



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE NEGOCIO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA SANGUCHERIA  
ITALIANA EN LOS DISTRITOS DE LIMA TOP**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título ADMINISTRADOR DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Cesar Augusto Murga Flores**

**(0009-0006-5223-0555)**

**Lima- Perú**

**2024**

# Índice

## Contenido

Índice.....	2
Resumen Ejecutivo.....	8
Capítulo I: Definición del Negocio.....	8
1.1. Idea de Negocio .....	9
1.2. Diagnóstico de la Idea de Negocio.....	10
INEI: Actividad de Alojamientos y Restaurantes Aumentó 5,5% en Segundo Trimestre .....	10
Actividad de restaurantes aumentó 1,07% en julio del 2023.....	10
En julio de 2023 se incrementó el grupo de restaurantes en 1,72%.....	10
Rubro de Catering se incrementó 9,58% .....	11
1.3. Justificación del Plan de Negocio (Análisis de la Oportunidad) .....	11
Capítulo II: Diagnóstico del Plan de Negocio .....	13
2.2. Análisis de Microentorno .....	13
Empresas competidoras del sector.....	13
Clientes.....	13
Tamaño de la población.....	13
Perfil demográfico.....	14
Características socioeconómicas. ....	14
Proveedores .....	15
Proveedores alternativos, (locales).....	15
Proveedores extranjeros. (principales).....	16
Sustitutos .....	17
Potenciales empresas competidoras .....	17
Competidores indirectos.....	18
Sanguchería el chinito .....	18
La lucha sanguchería criolla .....	19
Restaurantes italianos.....	20
2.3. Análisis de Macroentorno.....	20
Factores políticos .....	20

Factores económicos .....	21
Factores sociales .....	22
Factores tecnológicos .....	24
Factores ambientales.....	24
Factores legales.....	25
Capítulo III: Planeamiento Estratégico.....	25
3.1. Misión .....	25
3.2. Visión.....	26
3.3. Valores .....	26
3.4. Matriz FODA.....	26
Fortalezas: .....	27
Oportunidades: .....	27
Debilidades: .....	28
Amenazas:.....	28
Análisis FODA Cruzado: .....	29
Fortalezas vs. Oportunidades: .....	29
Fortalezas vs. Amenazas: .....	29
Debilidades vs. Oportunidades:.....	30
Debilidades vs. Amenazas:.....	30
3.5. Objetivos Estratégicos Generales .....	30
Diferenciación y Posicionamiento.....	30
Alianzas y Colaboraciones.....	31
Gestión Eficiente y Optimización .....	31
3.6. Estrategia Genérica de Porter.....	32
Diferenciación.....	32
3.7. Cronograma de Actividades (Diagrama de Gantt) .....	33
Capítulo IV: Estudio de Mercado .....	34
4.1. Oferta (qué Ofrecen los Competidores – Directos y Potenciales) .....	34
4.2. Demanda (Investigación: Objetivo, Metodología, Resultados, Interpretación y Proyección).....	35
objetivo general .....	35
Objetivos Específicos .....	35
Calculo el tamaño muestra .....	36

Pregunta 1.....	36
Resultados.....	37
Pregunta 2.....	38
Resultados.....	38
Pregunta 3.....	39
Resultados.....	39
Estrategias.....	40
Pregunta 4.....	40
Resultados.....	41
Pregunta 5.....	41
Pregunta 6.....	42
Resultados.....	43
Pregunta 7.....	43
Resultados.....	44
Pregunta 8.....	45
Resultados.....	45
Pregunta 9.....	46
Resultados.....	46
Pregunta 10.....	47
Respuestas.....	48
Pregunta 11.....	48
Resultados.....	49
Pregunta 12.....	49
Resultados.....	50
Capítulo V: Plan de Comercialización.....	50
5.1. Mercado (Características y Segmentación).....	50
características del mercado.....	51
5.2. Marketing Mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción).....	51
Producto.....	51
Modelo de menú.....	53
Precio.....	53
Ejemplo de precio.....	53
Precio y costo promedio.....	54

COSTO DE INSUMOS .....	54
PERSONAL .....	55
Plaza .....	56
CARACTERÍSTICAS GENERALES: .....	57
DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL.....	57
UBICACIÓN Y REFERENCIA: .....	57
Promoción.....	59
5.3. Formulación Estratégica.....	59
5.4. Proyección de Ventas.....	62
proyección de ventas en 5 años en un entorno moderadamente conservador .....	62
Proyección de demanda anual.....	64
6.1. Localización de la Empresa (Matriz de Localización) .....	65
Factores de macro localización.....	65
Factores de micro localización.....	65
6.2. Tamaño del Negocio (Capacidad Instalada).....	66
16.3. Necesidades (Maquinarias y Equipos, Mano de Obra y Materia Prima) .....	68
Cotizaciones de materia prima .....	68
6.4. Costos (Directos e Indirectos) .....	71
6.5. Proceso de Producción u Operación (Diagrama de Flujo) .....	72
Encargados de producción de sandwiches: deli/atención al cliente.....	72
Encargados del proceso de producción de panadería: panadero .....	72
Responsable del proceso de producción de preparaciones: Preparador .....	73
En cargo del proceso de producción de cocina: chef/administrador. ....	74
Encargado del proceso de atención de caja: cajero .....	75
6.6. Certificaciones Necesarias .....	76
Para la constitución de empresa:.....	76
Licencia de funcionamiento:.....	76
REQUISITOS COMUNES PARA LA LICENCIA:.....	77
Certificado de defensa civil:.....	77
Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso: .....	77
Permiso Sanitario:.....	77
Certificado de manipulación de alimentos: .....	77
Licencia de anuncios publicitarios (opcional): .....	77

Permiso de uso de vía pública (opcional) .....	78
Certificado de impacto ambiental (si se requiere) .....	78
6.7. Impacto en el Medio Ambiente .....	78
Según la variación de la calidad ambiental.....	78
Según la intensidad.....	79
Según su extensión. ....	80
Según su persistencia.....	80
Capítulo VII: Plan Organizacional, Personal y Legal .....	81
7.1. Constitución de la Empresa (Proceso, Trámites, Permisos y Costos) .....	81
elección del tipo de empresa:.....	81
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (SRL) (SELECCIONADA) .....	81
Limitación de responsabilidad .....	81
Flexibilidad en la gestión.....	82
Menos formalidades .....	82
Bajo capital inicial .....	82
Facilidad de transferencia de participaciones .....	82
Posibles beneficios fiscales .....	82
Búsqueda y reserva de un nombre comercial: .....	82
Preparación del Acta de Constitución:.....	82
Legalización del Acta y Escritura Pública: .....	83
registrarse en SUNARP:.....	83
Adquisición del RUC (Registro Único de Contribuyentes) .....	83
licencia de funcionamiento.....	83
Otros permisos.....	84
Certificado de Defensa Civil .....	84
Certificado de Inspección Sanitaria.....	84
Registro de marca ante INDECOPI .....	84
Permiso de anuncio.....	84
Registro de Trabajadores .....	84
Apertura de cuenta bancaria .....	85
Flujograma del Proceso de Constitución de una Empresa .....	85
costos .....	85
Formulario de reserva de nombre en SUNARP.....	87

Ejemplo de formato de solicitud de licencia de funcionamiento .....	88
7.2. Obligaciones (Tributarias y Laborales).....	89
OBLICACIONES TRIBUTARIAS .....	89
Obligaciones laborales .....	89
7.3. Estructura Organizacional .....	93
7.4. Descripción de Funciones Se elabora el Manual de Organización y Funciones del negocio (alineado al organigrama previo). .....	93
8.1. Inversiones (Estructura).....	103
Insumos.....	103
Servicios .....	104
Equipos y maquinarias .....	105
8.2. Ingresos y Egresos Se elabora el presupuesto de ingresos.....	106
Proyectado en periodos mensuales por un lapso de 5 años .....	106
8.3. Deuda (Cuadro de Amortización).....	109
Método de tabla de amortización francés por un periodo de 2 años de crédito.....	109
Datos del credito.....	110
8.4. Flujo de Caja.....	110
8.5. Evaluación Económica y Financiera (VAN, TIR y Punto de Equilibrio) .....	112
8.6. Estados Financieros Proyectados.....	112
Conclusiones .....	115
Recomendaciones.....	116
Referencias Bibliográficas .....	117

## **Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto profesional abordó el objetivo de establecer una sanguchería italiana en Lima. A lo largo del proyecto, se llevó a cabo un trabajo de investigación, análisis de información y asimilación de procesos a nuestro entorno, incluimos en este sentido las encuestas y estudios de negocios similares. Como resultado, se lograron varios hitos importantes, como descubrimiento de una falta de competencia directa en el mercado. Además, se identificaron modelos de negocios de la competencia indirecta aprovechables, en conclusión, el proyecto demostró su factibilidad en este entorno tan complejo como el mercado peruano. Se recomienda profundizar en este modelo de negocio y similares. Ya que este cuenta con capacidades de expansión. Este proyecto ha proporcionado una visión significativa sobre el mercado de las sangucherías y ha sentado las bases para la realización del proyecto y la visión de un nuevo subproducto en el mercado, el desarrollo de gastronomías extranjeras en el mercado local da a entender que a nivel social y cultural, el mercado peruano se diversifica y da espacio al crecimiento de su misma gastronomía.

## **Capítulo I: Definición del Negocio**

El objetivo de la sanguchería italiana es ofrecer una experiencia gastronómica única al fusionar la clásica cocina italiana con la versatilidad de los sándwiches, dirigido a los amantes de la comida italiana en Lima y a quienes buscan nuevas experiencias en uno de los lugares idóneos para el turismo gastronómico como es nuestro país.

Nuestro menú incluye una amplia variedad de paninis y sándwiches inspirados en la gastronomía emblemática de Italia, utilizando ingredientes frescos y auténticos importados. La innovación se muestra al introducir una amplia variedad de ingredientes auténticos, fusionar sabores y promover ingredientes y embutidos autóctonos de Italia.