MÍNIMO Y MÁXIMO POR PLATO Y BEBIDA</b>			
Precio mínimo de un palto		Precio mínimo de una bebida	
Precio máximo de un palto		Precio máximo de una bebida	
<b>18. ÁREA DE FUMAR Y NO FUMAR</b>			
<b>19. ÁREA DE ESTACIONAMIENTO</b>			
<b>20. TERRAZA</b>			
<b>21. SANITARIOS</b>			
Varones			
Mujeres			
Mixto – Común			
Servicios (papel, jabón, toalla, etc.)			
<b>22. SERVICIOS DE INTERNET</b>			
Inalámbrico			
Conexión por cable			
Área especializada			
<b>23. TIPO DE CLIENTES QUE ATIENDE</b>			
Jóvenes			
Adultos			
Ejecutivos			
Otros:			

**2.2. Resultados análisis check list competencia:**

- a) *El restaurante El Tejado*, presenta quince años de trayectoria, funciona en local propio, desde sus inicios no cuenta con un plan de negocio; ofrece una variedad de comida criolla, toda su oferta está centrado en platos a la carta siendo los de mayor demanda el Tacu tacu, el Bistec a la parrilla, el arroz chaufa y el pollo a la plancha; entre sus bebidas están los jugos de berenjena, limonada frozen, las gaseosas incakola e infusiones de manzanilla, así mismo por su misma condición no oferta variedad café ni el servicio de internet inalámbrico. Presenta dos ambientes tipo terrazas destinadas para el comedor, ambos con vista a un jardín; con capacidad de carga para atender a sesenta personas; cuenta con servicios higiénicos para varones y mujeres; la decoración es sencilla, ya que cuenta con algunos retratos que muestran los atractivos turísticos de la región así como también expresiones propias de la cultura peruana; su horario de atención es de doce del medio día a cuatro de la tarde y de siete a nueve de la noche, por este mismo hecho no atienden con desayunos.
- b) *El restaurante Sabores del Perú*, tiene dos años de funcionamiento, cuenta con plan de negocios, su horario de atención es de siete y cuarto de la mañana

a diez de la noche en horario corrido todos los días, incluido los días feriados; el local es propio, su capacidad de carga es para ciento cuarenta y seis personas; el tipo de comida que ofertan es variada, estando dentro de los platos que tienen mayor demanda las milanesas, los cuyes, el pollo a la plancha y las cecinas de chanco y res; dentro de las bebidas que de mayor demanda encontramos a las gaseosas inca kola, vinos, pisco sour y café pasado, esta última bebida es la única que se ofrece como tipo de café; dispone de sanitarios para varones y mujeres; el tipo de clientes que atiende son adultos, ejecutivos y otros.

- c) *El restaurante turístico Las Chozas de Marliza*, cuenta con veinte años al servicio de sus clientes entre adultos, ejecutivos y turistas; su capacidad de carga es de cuarenta personas, funciona en local propio; su oferta gastronómica está basada en los tipos de comida local, regional, nacional e internacional, atendiendo con desayunos, almuerzos y cenas. Los platos que más se demandan son las parrilladas, cuyes, cecinas (chanco y res) y las truchas, en cuanto a las bebidas las infusiones y la cerveza; en referencia a los tipos de café que ofertan solo está el café pasado; cuenta con servicios higiénicos para varones y mujeres. Su horario de atención es de ocho de la mañana a nueve de la noche; presenta una buena ubicación ya que se encuentra a tan solo dos cuadras de la plaza de armas.
- d) *La Real Cecina Cocktail Lunch*, tiene una trayectoria de doce años en el mercado de la gastronomía, desde hace dos años cuenta con plan de negocio; Oferta comida local, regional y nacional; están dirigidos a clientes de tipo adultos, ejecutivos y extranjeros; los platos de mayor demanda son: la cecina real, chanco al horno, jalea con cecina, chorizo de Taquia; y en el rubro de las bebidas están la caspiroleta, los vinos, los champagne y la cerveza; los tipos de café que ofertan son el café pasado, el expreso y el capuccino; existe área de fumadores y no fumadores; tiene servicios higiénicos tanto para varones como para mujeres y dispone de servicios de internet para uso exclusivo del personal administrativos del establecimiento; el local es propio y su capacidad de carga es de cien personas.

- e) *Ciomara – Café y Arte*, tiene tres años con seis meses de funcionamiento en el mercado; presenta plan de negocio desde sus inicios; su horario de atención es de siete de la mañana a una de la tarde y de cuatro de la tarde a diez de la noche; cuenta con capacidad de carga para cincuenta y dos personas; brinda en su mayoría desayunos fríos y calientes junto con jugos y licuados sin olvidar las variedades de cafés como el capuccino, escocés, espress y mazagrand pasado; atendiendo con desayunos y cenas; dentro de los platillos que tienen mayor demanda en dicho establecimiento son los chicharrones de choncho, los sándwiches y las yuquitas fritas, dentro de las bebidas los jugos, cafés y tés. El mobiliario son mesas y sillas de madera, el establecimiento es alquilado, presenta una decoración singular con una gran cantidad de pinturas con motivos diversos, tallados en madera y objetos antiguos de valor histórico. Además es preciso hacer mención que se realizan espectáculos folklóricos cada cierto tiempo los fines de semana.
- f) *El Café Fusiones*, a la fecha presenta un año de funcionamiento al servicio de sus clientes nacionales y extranjeros, cuyo horario de atención es por las mañanas de siete y treinta a doce del medio día, y por las tardes de cuatro a nueve de la noche. Tiene capacidad de carga para atender a veinte y cinco personas, ofertando variedades de café, infusiones, postres, desayunos, sándwich y jugos de frutas naturales de la zona; siendo el café en sus diferentes variedades la bebida de mayor demanda (Café fusiones, café late, capuccino, ecológico, irlandés, expreso) y en la comidas ligeras de mayor consumo están los sándwich, juanes, pollo con apio, etc. El establecimiento funciona en local alquilado, cuenta con servicio de internet inalámbrico para sus clientes, intercambio de libros, información turística, servicio higiénico común; los muebles son de madera, el ambiente presenta decoración sencilla, cuenta con una persona para atención al público, un cocinero y gerente, y lo más importante cuenta con un plan de negocios.
- g) *El Café San José*; funciona en local propio, el cual a la misma vez es una panadería. Presenta un diseño y ambientación particular con cuadros y pinturas abstractas, artesanales y de interés turístico; el mobiliario es de madera, con capacidad de carga para atender a 40 personas. La atención y el

servicio es brindado por un personal uniformado, la cocina está ubicada a la vista del comedor, otorgándole confianza y seguridad a los productos elaborados. Presenta una oferta variada de productos basada en los tipos de comida nacional, regional, local y/o típica y cafés; dentro de los cuales están los jugos de frutas de la zona, platillos al instante, tortas y panes. Siendo los productos de mayor demanda las tartas, panes, café con leche, chocolate, hamburguesas, sándwich, juanes, etc.

- h) *El Bar Restaurante Turístico Chacha*; con amplia trayectoria en el mercado, presenta una ubicación estratégica, atiende todos los días en local propio. Su diseño presenta rasgos de arquitectura tradicional, con una capacidad de carga para ciento cuarenta personas. La decoración y ambientación es sencilla, cuenta con servicios higiénicos para ambos sexos. El tipo de comida que oferta es nacional, regional, local y/o típica y menú; siendo de mayor demanda los bistecs (a la plancha y apanado), lomo salteado, la trucha, las cecinas y chicharrones, etc. y en las bebidas los jugos y gaseosas.

**ANEXO N° 02: DIRECTORIO DE RESTAURANTES Y AFINES**

**1. DIRECTORIO DE RESTAURANTES Y AFINES DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS.**

BASE DE DATOS DECLARACIONES JURADAS RESTAURANTESARTICULO 7° D.S. 025 - 2004 - MINCETUR

Nº	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	PROVINCIA/D ISTRITO	TELEFONO	Nº MESAS	Nº SILLAS	LICENCIA MUNICIPAL	TIPO DE COMIDA	DECLARACION JURADA DIRCETUR
1	Cafetín "Virgen de la Puerta"	Jr. Junín N° 1101	Chachapoyas	041 - 479197	4	16	En tramite	Nacionales y Regionales.	
2	Bar Recreo Restaurant "La Peña"	Jr. Santo Domingo N° 676	Chachapoyas		4	20	En tramite	Regionales.	
3	Restaurant Turístico "Los Maderos"	Prolongación Dos de Mayo Cuadra 14	Chachapoyas		30	70	En tramite	Nacionales y Regionales.	
4	Bar Café Pollería Sanduchería Amazonas	Jr. Amazonas N° 688	Chachapoyas	041 - 502799	12	48	188	Pollo Broster.	
5	Centro de Convenciones "Santa Lucia"	Prolongación Santa Lucia Av. 11 de Octubre	Chachapoyas	041 - 478516	12	72	En tramite	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	
6	Natures Center "New Eden"	Jr. Grau N° 448	Chachapoyas	041 - 478664	15	60	OO132	Vegetariana.	SI
7	La Rosa Náutica	Carretera salida a Chiclayo	Chachapoyas	041 - 747925	30	140	822	Nacionales y Regionales.	
8	Ciomara - Café y Arte	Jr. Ortiz Arrieta N° 524	Chachapoyas	941951904	11	44	OOO930	Nacionales, regionales locales y/o típicas.	
9	Bar Restaurant "Los Huayachos"	Jr. Higos Urco N° 169	Chachapoyas	041 - 793142	6	22	En tramite	Regionales y menú.	
10	...	Jr. Amazonas N° 341	Chachapoyas		6	18	En tramite	Locales y/o típicas y menú.	
11	Café Burger "El Sanwuchon"	Jr. Triunfo N° 701	Chachapoyas	074 - 979168566	4	20	En tramite	Hamburguesas.	
12	Bar Restaurant Turístico "Wanglic"	Av. Libertad N° 230	Chachapoyas	041 - 503617	15	60	OOO982	Regionales(*) y menú.	SI
13	Restaurant "Sabor Norteño"	Av. Libertad N° 930	Chachapoyas	941989647	13	37	OOO082	Nacionales, regionales y menú.	SI
14	Restaurant Cebichería "El Carajo"	Jr. Ortiz Arrieta N° 420	Chachapoyas	041 - 479045	30	200	093 - 2006	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú, pollo a la brasa y pescados y mariscos.	
15	Chicharronería "Katy y Edy"	Jr. Amazonas N° 193 - C	Chachapoyas	041 - 477375	12	48	OOO203	Regionales.	SI
16	Cebichería Restaurant "Don Chamo"	Av. Libertad N° 548	Chachapoyas	041 - 477619	12	40	65	Nacionales, menú, pescados y mariscos.	SI
17	Restaurant "El Paisita"	Av. Libertad N° 928	Chachapoyas	041 - 477811	17	50	En tramite	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú y pollo a la brasa.	SI
18	La Franja Fútbol Club Restaurant Bar	Jr. Hermosura N°	Chachapoyas	988351503	13	52	En tramite	Mariscos y pescados.	
19	Restaurant "Las Delicias"	Jr. Ayacucho N° 1136	Chachapoyas	941975265	11	42	OO1159	Nacionales, regionales locales y/o típicas.	SI
20	Cebichería Restaurant "Don Melchor"	Av. Libertad N° 844	Chachapoyas	941970712	8	32	OO262	Nacionales, pescados y mariscos.	SI
21	Restaurante "La Farra"	Jr. Dos de Mayo N° 597	Chachapoyas	041 - 477909	16	64	OO1109	Nacionales y menú.	SI
22	Restaurant "Las Rocas"	Jr. Ayacucho N° 932	Chachapoyas	041 - 478158	27	80	OOO186	Nacionales, menú y pollo broaster.	SI
23	Restaurant "El Cántaro"	Jr. Grau N° 513	Chachapoyas		10	40	45	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	
24	Pollería Nandos Chikens	Jr. Ortiz Arrieta N° 438	Chachapoyas	041 - 478654	23	82	43	Nacionales, regionales, menú y pollo a la brasa.	
25	Bar Restaurant "Los Íntimos"	Jr. Libertad N° 404	Chachapoyas	041 - 477930	9	36	OOO06	Regionales y menú.	SI
26	Hostal Cebichería "La Pascana"	Jr. Salamanca N° 649	Chachapoyas	041 - 312471	10	40	OO1206	Pescados.	SI
27	Bar Bodega Restaurant Sabores de Amazonas	Av. Salamanca N° 763	Chachapoyas	041 - 477529	13	42	OOO195	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI

28	Bar Bodega Restaurant "Silvia"	Jr. Hermosura N° 708	Chachapoyas	041 - 478097	20	120	23	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	
29	Cebichería "Puma Urco"	Jr. Dos de mayo N° 728	Chachapoyas	041 - 503891	16	50	224 - 05	Pescados y mariscos.	SI
30	Caldos Mara	Jr. Ayacucho N° 972 - 976	Chachapoyas	041 - 478573	9	27	253	Locales y/o típicas, caldo de gallina y cafés.	
31	Maripizza	Jr. Ayacucho N° 832	Chachapoyas	041 - 478876	15	60	000729	Tratoria y pizzas.	SI
32	Sabores del Perú Chicken Grill	Jr. Dos de mayo N° 321	Chachapoyas	041 - 479181	25	100	En tramite	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú y pollo a la brasa.	
33	505 Pizza Bar	Jr. Dos de mayo N° 505	Chachapoyas	941951904	17	75	171	Pizzas.	
34	La Real Cecina Cocktail Lunch	Jr. Hermosura N° 676	Chachapoyas	041 - 477469	30	120	000016	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
35	Restaurant Matalache	Jr. Ayacucho N° 616	Chachapoyas		32	128	no tiene	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú.	
36	Restaurant Picantería "Heydi"	Av. Libertad N° 970	Chachapoyas	996349464	16	70	000052	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú.	SI
37	Carnes y Parrillas "La Tushpa"	Jr. Ortiz Arrieta N°. 753	Chachapoyas	041 - 477471	18	80	0000068	Nacionales, regionales, carnes y parrillas	SI
38	Cebichería Marisquería "Rincón Monsefuano"	Jr. Ortiz Arrieta N°. 792	Chachapoyas	074 - 978058900	22	60	000469	Pescados y mariscos	SI
39	Pollería Rocío	Jr. Ortiz Arrieta - Segundo Piso del Mercado Modelo	Chachapoyas	041 - 478710	21	84	219	Pollos a la brasa.	
40	"La Sazón" Restaurant	Jr. Ayacucho N°. 650	Chachapoyas	941918383	13	50	050 -2007	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú.	SI
41	Restaurant "Las Chozas de Marlisa"	Jr. Ayacucho N°. 1139	Chachapoyas	041 - 4771/941896254	17	100	001074	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
42	Bar Café "La Pared Caída"	Jr. Ayacucho 779	Chachapoyas	041 - 502323	12	48	000547	Locales y/o típicas	SI
43	Café "San José"	Jr. Ayacucho 816	Chachapoyas	041-477339	20	80	000015	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y cafés.	SI
44	Restaurant Chachacucho	Jr. Dos de Mayo N°. 852	Chachapoyas		10	40	En tramite	Nacionales, regionales, y menú.	
45	Dely Plaza	Jr. Ortiz Arrieta N°. 594	Chachapoyas	041 - 477225	8	32	71	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y cafés.	
46	Mini Market y Pollos a la Brasa	Jr. Ortiz Arrieta N°. 528	Chachapoyas	041 - 477174	28	112	649	Regionales (*) y pollo a la brasa.	
47	Restaurant Chifa El Turista	Jr. Amazonas N°. 575	Chachapoyas	041 - 477293	9	33	463	Nacionales, regionales, menú y chifas.	
48	Restaurant Pollería 5 Sabores	Av. Libertad 1084	Chachapoyas	941902672	12	48	no tiene	Menú y pollo a la brasa.	
49	Café Corazón de Jesús	Jr. Amazonas N°. 931	Chachapoyas		4	8	no tiene	Café y postres.	
50	Bar Restaurant "El Portoncito"	Jr. Ortiz Arrieta 266	Chachapoyas	041-477414	20	80	0000005	Nacionales, regionales, pescados y mariscos.	SI
51	Restaurante "Puca Yuraj"	Jr. Amazonas N°648	Chachapoyas	041 - 477102			001245	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
52	Café Fusiones	Jr. Chíncha Alta N° 445	Chachapoyas	041 - 479170	4	16	445	Café.	SI
53	Restaurant "La Estancia"	Jr. Amazonas N°. 861	Chachapoyas	941707477	10	40	52	Nacionales, pizzas, parrillas y hamburguesas.	
54	"Rikos Chicken II"	Jr. Ortiz Arrieta N° 408	Chachapoyas	941929982/97812515	17	68	En tramite	Pollo a la brasa.	SI
55	Restaurant Cebichería "La Chinata"	Jr. Amazonas N°. 520	Chachapoyas	94199462	7	28	En tramite	Menú.	
56	Pollería IMOS	Jr. Ortiz Arrieta N°. 392	Chachapoyas	041 - 478931	30	120	no tiene	Pollo a la brasa.	

57	Fuente de Soda Burger King	Jr. Ortiz Arrieta N° 416	Chachapoyas	041 - 477698	6	18	no tiene	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	
58	Restaurant "El Triunfo"	Jr. Triunfo N° 882	Chachapoyas	941717794	10	40	OO0712	Menú.	SI
59	Restaurant Bar "El Abuelo"	Jr. Ortiz Arrieta N° 512	Chachapoyas	...	9	36	OO1193	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
60	Restaurant Pollería "El Palacio del Pollo"	Jr. Triunfo N° 581	Chachapoyas	041 - 799520	10	44	OO1177	Pollo a la brasa.	SI
61	Hospedaje Restaurant "El Paraíso de la Salud"	Jr. Ortiz Arrieta N° 448	Chachapoyas	941706375	12	50	OO1150	Comida vegetariana.	SI
62	Bar Restaurant turístico "Chacha".	Jr. Grau N° 545	Chachapoyas	041 - 477107	30	140	OO0997	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
63	Café Café	Jr. Amazonas N° 829	Chachapoyas	941990377	6	20	OO0205	Regionales, jugos y cafés	SI
64	Café Snack Tentaciones	Esquina Jr. Amazonas con el Jr.	Chachapoyas	41791095/94189729	8	36	En tramite	Regionales, jugos y cafés	SI
65	Ksa Dulce	Jr. Amazonas N° 717	Chachapoyas	041 - 479140	5	20	OO1351	Regionales, jugos y cafés - y servicio de preparación de tortas.	SI
66	Aroma y Sabor Café	Jr. Amazonas N° 865	Chachapoyas	941726254	11	40	En tramite	Regionales, jugos y cafés	SI
67	Café Restaurant "Q Rico"	Jr. Dos de Mayo N° 631	Chachapoyas	041 - 478379	14	56	OO0147	Nacionales, regionales, menú y pollo a la brasa.	SI
68	Restaurant "La Leña"	Jr. Ayacucho N° 344	Chachapoyas				OO0486	Nacionales, regionales, locales y/o típicas.	SI
69	Pollería "Mayrita"	Jr. Dos de Mayo N° 659	Chachapoyas	041 - 793122	19	40	516	Pollos a la brasa	
70	Hostal Restaurant Plaza	Jr. Grau N° 534	Chachapoyas	041 - 479128	16	70	OO0320	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
71	Restaurant "Makro Sabor"	Jr. Ayacucho N° 1127	Chachapoyas	41735953/94191270	8	32	OO1357	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.	SI
72	Restaurant "La Olla de Barro"	Jr. Salamanca N° 664	Chachapoyas	941956803	9	27	En tramite	Nacionales, regionales y menú	SI
73	Restaurant cebichería "El limon"	Jr. Ayacucho N° 325	Chachapoyas	041 - 477201	15	60	OO0394	Pescados y mariscos	SI
74	Restaurant "El Tejado"	Jr. Salamanca N° 664	Chachapoyas	041 - 477592	8	72	En tramite	Nacionales y regionales.	SI
75	Restaurant Ingri	Jr. Ayacucho N° 690	Chachapoyas	...	8	32	879	Nacionales y menú.	
76	Toshos Bar Picantería	Jr. Unión N° 600	Chachapoyas	...	6	48	En tramite	Nacionales.	
77	Café Restaurant "Señor de Gualamita"	Jr. Unión N° 624	Chachapoyas	941999960	12	28	091 - 2006	Nacionales, regionales y menú	
78	Bodega Estefany	Jr. Tres Esquinas N° 173	Chachapoyas	...	3	8	En tramite	Menú.	
79	Hospedaje Restaurant "El Poseidon"	Jr. Libertad N° 1066	Chachapoyas	041 - 478431	10	24	OOOOO04	Nacionales, regionales y menú	SI
80	Panadería Café "Lourdes"	Jr. Ayacucho N° 1021	Chachapoyas	041 - 479217	2	8	no tiene	Café, jugos, postres y paltitos regionales.	SI
81	Bar Picantería "Liseth"	Jr. Libertad N° 140	Chachapoyas	041 - 312286	10	50	OOOO66	Regionales y/o típicas.	SI
82	El Rinconcito del Cuy	Jr. Puno N° 401	Chachapoyas	041 - 477300 996514158	8	24	OO1163	Regionales y/o típicas.	SI
83	Bar Restaurant "Romana"	Jr. Ayacucho N° 1013	Chachapoyas	795890/978178212	15	50	En tramite	Nacionales y menú.	SI
84	Bar Cafetín "Las Lomas"	Jr. Los Angeles N° 111	Chachapoyas	041 - 477624	5	25	OO141	Nacionales y regionales.	SI
85	Restaurant Snack "La Buena Sazón"	Jr. Chíncha Alta N° 757	Chachapoyas	985192960	16	64	En tramite	Nacionales, regionales y menú.	SI
86	Restaurant Turístico "Luya Urco"	Jr. Arequipa N° 240	Chachapoyas	041 - 478134	...	...	OO0472	Nacionales, regionales y menú.	SI
<b>TOTAL</b>					<b>1126</b>	<b>4514</b>			<b>51</b>

FUENTE: DIRCETUR - MINCETUR, 2011

**ANEXO N° 03: LISTA DE INSUMOS A PRECIOS DE MERCADO**

**LISTA DE INSUMOS**  
**Precios de Mercado Central y Yance de la Ciudad de Chachapoyas**

Tipo de Insumo	Cantidad/Unidad de medida	Precio en nuevos soles	Observaciones
Carne de res	1 kg	S/. 14.00	
Carne de cerdo	1 kg	S/. 14.00	
Carne de pollo	1 kg	S/. 8.00	
Pescado	1 kg	S/. 12.00	
Cecina de res	1 kg	S/. 28.00	
Cecina de chanco	1 kg	S/. 28.00	
Cuy	1 und.	S/. 14.00	500g
Trucha	1 kg	S/. 12.00	
Mondongo	1 kg	S/. 12.00	Cocido
Molleja	1 kg	S/. 12.00	
Cuero de chanco (caransho)	1 kg	S/. 7.00	
Jamón	1 kg	S/. 16.00	
Purtumute	1 kg	S/. 2.00	Cocido
Trigo	1 kg	S/. 2.00	Cocido
Frijol	1 kg	S/. 2.00	Cocido
Harina - chuño	1 kg	S/. 8.00	
Harina de maíz blanco	1 kg	S/. 4.00	
Harina de arveja	1 kg	S/. 4.00	
Fideo Tallarín	1 kg	S/. 3.50	
Arroz extra	1 kg	S/. 3.00	
Papas	1 kg	S/. 1.00	
Papa seca	1 kg	S/. 5.00	
Maní	1 kg	S/. 9.00	
Camote	1 kg	S/. 1.00	
Habas verde	1 kg	S/. 2.00	En cascara
Yuca	1 kg	S/. 1.00	
Arveja verde	1 kg	S/. 4.50	Desgranado
Ajos	1 kg	S/. 12.00	
Ají panca	1 kg	S/. 2.00	
Ají escabeche	1 kg	S/. 3.00	
Pimentón	1 kg	S/. 2.00	
Palillo	9 g	S/. 0.30	en polvo
Cominos	1 kg	S/. 24.00	Preparado
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	Preparado
Orégano	1 kg	S/. 12.00	
Achiote	1 kg	S/. 6.00	Preparado
Ají nomoto	1 kg	S/. 8.00	
Limón	1 kg	S/. 2.00	
Kion	1 kg	S/. 3.00	
Nabo	1 kg	S/. 2.00	
Porro	1 kg	S/. 3.00	
Tomate	1 kg	S/. 2.00	
Siyau	1 500gm	S/. 2.50	



TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Vinagre	1	Lt	S/.	3.00	
Vainilla	1	Lt	S/.	6.00	
Caihua	1	kg	S/.	1.00	
Lechuga	1	Und.	S/.	0.50	300g aprox.
Repollo	1	Und.	S/.	0.50	500g aprox.
Coliflor	1	kg	S/.	3.00	
Brócoli	1	kg	S/.	3.00	
Zanahoria	1	kg	S/.	1.00	
Zapallo	1	kg	S/.	1.00	
Choclo	1	kg	S/.	2.50	
Cebolla china	1	kg	S/.	3.00	
Vainita	1	kg	S/.	2.00	
Naranja	1	kg	S/.	1.00	10 und.
Manzana	1	kg	S/.	3.00	
Granadina	1	kg	S/.	3.00	15 und.
Piña	1	kg	S/.	1.00	1 und.
Papaya	1	kg	S/.	2.00	2 und.
Maracuyá	1	kg	S/.	2.00	16 und.
Verengina	1	kg	S/.	2.00	
Mango	1	kg	S/.	3.00	6 und.
Durazno	1	kg	S/.	6.00	
Durazno en frasco	900	ml	S/.	6.50	
Uva	1	kg	S/.	4.00	
Fresa	1	kg	S/.	7.00	
Cereza	200	g	S/.	8.00	
Mandarina	1	kg	S/.	3.00	
Plátanos para freír	1	kg	S/.	2.00	
Huevo	3	und.	S/.	1.00	
Aceite	1	Litro	S/.	6.50	
Leche tarro	1	und.	S/.	2.60	410 ml
Hot dog	1	kg	S/.	8.00	
Queso	1	kg	S/.	6.00	
Café	1	kg	S/.	28.00	
Azúcar	1	kg	S/.	2.50	
Azúcar blanca	1	kg	S/.	4.00	
Mantequilla	1	kg	S/.	8.00	
Maicena	1	kg	S/.	3.50	
Mayonesa	500	g	S/.	6.00	
Levadura	1	kg	S/.	22.00	
Aceituna	1	kg	S/.	8.00	
Wantan	1	kg	S/.	6.00	
Palitos brochett	50	und.	S/.	2.50	
Café	1	kg	S/.	28.00	
Canela en polvo	2	g	S/.	0.10	
Ron	750	ml		18	
Pisco	750	ml		14	
Amargo de angostura	75	ml	S/.	10.00	
Crema de aguaymanto	500	ml	S/.	7.00	
Jarabe de goma	750	ml	S/.	7.50	

**ANEXO N° 04: COTIZACIÓN E INVERSIÓN TOTAL**

**1. COTIZACIÓN DE BIENES TANGIBLES E INTANGIBLES**

<i>Menaje</i>	<b>Cantidad</b>	<b>PT</b>
<b>Vajilla o Lencería</b>		
Plato base o de sitio	60	S/. 300.00
Plato de fondo plato de entrada o postre	60	S/. 125.00
Plato para sopa	48	S/. 144.00
Platos y tazas para té, café y expreso	60	S/. 300.00
Salseras	12	S/. 30.00
Cremeras	12	S/. 30.00
Tetera 10Lts	1	S/. 80.00
Azafates	3	S/. 105.00
Saleros y pimenteros	4	S/. 40.00
<b>Total</b>		<b>S/. 1,154.00</b>
<b>Cristalería</b>		
Para jugos y/o refrescos	48	S/. 200.00
Para Pisco sour o kero	12	S/. 24.00
Pilsener para cerveza	12	S/. 28.00
Chopp para cerveza	12	S/. 32.00
Copa para vino	12	S/. 24.00
<b>Total</b>		<b>S/. 308.00</b>
<b>Cubertería</b>		
Tenedor (entrada, postre, fondo)	72	S/. 258.00
Cuchillos (Entrada, fondo, carne, mantequillero)	72	S/. 462.00
Cucharas (sopas, crema o postre, té, café)	72	S/. 252.00
<b>Total</b>		<b>S/. 972.00</b>
<b>Mantelería o lencería</b>		
Muletón	10	S/. 250.00
Mantelería (artesanal con labor)	20	S/. 700.00
Tapetes o cubre mantel y/o Individual artesanal	40	S/. 120.00
<b>Total</b>		
<b>Utensilios de servicio y petit menaje</b>		
Aceiteras y vinagreras	2	S/. 12.00
Centro de mesa	10	S/. 25.00
Ceniceros	6	S/. 21.00
Azucareros	16	S/. 128.00
<b>Total</b>		<b>S/. 186.00</b>
<b>Utensilios para medir y preparar</b>		<b>Cantidad</b>
<b>PT</b>		
Tazones para mezclar, de acero inoxidable. (varios tamaños), además estos sirven para preparar el mise en place.	6	S/. 270.00
Tazas medidoras dos tipos.	2	S/. 22.00
Cucharas medidoras.	2	S/. 12.00

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Balanzas electrónica	1	S/. 12.00
Balanzas manual	1	S/. 35.00
Batidores.	2	S/. 14.00
Tamices para cernir ingredientes secos, y colar cocidos o purés.	2	S/. 10.00
Coladores dos tamaños	2	S/. 14.00
Tablas para picar.	4	S/. 76.00
Peladores de hoja móvil para pelar frutas y verduras.	2	S/. 3.00
Cucharas de metal y madera, para revolver.	2	S/. 14.00
Tenedores de cocina para voltear carnes.	2	S/. 14.00
Pinzas de acero inoxidable.	2	S/. 12.00
Espumaderas para filtrar caldos y salsas.	2	S/. 20.00
Espátulas (plásticas, para voltear alimentos; de caucho para raspar utensilios).	2	S/. 10.00
Abrelatas.	2	S/. 16.00
Recipientes para almacenar sin peligro alimentos en refrigeradores y congeladores. (Pueden ser plásticos o de acero inoxidable, con tapa).	2	S/. 36.50
Extractor de Jugos.	1	S/. 309.00
Licadoras	2	S/. 398.00
Rallador	1	S/. 12.00
Jarra medidora	2	S/. 6.00
<b>Total</b>		<b>S/. 608.50</b>
<b>Ollas y sartenes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>PT</b>
Ollas de Varios Tamaños.	6	S/. 285.00
Peroles de varios tamaños.	2	S/. 240.00
Cazuela para saltar.	1	S/. 77.00
Sartenes.	3	S/. 133.00
Molde en Aluminio para hornear.	2	S/. 180.00
<b>Total</b>		<b>S/. 915.00</b>
<b>Cuchillos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>PT</b>
Set cuchillos del chef.	6	S/. 54.50
Cuchillos para pelar.	2	S/. 32.00
Cuchillo multiusos.	1	S/. 18.00
Cuchillo para carne	2	S/. 44.00
<b>Total</b>		<b>S/. 148.50</b>
<b>Otros</b>	-	<b>S/. 707.00</b>

Fuente: Mercado Central puesto N° 37 y Comercial Jovita - Chachapoyas

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<i>Maquinarias</i>	<b>Cantidad</b>	<b>P.U. (en nuevos soles)</b>	<b>PT</b>
Cocina industrial 2 hornillas	1	S/. 290.00	290
Cocina semiindustrial 4 hornillas y 1 parrilla	1	S/. 1,920.00	1920
Horno microondas	1	S/. 320.00	320
Cafeteras	2	S/. 119.00	238
Refrigerador	1	S/. 1,500.00	1500
Congelador	1	S/. 1,499.00	1499
Frio bar	1	S/. 614.00	614
Conservador	1	S/. 3,500.00	3500
Parrilla y plancha eléctrica	1	S/. 329.00	329.00
<b>Total</b>			<b>10210</b>

Fuente: La Curacau – Chachapoyas y www.mabe.com.pe

<i>Equipos de audio, video e internet inalámbrico</i>	<b>Cantidad</b>	<b>P.U. (en nuevos soles)</b>	<b>PT</b>
Televisores	1	S/. 1,699.00	1699
Equipo sonido	1	S/. 1,029.00	1029
Equipo FONO CLARO para telefonía fija inalámbrica	1	S/. 69.00	69
Equipos para internet inalámbrico	1	S/. 139.00	139
Laptop	1	S/. 2,499.00	2499
<b>Total</b>			<b>5435</b>

Fuente: La Curacau y Telefónica (movistar y claro) - Chachapoyas

<b>Muebles y mobiliario</b>		<b>Cantidad</b>	<b>P.U. (en nuevos soles)</b>	<b>PT</b>
Restaurante	Mesas	10	S/. 560.00	S/. 5,600.00
	Sillas	40		
Cafetería	Mesas	6	S/. 480.00	S/. 2,880.00
	Sillas	18		
Juego Sillones más mesa		2	S/. 1,000.00	S/. 2,000.00
Barra		1	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 11,980.00</b>

Fuente: Carpintería Katerpan - Chachapoyas

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

**2. CUADRO DE INVERSIÓN TOTAL**

INVERSIÓN TOTAL					
RUBRO	CANTIDAD	P.UNITARIO S/.	PARCIAL S/.	SUB- TOTAL S/.	TOTAL S/.
<b>I. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE</b>					<b>43,694.00</b>
<b>I. 1.1 Construcción</b>					
Acondicionamiento	-	-	-	<b>10000</b>	
<b>I. 1.2 Maquinaria</b>					
Cocina industrial (2 hornillas)	1	290.00	290.00		
Cocina semi industrial (4 hornillas + parrilla)	1	1,920.00	1,920.00		
Refrigeradora	1	1,500.00	1,500.00		
Congelador	1	1,499.00	1,499.00		
Frio bar	1	614.00	614.00		
Conservador	1	3,500.00	3,500.00		
Parrilla y plancha eléctrica	1	329.00	329.00		
<b>I. 1.3 Equipo</b>					
Televisor	1	1,699.00	1,699.00		
Equipo de sonido	1	1,029.00	1,029.00		
Equipo fono claro para telefonía fija	1	69.00	69.00		
Equipo de internet inalámbrico	1	139.00	139.00		
Laptop	1	2,499.00	2,499.00		
Horno microonda	1	320	320.00		
Licuada	2	199.00	398.00		
Extractor de jugo	1	309.00	309.00		
Cafetera	2	119.00	238.00		
<b>I. 1.4 Muebles y mobiliario</b>					
Mesas restaurante	10	560.00	5,600.00		
Sillas restaurante	40				
Mesas cafetería	6	480	2,880.00		
Sillas cafetería	18				
Juego muebles más mesa	2	1000	2,000.00		
Barra	1	1500	1,500.00		
<b>I. 1.5 Enseres</b>					
Utensilios - menaje	-	3,690.00	3,690.00		
Utensilillos para medir y servir	-	608.50	608.50		
Ollas y sartenes	-	915.00	915.00		
Juego cuchillos	-	148.50	148.50		
<b>II. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE</b>					<b>7,496.20</b>
Perfil del proyecto - Plan de negocio	-	6,896.20	6,896.20		<b>7,496.20</b>
Constitución del negocio	-	600.00	600.00		

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<b>III. CAPITAL DE TRABAJO</b>					<b>20,017.02</b>
<b>1.1 EXISTENCIAS</b>				<b>9,912.02</b>	
Materia prima	2700	3.67	9912.02		
<b>1.2. DISPONIBLE</b>				<b>10,105.00</b>	
Mano de obra	12 Empleados	-	8400.00		
Servicio luz, agua, teléfono	-	-	285.00		
Internet	-	-	100.00		
Renta del local	-	-	800		
Promoción y publicidad	-	-	250		
Materiales de administración	-	-	120		
Transporte de mercadería	-	-	150		
<b>1.3. EXIGIBLE</b>	0	0	0	0	0
<b>IV. IMPREVISTOS (5%)</b>					<b>3,560.36</b>
<b>TOTAL</b>					<b>74,767.58</b>

Fuente: Elaboración propia/2011

**ANEXO N° 05: MÉTODO PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DE  
LOS PRODUCTOS**

**1. FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DE VENTA DE LOS PRODUCTOS EN  
BASE A LOS COSTOS DEL RESTAURANTE GRAN BANQUETE**

La fijación de los precios de venta de los productos se ha realizado teniendo en consideración los costos mensuales del restaurante, los cuales están detallados en el plan financiero. Así tenemos:

**Cuadro N° 5.1: Costos del restaurante Gran Banquete**

<b>Costos del Restaurante</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>
Costo Directo	S/. 3,556.00
Costo Indirecto	S/. 2,385.00
Gastos Operativos	S/. 4,520.00
Depreciación	S/. 297.08
Otros	S/. 100.00
<b>Total Gastos Mensual</b>	<b>S/. 10,858.08</b>

<b>Costo diario de operar</b>	<b>S/. 361.94</b>
-------------------------------	-------------------

<b>Número de operaciones realizadas por día en promedio o Platillos vendidos</b>	<b>90</b>
--	-----------

<b>Costo por operación</b>	<b>S/. 4.02</b>
----------------------------	-----------------

Fuente: Elaboración propia/2011

Según el cuadro, tenemos que el costo por operación es de S/. 4.02, a esto se suma el costo de la receta, más un porcentaje de utilidad, siendo para los platos principales, sopas y bebidas de 35%. Para las sopas se considera el costo de operación entre 10 platos, por la misma naturaleza de su elaboración en serie; y para las bebidas se considera el 30% del costo por operación y para los platos entrada se tiene un 25% de utilidad, con un costo por operación de S/. 4.02.

### PRECIO DE VENTA PLATOS PRINCIPALES

<b>1 Pato a la naranja</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Carne pato	1 kg	S/. 16.00	200.00 g	S/. 3.2000
Jugo naranja	1 L	S/. 5.00	100.00 ml	S/. 0.5000
Naranja rallada	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Miel	1L	S/. 3.00	30.00 g	S/. 0.0900
Mantequilla	1kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Aceite	1L	S/. 6.50	30.00 ml	S/. 0.1950
Pimienta	1kg	S/. 12.00	2.00 g	S/. 0.0240
Comino	1kg	S/. 2.00	2.00 g	S/. 0.0040
Arroz	1kg	S/. 3.00	150.00 g	S/. 0.4500
Ajo	1kg	S/. 12.00	5.00	S/. 0.0600
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Porción de yuca	1 kg	S/. 1.00	100.00 g	S/. 0.1000
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 4.83</b>

#### DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

<b>PATO A LA NARANJA</b>	
COSTO DE LA RECETA	S/. 4.83
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 3.10
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 12.00</b>

<b>2 Brocheta de lomo</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Carne de res	1 kg	S/. 14.00	200.00 g	S/. 2.8000
Cebolla	1 kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500
Pimentón	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Palitos de brochett 20cm	50 und.	S/. 2.50	2.00 und.	S/. 0.1000
Ajo	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Papas fritas	1 kg	S/. 2.00	200.00 g	S/. 0.4000
Crema mayonesa	1 sachet 500g	S/. 6.00	10.00 g	S/. 0.1200
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	250.00 ml	S/. 1.6250
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Sub receta de ensalada	1kg	S/. 4.51	150.00 g	S/. 0.2256
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 5.56</b>

#### SUB RECETA DE ENSALADA

Preparación de 1 kg de ensalada

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pepinillo	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	25.00 g	S/. 0.0250



**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

Repollo	1 und.	S/. 0.50	1/8 und.	S/. 0.0001
Tomate	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.23</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 4.51</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BROCHETA DE LOMO</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 5.56
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 9.58
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%				S/. 3.35
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				S/. 12.94
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 13.00</b>

<b>3 Brocheta de pollo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Carne pollo	1 kg	S/. 8.00	200.00 g	S/. 1.6000
Cebolla	1 kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500
Pimentón	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Palitos de brochett 20cm	50 und.	S/. 2.50	2.00 und.	S/. 0.1000
Ajo	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Papas fritas	1 kg	S/. 2.00	200.00 g	S/. 0.4000
Crema mayonesa	1 sachet 500g	S/. 6.00	10.00 g	S/. 0.1200
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	250.00 ml	S/. 1.6250
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Sub receta de ensalada	1kg	S/. 4.51	50.00 g	S/. 0.2256
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 4.36</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
<b>Preparación de 1 kg de ensalada</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Pepinillo	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	25.00 g	S/. 0.0250
Repollo	1 und.	S/. 0.50	1/8 und.	S/. 0.0001
Tomate	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.23</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 4.51</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BROCHETA DE POLLO</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 4.36
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 8.38

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 2.93
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 11.32
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 11.50</b>

<b>4 Pescado salteado</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pescado	1 kg	S/. 12.00	200.00 g	S/. 2.4000
Harina de maíz	1 kg	S/. 4.00	50.00 g	S/. 0.2000
Papas fritas	1 kg	S/. 0.10	150.00 und.	S/. 0.0150
Arroz	1 kg	S/. 3.00	150.00 g	S/. 0.4500
Tomate	1 kg	S/. 1.00	20.00 ml	S/. 0.0200
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Mostaza	9 g	S/. 0.10	1.00 g	S/. 0.1000
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400
Perejil	1 kg	S/. 1.00	10.00 g	S/. 0.3333
Ají verde	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.5000
Vinagre	1 L	S/. 3.00	10.00 ml	S/. 0.6000
Siyau	1L	S/. 5.00	20.00 ml	S/. 0.8333
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Aceite	1L	S/. 6.50	250.00 ml	S/. 1.6250
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 7.41</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**PESCADO SALTEADO**

COSTO DE LA RECETA	S/. 7.41
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 11.43
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 4.00
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 15.43
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 15.50</b>

<b>5 Cuy en salsa de maní</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Cuy entero limpio	1 und.	S/. 15.00	1 und.	S/. 14.0000
Maní	1 kg	S/. 9.00	80.00 g	S/. 0.7200
Cebolla	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400
Ají panca	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Papa	1 kg	S/. 1.00	200.00 g	S/. 0.2000
Hojas de chincho (marjasacha)	1 kg	S/. 1.00	10.00 g	S/. 0.0100
Aceite	1L	S/. 6.50	150.00 ml	S/. 0.9750
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Sub receta de ensalada	1kg	S/. 3.15	70.00 g	S/. 0.2205
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 16.57</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
Preparación de 1 kg de ensalada				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Lechuga	1 kg	S/. 1.00	20.00 g	S/. 0.0200
Tomate	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.22</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 3.15</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>CUY EN SALSA DE MANI</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 16.57
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%				S/. 7.21
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 28.00</b>

<b>6 Cecina de chanco</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Cecina procesada	1 kg	S/. 30.00	200 g	S/. 6.00
Yuca	1 kg	S/. 1.00	100 g	S/. 0.10
Purtumute	1 kg	S/. 2.00	100 g	S/. 0.20
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	100 ml	S/. 0.65
Plátano	1 kg	S/. 2.00	50 g	S/. 0.10
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 2.04	150 g	S/. 0.31
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 7.36</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
Preparación de 1 kg de ensalada				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	50 g	
Tomate	1 kg	S/. 2.00	50 g	
Limón	1 und.	S/. 0.10	1 und.	
Culantro	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	
Sal		S/. 1.00	5.00 g	
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>CECINA DE CHANCHO</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 7.36
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%				S/. 3.98

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 15,36
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 15,50</b>

7 Cecina de res				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN (gms)	PRECIO DE PORCIÓN
Cecina procesada	1 kg	S/. 28.00	200 g	S/. 5.60
Yuca	1 kg	S/. 1.50	100 g	S/. 0.15
Purtumute	1 kg	S/. 2.00	100 g	S/. 0.20
Mayonesa	1 sachet 500g	S/. 6.00	10 g	S/. 0.06
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	100 ml	S/. 0.65
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 2.04	150 g	S/. 0.31
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 6.97</b>

**SUB RECETA DE ENSALADA**

Preparación de 1 kg de ensalada

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Tomate	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.50	S/. 0.0005
Culantro	1 kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.31</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 2.04</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

CECINA DE RES	
COSTO DE LA RECETA	S/. 6.97
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 10.99
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 3.85
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 14,83
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 15,00</b>

8 Arroz con pato				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Carne pato	1 kg	S/. 16.00	200.00 g	S/. 3.2000
Arvejas	1 kg	S/. 4.50	50.00 g	S/. 0.2250
Arroz	1 kg	S/. 3.00	100.00 g	S/. 0.3000
Chicha o cerveza negra	1L	S/. 1.00	100.00 ml	S/. 0.1000
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Pimentón	1kg	S/. 2.00	10.00 g	S/. 0.0200
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400
Ají panca	1kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	10.00 g	S/. 0.2400
Comino	1kg	S/. 24.00	10.00 g	S/. 0.2400
Culantro	1 kg	S/. 2.00	200.00 g	S/. 0.4000
Zapallo loche	1 und.	S/. 0.50	1/2 und.	S/. 0.5000

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Sal	1 kg	S/.	1.00	2.00 g	S/.	0.0020
Aceite	1 L	S/.	6.50	50.00 ml	S/.	0.3250
Sub receta de ensalada	1 porción	S/.	6.01	50.00 g	S/.	0.3005
<b>Costo de la receta</b>					S/.	<b>6.18</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>						
Preparación de 1 kg de ensalada						
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN		
Palta	1 und.	S/.	1.00	0.25 g	S/.	0.0003
Cebolla	1 kg	S/.	2.00	50.00 g	S/.	0.1000
Tomate	1 kg	S/.	2.00	50.00 g	S/.	0.1000
Limón	1 und.	S/.	0.10	1.00 und.	S/.	0.1000
Sal	1 kg	S/.	1.00	0.50 g	S/.	0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>					S/.	<b>0.30</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>					S/.	<b>6.01</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>						
<b>ARROZ CON PATO</b>						
COSTO DE LA RECETA					S/.	6.18
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO					S/.	4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA					S/.	10.20
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%					S/.	3.57
PRECIO DE VENTA SUGERIDO					S/.	13.78
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>					S/.	<b>14.00</b>

<b>9 Bistec a la parrilla</b>						
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN		
Bistec de res	1 kg	S/.	14.00	200 g	S/.	2.8000
Papas	1 kg	S/.	1.00	100 g	S/.	0.1000
Arroz cocido	1 kg	S/.	3.00	50 g	S/.	0.1500
Pimienta	1kg	S/.	24.00	1.00 g	S/.	0.0240
Cominos	1kg	S/.	24.00	1.00 g	S/.	0.0240
Ajos	1kg	S/.	12.00	10.00 g	S/.	0.1200
Sal	1kg	S/.	1.00	2.00 g	S/.	0.0020
Aceite	1 Litro	S/.	6.50	25 ml	S/.	0.1625
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/.	2.34	150 g	S/.	0.3505
<b>Costo de la receta</b>					S/.	<b>3.73</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>						
Preparación de 1 kg de ensalada						
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN		
Pepinillo	1 kg	S/.	2.00	50.00 g	S/.	0.1000
Tomate	1 kg	S/.	2.00	50.00 g	S/.	0.1000
Limón	1 und.	S/.	0.10	1.00 und.	S/.	0.1000
Lechuga	1 kg	S/.	1.00	50.00 g	S/.	0.0500
Sal	1 kg	S/.	1.00	0.50 g	S/.	0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>					S/.	<b>0.35</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>					S/.	<b>2.34</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**PLATILLO BISTEC A LA PARRILLA**

COSTO DE LA RECETA	S/. 3.73
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 7.75
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 2.71
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 10.47
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 10.50</b>

**10 Bistec encebollado**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Lomo de res	1 kg	S/. 14.00	200.00 g	S/. 2.8000
Papas	1 kg	S/. 1.00	100.00 g	S/. 0.1000
Arroz	1 kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	2.00 g	S/. 0.0480
Orégano	1 kg	S/. 12.00	2.00 g	S/. 0.0240
Vinagre	1 Litro	S/. 3.00	10.00 ml	S/. 0.0300
Ají escabeche	1 kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500
Sal	1 kg	S/. 1.00	10.00	S/. 0.0100
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	100.00 ml	S/. 0.6500
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 4.30</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**BISTEC ENCEBOLLADO**

COSTO DE LA RECETA	S/. 4.30
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 8.32
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 2.91
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 11.24
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 11.50</b>

**11 Lomo salteado**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Carne lomo res	1 kg	S/. 14.00	200.00 g	S/. 2.8000
Papas fritas	1 kg	S/. 1.00	100.00 g	S/. 0.1000
Arroz	1 kg	S/. 3.00	100.00 g	S/. 0.3000
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Tomate	1kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Ajo	1 kg	S/. 12.00	10.00 g	S/. 0.1200
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Orégano	1 kg	S/. 12.00	2.00 g	S/. 0.0240
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Siyau	1 Litro	S/. 5.00	20.00 ml	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

Aceite	1 Litro	S/. 6.50	100.00 ml	S/. 0.6500
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 4.34</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>LOMO SALTEADO</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 4.34
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 8.37
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%				S/. 2.93
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				S/. 11.29
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 11.50</b>

<b>12 Trucha frita</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Trucha	1 kg	S/. 12.00	200.00 g	S/. 2.4000
Yuca	1 kg	S/. 1.50	100.00 g	S/. 0.1500
Purtumute	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Pimienta	1kg	S/. 24.00	1.0 g	S/. 0.0240
Cominos	1kg	S/. 24.00	1.0 g	S/. 0.0240
Ajos	1kg	S/. 12.00	10.00 g	S/. 0.1200
Sal	1kg	S/. 1.00	2.0 g	S/. 0.0020
Harina	1kg	S/. 8.00	50.00 g	S/. 0.4000
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	200.00 ml	S/. 1.3000
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 5.18	60.00 g	S/. 0.3105
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 4.83</b>

**SUB RECETA DE ENSALADA**

Preparación de 1 kg de ensalada

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Tomate	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Cilantro	1 kg	S/. 1.00	10.00 g	S/. 0.0100
sal	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 60 g de Ensalada</b>				<b>S/. 0.31</b>
<b>Costo de 1kg de Ensalada</b>				<b>S/. 5.18</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**PLATILLO TRUCHA FRITA**

COSTO DE LA RECETA				S/. 4.83
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 8.85
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%				S/. 3.10
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				S/. 11.95
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 12.00</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<b>13 Tallarín salteado con pollo</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Fideo	1 kg	S/. 3.00	200.00 g	S/. 0.6000
Pollo	1 kg	S/. 8.00	150.00 g	S/. 1.2000
Colantau	1kg	S/. 3.00	50.00 ml	S/. 0.1500
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300
Cebolla oriental	1kg	S/. 3.00	10.00 g	S/. 0.0300
Ajos	1kg	S/. 12.00	5.00 g	S/. 0.0600
Col oriental	1kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500
Pimienta	1kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Siyau	1L	S/. 5.00	20.00 ml	S/. 0.1000
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Azúcar	1kg	S/. 3.00	1.00 g	S/. 0.0030
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 2.45</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>PLATILLO TALLARÍN SALTADO CON POLLO</b>				
COSTO DE LA RECETA			S/.	2.45
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO			S/.	4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA			S/.	0.00
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%			S/.	2.26
PRECIO DE VENTA SUGERIDO			S/.	6.73
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 9.00</b>

<b>14 Arroz chaufa mixto</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Carne choncho	1 kg	S/. 14.00	70.00 g	S/. 0.9800
Pollo	1 kg	S/. 8.00	70.00 g	S/. 0.5600
Arroz	1kg	S/. 3.00	200.00 g	S/. 0.6000
Huevo	3und.	S/. 1.00	0.5 und.	S/. 0.1667
Cebolla China	1kg	S/. 1.00	50.00 ml	S/. 0.0500
Pimentón	1kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Ajo	1kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Siyau	1L	S/. 2.00	40.00 ml	S/. 0.0800
Kion	1 kg	S/. 4.00	20.00 g	S/. 0.0800
Hot dog	1 kg	S/. 8.00	50.00 g	S/. 0.4000
Aceite	1L	S/. 6.50	50.00 ml	S/. 0.3250
Sal	1 Kg	S/. 1.00	10.00 g	S/. 0.0100
Porción de Wantan frito	1kg	S/. 6.00	50.00 g	S/. 0.3000
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 3.69</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>ARROZ CHAUF MIXTO</b>				
COSTO DE LA RECETA			S/.	3.69
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO			S/.	4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA			S/.	0.00
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%			S/.	2.70



TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 10.41
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 10:50</b>

<b>15 Carapulcra</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Papa seca	1 kg	S/. 5.00	100.00 g	S/. 0.5000
Carne de choncho	1 kg	S/. 14.00	200.00 g	S/. 2.8000
Arroz cocido	1 kg	S/. 0.10	150.00 und.	S/. 0.1000
Cebolla	1 kg	S/. 3.00	100.00 g	S/. 0.3000
Ajo	1 kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
Maní	1 kg	S/. 2.00	20.00 ml	S/. 0.0400
Ají panca	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	30.00 ml	S/. 0.1950
Sub receta de ensalada	1 porción	S/. 8.01	50.00 g	S/. 0.4005
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 4.43</b>

**SUB RECETA DE ENSALADA**

Preparación de 1 kg de ensalada

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Tomate	1 kg	S/. 2.00	100.00 g	S/. 0.2000
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Cebolla	1 kg	S/. 1.00	100.00 g	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.40</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 8:01</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

<b>CARAPULCRA</b>	
COSTO DE LA RECETA	S/. 4.43
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 8.45
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 2.96
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 11.41
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 11:50</b>

<b>16 Arroz con pollo</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pollo	1 kg	S/. 8.00	180.00 g	S/. 1.4400
Arvejas	1 kg	S/. 0.10	100.00 g	S/. 0.0100
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Arroz	1 kg	S/. 3.00	200.00 g	S/. 0.6000
Cerveza negra	1 L	S/. 1.00	50.00 ml	S/. 0.0500
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	25.00 g	S/. 0.0500
Pimiento	1 kg	S/. 3.00	1.00 g	S/. 0.0030
Ajo	1 kg	S/. 12.00	5.00 g	S/. 0.0600

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Ají mirasol	1 kg	S/. 2.00	5.00 g	S/. 0.0100
Ají panca	1 kg	S/. 10.00	5.00 g	S/. 0.0500
Culantro - puré	1 kg	S/. 1.00	200.00 ml	S/. 0.2000
Aceite	1L	S/. 6.50	100.00 ml	S/. 0.6500
Sal	1kg	S/. 1.00	2.00 g	S/. 0.0020
Sub receta de ensalada	1kg	S/. 3.61	50.00 g	S/. 0.1805
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 3.36</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
Preparación de 1 kg de ensalada				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Palta	3 und.	S/. 3.00	0.5 und	S/. 0.5000
Lechuga	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Tomate	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.50 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.18</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 3.61</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>ARROZ CON POLLO</b>				
COSTO DE LA RECETA			S/. 3.36	
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO			S/. 4.02	
COSTO DE ELABORAR RECETA				
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%			S/. 2.58	
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>			<b>S/.</b>	<b>10.00</b>

**PRECIO DE VENTA: SOPAS**

Para fijar el precio de venta de las sopas primero se ha fijado la sub receta fondo de res (sustancia liquida), esto para no utilizar agua pura en la elaboración las sopas.

<b>SUB RECETA FONDO DE RES</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Agua	10 L	S/. 5.00	10.00 L	S/. 5.0000
Hueso de res	1 kg	S/. 3.00	1000.00 g	S/. 3.0000
Apio	1 kg	S/. 2.00	500.00 g	S/. 1.0000
Cebolla	1 kg	S/. 1.00	100.00 g	S/. 0.1000
Porro	1 kg	S/. 3.00	500.00 g	S/. 1.5000
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	250.00 g	S/. 0.2500
Tomate	1 kg	S/. 2.00	100.00 g	S/. 0.2000
<b>Costo de la receta 10 Litros</b>				<b>S/. 11.05</b>
<b>Costo de la receta 1 Litro</b>				<b>S/. 1.11</b>
<b>Costo de la receta 250 ml</b>				<b>S/. 0.28</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<b>1 SANCOCHADO</b>					
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>	
Carne de res	1 kg	S/. 10.00	100.00 g	S/. 1.0000	
Arroz	1 kg	S/. 3.00	30.00 g	S/. 0.0900	
Garbanzo	1 kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500	
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500	
Habas verde	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000	
Zapallo	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500	
Poros	1 kg	S/. 2.00	30.00 g	S/. 0.0600	
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400	
Yuca	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500	
Apio	1 kg	S/. 1.00	30.00 g	S/. 0.0300	
Nabo	1 kg	S/. 1.00	20.00 g	S/. 0.0200	
Papa blanca	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500	
Choclo	1 und.	S/. 0.50	0.25 und.	S/. 0.1250	
Aceite	1L	S/. 6.50	10.00 g	S/. 0.0650	
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050	
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 2.08</b>	
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>					
<b>SANCOCHADO</b>					
COSTO DE LA RECETA				S/. 2.08	
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 0.40	
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 2.48	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%				S/. 0.87	
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				S/. 3.35	
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 3.50</b>	

<b>2 SOPA DE CHOCHOCA</b>					
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>	
Chochoca molido	1 kg	S/. 5.00	50.00 g	S/. 0.2500	
Pellejo de chancho	1 kg	S/. 7.00	50.00 g	S/. 0.3500	
Frijol	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500	
Cebolla	1 kg	S/. 1.00	30.00 g	S/. 0.0300	
Ajo	1 kg	S/. 12.00	5.00 g	S/. 0.0600	
Ají colorado	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400	
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240	
Comino	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240	
Culantro	1 kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050	
Aceite	1L	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300	
Fondo de res	1 L	S/. 1.11	250.00 ml	S/. 0.2763	
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050	
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.24</b>	
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>					
<b>SOPA DE CHOCHOCA</b>					
COSTO DE LA RECETA				S/. 1.24	
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 0.40	

**TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS**

<b>COSTO DE ELABORAR RECETA</b>	S/. 1.65	
<b>PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%</b>	S/. 0.58	
<b>PRECIO DE VENTA SUGERIDO</b>	S/. 2.22	
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>		<b>S/. 2.50</b>

<b>3 SOPA DE PURTUMUTE</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Purtumute cocido	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Frijoles	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Culantro	1 kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
Col	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Misto	1 kg	S/. 3.00	10.00 g	S/. 0.0300
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400
Fondo de res	1 L	S/. 1.11	250.00 ml	S/. 0.2763
Aceite	1L	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 0.94</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>SOPA DE PURTUMUTE</b>				
<b>COSTO DE LA RECETA</b>		S/. 0.94		
<b>COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO</b>		S/. 0.40		
<b>COSTO DE ELABORAR RECETA</b>		S/. 1.34		
<b>PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%</b>		S/. 0.47		
<b>PRECIO DE VENTA SUGERIDO</b>		S/. 1.81		
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 2.00</b>

<b>4 SOPA DE VERDURAS</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Judías (vainitas)	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Habas verde	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Guisantes - arvejas	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Apio	1 planta	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Zapallo	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Nabo	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Puerros - poro	1 kg	S/. 3.00	50.00 g	S/. 0.1500
Papa	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Fondo de res	1 L	S/. 1.11	250.00 ml	S/. 0.2763
Aceite	1L	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.16</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>SOPA DE VERDURAS</b>				
<b>COSTO DE LA RECETA</b>		S/. 1.16		

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 0.40	
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 1.56	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.55	
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 2.11	
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>		<b>S/. 2.50</b>

<b>5 LOCRO DE YUCA</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Carne choncho	1 kg	S/. 8.00	50.00 g	S/. 0.4000
Huevo	3und.	S/. 1.00	25.00 g	S/. 0.2500
Yuca	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Frijol negro	1 kg	S/. 2.00	50.00 g	S/. 0.1000
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Ajo	1 kg	S/. 12.00	5.00 g	S/. 0.0600
Misto	1 kg	S/. 12.00	5.00 g	S/. 0.0600
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Aceite	1L	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.12</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

<b>LOCRO DE YUCA</b>	
COSTO DE LA RECETA	S/. 1.12
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 0.40
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 1.52
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.53
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 2.05
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 2.50</b>

<b>6 AGUADITO DE POLLO</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pollo	1 kg	S/. 8.00	50.00 g	S/. 0.4000
Arroz	1 kg	S/. 3.00	20.00 g	S/. 0.0600
Papa amarilla	1 kg	S/. 1.00	20.00 g	S/. 0.0200
Arveja	1 kg	S/. 4.50	20.00 g	S/. 0.0900
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Tomate	1 kg	S/. 2.00	20.00 g	S/. 0.0400
Culantro	1 kg	S/. 1.00	50.00 g	S/. 0.0500
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	20.00 g	S/. 0.4800
Ajo	1 kg	S/. 12.00	20.00 g	S/. 0.2400
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Kion	1 kg	S/. 4.00	10.00 g	S/. 0.0400
Aceite	1L	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.62</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**AGUADITO DE POLLO**

COSTO DE LA RECETA	S/. 1.62
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 0.40
COSTO DE ELABORAR RECETA	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.71
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	

**PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO** S/. **3.00**

**7 CREMA DE ARVEJAS**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Harina de Arveja	1 kg	S/. 4.00	50.00 g	S/. 0.2000
Leche	1 L	S/. 2.00	25.00 ml	S/. 0.5000
Cebolla	1 kg	S/. 2.00	10.00 g	S/. 0.0200
Mantequilla	1 kg	S/. 8.00	10.00 g	S/. 0.0800
Pan (tostado)	8 und.	S/. 1.00	20.00 g	S/. 0.0200
Perejil	1 kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
Ajo	1 kg	S/. 12.00	5.00 g	S/. 0.0600
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1.00 g	S/. 0.0240
Accite	1L	S/. 6.50	20.00 ml	S/. 0.1300
Fondo de res	1 L	S/. 1.11	250.00 ml	S/. 0.2763
Sal	1kg	S/. 1.00	5.00 g	S/. 0.0050
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.04</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**CREMA DE ARVEJAS**

COSTO DE LA RECETA	S/. 1.04
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 0.40
COSTO DE ELABORAR RECETA	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.50
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	

**PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO** S/. **2.00**

**PRECIO DE VENTA: PLATOS ENTRADA**

**1 Palta rellena con pollo**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Palta	3 und.	S/. 3.00	0.5 und	S/. 0.50
Pollo pechuga	1 kg	S/. 8.00	50 g	S/. 0.40
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	30 g	S/. 0.03
Arveja	1 kg	S/. 4.50	50 g	S/. 0.23
Choclo	1 kg	S/. 2.50	50 g	S/. 0.13
Perejil	1 kg	S/. 1.00	5 g	S/. 0.01
Mayonesa procesada	1 sachet 10gms	S/. 0.20	10 g	S/. 0.20
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1 g	S/. 0.02
Sal	1 kg	S/. 1.00	2 g	S/. 0.002

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 5.33	30 g	S/. 0.16
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.67</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
<b>Preparación de 1 kg de ensalada</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Lechuga	1/2 kg	S/. 1.00	10 g	S/. 0.02
Tomate	1/2 kg	S/. 1.00	20 g	S/. 0.04
Limón	1 und.	S/. 0.10	1 und.	S/. 0.10
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.5 g	S/. 0.001
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.16</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 5.33</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>PALTA RELLENA CON POLLO</b>				
COSTO DE LA RECETA			S/. 1.67	
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO			S/. 4.02	
COSTO DE ELABORAR RECETA			S/. 5.69	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 25%			S/. 1.42	
PRECIO DE VENTA SUGERIDO			S/. 7.12	
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>			<b>S/. 7.50</b>	

<b>2 Enchilada de pollo</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pechuga de pollo	1 kg	S/. 8.00	50 g	S/. 0.4000
Cominos	1 kg	S/. 24.00	0.5 g	S/. 0.0120
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	0.5 g	S/. 0.0120
Sal	1 kg	S/. 1.00	2 g	S/. 0.0020
Crema de frijol	1 kg	S/. 2.00	50 g	S/. 0.1000
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	50 ml	S/. 0.3250
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 5.35	30 g	S/. 0.1605
Tortilla de maíz	1 und.	S/. 0.53	100 g	S/. 0.5300
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.54</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
<b>Preparación de 1 kg de ensalada</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Lechuga	1/2 kg	S/. 1.00	10 g	S/. 0.0200
Tomate	1/2 kg	S/. 1.00	20 g	S/. 0.0400
Limón	1 und.	S/. 0.10	1 und.	S/. 0.1000
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.5 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.16</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 5.35</b>
<b>SUB RECETA DE TORTILLA</b>				
<b>Preparación de 1 tortilla</b>				

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Harina de maíz	1 kg	S/. 3.50	50 g	S/. 0.35
Levadura	1 kg	S/. 6.00	0.5 g	S/. 0.03
Aceite	1 Lt	S/. 6.50	20 ml	S/. 0.13
Sal	1 kg	S/. 1.00	0.5 g	S/. 0.02
<b>Costo de 1 tortilla</b>				<b>S/. 0.53</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>ENCHILADA DE POLLO</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 1.54
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 5.56
PORCENTAJE DE UTILIDAD 25%				S/. 1.39
PRECIO DE VENTA SUGERIDO				<b>S/. 6.95</b>
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>				<b>S/. 7.00</b>

<b>3 Causa rellena</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pechuga de pollo	1 kg	S/. 8.00	50 g	S/. 0.4000
Arveja	1 kg	S/. 4.50	10 g	S/. 0.0450
Papa	1 kg	S/. 1.00	200 g	S/. 0.2000
Zanahoria	1 kg	S/. 24.00	5 g	S/. 0.1200
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1 g	S/. 0.0240
Ají amarillo	1 kg	S/. 2.00	50 g	S/. 0.1000
Huevo	3und.	S/. 1.00	0.5 und.	S/. 0.1667
Aceituna	1kg	S/. 3.00	5 g	S/. 0.0150
Sal	1 kg	S/. 1.00	5 g	S/. 0.0050
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	50 ml	S/. 0.3250
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 5.33	30 g	S/. 0.1600
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.56</b>
<b>SUB RECETA DE ENSALADA</b>				
<b>Preparación de 1 kg de ensalada</b>				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Lechuga	1/2 kg	S/. 1.00	10 g	S/. 0.0200
Tomate	1/2 kg	S/. 1.00	20 g	S/. 0.0400
Limón	1 und.	S/. 0.10	1 und.	S/. 0.1000
Sal	1kg	S/. 1.00	0.5 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.16</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 5.33</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>CAUSA RELLENA</b>				
COSTO DE LA RECETA				S/. 1.56
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO				S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA				S/. 5.58
PORCENTAJE DE UTILIDAD 25%				S/. 1.40



TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 6.98	
PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO		S/. 7.00

4 Papa a la huancaína				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Papa amarilla	1 kg	S/. 1.00	100 g	S/. 0.1000
Leche evaporada	1L	S/. 2.00	50 ml	S/. 0.1000
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1 g	S/. 0.0240
Ají amarillo	1 kg	S/. 2.00	50 g	S/. 0.1000
Huevo	3und.	S/. 1.00	0.5 und.	S/. 0.1667
Aceituna	1kg	S/. 3.00	5 g	S/. 0.0150
Choclo	1kg	S/. 2.50	5 g	S/. 0.0125
Queso	1und	S/. 1.50	30 g	S/. 0.0450
Aceite	1 Litro	S/. 6.50	50 ml	S/. 0.3250
Sal	1 kg	S/. 2.00	2 g	S/. 0.0040
Sub receta de ensalada	1 Porción	S/. 12.00	10 g	S/. 0.1200
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.01</b>

**SUB RECETA DE ENSALADA**

**Preparación de 1 kg de ensalada**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Lechuga	1/2 kg	S/. 1.00	10 g	S/. 0.0200
Limón	1 und.	S/. 0.10	1 und.	S/. 0.1000
Sal	1kg	S/. 1.00	0.5 g	S/. 0.0005
<b>Costo de 150 gms de Ensalada</b>				<b>S/. 0.12</b>
<b>Costo de 1 kg de Ensalada</b>				<b>S/. 12.00</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**PAPA A LA HUANCANA**

COSTO DE LA RECETA	S/. 1.01
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO	S/. 4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 5.03
PORCENTAJE DE UTILIDAD 25%	S/. 1.26
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 6.29
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>	<b>S/. 6.50</b>

5 Salpicón de pollo				
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN	PRECIO DE PORCIÓN
Pechuga de pollo	1 kg	S/. 8.00	50 g	S/. 0.4000
Arveja	1 kg	S/. 4.50	80 g	S/. 0.3600
Zanahoria	1 kg	S/. 1.00	50 g	S/. 0.0500
Pimienta	1 kg	S/. 24.00	1 g	S/. 0.0240
Ají amarillo	1 kg	S/. 2.00	50 g	S/. 0.1000
Huevo	3und.	S/. 1.00	0.5 und.	S/. 0.1667
Mayonesa	1 saachet 10g	S/. 0.20	10 g	S/. 0.2000
Aceituna	1kg	S/. 3.00	5 g	S/. 0.0150

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Sal	1 kg	S/.	1.00	2 g	S/.	0.0020
Aceite	1 Litro	S/.	6.50	40 ml	S/.	0.2600
<b>Costo de la receta</b>					S/.	<b>1.58</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>						
<b>SALPICÓN DE POLLO</b>						
COSTO DE LA RECETA					S/.	1.58
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO					S/.	4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA					S/.	5.60
PORCENTAJE DE UTILIDAD 25%					S/.	1.40
PRECIO DE VENTA SUGERIDO					S/.	7.00
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>					S/.	<b>7.00</b>

<b>6. Boli Yucas fritas</b>						
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>		
Yuca	1 kg	S/.	2.00	100 g	S/.	0.2000
Harina sin preparar	1 kg	S/.	4.00	50 g	S/.	0.2000
Levadura	1 kg	S/.	22.00	2.5 g	S/.	0.0550
Huevo	3und.	S/.	1.00	0.5 und.	S/.	0.1667
Azúcar	1 kg	S/.	3.00	5 g	S/.	0.0150
Sal	1 kg	S/.	1.00	2 g	S/.	0.0020
Aceite	1 Litro	S/.	6.50	50 ml	S/.	0.3250
<b>Costo de la receta</b>					S/.	<b>0.96</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>						
<b>BOLI YUCAS FRITAS</b>						
COSTO DE LA RECETA					S/.	0.96
COSTO DE OPERACIÓN DEL PLATILLO					S/.	4.02
COSTO DE ELABORAR RECETA					S/.	4.99
PORCENTAJE DE UTILIDAD 25%					S/.	1.25
PRECIO DE VENTA SUGERIDO					S/.	6.23
<b>PRECIO DE LISTA DEL PLATILLO DETERMINADO</b>					S/.	<b>6.50</b>

**PRECIO DE VENTA: BEBIDAS**

<b>1. Café expresso</b>							
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>			
Café	1 kg	S/.	28.00	10.00 g	200 ml	S/.	0.28
Azúcar	1 kg	S/.	3.00	20.00 g		S/.	0.06
<b>Costo de la receta</b>					S/.	<b>0.34</b>	
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>							
<b>CAFÉ ESPRESSO</b>							

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

COSTO DE LA RECETA	S/. 0.34	
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA	S/. 1.21	
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 1.55	
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.54	
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 2.14	
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>	<b>S/. 2.50</b>	

2. Capuccino					
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN		PRECIO DE PORCIÓN
Café	1 kg	S/. 28.00	10.00 g	200 ml	S/. 0.28
Azúcar	1 kg	S/. 3.00	20 g		S/. 0.06
Leche	Tarro 410g	S/. 2.60	30 ml		S/. 0.19
Canela en polvo	1 sachet 9g	S/. 0.50	1 g		S/. 0.06
<b>Costo de la receta</b>					<b>S/. 0.59</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>					
<b>CAFÉ CAPUCCINO</b>					
COSTO DE LA RECETA		S/. 0.59			
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21			
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 1.79			
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 0.63			
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 2.42			
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>		<b>S/. 2.50</b>			

3. Café lechero					
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN		PRECIO DE PORCIÓN
Café	1 kg	S/. 28.00	5.00 g	200 ml	S/. 0.14
Leche	Tarro 410g	S/. 3.50	31 ml		S/. 0.43
Azúcar	1 kg	S/. 3.00	30 g		S/. 0.09
<b>Costo de la receta</b>					<b>S/. 0.66</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>					
<b>CAFÉ LECHERO</b>					
COSTO DE LA RECETA		S/. 0.66			
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21			
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 1.86			
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 0.65			
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 2.52			
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>		<b>S/. 3.00</b>			

4. Café americano					
INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN		PRECIO DE PORCIÓN
Café	1 kg	S/. 28.00	5.00 g	200 ml	S/. 0.14
Azúcar	1 kg	S/. 3.00	30 g		S/. 0.09
<b>Costo de la receta</b>					<b>S/. 0.23</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**CAFÉ AMERICANO**

COSTO DE LA RECETA	S/. 0.23
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA	S/. 1.21
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 1.34
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.50
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 1.94
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>	<b>S/. 2.00</b>

**5. Café frapuccino**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN		PRECIO DE PORCIÓN
Café	1 kg	S/. 28.00	5.00 g	200 ml	S/. 0.14
Azúcar	1 kg	S/. 3.00	30 g		S/. 0.09
Leche un tarro	Tarro 410g	S/. 3.50	30 ml		S/. 0.26
Hielo	1L	S/. 0.50	94 ml		S/. 0.05
<b>Costo de la receta</b>					<b>S/. 0.53</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**CAFÉ FRAPUCCINO**

COSTO DE LA RECETA	S/. 0.53
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA	S/. 1.21
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 1.74
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.61
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 2.35
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>	<b>S/. 2.50</b>

**6. Café mokaccino**

INGREDIENTES	PRESENTACIÓN UNIDAD	PRECIO DE COMPRA	TAMAÑO DE LA PORCIÓN		PRECIO DE PORCIÓN
Café	1 kg	S/. 28.00	5.00 g	200 ml	S/. 0.14
Azúcar	1 kg	S/. 3.00	30 g		S/. 0.09
Leche un tarro	Tarro 410g	S/. 3.50	30 ml		S/. 0.26
Hielo	1L	S/. 0.50	93.75 ml		S/. 0.05
Canela en polvo	1 sachet 9g	S/. 0.50	1 g		S/. 0.06
<b>Costo de la receta</b>					<b>S/. 0.59</b>

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA**

**CAFÉ MOKACCINO**

COSTO DE LA RECETA	S/. 0.59
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA	S/. 1.21
COSTO DE ELABORAR RECETA	S/. 1.79
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%	S/. 0.63
PRECIO DE VENTA SUGERIDO	S/. 2.42
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>	<b>S/. 2.50</b>

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

<b>7. Daiquiri de durazno</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Durazno enlatado	Enlatado 900g	S/. 6.50	62.50 g	S/. 0.45
Ron	750 ml	S/. 18.00	62.50 g	S/. 1.50
Hielo	1 L	S/. 0.50	93.75 ml	S/. 0.05
Limón	1 und.	S/. 0.10	1.00 und.	S/. 0.10
Cereza	Frasco 200g	S/. 8.00	10.00 g	S/. 0.40
Jarabe de goma	750 ml	S/. 7.50	20.00 g	S/. 0.20
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 2.70</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BEBIDA - DAIQUIRI DE DURAZNO</b>				
COSTO DE LA RECETA		S/. 2.70		
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21		
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 3.90		
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 1.37		
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 5.27		
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>			<b>S/. 5.50</b>	

<b>8. Coctel de algarrobina</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Leche	1 tarro	S/. 2.60	93.75 ml	S/. 0.33
Algarrobina	750 ml	S/. 8.00	31.25 ml	S/. 0.33
Pisco	750 ml	S/. 14.00	62.50 ml	S/. 1.17
Jarabe de goma	750 ml	S/. 7.50	31.25 ml	S/. 0.31
Yema de huevo	3 und.	S/. 1.00	1.00 und.	S/. 0.33
Hielo	1 L	S/. 0.50	93.75 ml	S/. 0.06
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 2.53</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BEBIDA - COCTEL DE ALGARROBINA</b>				
COSTO DE LA RECETA		S/. 2.53		
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21		
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 3.74		
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 1.31		
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 5.05		
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>			<b>S/. 5.50</b>	

<b>9. Pisco sour</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Pisco	750 ml	S/. 14.00	62.50 ml	S/. 1.1667
Jarabe de goma	750 ml	S/. 7.50	31.25 ml	S/. 0.3125
Amargo de angostura	1 Frasco 75ml	S/. 10.00	1.00 ml	S/. 0.0400
Yema de huevo	3 und.	S/. 1.00	1.00 und.	S/. 0.3333
Limón	5 und.	S/. 0.50	1.00 und.	S/. 0.5000

TESIS: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ - RESTAURANTE  
EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

Hielo	1 L	S/. 0.50	93.75 ml	S/. 0.0469
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 2.40</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BEBIDA - PICO SOUR</b>				
COSTO DE LA RECETA		S/. 2.40		
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21		
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 3.61		
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 1.26		
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 4.87		
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>				<b>S/. 5.00</b>

<b>10. Aguaymanto sour</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Pisco	750 ml	S/. 14.00	62.50 ml	S/. 1.17
Jugo de aguaymanto	500g	S/. 7.00	31.25 ml	S/. 0.44
Jarabe de goma	750 ml	S/. 7.50	31.25 ml	S/. 0.31
Amargo de angostura	75ml	S/. 10.00	1.00 ml	S/. 0.13
Hielo	1 L	S/. 0.50	93.75 ml	S/. 0.05
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 2.10</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BEBIDA - AGUAYMANTO SOUR</b>				
COSTO DE LA RECETA		S/. 2.10		
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21		
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 3.30		
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 1.16		
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 4.46		
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>				<b>S/. 4.50</b>

<b>11. Coca sour</b>				
<b>INGREDIENTES</b>	<b>PRESENTACIÓN UNIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>TAMAÑO DE LA PORCIÓN</b>	<b>PRECIO DE PORCIÓN</b>
Pisco	750 ml	S/. 14.00	62.50 ml	S/. 1.17
Licor de coca	750 ml	S/. 8.00	31.25 ml	S/. 0.33
Jarabe de goma	750 ml	S/. 7.50	31.25	S/. 0.31
Amargo de angostura	75ml	S/. 10.00	1.00 ml	S/. 0.13
Hielo	1 L	S/. 0.50	93.75 ml	S/. 0.05
<b>Costo de la receta</b>				<b>S/. 1.99</b>
<b>DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA</b>				
<b>BEBIDA - COCA SOUR</b>				
COSTO DE LA RECETA		S/. 1.99		
COSTO DE OPERACIÓN DE LA BEBIDA		S/. 1.21		
COSTO DE ELABORAR RECETA		S/. 3.20		
PORCENTAJE DE UTILIDAD 35%		S/. 1.12		
PRECIO DE VENTA SUGERIDO		S/. 4.32		
<b>PRECIO DE LISTA DE LA BEBIDA</b>				<b>S/. 4.50</b>

Fuente: Elaboración propia/2011