



Universidad Científica del Perú - UCP
*Registrado en el Asiento N° A00010 de la Partida N° 11000318, Personas Jurídicas de Iquitos,
Superintendencia de los Registros Públicos - SUNARP*

FACULTAD DE NEGOCIOS

INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Plan de Negocio

Pollería “El Remanso”, 2018

AUTORAS : Chávez Paredes Carolina
Para optar el título profesional
de Licenciada en Administración
de Empresas

Pereira Pereira Candy Gabriela
Para optar el título profesional
de Licenciada en Turismo y
Hotelería.

Iquitos – Perú

2018

DEDICATORIA

Este presente trabajo está dedicado a nuestros padres, ya que ellos fueron nuestro principal apoyo a lo largo de nuestra carrera universitaria.
A nuestros hijos, porque ellos son nuestra mayor motivación para seguir con nuestros objetivos y alcanzar nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar a Dios por guiarnos en el camino y por permitir que uno de nuestros objetivos concluya con éxito.

A nuestra querida universidad y a todas las personas que colaboraron con la elaboración del presente plan de negocio.



FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO: Turismo y Hotelería

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA
PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 13-2019-UCP-FAC.NEGOCIOS del 09 de enero de 2019, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán MBA **Presidente**
- Lic. T y H. Nathaly Maraza Torres **Miembro**
- Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa **Miembro**

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 17 horas del día 28 de FEBRERO del 2019 en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTIFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: "PLAN DE NEGOCIO POLLERIA EL REMANSO, 2018"

Presentado por:


**CAROLINA CHAVEZ PAREDES
CANDY GABRIELA PEREIRA PEREIRA**

Como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas y Licenciada en Turismo y Hotelería. Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron absueltas. El jurado después de la deliberación en privado llego a la siguiente conclusión:


La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.



 Lic. T y H. Nathaly Maraza Torres
 Miembro



 Lic. Adm Jorge Pérez Santillán MBA.
 Presidente



 Lic. Adm. Raúl Alejandro Cornejo Coa
 Miembro

CALIFICACIÓN:	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	3
1.1. Nombre del negocio	3
1.2. Actividad empresarial	4
1.3. Idea de negocio	4
II. PLAN DE MARKETING	5
2.1. Necesidades de los clientes	5
2.2. Demanda actual y tendencias	7
2.3. Oferta actual y tendencias.....	8
2.4. Programa de Marketing.....	12
2.4.1. El Producto.....	12
2.4.2. El Precio	13
2.4.3. La Promoción	15
2.4.4. La cadena de Distribución	17
III. Plan de Operaciones.....	18
3.1. Instalaciones, acondicionamiento, equipamiento y materiales.....	18
3.1.1. Instalaciones.....	18
3.1.2. Acondicionamiento del negocio.....	19
3.1.3. Equipamiento del negocio	19
3.1.4. Materiales y utensilios	21
3.2. Estudio de la fuente de aprovisionamiento y del proceso de almacenamiento.....	22
3.3. El proceso productivo	23
3.3.1. Preparación de un plato de pollo a la brasa en presentación de $\frac{1}{4}$ Marinado y preparación del pollo	23
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	27
4.1. La organización	27
4.2. Puestos tareas y funciones.....	27
4.3. Condiciones laborales.....	31
4.4. Régimen tributario	32
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	32
5.1. Inversión inicial	32
5.2. Ingresos.....	34

5.3. Gastos administrativos	39
5.4. Gastos de ventas	41
5.5. Estado de resultados económicos.....	42
5.6. Financiamiento	42
5.7. Retorno de la inversión	43
Conclusiones.....	45
BIBLIOGRAFÍA	46

ÍNDICE DE TABLAS

N°	TITULO	Pág.
01.	Etapa de comercialización	04
02.	Pollerías de mayor preferencia	08
03.	Precio de pollerías de mayor preferencia	09
04.	Inversión inicial	33
05.	Comportamiento del mercado: tendencias y participación	34
06.	Clasificación de la demanda por 1/4 de pollo a la brasa	34
07.	Clasificación de la demanda por 1/8 de pollo a la brasa	34
08.	Clasificación de la demanda por pollos enteros a la brasa para entrega a domicilio o Delivery	35
09.	Clasificación de la demanda por bebidas como acompañante del pollo a la brasa	35
10.	Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con plátano	35
11.	Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con papas	36
12.	Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con chaufa	36
13.	Ingresos por ventas en presentaciones de 1/8 de pollo a la brasa	36
14.	Ingresos por ventas de pollos enteros con servicio a domicilio o Delivery	37
15.	Ingresos por ventas de bebidas (jarra de refrescos naturales)	37
16.	Ingresos por ventas anuales del proyecto	37
17.	Costo de preparar una unidad de pollo a la brasa	38
18.	Costo de preparar una jarra de refresco	38
19.	Costos de preparación anual de pollos	38

20.	Costos de preparación anual de jarras de refresco	39
21.	Remuneraciones del personal	39
22.	Contribuciones sociales (9% - EsSalud)	39
23.	Gratificaciones por fiestas patrias y navidad	40
24.	Compensación por tiempo de servicio	40
25.	Servicios básicos	40
26.	Gastos pre operativos	41
27.	Total de gastos administrativos	41
28.	Gastos de publicidad	41
29.	Estado de resultados económicos proyectado	42
30.	Aplicación del régimen tributario	42
31.	Financiamiento de la inversión	43

ÍNDICE DE FIGURAS

N°	TITULO	Pág.
01.	Ubicación del restaurant pollería “El Remanso” EIRL, año 2108	03
02.	El modelo de respuesta simple	06
03.	Presentación del pollo a la brasa	13
04.	Precios del pollo a la brasa	14
05.	El octavo de pollo	16
06.	Frontis del restaurant pollería El Remanso	17
07.	Horno para pollos marca Mister Acero	20
08.	Peladora de papas	21
09.	Forma 1 de presentación del cuarto de pollo	25
10.	Forma 2 de la presentación del cuarto de pollo	26
11.	La organización	27

RESUMEN

Pollería El Remanso, año 2018
Autores: Carolina Chávez Paredes.
Candy Gabriela Pereira Pereira.

La presente investigación de negocios estudia la factibilidad de abrir un restaurant pollería en la ciudad de Iquitos, con una oferta especial muy competitiva en el mercado local, con el respectivo acompañamiento de cremas y ajíes, además de papas fritas, plátano y arroz chaufa, lo cual se convertiría en una buena oferta con la consiguiente fidelización de la clientela.

El objetivo es determinar la factibilidad comercial, técnica, organizacional, económica y financiera de la idea de negocio, teniendo en cuenta que existe un gran mercado potencial en Iquitos (cuya población bordea los 600 mil habitantes). Este mercado potencial ha sido constatado en el plan de marketing, mediante el cual se buscaron las mejores estrategias de promoción, publicidad, oferta y venta; además de contar con una excelente ubicación.

Con todos estos antecedentes, el éxito del negocio estaría asegurado, en vista de que existen todas las condiciones para su implementación; sumado a un buen planteamiento publicitario y un manejo administrativo y contable responsable y adecuado.

Palabras claves: Plan de negocios, factibilidad económica y financiera, y restaurante de pollos a la brasa.

ABSTRACT

Pollería El Remanso, 2018
Authors: Carolina Chávez Paredes
Candy Gabriela Pereira Pereira

This business research studies the feasibility of opening a poultry restaurant in the city of Iquitos, with a very competitive special offer in the local market, with the respective accompaniment of creams and peppers, as well as fried potatoes, plantain and rice, which would become a good offer with the consequent loyalty of a clientele.

The objective is to determine the commercial, technical, organizational, economic and financial feasibility of the business idea, taking into account that there is a large potential market in Iquitos (whose population is around 600 thousand inhabitants). This potential market has been verified in the marketing plan, through which the best promotion, advertising, offer and sale strategies were searched; besides having an excellent location.

With all this background, the success of the business would be assured, given that all the conditions exist for its implementation; added to a good advertising approach and a responsible and appropriate administrative and accounting management.

Key words: Business plan, economic and financial feasibility, and grilled chicken restaurant.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Nombre del negocio

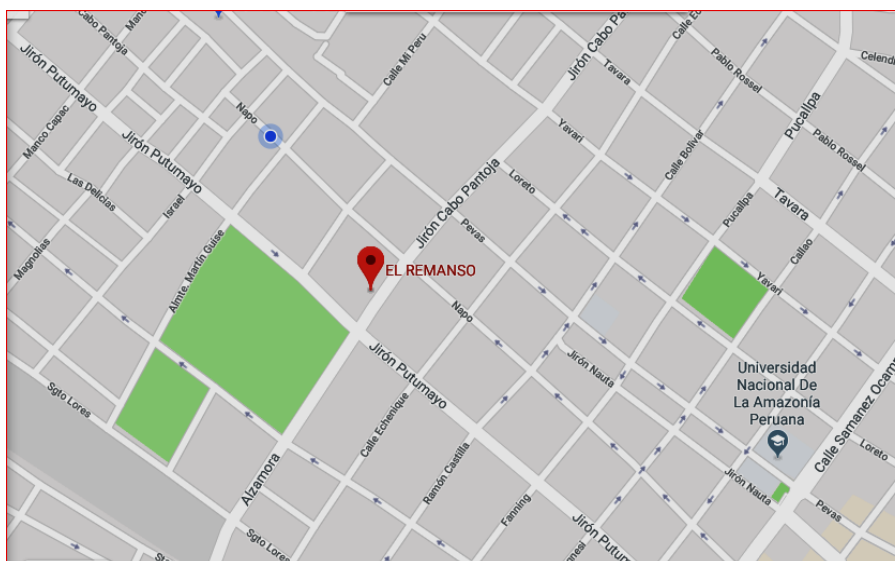
Nombre: Restaurant pollería “El Remanso” EIRL.

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Sector de la actividad: servicios de comidas y bebidas.

Ubicación: calle Alzamora 160, distrito Iquitos, provincia Maynas.

Figura 1. Ubicación del restaurant pollería “El Remanso” EIRL, año 2018



Fuente: www.google.com.pe/maps/

1.2. Actividad empresarial

Tabla. 1. Etapa de comercialización (Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU REV. 4).

CIIU4	Descripción	Incluye	No incluye
5610	Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas	Esta clase comprende el servicio de comidas a los clientes, ya sea que les sirvan en mesas o se sirvan ellos mismo de un surtido de platos expuestos, ya se trate de comida para consumir en el local, para llevar o para entregar a domicilio. Abarca la preparación y el servicio de comidas para su consumo inmediato desde vehículos, sean o no motorizados. Esta clase comprende las actividades de: restaurantes, cafeterías, restaurantes de comida rápida, reparto de pizza a domicilio, restaurantes de comida para llevar, vendedores ambulantes de helados, puestos ambulantes de comida, preparación de alimentos en puestos de mercado. Se incluyen también las actividades de restaurantes y bares vinculados a actividades de transporte, si las realizan unidades separadas-	No se incluye la explotación de instalaciones de comedor en régimen de concesión, véase la clase 5629

Fuente: <https://proyectos.inei.gob.pe/CIIU/>

1.3. Idea de negocio

La puesta en marcha de esta pollería buscaría cubrir la necesidad de brindar un servicio de venta de pollo a la brasa con calidad y con buen sabor, y con un costo más bajo de lo que se vende en otras pollerías que dan el mismo servicio. Asimismo, el público usuario podría hacer el pedido de pollo a la brasa desde su casa con entrega a domicilio o “delivery”, en el menor tiempo posible.

Los segmentos a los que se quisiera llegar, es a todo público. Familias completas que salen a comer su pollo a la brasa con calidad y con un costo menor de lo que se expende en otras pollerías. Asimismo, los empleados públicos y de empresas privadas que luego de una ardua jornada laboral, se ven en la necesidad de ir a comer, antes de regresar a sus hogares. Asimismo, transportistas de todo tipo, pero principalmente motocarristas, que ocupan la mayor fuerza laboral de toda la ciudad de Iquitos, para quienes se ofrecerá el “octavo de pollo”.

La oferta comprenderá: calidad de servicio, atención de primera, exquisitez en la preparación del pollo a la brasa, precios más bajos que en cualquier otra pollería lo cual los hace altamente competitivos y el servicio de entrega a domicilio o “delivery” con la consiguiente rapidez que no tienen otros establecimientos similares.

II. PLAN DE MARKETING

2.1. Necesidades de los clientes

Para explicar la satisfacción del gusto en alimentos, se señala el viejo adagio popular entre los vendedores que andan de ciudad en ciudad: “la gente siempre tiene dinero para lo que le gusta o lo que le conviene”. Dentro de esta perspectiva, el cliente siempre buscará, lo que le gusta, y si encuentra un lugar en donde puede satisfacer sus requerimientos y gustos, pues se convertirá en un cliente asiduo de dicho negocio.

Según Ponce citado en Juran (1996) “si queremos o necesitamos diferenciarnos de la competencia, tenemos que comenzar a descubrir cuáles son las necesidades reales de un cliente”.

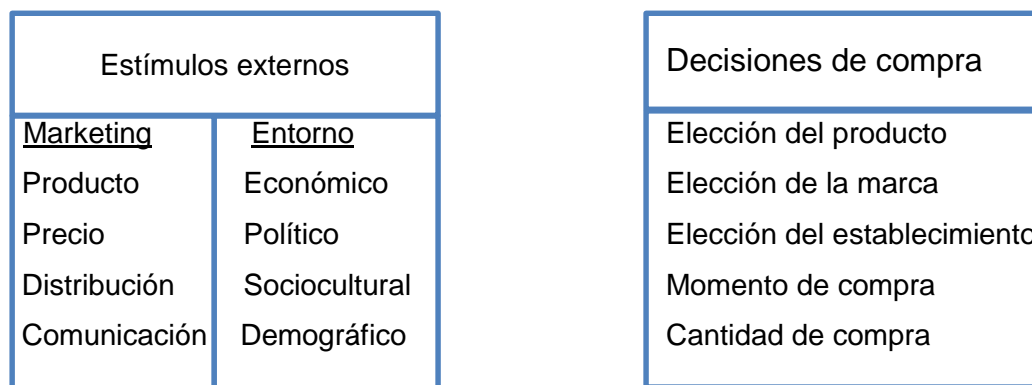
Para Juran (1996) con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes las organizaciones eficientes deben:

- Determinar quiénes son sus clientes.

- Precisar cuáles son los factores de éxito que le permitan responder a las necesidades, requerimientos y expectativas de sus clientes.
- Establecer procesos efectivos que les permitan generar productos y servicios acordes con las necesidades, requerimientos y expectativas de sus clientes.
- Rapidez en la entrega cuando el cliente llega al local.

Monferrer (2013) sostiene que teniendo claro qué supone el comportamiento del consumidor, por qué es importante su estudio y cuáles son las cuestiones básicas sobre las que profundizar, el responsable de marketing debe plantearse cuál es el punto de partida que debe tomar como referencia con tal de proceder el análisis de forma estructurada. En este sentido, el modelo de respuesta simple, también conocido como modelo de estímulo respuesta, permite aglutinar de forma clara y ordenada los diferentes factores y condicionantes a tener en cuenta a la hora de determinar de qué forma responden los consumidores a los distintos estímulos externos que reciben en el mercado.

Figura 2. Modelo de respuesta simple



Fuente: elaboración propia

Los consumidores se mueven en base a emociones, y si se cuenta con el estímulo externo adecuado, el precio que más se acomode a su economía, sus gustos y el acceso adecuado, finalmente realizará la compra y se decidirá por el establecimiento o por el producto que más le agrade.

2.2. Demanda actual y tendencias

El sector de servicios de comidas es uno de lo más requeridos y bogantes a nivel nacional, y por ende en Iquitos también. Sabido es que, a decir de quienes tienen y mantienen un establecimiento de comidas y bebidas, en este tipo de servicios “no hay pierde”. Iquitos tiene una población que bordea los 600 mil habitantes (551,000 al 2015 según datos del INEI), con establecimientos de comidas para todos los gustos.

Los habitantes de la ciudad de Iquitos se dedican a diferentes actividades productivas, de tal manera que al final de la jornada, un número considerable de esta población, se ve en la necesidad de decidir por un tipo de comida que pueda aplacar la necesidad biológica de comer, pero no solamente por el hecho en sí mismo, sino también por la elección de una comida de su agrado.

Según Kotler et. al. (2000) “la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago”.

Según Iquitos Travel Guide (2018) el pollo a la brasa es uno de los platos preferidos y más consumidos en el Perú, y en la ciudad de Iquitos, este plato ha sido enriquecido con insumos de la Amazonía Peruana. Las pollerías de Iquitos ofrecen este delicioso plato acompañado con plátano frito y si desea con arroz chaufa, lo cual lo hace aún más atractivo para los consumidores.

Según cifras de la Asociación Peruana de Avicultura (APA), En el Perú se consume 144 millones de pollos a la brasa anualmente, además informa que el negocio del pollo a la brasa ha crecido a un ritmo de 10% en la última década

Dentro de esta perspectiva, la demanda en la actualidad por el pollo a la brasa en Iquitos es muy alta. Basta darse una vuelta por la noche por Iquitos, para apreciar que los establecimientos de comidas con pollo a la brasa están llenos, sobre todo

los fines de semana. La tendencia a la preferencia de este tipo de establecimientos siempre será ascendente en Iquitos.

2.3. Oferta actual y tendencias

La ubicación del restaurant se localizará dentro del llamado casco urbano de Iquitos, de fácil acceso desde todos los puntos de la ciudad, muy cerca al Coliseo Cerrado de Iquitos y al Estadio Max Agustín. En esa zona no existen muchas pollerías, lo cual es una ventaja; sin embargo, si nos desplazamos con dirección a la Plaza de Armas, así como a la Plaza 28 de Julio, en ambas zonas encontraremos una vasta competencia con público ganado y con un buen posicionamiento en el mercado local.

A continuación, las pollerías que tienen mayor preferencia en Iquitos.

Tabla 2. Pollerías de mayor preferencia, ciudad de Iquitos, año 2018.

Nombre	Ubicación
Pollos Panda	Av. Grau No. 1321
Pollería Long Fung	Calles San Martín con Tacana
Pollería El Suave	Calle Aguirre No. 709
Pollería El Rancho	Calle Napo No. 116
Pollería El Trincherero	Calle Napo No. 393
Pollería Kikiriki	Calle Napo No. 400

Fuente: Iquitos Travel Guide (2018)

Tabla 3. Precios de las pollerías de mayor preferencia, ciudad de Iquitos 2018.

Producto	Panda	Long Fu	El Suave	Rancho	Trincherero	Kikiriki
Pollo c/ chaufa	-----	s/ 72.00	s/ 76.00	s/ 78.00	s/ 76.00	s/ 76.00
Pollo c/ papa o plátano	s/ 68.00	s/ 68.00	s/ 72.00	s/ 72.00	s/ 72.00	s/ 72.00
½ pollo c/ chaufa	-----	s/ 36.00	s/ 38.00	s/ 39.00	s/ 38.00	s/ 38.00
½ pollo c/ papa o plátano	s/ 34.00	s/ 34.00	s/ 36.00	s/ 36.00	s/ 36.00	s/ 36.00
¼ pollo c/ chaufa	-----	s/ 18.00	s/ 20.00	s/ 20.00	s/ 19.00	s/ 19.00
¼ pollo c/ papa o plátano	s/ 17.00	s/ 17.00	s/ 19.00	s/ 19.00	s/ 18.00	s/ 18.00
1/8 pollo c/ chaufa, papa o plátano	-----	s/ 9.00	s/ 10.50	-----	-----	-----

Fuente: elaboración propia

Estas seis pollerías vendrían a ser la competencia directa de Restaurant Pollería El Remanso EIRL, en vista del tipo de servicio de primera categoría que se buscará brindar.

A continuación, una descripción del servicio que brinda cada una de ellas de acuerdo a Iquitos Travel Guide (2018).

- **Pollos Panda Iquitos**

Es una de las pollerías más emblemáticas y tradicionales de la ciudad de Iquitos, cuenta con un local remodelado y moderno, ofrece un exquisito pollo a la brasa, considerado por la población iquiteña como uno de los mejores pollos a la brasa de Iquitos. Las papas son de corte grueso y casero, lo mejor es comerlas en el instante. El plátano es de corte grueso y viene en rodajas. No sirven ensalada como acompañamiento, pero sí dan un generoso trozo de lechuga jugosa y deliciosa, con aliño tradicional y de sabor casero. El tamaño del pollo es algo pequeño, pero bien condimentado, jugoso y bien cocido, la piel no es crocante. Acompañado de las tradicionales cremas de mayonesa (casera), mostaza, ketchup y un ají sabroso y picante. Se demoran en atender cuando las mesas están llenas, la atención de esta pollería en Iquitos podría mejorar.

- **Pollería Long Fung**

Inicialmente tenía el nombre de Pollería Wai Ming Iquitos, es uno de los lugares más antiguos donde se puede disfrutar del pollo a la brasa en la ciudad de Iquitos. Está ubicada alrededor de la histórica Plaza 28 de Julio, cuenta con ambientes amplios y cómodos para tener una experiencia agradable junto a la familia. El inconfundible sabor del pollo a la brasa de tiene pechuga sabrosa. Condimentado adecuado, se siente el ajo y la pimienta. Buen punto de sal. Las papas y el plátano son cortadas a mano, algo delgadas. El arroz chaufa viene con trozos de chancho y cebolla china. La ensalada consta de lechuga fresca. Cremas: mayonesa, ketchup, mostaza y un buen ají. Es rápido, pero a veces hay que llamar a los mozos porque no suelen acercarse por iniciativa.

- **Pollería El Suave**

Una de las primeras pollerías de la ciudad de Iquitos. Con el pasar de los años sigue manteniendo su tradicional sazón. Ofrece un pollo sabroso y jugoso. Con buena sazón. Pechuga a buen punto, con piel crujiente y bien condimentada. Piel crocante, con buena cantidad de especia. Papas y plátanos de corte grueso, no son grasosas. Ensalada fresca, de lechuga, tomate y pepino. Aliño tradicional que echan

ellos mismos. Mayonesa, ketchup, mostaza y un buen ají. Local agradable, limpio y con buena atención.

- **Pollería El Rancho**

Ofrece deliciosos pollos a brasa. Considerada como una de las mejores pollerías de Iquitos. El Rancho Iquitos comenzó en 1996, siete años después, abrieron una sucursal llamada “El Ranchito”. El pollo a la brasa tiene un tamaño regular. Pechuga a buen punto, jugosa, con piel crujiente y bien condimentada, papas gruesas y corte casero, plátanos medianos de corte grueso tipo casero. Ensalada de palitos de zanahoria y repollo con aliño agradable. Se puede acompañar el pollo a la brasa con arroz chaufa. Hay ají amarillo (bastante rico), mayonesa, ketchup, mostaza y el infaltable ají. El servicio en Pollería El Rancho Iquitos es rápido y bueno.

- **Pollería El Trincherero**

Tiene amplios salones en donde se podrá disfrutar con familiares y amigos en un acogedor ambiente. El segundo piso cuenta con aire acondicionado y juegos para niños (si no soporta el ruido se recomienda quedarse en el primer piso). Ofrece un pollo tierno y bien sazonado, con sabor ahumado. La piel es crocante, Las papas y plátanos son de corte grueso, blancuzcas y nada crocantes, pero de sabor no están malas. La ensalada nada excepcional, con zanahoria y repollo en forma de palillos. Las cremas son muy ricas el ají pica, pero de tono amable, la atención es rápida y servicial. El servicio Delivery llega de 20 a 30 minutos.

- **Pollería Kikiriki**

Ubicada en una locación muy céntrica, a unos metros de la Plaza de Armas de Iquitos. Este sitio es una buena alternativa para comer rico y abundante a un buen precio. Los pollos se pueden pedir por tamaños y son servidos con plátanos fritos o papas fritas. Las salsas nunca faltan, en este caso las elegidas son las verdes. Pechuga blanda y seca, quizá por la sobre cocción. Pierna y encuentro

jugoso, normal. Piel crujiente, bien dorada. Ala: crocante, seca y a veces quemada. Las papas son de corte grueso, blancuzcas y nada crocantes. El plátano tiene corte grueso casero y desigual. La ensalada viene con palillos de zanahoria y repollo, con aliño a discreción. La atención es amable y rápida en Pollería Kikiriki Iquitos. El servicio Delivery a veces demora más de 30 o 40 minutos.

2.4. Programa de Marketing

2.4.1. El Producto

Según Bonta y Farber (2003) el producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos.

Por su parte Stanton, Etzel y Walker (2004) el producto es un conjunto de atributos tangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”.

A raíz de lo antedicho, el producto que ofrecerá el Restaurant Pollería El Remanso EIRL será un buen pollo a la brasa, con una cocción en su punto, con los adecuados condimentos y un marinado preciso; que dará como resultado un pollo a la brasa adecuadamente dorado, sabroso y crocante, y que será de la preferencia del público.

Los productos a ofrecer serán los siguientes:

- Comidas: Pollo a la brasa.
- Acompañamiento: Papas fritas, plátano frito, ensaladas, chaufa simple y chaufa samsí.
- Cremas: Mayonesa, mostaza, ají de cocona, ají de wakatay, ketchup, etc.
- Bebidas y refrescos: Gaseosas, agua mineral, cerveza y refrescos de frutas nacionales y regionales.

El pollo a la brasa se presentará de la siguiente manera:

Figura 3. Presentación del pollo a la brasa, 2018.



Fuente: <https://goo.gl/images/rrLyMe>

2.4.2. El Precio

Por una cuestión lógica, el precio es una parte fundamental para el negocio, en vista de que tendrá una influencia directa sobre las utilidades, ya que esto dependerá de los ingresos y de una manera directa sobre la cantidad de pollos a la brasa que la gente consume. De hecho, existe una fuerte competencia, y, por lo tanto, se establecerán precios competitivos. Para ser una pollería de categoría, con amplios ambientes y aire acondicionado, El Remanso tendrá unos precios realmente al alcance de todos los bolsillos, pues se brindará todo lo que competencia también brinda, pero a precios más bajos.

Los consumidores y clientes, buscan los mejores productos a los mejores precios. Iquitos no es la excepción. El cliente loretoano, es muy exigente y además busca la economía. Dentro de esa perspectiva, el Restaurant Pollería El Remanso,

como negocio, tiene pensado manejar precios que le parezcan atractivos al cliente de todos los estratos económicos de Iquitos.

Por ejemplo, mientras que la mayoría de establecimientos de pollo a la brasa anteriormente citados en este perfil de negocio, cobran de 15 soles a más por un cuarto de pollo a la brasa, “El Remanso” tiene pensado cobrar S/. 12,50 con plátano y S/. 13.50 con papas fritas. Estos precios son realmente competitivos para Iquitos, tal y como se detalla a continuación.

Figura 4. Precios del pollo a la brasa, 2018.

Pollos a la Brasa - Parrillas - Anticuchos - y algo más... Servicio de RestoBar

ZONA: WiFi

POLLERÍA
El Remanso

Precios de locura por apertura

1/4 Pollo c/ Plátano	S/. 12.50	1/4 Pollo c/ Papa	S/. 13.50
1/2 Pollo c/ Plátano	S/. 25.00	1/2 Pollo c/ Papa	S/. 27.00
1 Pollo c/ Plátano	S/. 50.00	1 Pollo c/ Papa	S/. 52.50
1/4 Pollo c/ Chaufa	S/. 15.00	Arroz Chaufa Samsi Especial	S/. 20.00
1/2 Pollo c/ Chaufa	S/. 28.00		
1 Pollo c/ Chaufa	S/. 58.00		

Ambientes agradables
Atención esmerada
Precios Comodos

Atención de 6:00 pm. a 12:00 pm.
Prestamos servicios para todo tipo de eventos

Jr. ALZAMORA N° 160 223950 - 965828567 - *434413

Fuente: elaboración propia.

2.4.3. La Promoción

Según Marketing Intensivo (2018) la promoción es una herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.

Para empezar el lugar será muy atractivo visto desde afuera, con carteles que ofrezcan las promociones y los precios de forma muy visual, en vista de que un poblador de estrato económico medio para abajo, podría pensar que, por las comodidades del lugar, los precios podrían no estar a su alcance, teniendo en cuenta por supuesto la idiosincrasia del poblador loretano que al ver un lugar elegante y cómodo podría pensar los precios son exorbitantes. Asimismo, otro de los factores será la limpieza del local, el cual siempre lucirá limpio y fresco.

Asimismo, los mozos que atiendan en “El Remanso” recibirán una capacitación en Atención al Público y Buen Trato, de tal manera que la atención sea personalizada y con mucha amabilidad. Un cliente que reciba buen trato, acompañado de una buena comida y con precios competitivos, será un cliente fidelizado.

Dentro de esa perspectiva habrá descuentos especiales para aquellos clientes que lleven o pidan de 2 pollos para arriba, con un descuento del 5% del valor del precio original. Asimismo, se tiene pensado ofrecer el “Octavo de pollo” o “1/8 de pollo a la brasa con papas fritas o plátano”, tal y como se ilustra en la siguiente figura:

Figura 5. El octavo de pollo



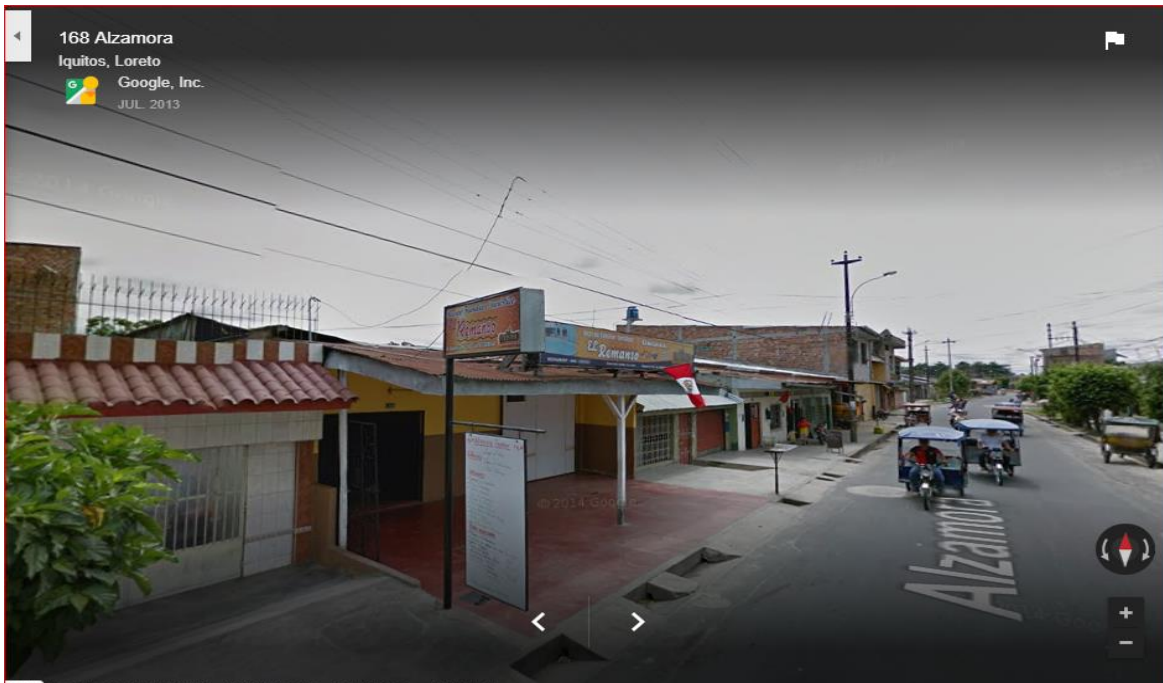
Fuente: elaboración propia.

Respecto de la publicidad a realizar, además de elaborar spots de radio y televisión, que serán propalados en una radio y en un canal de televisión local, se utilizarán las redes sociales; para lo cual se tiene previsto abrir un Fan Page en Facebook, el cual se irá manejando diariamente con publicaciones de los platos de pollo a la brasa y chaufa, además de la publicación de fotos de clientes (junto a sus familiares y amigos) satisfechos con el servicio y el producto brindado en “El Remanso”. Un cliente satisfecho es la mejor publicidad de un local de expendio de comidas.

2.4.4. La cadena de Distribución

La cadena de distribución parte de la ubicación del Restaurant Pollería El Remanso, el cual se ubica el Jr. Alzamora 160, y que tiene mucha afluencia vehicular, en vista de que esta una de las vías preferidas por la población para ir hacia Punchana desde Iquitos y viceversa, tal y como se aprecia en la siguiente imagen:

Figura 6: Frontis del Restaurant Pollería El Remanso



Fuente: Google Maps.

En la medida en que esta vía es altamente transitada, y al no tener cerca de las pollerías ubicadas cerca a la Plaza de Armas y de la Plaza 28 de Julio, “El Remanso” se constituye en una excelente alternativa para los comensales, dada la calidad del producto, la comodidad de las instalaciones, el trato personalizado y el precio competitivo. Se podría agregar que la competencia está a 10 cuadras de distancia y hasta más, lo cual beneficia directamente al negocio, con la proyección de convertirse en un lugar de pollo a la brasa de preferencia para el gran público.

Asimismo, y gracias a las redes sociales, además de la publicidad por radio y televisión, también funcionaría muy bien el servicio de Delivery, con lo cual El Remanso llegaría a tener el éxito comercial proyectado.

III. Plan de Operaciones

3.1. Instalaciones, acondicionamiento, equipamiento y materiales

3.1.1. Instalaciones

Las instalaciones del Restaurant Pollería El Remanso tienen ya un local propio, con un total de 300 metros², y se ubica en la calle Alzamora 160 en el Distrito de Iquitos. Con este espacio en metros cuadrados, El Remanso se ubica como una de las pollerías más grandes de Iquitos.

- **Espacio de Atención al público.**

El Restaurant Pollería El Remanso cuenta con dos amplios salones de 80 m² cada uno. El salón de la entrada tiene aire acondicionado, mientras que el segundo no tiene aire acondicionado para quienes no lo desean. Los ambientes son amplios y con techos altos para mayor ventilación. Esto también implica que cuentan con las mesas y sillas correspondientes además de los servicios higiénicos.

- **Espacio de trabajo**

En estos espacios se ubican una barra de atención al público, así como la cocina, la cual tiene un área total de 30 metros², y el espacio en donde se realiza el lavado de todo el menaje de cocina, con los lavaderos correspondientes. También existe un almacén y un espacio destinado al vestuario del personal.

Asimismo, todas las instalaciones de El Remanso, ya cuentan con licencia municipal, las exigencias de Defensa Civil y todo lo relacionado con los permisos exigidos por la ley.

Cabe destacar que se cuenta las salidas de emergencia bien marcadas, las instalaciones eléctricas adecuadas y con las medidas de seguridad requeridas, extinguidores, luces de emergencia y botiquín de primeros auxilios. Asimismo, cuenta con un espacio para el parqueo de motocicletas y automóviles.

3.1.2. Acondicionamiento del negocio

El local ya se encuentra acondicionado para su puesta en funcionamiento inmediato, tales como puertas y ventanas (las puertas son hechas de fibra de vidrio y toda la fachada está hecha de este material), cartel con el nombre del restaurant, parqueo vehicular, paneles luminosos nocturnos; entre otros accesorios. Asimismo, en un lugar visible estará colocado el aforo, previamente supervisado por Defensa Civil.

3.1.3. Equipamiento del negocio

El mobiliario del negocio constará de los siguientes muebles:

- Mesas y sillas de plástico para la atención del cliente.
- Una barra
- Estantes
- Vitrinas
- Mesas de acero inoxidable para la cocina
- Reposteros de piso y reposteros aéreos

El mobiliario ha sido distribuido de tal manera que sea lo más funcional posible, y en los lugares más adecuados, dando el aspecto de orden en ambientes muy bien acondicionados.

Asimismo, en el área de cocina se cuenta con Horno Para 30 Pollos de marca Mister Acero, el cual es un horno ecológico que no genera humo, además de no necesitar campana extractora, con funcionamiento dual: a gas y a carbón. El área destinada para el horno es de 9 metros cuadrados.

Figura 7: Horno para pollos marca Mister Acero



Fuente: Pagina web <http://www.misteracero.com/>

También cuenta con una máquina peladora de papas industrial, para pelar hasta 30 kilos de papas por operación, de marca Sammic, fabricada en aluminio altamente resistente.

Figura 8: Peladora de papas



Fuente: Pagina web <http://www.misteracero.com/> de la marca Mister Acero

3.1.4. Materiales y utensilios

Restaurant Pollería El Remanso, ya cuenta con materiales y utensilios que serán utilizados para la inauguración.

Utensilios y cubertería:

- Utensilios de cocina tales como cuchillos, tijera para cortar pollo, espumadera para las papas fritas, espátulas, tridentes, etc.
- Bandejas de aluminios y vols. de metal.
- Tenedores y cuchillos para mesa.
- Platos.
- Vasos, jarras para refresco y frascos para las cremas.
- Servilletas

Materiales:

- Cartas muy bien presentadas y a color.
- Porta servilletas.
- Bolsas para los pedidos Delivery.
- Productos de limpieza

3.2. Estudio de la fuente de aprovisionamiento y del proceso de almacenamiento

Iquitos es una ciudad en donde desde hace muchos años se crían pollos para la venta en mercados y para restaurantes y pollerías. Existen algunas industrias que producen pollos, algunas más conocidas que otras. Dentro de esta perspectiva, El Remanso tiene bien claro que se elegirá al proveedor de pollos que tengas menos quejas y cuyo servicio sea el más reconocido de la ciudad.

Conocido es que cuando un ama de casa acude a un mercado de la ciudad, casi siempre le venden pollo con sangre, o en todo caso, inadecuadamente sacrificado. En ese sentido, El Remanso tendrá que constatar que los pollos sacrificados por el proveedor, tengan las mejores condiciones a fin de evitar la queja de los comensales. En este aspecto se pondrá mucho cuidado.

Los pollos recibidos en el día, ese mismo día serán ingresados al horno y así evitar su descomposición, teniendo en cuenta el clima tan caluroso que se vive en la ciudad de Iquitos.

Asimismo, se tendrá también mucho cuidado con la selección del proveedor de papas, a fin de evitar quejas de los comensales. Igual ocurrirá con la selección de las verduras frescas para la elaboración de las ensaladas.

Sin embargo, se tendrá mayor cuidado aún, con la manipulación de los huevos para la elaboración de la mayonesa. Conocido es que la cáscara de los huevos son portadores de la Salmonelosis, para lo cual antes de manipular los huevos serán cuidadosamente lavados y secados, antes de preparar la mayonesa.

Para todo el aprovisionamiento de los insumos, se tendrá especial cuidado en la selección de los proveedores que llevarán sus productos hasta el mismo local ubicado en la calle Alzamora 160.

3.3. El proceso productivo

3.3.1. Preparación de un plato de pollo a la brasa en presentación de ¼

Marinado y preparación del pollo

El secreto de un buen pollo a la brasa está en el marinado, y por lo tanto en primer lugar se pasará a detallar cómo se hace el marinado y el aderezado del pollo, lo cual es muy importante para la presentación y sabor en un buen plato de un cuarto de pollo a la brasa.

- Lo primero es disolver sal de cocina en agua, en donde se introduce el pollo en la salmuera por espacio de 20 minutos. Luego se retira el pollo y se elimina el agua.
- Posteriormente, se combina vinagre blanco, pimienta negra y comino. Con esta mezcla se embadurna el pollo por dentro y por fuera, 10 o 15 minutos antes de iniciar su cocción.
- Luego, se mezcla romero con orégano para inmediatamente introducir una pequeña cantidad en la cavidad del pollo, y después por fuera. Una vez hecho esto, se frota con achiote, para que al hornearse obtenga un color rojizo y se forme una costra con la piel o pellejo.
- Por último, introducir el pollo en el horno con el mecanismo que lo hace girar. El pollo estará listo en una hora o una hora con quince minutos.

Preparación de las papas fritas

Paralelamente, se preparan las papas fritas, la cuales han sido peladas, cortadas y remojadas en agua helada con sal, para inmediatamente freírlas en la freidora por algunos minutos en aceite hirviendo.

Preparación del plátano frito

Se lavan los plátanos, se pelan y se cortan, para inmediatamente remojarlos en agua helada con sal y luego se fríe por unos minutos.

Preparación de la ensalada

Se lavan las lechugas, el tomate, las zanahorias y el pepinillo. Luego se cortan, mientras que la zanahoria se ralla. A continuación, se prepara el aliño el cual se mezcla con mayonesa preparada en el restaurant, vinagre, limón, mostaza, pimienta, azúcar y sal.

Preparación de las cremas y ajíes

Mayonesa: Se separan las yemas de las claras de huevo. Se colocan las yemas con una cucharada de mostaza y una cucharadita de jugo de limón en un recipiente para batir. Con la ayuda de una batidora eléctrica se baten los ingredientes hasta que tengan una consistencia homogénea. Cuando esté bien mezclado se va a añadiendo aceite hasta que la mezcla se torne de color amarillo y se espese.

Crema de Ají de Cocona

Colocar en una licuadora la cocona (previamente hervida), mayonesa, culantro, ajos, pimienta, ají charapita y sal al gusto.

* El ketchup y la mostaza se compran ya preparados.

Presentación del plato con un cuarto de pollo

En un plato tendido, se sirve un cuarto de pollo, acompañado de papa o plátano, o ambos juntos. En un plato más pequeño aparte se sirve la ensalada. Se colocan en la mesa las cremas para que el cliente se las sirva al gusto.

A continuación, presentamos dos formas tentativas de cómo se será la presentación de un cuarto de pollo servido en plato:

Figura 9: Presentación del cuarto de pollo, forma 1.



Fuente: <https://goo.gl/images/dQAUQK>

Figura 10: Presentación del cuarto de pollo, forma 2.



Fuente: <https://goo.gl/images/2dySxa>

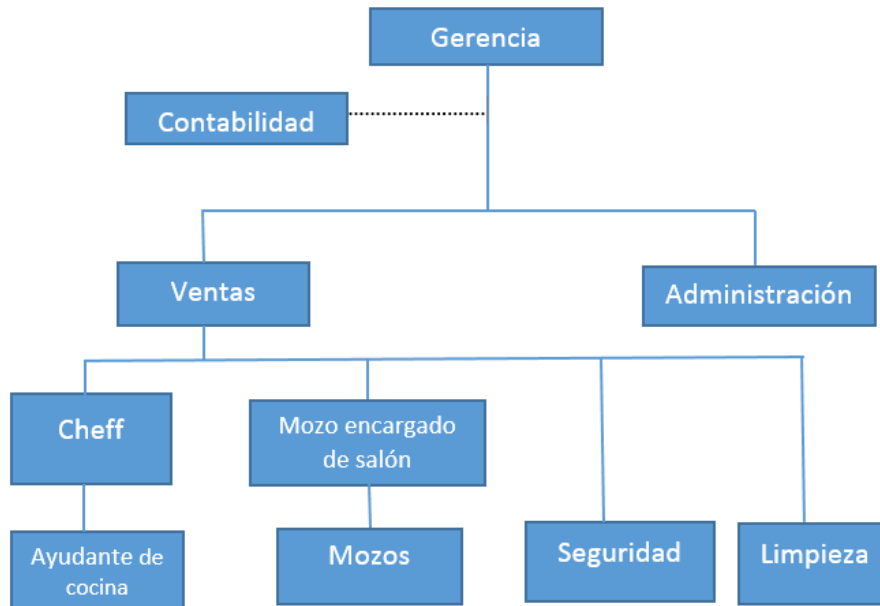
Como parte del servicio, también se considerará, además del expendio de gaseosas y agua, el expendio por vasos o jarras de litro de frutas regionales o frutas de estación, así como del clásico arroz chaufa para acompañar la presentación del cuarto de pollo a la brasa.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. La organización

La organización estará formada de la siguiente manera:

Figura 11. Estructura organizacional de la pollería El Remanso



4.2. Puestos tareas y funciones

Gerencia

El gerente es el representante máximo de la empresa. En el caso de El Remanso, este puesto recaerá en el propietario del establecimiento, quien está encargado de dirigir los destinos de la empresa. Es responsable del buen funcionamiento de la pollería.

Entre sus funciones figuran:

- Supervisar el trabajo de todo el personal: cocineros, mozos, personal de servicio, etc.
- Llevar el control financiero del negocio: gastos previstos y extraordinarios, pagos a empleados y proveedores, cumplir con los impuestos, etc.
- Colaborar y aportar ideas en materia de publicidad y marketing.

- d) Gestionar la documentación de la pollería: facturas, permisos, inspecciones, etc.
- e) Plantear mejoras operativas, logísticas y funcionales.

Contador

Se utilizará servicios de terceros.

Ventas

La venta es la función que cierra el ciclo de la producción en la empresa, consiguiendo el adecuado retorno de la inversión en capital humano y económico que la empresa ha realizado. De nada serviría descubrir, desarrollar o fabricar productos si estos al final no son vendidos o no son muy preferidos, es pues una parte clave para el desarrollo de la organización empresarial, y en este caso del Restaurant Pollería El Remanso.

Y en este caso específico, las políticas de ventas de un restaurant pollería son básicas para asegurar una estrategia que haga que muchos clientes acudan al local a degustar los platos que en éste se ofrecen (pollo a la brasa).

Entre las funciones del departamento de ventas de la pollería figuran:

- a. Atraer nuevos clientes. Participar en eventos de la ciudad a manera de promocionarse y de darse a conocer. Esta es una de las maneras más efectivas de lograr atraer nuevos clientes a la pollería.
- b. Fidelizar a los clientes. Se tiene que desarrollar un programa de fidelización mediante una tarjeta de fidelización que premie las visitas al restaurante con descuentos. Por ejemplo, por cada 10 visitas al restaurant, el comensal se hace acreedor a medio pollo para llevar.
- c. Aumentar el gasto de los clientes. Se podría añadir un pollo para llevar, con un descuento especial. Asimismo, aumentar los servicios de entrega a domicilio o Delivery.

Administración

El administrador del restaurante se ocupará de que el establecimiento opere eficientemente y mantenga una buena reputación y un carácter distintivo. Asimismo, debe coordinar diversas actividades, y es el responsable del correcto desarrollo del negocio, estándares de calidad, sanidad y seguridad.

Entre las funciones que debe realizar el administrador de la pollería son:

- a. Analizar y planear las ventas del negocio y la rentabilidad.
- b. Organizar actividades, así como eventos profesionales o descuentos.
- c. Preparar informes al final de la semana sobre el personal, la comida y las ventas.
- d. Crear y ejecutar planes de ventas y beneficios y planes para el desarrollo del personal.
- e. Establecer presupuestos y aprobarlos con la gerencia.

Chef o Jefe de Cocina

La figura de un jefe de cocina es la máxima representación de una cocina. Es la persona que ha de dirigir una cocina profesional y se encarga de administrar la brigada de cocina y tener la función de líder. La figura como tal debe estar encarnada por una persona creativa, innovadora, con capacidad de superación y conocedor de técnicas y sabores.

Entre las funciones que deber realizar el jefe de cocina figuran:

- a. Planificar el trabajo.
- b. Elegir al personal
- c. Elaborar los menús, cartas, etc.
- d. Tratar directamente con los proveedores.
- e. Escuchar a los clientes.

En definitiva, un jefe de cocina debe controlar todo lo relacionado con la comida en un negocio, hasta el límite económico, para saber si lo que está haciendo, produce riqueza para la empresa.

Mozo encargado de salón o jefe de mozos

El mozo encargado de salón o jefe de mozos es un camarero especializado en restaurantes u hoteles, responsable de planificar, organizar, desarrollar, controlar y gestionar las actividades que se realizan en la prestación del servicio, tanto en la comida como en las bebidas, coordinando y supervisando los distintos recursos que intervienen en el departamento para conseguir el máximo nivel de calidad.

Entre las funciones que debe realizar el jefe de mozos figuran:

- a. Supervisar el armado de las mesas de todo el restaurant.
- b. Realizar una revisión preventiva de los baños de damas y de caballeros.
- c. Supervisar que el personal asignado a la atención, esté preparado y debidamente uniformado, 10 minutos antes de abrir el restaurante.
- d. Chequear la labor realizada por el personal de limpieza.
- e. Comunicar deficiencias (si las hubiere) que existan en el salón.

Ayudantes de cocina

Un ayudante de cocina es aquel trabajador que ayuda a los cocineros a preparar los alimentos (por ejemplo, limpiar y pelar frutas y verduras, cortar pan y carne, etc.). También ayuda a medir y mezclar los ingredientes utilizando balanzas y jarras medidoras.

Entre las funciones que debe realizar el ayudante de cocina figura:

- a. Mantener la higiene y el orden de la cocina y los utensilios.
- b. Mezclar los ingredientes.
- c. Picar carne.

- d. Colaborar en la conservación de las materias primas y los productos de uso en la cocina.

Mozos

Un camarero, mozo o mesero es aquel trabajador que tiene como oficio atender a los clientes de un establecimiento de tipo restaurante, proporcionándoles alimentos, bebidas y asistencia. Un mozo puede controlar varias mesas a la vez.

Entre las funciones que debe realizar un mozo figura:

- a. Armar mesas, ubicarlas, colocar sillas y vestirlas.
- b. Colocar servilletas, cristalería y cubertería.
- c. Servir platos y servir bebidas.
- d. Cobrar la cuenta y ayudar con el sistema de pago.
- e. Mantener siempre el aseo, orden y organización.

Limpieza

Se trata del personal asignado para las labores de limpieza diaria del establecimiento.

Entre las tareas que debe realizar el personal de limpieza figura:

- a. Realizar la limpieza del local en su conjunto.
- b. Realizar la limpieza de los cristales y ventanas.
- c. Llevar a cabo la limpieza del mobiliario ubicado en el interior de los espacios a intervenir.
- d. Realizar la limpieza de suelos, paredes y techos.

4.3. Condiciones laborales

El Restaurant Pollería El Remanso en principio se registró bajo el régimen de MYPE tributario (RMT) y con el crecimiento alcanzando en las ventas anuales

proyectadas se pasará al Régimen General del Impuesto a la Renta, en vista de que se realizarán actividades empresariales o de negocio y en donde los trabajadores tendrán mayores beneficios.

Asimismo, tendrá trabajadores a tiempo completo distribuidos en turnos rotativos, en vista de que se atenderá de lunes a domingo desde las 4 de la tarde. Es preciso destacar que el contador y su asistente no pertenecerán a la empresa, en vista de que sus servicios serán contratados de forma externa.

4.4. Régimen tributario

El Restaurant Pollería El Remanso estará ubicado en Iquitos, capital del Departamento de Loreto, en donde se goza el beneficio excepcional de la tasa del 5 por ciento del impuesto a la renta, al igual que Madre De Dios y algunos distritos de Ucayali.

Dentro de esta perspectiva la empresa se acogerá a la “Ley de promoción de la inversión en la Amazonía, la cual reduce el pago del impuesto a la renta de 30% a 5%, lo cual es una gran ventaja, en vista de que Loreto no tiene carreteras y las condiciones de vida son más onerosas que en el resto del país. Sin embargo, la empresa no eludirá sus responsabilidades tributarias y realizará los respectivos pagos y declaraciones mensuales ante la SUNAT, por los impuestos y obligaciones.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Inversión inicial

Los gastos en que se incurrirá inicialmente están relacionados con la implementación del local en donde se ubicará el Restaurant Pollería El Remanso,

La inversión inicial será de S/. 413,600 de acuerdo a la tabla que se muestra a continuación

Tabla 4: Inversión inicial

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total S/.
Local	1	350,000	350,000
Aires Acondicionados	4	4,000	16,000
Mesas	50	50	2,500
Sillas	200	20	4,000
Horno	1	5,000	5,000
Peladora de papas	1	3,000	3,000
Juego de Menaje de cocina	3	800	2,400
Juego de platos, cubiertos, etc.	200	30	6,000
Congeladoras	4	1,000	4,000
Mesas de acero inoxidable en cocina	2	1,200	2,400
Una barra	1	2,500	2,500
Estantes	2	700	1,400
Vitrinas	2	500	1,000
Reposteros	2	700	1,400
Computadora	1	2,000	2,000
Impresora Multifunción	1	1,000	1,000
Televisores Smart TV 52"	2	4,000	8,000
Juego de artículos de aseo	10	100	1,000
Total	489	376,600	413,600

Fuente: elaboración propia

5.2. Ingresos

Estudio de la demanda

Tabla 5. Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual anual pollo entero a la brasa en Iquitos	2,695,074		
Tendencia de crecimiento del mercado	0%	10%	10%
Demanda estimada anual (pollo entero a la brasa)	2,695,074	2,964,581	3,261,039
Participación de mercado	1%	1.2%	1.4%
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/año)	26,950	35,574	45,654

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Clasificación de la demanda por 1/4 de pollo a la brasa

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 60% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/4 de pollo	60%	16,170	21,344	27,392
Cantidad de 1/4 de pollo que se obtiene de un pollo entero		4	4	4
Demanda del proyecto en platos de 1/4 de pollo a la brasa/ año (60% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros)		64,680	85,376	109,586

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Clasificación de la demanda por 1/8 de pollo a la brasa

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/8 de pollo.	20%	5,390	7,114	9,130
Cantidad de 1/8 de pollo que se obtiene de un pollo entero		8	8	8
Demanda del proyecto en platos de 1/8 de pollo a la brasa/ año (20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros)		42,120	56,912	73,040

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Clasificación de la demanda por pollos enteros a la brasa para entrega a domicilio o Delivery

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán para entrega a domicilio o Delivery.	20%	5,390	7,114	9,130
Cantidad de pollos que se obtiene de un pollo entero.		1	1	1
Demanda del proyecto en 1 pollo a la brasa/ año para entrega a domicilio o Delivery (20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros)		5,390	7,114	9,130

Fuente: elaboración propia

Tabla 9. Clasificación de la demanda por bebidas como acompañante del pollo a la brasa

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto de pollo entero a la brasa/año	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Cantidad promedio de jarras de refresco natural que se consumen por cada pollo entero a la brasa		1	1	1
Demanda del proyecto en jarras de refresco natural/año		26,950	35,574	45,654

Fuente: elaboración propia

Ingresos por ventas

Tabla 10. Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con plátano

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/4 de pollo con plátano	20%	21,560	28,456	36,520
Precio a cobrar por 1/4 de pollo con plátano		S/. 12.50	S/. 12.50	S/. 12.50
Total		S/. 269,500	S/. 355,700	S/. 456,500

Fuente: elaboración propia

Tabla 11. Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con papas

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/4 de pollo con papa	20%	21,560	28,456	36,520
Precio a cobrar por 1/4 de pollo con papa		S/. 13.50	S/. 13.50	S/. 13.50
Total		S/. 291,060	S/. 384,156	S/. 493,020

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con chaufa

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/4 de pollo con chaufa	20%	21,560	28,456	36,520
Precio a cobrar por 1/4 de pollo con chaufa		S/. 15.00	S/. 15.00	S/. 15.00
Total		S/. 323,400	S/. 426,840	S/. 547,800

Fuente: elaboración propia

Tabla 13. Ingresos por ventas en presentaciones de 1/8 de pollo a la brasa

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/8 de pollo a la brasa	20%	43,120	56,912	73,040
Precio a cobrar por 1/8 de pollo a la brasa		S/. 7.50	S/. 7.50	S/. 7.50
Total		S/. 323,400	S/. 426,840	S/. 547,800

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. Ingresos por ventas de pollos enteros con servicio a domicilio o Delivery

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Según estimaciones del negocio el 20% del total de la demanda del proyecto en pollos enteros, se atenderán en presentación de 1/8 de pollo a la brasa	20%	5,390	7,114	9,130
Precio a cobrar por 1/8 de pollo a la brasa		S/. 52.00	S/. 52.00	S/. 52.00
Total		S/. 280,280	S/. 369,928	S/. 474,760

Fuente: elaboración propia

Tabla 15. Ingresos por ventas de bebidas (jarra de refrescos naturales)

		Año 1	Año 2	Año 3
Demanda del proyecto (pollo entero a la brasa/ año)	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Ventas anuales de jarras de refresco (Una jarra por pollo entero)		26,950	35,574	45,654
Precio a cobrar por jarra de refresco		S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00
Total		S/. 242,550	S/. 320,166	S/. 410,886

Fuente: elaboración propia

Tabla 16. Ingresos por ventas anuales del proyecto

		Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con plátano	Tabla 10	S/. 269,500	S/. 355,700	S/. 456,500
Ingresos por ventas en presentaciones de ¼ de pollo a la brasa con papas	Tabla 11	S/. 291,060	S/. 384,156	S/. 493,020
Ingresos por ventas en presentaciones de 1/4 de pollo a la brasa con chaufa	Tabla 12	S/. 323,400	S/. 426,840	S/. 547,800
Ingresos por ventas en presentaciones de 1/8 de pollo a la brasa	Tabla 13	S/. 323,400	S/. 426,840	S/. 547,800
Ingresos por ventas de pollos enteros con servicio a domicilio o Delivery	Tabla 14	S/. 280,280	S/. 369,928	S/. 474,760
Ingresos por ventas de bebidas (jarra de refrescos naturales)	Tabla 15	S/. 242,550	S/. 320,166	S/. 410,886
Total de ingresos anuales por venta		S/. 1,730,190	S/. 2,283,630	S/. 2,930,766

Fuente: elaboración propia

Costos de producción

Tabla 17. Costo de preparar una unidad de pollo a la brasa

Descripción	Cantidad necesaria 1 pollo	Medida	Costo variable unitario
Pollo	1.00	Unid.	S/. 15.00
Papa blanca	0.50	Kg.	S/. 0.64
Aceite	0.19	Litros	S/. 0.92
Mayonesa	0.050	Litros	S/. 0.51
Ketchup	0.050	Litros	S/. 0.26
Mostaza	0.025	Litros	S/. 0.10
Tomate	0.14	Kg.	S/. 0.34
Lechuga	0.07	Kg.	S/. 0.20
Rabanito / pepinillo	0.09	Kg.	S/. 0.32
Romero molido	0.05	Kg.	S/. 0.10
Sillao	0.01	Litros	S/. 0.02
Vinagre blanco	0.01	Litros	S/. 0.03
Ají panca molido	0.01	Kg.	S/. 0.06
Limón	0.30	Kg.	S/. 1.20
Ajo molido	0.01	Kg.	S/. 0.07
Ají	0.050	Litros	S/. 0.51
Total de costo unitario			S/. 20.28

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Costo de preparar una jarra de refresco

Cant.	Producto, ingrediente, insumo	Costo unitario (Soles)	Costo Total (Soles)
1	Botella de esencia natural concentrada de chicha morada de 2 litros	19.00	2.30
4	Limonas	0.20	0.80
1	Kg. de azúcar	3.00	0.70
Costo total de una 1 jarra de refresco			3.80

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. Costos de preparación anual de pollos

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales de pollos a la brasa	Tabla 5	26,950	35,574	45,654
Costos de producción	Tabla 17	S/. 20.28	S/. 20.28	S/. 20.28
Total costo de venta anual		S/. 546,546	S/. 721,440	S/. 925,863

Fuente: elaboración propia

Tabla 20. Costos de preparación anual de jarras de refresco

		Año 1	Año 2	Año 3
Necesidades anuales de jarras de refresco	Tabla 15	26,950	35,574	45,654
Costos de producción	Tabla 18	S/. 3.80	S/. 3.80	S/. 3.80
Total costo de venta anual		S/. 102,410	S/. 135,181	S/. 173,485

Fuente: elaboración propia

5.3. Gastos administrativos

A continuación, se detallarán los gastos en que incurrirá la pollería para su buen funcionamiento. Estos gastos comprenden personal, contribuciones sociales, gratificaciones, compensación por tiempo de servicio y gastos por concepto de servicios públicos.

Tabla 21. Remuneraciones del personal

Descripción	Sueldo Mensual	No. de Trabajadores	Remuneración Mensual	Total Anual (S/.)
Gerente	3,500	1	3,500	42,000
Administrador	3,000	1	3,000	36,000
Contador	2,500	1	2,500	30,000
Jefe de cocina	2,000	1	2,000	24,000
Jefe de mozos	1,500	1	1,500	18,000
Ayudantes de cocina	1,000	3	3,000	36,000
Mozos	1,000	3	3,000	36,000
Personal de limpieza	1,000	1	1,000	12,000
Total				234,000

Fuente: elaboración propia

Tabla 22. Contribuciones sociales (9% - EsSalud)

Descripción	Sueldo Mensual	No. de Trabajadores	Aporte Mensual	Total Anual (S/.)
Gerente	3,500	1	315	3,780
Administrador	3,000	1	270	3,240
Contador	2,500	1	225	2,700
Jefe de cocina	2,000	1	180	2,160
Jefe de mozos	1,500	1	135	1,620
Ayudantes de cocina	1,000	3	270	3,240
Mozos	1,000	3	270	3,240
Personal de limpieza	1,000	1	90	1,080
Total				21,060

Fuente: elaboración propia

Tabla 23. Gratificaciones por fiestas patrias y navidad

Descripción	Gratificación	No. de Trabajadores	Total Anual (S/.)
Gerente	3,500	1	3,500
Administrador	3,000	1	3,000
Contador	2,500	1	2,500
Jefe de cocina	2,000	1	2,000
Jefe de mozos	1,500	1	1,500
Ayudantes de cocina	1,000	3	3,000
Mozos	1,000	3	3,000
Personal de limpieza	1,000	1	1,000
Total			19,500
(*) Régimen MYPE: 1/2 Gratificación julio y diciembre			

Fuente: elaboración propia

Tabla 24. Compensación por tiempo de servicio

Descripción	Gratificación	No. de Trabajadores	Total Anual (S/.)
Gerente	1,750	1	1,750
Administrador	1,500	1	1,500
Contador	1,250	1	1,250
Jefe de cocina	1,000	1	1,000
Jefe de mozos	750	1	750
Ayudantes de cocina	500	3	1,500
Mozos	500	3	1,500
Personal de limpieza	500	1	500
Total			9,750
(*) Régimen MYPE: 1/2 medio sueldo al año			

Fuente: elaboración propia

Tabla 25. Servicios básicos

Descripción	Total mensual	Total anual (S/.)
Luz	800	9,600
Agua	250	3,000
Teléfono e Internet	100	1,200
Total	1,150	13,800

Fuente: elaboración propia

Tabla 26. Gastos pre operativos

Descripción	Total (S/.)
Búsqueda y reserva de nombre	80
Elaboración de minuta (Testimonio)	1,000
Inscripción en Registros Públicos	450
Certificado de Defensa Civil	500
Licencia de funcionamiento	400
Implementación y decorado del local	5,000
TOTAL	7,430

Fuente: elaboración propia

Tabla 27. Total, de Gastos Administrativos

Descripción	Total (S/.)
Remuneración del personal	234,000
Contribuciones sociales (9% - EsSalud)	21,060
Gratificaciones por fiestas patrias y navidad	19,500
Compensación por tiempo de servicio	9,750
Servicios básicos	13,800
Gastos pre operativos	7,430
TOTAL	395,540

Fuente: elaboración propia

5.4. Gastos de ventas

El Restaurant Pollería El Remanso, utilizará publicidad de tipo volante, que serán repartidos en el Jr. Próspero, así como obsequios de llaveros y lapiceros de tipo merchandising con sus clientes más fieles. Asimismo, se utilizarán las redes sociales con un fan page en Facebook que no tiene costo y que constantemente estará publicando promociones y publicidad de la variedad de platos de pollo a la brasa.

Cuadro 28. Gastos de Publicidad

Descripción	Total mensual	Total anual (S/.)
Publicidad, volantes, etc.	300	3,600
Promociones, llaveros, lapiceros, etc.	300	3,600
Facebook	0	0
Total	600	7,200

Fuente: elaboración propia

5.5. Estado de resultados económicos

En esta sección se mostrará la información centralizada de la gestión del negocio (ingresos, costos, gastos e impuestos) proyectada a tres años, mostrando la utilidad que se espera alcanzar.

Tabla 29. Estado de resultados económicos proyectado

Concepto	Monto en soles		
	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/. 1,730,190	S/. 2,283,630	S/. 2,930,766
Costos de producción de pollos a la brasa	S/. 546,546	S/. 721,440	S/. 925,863
Costos de producción de jarras de refresco	S/. 102,410	S/. 135,181	S/. 173,485
Gastos administrativos	S/. 395,540	S/. 395,540	S/. 395,540
Gastos de ventas	S/. 7,200	S/. 7,200	S/. 7,200
Utilidad Neta	S/. 678,494	S/. 1,024,269	S/. 1,428,678

Fuente: elaboración propia

Tabla 30. Aplicación del régimen tributario

Concepto	Monto en soles		
	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad antes de pagar impuestos	S/. 678,494	S/. 1,024,269	S/. 1,428,678
Impuesto a la renta 5%	S/. 33,924	S/. 51,213	S/. 71,433
Utilidad después de pagar impuestos	S/. 644,570	S/. 973,056	S/. 1,357,245

Fuente: elaboración propia

5.6. Financiamiento

Los recursos para el financiamiento y puesta en marcha del Restaurant Pollería El Remanso, serán autofinanciados con los ahorros del propietario del local, con el aporte dinerario respectivo que se abonará al momento de la constitución de la empresa, de acuerdo a lo establecido en el Decreto Ley No. 21621 que norma la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada EIRL, e incorporándose al patrimonio de la empresa.

Tabla 31. Financiamiento de la inversión

Concepto	Monto en soles		
	Año 1	Año 2	Año 3
Capital	S/. 413,600	0.00	0.00
Total	S/. 413,600	0.00	0.00

Fuente: elaboración propia

5.7. Retorno de la inversión

Para determinar el retorno de la inversión o capital, en el Plan de Negocios, se aplicará la razón financiera ROI (Return Of Investment por sus siglas en inglés) (retorno de la inversión), la cual es una herramienta que permitirá analizar el rendimiento de un negocio y saber si una inversión es rentable.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Inversión}} \times 100$$

Aplicando el ROI al nuestro Plan de Negocios se obtiene:

Año 1:

$$\text{ROI} = \frac{644,570}{413,600} \times 100 = 155 \%$$

Año 2:

$$\text{ROI} = \frac{973,056}{413,600} \times 100 = 235 \%$$

Año 3:

$$\text{ROI} = \frac{1,357,245}{413,600} \times 100 = 328 \%$$

Estos resultados indican que el tiempo en que se recuperará la inversión será en menos de un año, por lo cual el Plan de Negocios es atractivo para la inversión.

Conclusiones

- a. Partiendo de que el pollo a la brasa es aún más popular y más consumido que el ceviche en nuestro país y por ende en nuestra ciudad, inferimos que invertir en un restaurant pollería en el Perú y especialmente en Iquitos no tiene pierda. Si a esto le sumamos que El Remanso ofrecería precios altamente competitivos para el mercado, el éxito de la empresa estaría asegurado.
- b. La oferta de pollo a la brasa de El Remanso, tiene una excelente ubicación con mucho tránsito a toda hora, para quienes escogen una ruta alterna para ir de Iquitos a Punchana y viceversa.
- c. El Remanso ofrecerá, aparte del pollo entero y el clásico cuarto de pollo, el Octavo de Pollo a S/. 7.50, con lo cual se prevé tener una clientela cautiva, que sobre todo apunta a los transportistas de motocarros.
- d. Financieramente, la oportunidad de negocio es rentable, en vista de que permitirá obtener una utilidad neta de S/. 644,570 en el primer año de funcionamiento, con lo que se cubriría en ampliamente lo invertido que es de S/ 413,600, en un porcentaje de 64%.

BIBLIOGRAFÍA

APEGA (2018). *El pollo a la brasa está de fiesta*. Recuperado de <http://www.apega.pe/noticias/prensa-y-difusion/el-pollo-a-la-brasa-esta-de-fiesta.html> el 26 de setiembre del 2018.

Bonta, P. y Farber, M. (2004). *199 preguntas sobre marketing*. México. Editorial Norma.

CIIU (2010). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Lima. Instituto Nacional de Estadística.

El Comercio (2018). Pollo a la brasa: el favorito de los peruanos. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/gastronomia/noticias/pollo-brasa-favorito-peruanos-385959> el 26 de setiembre del 2018.

Iquitos Travel Guide (2018). Las mejores pollerías de Iquitos. Recuperado de <https://iquitotravelguide.com/las-mejores-pollerias-en-iquitos/> el 24 de setiembre del 2018.

Juran, J.M. (1996). *Juran y la calidad por el diseño*. México. Díaz de Santos.

Kinnear, T. y Taylor, J. (200). *Investigación de mercados: Un enfoque aplicado*. Colombia. McGraw-Hill.

Kotler, P., Cámara, D., Grande, I. y Cruz, I. (2000). *Dirección de Márketing*. México. Prentice Hall.

Marketing Intensivo (2012). Qué es Promoción. Recuperado de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html> el 27 de setiembre del 2018.

Monferrer, D. (2013). Fundamentos de marketing. Castelló de la Plana.

Staton, W., Etzel, M. y Walker, B. (2004). Fundamentos de Marketing. México. Mc. Graw Hill.

Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions Campus del Riu Sec.

Zumaeta, E. (2018). *Plan de negocio, instalación, apertura y puesta en marcha de un restaurant de pollos a la leña en la ciudad de Iquitos, Año 2018*. Perfil de Negocios. Iquitos. Universidad Científica del Perú.