



**UNIVERSIDAD NACIONAL
MAYOR DE SAN MARCOS**
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

PROGRAMA

“FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES”

BRIO’S

RESTAURANT

Octubre, 2012

Alumno: Guillermo Miñan Carrasco

Profesor: Orestes Cachay Boza



**Vamos
Perú**

Programa Nacional para la Promoción
de Oportunidades Laborales



Trabajo

Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo

INDICE

PÁG.

RESUMEN EJECUTIVO	3
CAPITULO I: DESCRIPCION DEL NEGOCIO	4
1.1 Nombre del Negocio.....	4
1.2 Breve descripción del negocio	4
1.3 Visión	4
1.4 Misión.....	4
1.5 Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
1.6 Estructura Organizacional	4
1.7 Análisis interno y externo del negocio	6
CAPITULO II. ANALISIS DEL MERCADO	7
2.1 Mercado Potencial.....	7
2.2 Estimación de Mercado.....	7
2.3 Segmentación de Mercado	7
2.4 Propuesta Única de Venta.....	7
2.5 Análisis de la Competencia	8
2.6 Ventaja Competitiva	8
2.7 Estrategias de Marketing	8
2.8 Análisis del mercado proveedor.....	8
2.9 Distribución	8
2.10 Mercado Externo	9
2.11 Análisis y pronóstico de ventas	10
CAPITULO III: ANÁLISIS TECNICO	11
3.1 Diseño del producto o servicio	11
3.2 Descripción del proceso/operaciones	11
3.3 Localización y distribución física del negocio	12
3.4 Recursos necesarios: materiales, equipos, instalaciones y humanos.....	13
CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA.....	14
4.1 Inversión inicial	14
4.2 Calculo de costos.....	15
4.3 Costo unitario de producción.....	16
4.4 Precio de Venta.....	17
4.5 Determinación del punto de equilibrio.....	18
4.6 Flujo de caja económico	19
4.7 Análisis Financiero.....	20

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de negocio propone una nueva alternativa que consiste en un restaurant de pescados, mariscos y comida criolla, con especialidad en cebiche, parihuela, arroz con mariscos; y en comida criolla la especialidad será el lomo saltado, Así mismo con varios platos de entradas como papa a la Huancaína, causas y ensaladas.

Nuestro público objetivo el público en general pero principalmente de San Miguel donde será sede el local del negocio el cual representa alrededor de 130,000 habitantes. Así mismo se espera que el negocio llegue al público de Magdalena del Mar.

Las ventas del primer año serian de 7,200 platos de ceviche, 3,600 lomos saltados y 2,400 papas a la huancaína las cuales representaría un ingreso anual de S/. 239,352. Así mismo se espera que las ventas varíen en 10% en el segundo y tercer año.

Este proyecto es viable y prometedor ya que con una inversión de 45,894.46 nuevo soles del cual se financiara el 47% equivalente a 21,647.23 nuevos soles que nos brinda un VANE de 15,814 es decir mayor a 0 y un TIRE de 59.75% mayor que el costo de oportunidad así mismo en el campo financiero un VANF 15,755 y un TIRF 94.38%

Con la convicción de que este es un excelente proyecto de negocio, la capacitación esmerada de mi tutor, la aplicación de los conocimientos adquiridos y sobre todo con la bendición de Dios se llevara a cabo la ejecución del mismo para el progreso de los promotores y nuestra sociedad.

CAPITULO I: DESCRIPCION DEL NEGOCIO

1.1 Nombre del Negocio

BRIO'S RESTAURANT.

1.2 Breve descripción del negocio

Un restaurant de pescados, mariscos y comida criolla, con especialidad en cebiche, jalea, parihuela, arroz con mariscos; y en comida criolla la especialidad será el lomo saltado, Así mismo con varios platos de entradas como papa a la Huancaína, causas y ensaladas. Contaría con un bar con diferentes tipos de tragos y bebidas, en la cual se harían especiales de HAPPY HOURS entre las horas de menos concurrencia de 3:00 pm hasta las 6 o 7 pm. La promoción sería 2 x 1 en Pisco Sours, Mojitos, Margaritas y Martinis. También se podrá deleitar de una selección de riquísimos postres. La hora del almuerzo sería de 11:00 am a 3:00 pm, de 3:00 pm a 7:00 pm sería el happyhours y la cena de de 7:00 pm hasta las 10:30 pm. Las condiciones de ventas sería al contado y tarjetas de créditos y el horario de Lunes a Domingo.

1.3 Visión

“Ser líder en la comida criolla y de mariscos. Ser la preferencia de nuestros clientes por la calidad, servicio y confort. Con alimentos frescos y naturales.”

1.4 Misión

“Hacer de la comida criolla y mariscos nuestros platos de delicia al paladar de los clientes. En un ambiente agradable y de mayor confort y de nuestro local un lugar acogedor.”

1.5 Objetivos

Corto Plazo

- Ingresar al mercado con aceptación por la calidad y costos en

CAPITULO I: DESCRIPCION DEL NEGOCIO

beneficio del público consumidor para ellos desarrollaremos encuestas de satisfacción del cliente.

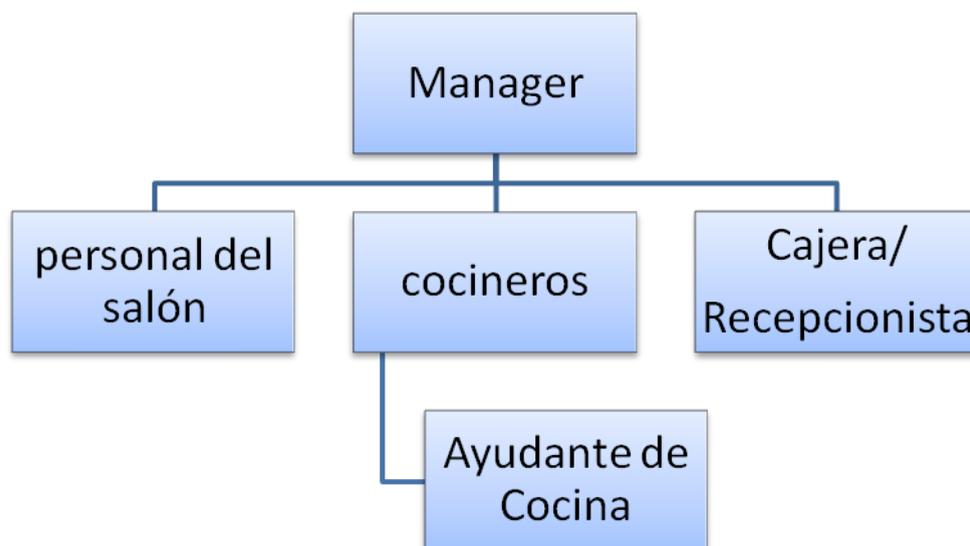
Mediano Plazo

- Mantener el mercado objetivo fijo y ampliar en otras zonas de lima metropolitana
- Formar un grupo de clientes fijos en nuestro local para ello escucharemos los consejos o sugerencias de los mismos. Ofreceremos descuentos especiales, homenajes en eventos importantes, celebraciones de cumpleaños, etc.

Largo Plazo

Ser líder en el mercado nacional e internacional a través de la venta de las patentes.

1.6 Estructura Organizacional



CAPITULO I: DESCRIPCION DEL NEGOCIO

1.7 Análisis interno y externo del negocio

FORTALEZA	
1	Experiencia en manejo de restaurant.
2	Conocimiento de insumos de platos y preparación.
3	Experiencia en preparación de tragos (Bartender).

OPORTUNIDAD	
1	Boom culinario del país a nivel nacional e internacional.
2	Preferencia de la comida peruana en la población.

DEBILIDAD	
1	Falta de capital para el desarrollo del negocio.
2	No tener aún la mejor ubicación para el cumplimiento de nuestros objetivos.

AMENAZA	
1	Proliferación de locales de comida en Lima.
2	Alza de los insumos por parte de los proveedores.

CAPITULO II. ANALISIS DEL MERCADO

2.1 Mercado Potencial

El mercado potencial a quien va dirigido nuestro negocio es al público en general principalmente de San Miguel, zona donde estará ubicado nuestro local, que representa un estimado de **135,086** personas representados en **38,074** hogares, así mismo se espera también llegar al público de Magdalena del Mar, por la cercanía del local, que representa un número de **54,386** personas distribuidos en 15,712 hogares.

2.2 Estimación de Mercado

Se espera llegar al 2% de las personas del distrito de San Miguel y el 1% de las personas de los distritos de Magdalena del Mar para los próximos 3 años.

2.3 Segmentación de Mercado

Nuestros platos van dirigidos a personas de los sectores C principalmente de todo género y estado civil. Datos del INEI muestran que el distrito de San Miguel tiene una población total de 135,086. 62,025 son hombres y 72,082 mujeres. Queremos contar con la población entre las edades de :

20 a 29 años Hombres 5,513 y Mujeres 6,370
30 a 39 años Hombres 9,628 y Mujeres 11,190
40 a 49 años Hombres 7,830 y Mujeres 9,446
50 a 59 años Hombres 6,711 y Mujeres 7,715.

2.4 Propuesta Única de Venta

Especialidad en comida criolla, pescados y mariscos. Atención rápida y de primera, que el cliente disfrute de un ambiente familiar y acogedor.

CAPITULO II. ANALISIS DEL MERCADO

2.5 Análisis de la Competencia

Hay muchos restaurantes en la zona en la especialidad en comida criolla, pescados y mariscos. Entre ellos algunos por nombrar:

- Restaurante mi propiedad privada
- Restaurante cubichería bahía
- Cebichería Mateo, cebichería el tiburón, etc.

Los precios varían de acuerdo al local:

- a) Ceviche de pescado entre S/ 30. a 50 soles.
- b) Ceviche mixto entre S/ 40 a 60 soles.
- c) Lomo saltado S/ 20 a 35 soles.
- d) Arroz con mariscos S/50 a 75 soles.

2.6 Ventaja Competitiva

Nuestros platos se elaborarán con productos naturales de calidad, del día y saludables.

2.7 Estrategias de Marketing

Un establecimiento adecuado, pintado con colores cálidos, con música criolla. Anuncios en radio, revistas, internet, Facebook, twitter, etc. Por apertura se ofrecerán descuentos, promociones.

2.8 Análisis del mercado proveedor

Se comprarán los productos de pescado y mariscos en el terminal pesquero, y los demás insumos en Metro, Wong, Plaza vea, etc.

2.9 Distribución

Venta en el local, delivery, catering.

CAPITULO II. ANALISIS DEL MERCADO

2.10 Mercado Externo

El negocio por el momento no se aplica a un mercado externo.

CAPITULO II. ANALISIS DEL MERCADO

2.11 Análisis y pronóstico de ventas

Proyección Mensual (Primer Año)

En unidades													
Visitas mensuales	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ceviche	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7,200
Lomo Saltado	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
Papa a la Huancaína	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1,800

En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ceviche	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	11,335	136,014
Lomo Saltado	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	7,693	92,315
Papa a la Huancaína	919	919	919	919	919	919	919	919	919	919	919	919	11,023
Totales	19,946	239,352											

Proyección Mensual (Segundo Año)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Juego libre	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	690	8,280
Ingreso de padres	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	345	4,140
Celebración de cumpleaños	173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	173	2,070

En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ceviche	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	13,035	156,416
Lomo Saltado	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	8,847	106,162
Papa a la Huancaína	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	1,056	12,677
Totales	22,938	275,255											

Proyección Mensual (Tercero Año)

En unidades													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ceviche	828	828	828	828	828	828	828	828	828	828	828	828	9,936
Lomo Saltado	414	414	414	414	414	414	414	414	414	414	414	414	4,968
Papa a la Huancaína	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	2,484

En Soles													
Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
Ceviche	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	15,642	187,699
Lomo Saltado	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	10,616	127,394
Papa a la Huancaína	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	1,268	15,212
Totales	27,525	330,306											

CAPITULO III: ANÁLISIS TECNICO

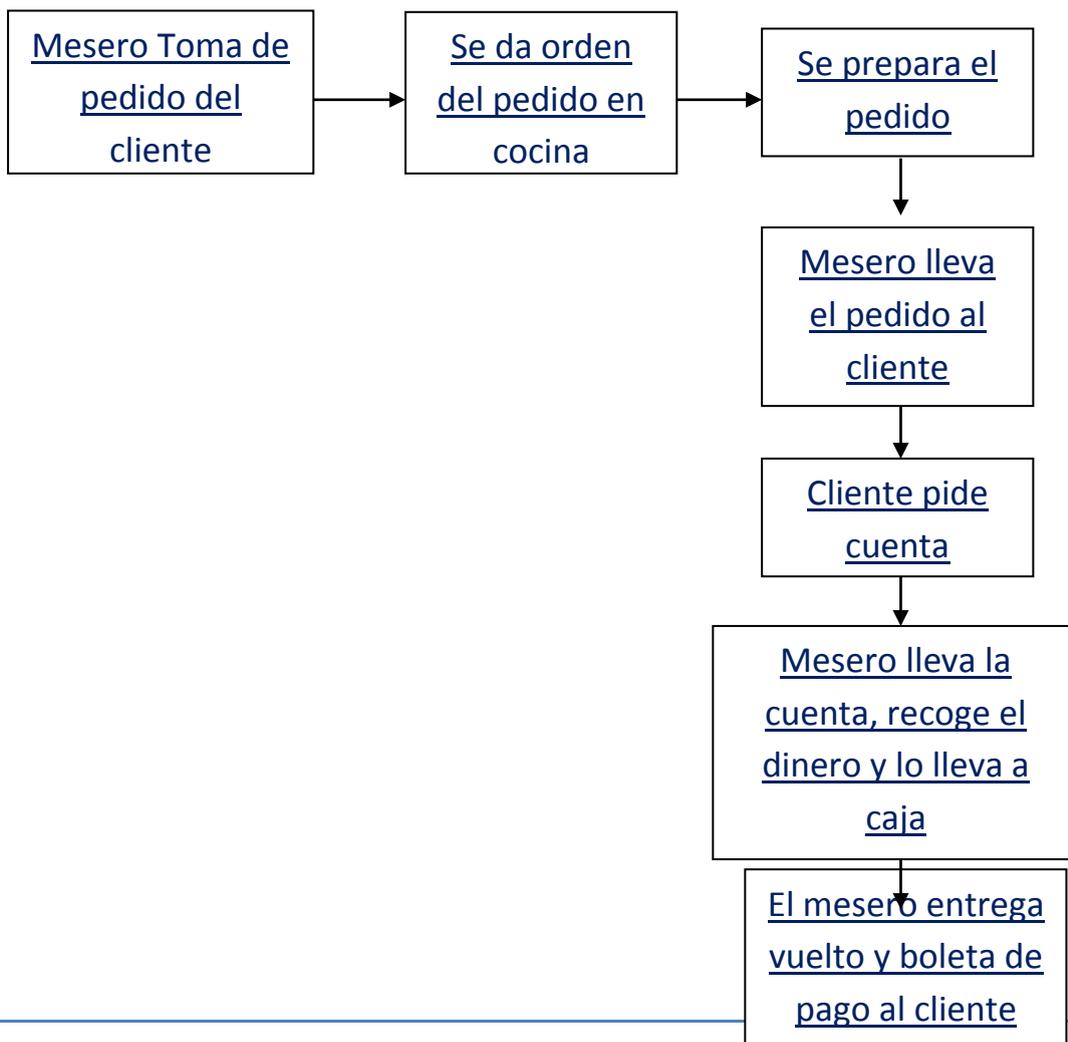
3.1 Diseño del producto o servicio

Se ofrecerán platos en la especialidad de comida criolla, pescados y mariscos elaborados con productos frescos, saludables y naturales.

Descripción del servicio de restaurante:

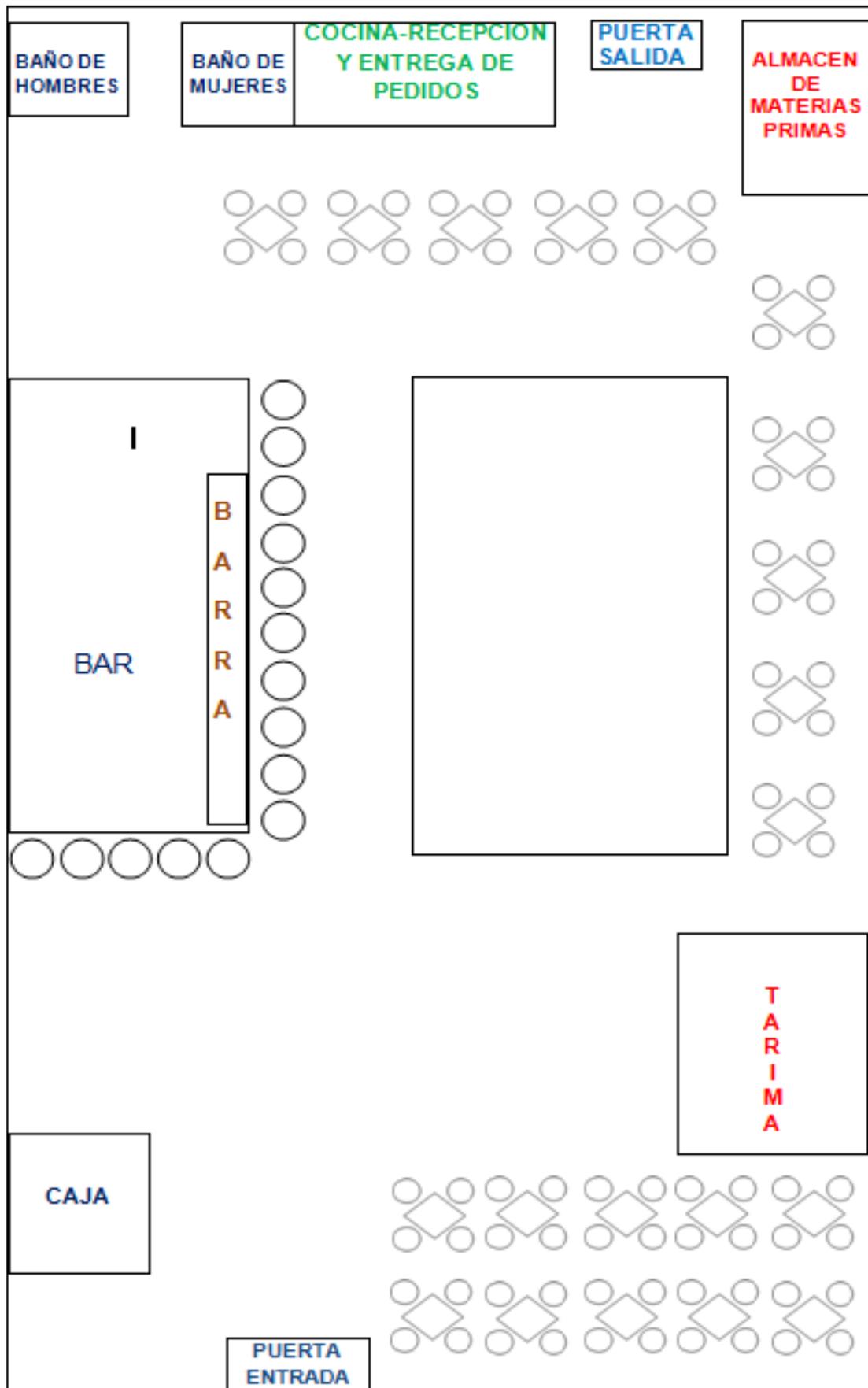
Uniforme : Cocineros, con mandil y gorro blanco
Meseros : Pantalón negro, camisa blanca y mandil negro
Meseras : Falda negra, blusa blanca
Mesas : Bien presentadas y limpias, con manteles blancos
Cubiertos : Envueltos en servilletas de papel
Servilletero : Servilletas dobles
Condimentos: En el centro de la mesa, botellitas de vinagre, aceite de oliva, sal y pimienta.
Sillas : 4 por mesa
Atención : Recepción en la puerta, acompañamiento a la mesa, presentación de la carta de menú, toma del pedido por escrito. Se le ofrece refresco. Durante el servicio estar pendiente de requerimientos. Al termino se le agradece y entrega la cuenta. Luego del pago se le ofrecerá caramelos

3.2 Descripción del proceso/operaciones



CAPITULO III: ANÁLISIS TECNICO

3.3 Localización y distribución física del negocio



CAPITULO III: ANÁLISIS TECNICO

3.4 Recursos necesarios: materiales, equipos, instalaciones y humanos

Equipos:

I. Maquinaria y equipo				
Computadora	Ud	1	1,500.00	1,500.00
Cocina Industrial	Ud	1	3,000.00	3,000.00
Freidora	Ud	1	1,000.00	1,000.00
Plancha	Ud	1	1,000.00	1,000.00
Refrigeradora	Ud	2	2,000.00	4,000.00
Sub total S/.				10,500.00

Proveedores:

No hay proveedores disponibles se buscaran los mejores precios es en mercado

Recursos Humanos:

Gerente: se encargara de la supervisión de la tienda en su totalidad

Jefe de cocina: es el responsable de la cocina y tendrá a su cargo dos ayudantes y un dishwasher.

Bartender: responsable de la preparación de los tragos y bebidas

Meseras: encargadas de la atención del público serán 3 meseras.

Cajero: encargado de la cobranza a los clientes.

En total son diez personas encargadas de velar por el perfecto desarrollo y atención a los clientes.

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

4.1 Inversión inicial

ESTRUCTURA DE LA INVERSION INICIAL

Inversiones (soles)				
CONCEPTO	U.M.	CANT.	P.UNIT S/.	TOTAL S/.
ACTIVOS FIJOS				16,350.00
I. Maquinaria y equipo				
Computadora	Ud	1	1,500.00	1,500.00
Cocina Industrial	Ud	1	3,000.00	3,000.00
Freidora	Ud	1	1,000.00	1,000.00
Plancha	Ud	1	1,000.00	1,000.00
Refrigeradora	Ud	2	2,000.00	4,000.00
Sub total S/.				10,500.00
II. Muebles y enseres				
Mesas	Ud	20	100.00	2,000.00
Sillas	Ud	80	20.00	1,600.00
Bar Stool	Ud	15	50.00	750.00
TV	Ud	2	750.00	1,500.00
				0.00
				0.00
				0.00
Sub total S/.				5,850.00
III CAPITAL DE TRABAJO				
Costos variables	mes	1.1	14,492.50	15,941.75
Costos y gastos fijos	mes	1.0	11,002.71	11,002.71
Sub total S/.				26,944.46
IV GASTOS PREOPERATIVOS				
Plan de negocio, estudios	ud	1	1,500.00	1,500.00
Licencias y constitucion de empresa	ud	1	500.00	500.00
● Pagina Web	ud	1	600.00	600.00
● Obras civiles (decoracion del local, pintura)	m2	100	0.00	0.00
Sub total S/.				2,600.00
Total Inversiones				45,894.46

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

4.2 Calculo de costos

COSTOS FIJOS MENSUALES				
Descripción	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Monto
Alquiler Local	mes	1	1500	1,500.00
Luz y Agua	mes	1	250	250.00
Mantenimiento y Limpieza	mes	1	300	300.00
Telefonia e Internet	mes	1	200	200.00
Sueldos	mes	1	1400	1,400.00
	mes	1		0.00
	mes	1		0.00
Depreciacion	mes	1	176	175.83
Amortizacion de intangibles	mes	1	22	21.67
				0.00
				0.00
				0.00
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL				3,847.50

COSTOS VARIABLES (PARA UN MES)						
Descripción	U. M.	Cantidad	Valor Unitario	Monto	COSTO VARIABLE UNIT. X Servicio	Servicio a realizar
Pecado	Kg	60	10.00	600.00	10.00	Ceviche
Carne	Kg	60	15.00	900.00	15.00	Lomo Saltado
Papa	Kg	25	3.00	75.00		
Queso	Kg	40	14.00	560.00		
Leche	Tarr o	50	3.00	150.00		
Aceituna	Kg	1	10.00	10.00		
Aji amarillo	kg	10	2.00	20.00		
Sal	Kg	1	1.00	1.00		
Lechuga	ud	30	1.00	30.00		
Huevo	Kg	6.25	5.00	31.25	4.39	Papa a la Huancaína
				0.00		
				0.00		
TOTAL COSTOS VARIABLES				2,377.25		

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

SERVICIO 3 : Papa a la Huancaína

COSTOS UNITARIOS DEL PLAN DE NEGOCIO

COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)

Obtenido en la estructura de costos

CVU

COSTO FLUJO UNITARIO (CFU)

$$CFU = \frac{CF}{Q}$$

CF: Costo Fijo Mensual
Q: Producción Estimada Mensual (Cercana al punto de equilibrio)

CF:
Q:

CFU

COSTO TOTAL UNITARIO (CTU)

$$CTU = CVU + CFU$$

Donde:
CVU Costo Variable Unitario
CFU Costo Fijo Unitario

CTU

SERVICIO 2 : Lomo Saltado

COSTOS UNITARIOS DEL PLAN DE NEGOCIO

COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)

Obtenido en la estructura de costos

CVU

COSTO FLUJO UNITARIO (CFU)

$$CFU = \frac{CF}{Q}$$

CF: Costo Fijo Mensual
Q: Producción Estimada Mensual (Cercana al punto de equilibrio)

CF:
Q:

CFU

COSTO TOTAL UNITARIO (CTU)

$$CTU = CVU + CFU$$

Donde:
CVU Costo Variable Unitario
CFU Costo Fijo Unitario

CTU

SERVICIO 1 : Ceviche

COSTOS UNITARIOS DEL PLAN DE NEGOCIO

COSTO VARIABLE UNITARIO (CVU)

Obtenido en la estructura de costos

CVU

COSTO FLUJO UNITARIO (CFU)

$$CFU = \frac{CF}{Q}$$

CF: Costo Fijo Mensual
Q: Producción Estimada Mensual (Cercana al punto de equilibrio)

CF:
Q:

CFU

COSTO TOTAL UNITARIO (CTU)

$$CTU = CVU + CFU$$

Donde:
CVU Costo Variable Unitario
CFU Costo Fijo Unitario

CTU

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

4.4 Precio de Venta

SERVICIO 1 : Ceviche

$$PV = CTU + G$$

Precio de Venta fijado por debajo de la competencia

Donde:

PVC = 35.00 Ingrese el precio de venta de la competencia (Referencial)

CTU = 14.17 (cálculo automático)

G = 25.00% Ingrese la ganancia esperada como % del precio de venta

Precio de Venta **18.89** (cálculo automático)

SERVICIO 2 : Lomo Saltado

$$PV = CTU + G$$

Precio de Venta fijado por debajo de la competencia

Donde:

PVC = 35.00 Ingrese el precio de venta de la competencia (Referencial)

CTU = 19.23 (cálculo automático)

G = 25.00% Ingrese la ganancia esperada como % del precio de venta

Precio de Venta **25.64** (cálculo automático)

SERVICIO 3 : Papa a la Huancaína

$$PV = CTU + G$$

Precio de Venta fijado por debajo de la competencia

Donde:

PVC = 10.00 Ingrese el precio de venta de la competencia (Referencial)

CTU = 4.77 (cálculo automático)

G = 20.00% Ingrese la ganancia esperada como % del precio de venta

Precio de Venta **5.96** (cálculo automático)

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

4.5 Determinación del punto de equilibrio

DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO VARIOS SERVICIOS

CONCEPTO	Ceviche	Lomo Saltado	Papa a la Huancaína
Precio de Venta	18.89	25.64	5.96
Costo Variable Unitario	10.00	15.00	4.39
Margen de Contribucion	8.89	10.64	1.58
Proporcion de Ventas	65%	33%	2%
Costos Fijos	3,847.50	2,500.88	1,269.68
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	281	119	49
PUNTO DE EQUILIBRIO SOLES (es el PE en Unds. X Precio)	5,314	3,059	291

	Ceviche	Lomo Saltado	Papa a la Huancaína
Punto de Equilibrio = $\frac{\text{Total de costos fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$	PE = $\frac{2.500.88}{8.89}$	$\frac{1.269.68}{10.64}$	$\frac{76.95}{1.58}$
MARGEN DE CONTRIBUCION	PE = 281.29	119.30	48.78

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

4.6 Flujo de caja económico

FLUJO DE CAJA ECONOMICO DEL PROYECTO

(Expresado en Soles)

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		242,642	279,038	334,846	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	45,894				10,020
ACTIVO FIJO	16,350				
CAPITAL DE TRABAJO	26,944				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2,600				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-26,944	
COSTOS		180,327	207,732	316,325	
COSTOS FIJOS		43,800	50,726	75,309	
COSTOS VARIABLES		136,527	157,006	241,017	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		180,327	207,732	316,325	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		18,694	21,392	5,556	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-45,894	43,620	49,915	-3,960	

Elaboración propia

COK ANUAL (%)	29.375%
COK MENSUAL (%)	2.2%
VANE	15,814
TIRE	59.75%

CAPITULO IV: EVALUACIÓN ECONOMICA Y FINANCIERA

4.7 Análisis Financiero

FLUJO DE CAJA FINANCIERO DEL PROYECTO

(Expresado en Soles)

	PERIODO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	LIQUIDACION
INGRESOS					Valor de Rescate
VENTAS TOTALES		242,642	279,038	334,846	
EGRESOS					
INVERSIÓN TOTAL	45,894				10,020
ACTIVO FIJO	16,350				
CAPITAL DE TRABAJO	26,944				
GASTOS PRE-OPERATIVOS	2,600				
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		-	-	-26,944	
COSTOS		180,327	207,732	316,325	
COSTOS FIJOS		43,800	50,726	75,309	
COSTOS VARIABLES		136,527	157,006	241,017	
COSTOS Y GASTOS TOTALES		180,327	207,732	316,325	
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		18,694	21,392	5,556	
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-45,894	43,620	49,915	-3,960	
FLUJO DE FINANCIAMIENTO NETO	21,647	-10,744	-13,010	-13,909	-
+ PRÉSTAMOS	21,647				
- AMORTIZACIÓN		-5,360	-9,248	-12,392	
- INTERESES		-7,491	-5,222	-2,077	
- GASTOS		-200	-154	-90	
+ ESCUDO FISCAL		2,307	1,613	650	
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-24,247	32,876	36,904	-17,869	-

Elaboración propia

WACC ANUAL (%)	27.1%
WACC MENSUAL (%)	2.0%
VANF	15,755
TIRF	94.38%

CARTA DE AGRADECIMIENTO.

Lima, 23 de Octubre del 2012.

Sr(es):

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO. LIMA – PERÚ.

**UNIDAD DE POST GRADO – FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL DE LA
UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN MARCOS – LIMA – PERÚ.**

Estimados Señores:

En primer lugar, reciba mi saludo más cordial. En esta ocasión me dirijo a usted para hacer expreso mi agradecimiento por otorgarme la posibilidad de participar en este prestigioso Curso de Capacitación otorgado por su Institución., con puntual Cooperación Inter Institucional de estas dos Entidades del Estado peruano. Sepa usted que para mí es muy honroso participar en una de las Instituciones más prestigiosas en el país en el área de la Capacitación..

Tengo la seguridad que en ésta experiencia desarrollaré todas mis capacidades , resultando un beneficio para las partes implicadas en esta capacitación Laboral. Reitero nuevamente mi mayor agradecimiento y utilizo esta oportunidad para comprometerme en una total integración a la misión de la Institución que la mantiene liderando en el país.

Sin otro particular en esta oportunidad, de usted me despido

Atentamente:

GUILLERMO MIÑAN CARRASCO

DNI N° 06370505

CARTA DE TESTIMONIO.

Mi nombre es Guillermo Miñan Carrasco peruano de nacionalidad que hace algunos años emigré al Extranjero hacia **Estados Unidos** para una mejora de vida y oportunidades en que en hace algunos pocos años fui dueño de un restaurant de **Comida Peruana y TEXMEX en Alabama** , que por falta de experiencia no pude salir adelante para el logro de mis Objetivos como Empresa .

Luego de cinco años y con la experiencia vivida en la Administración del mismo , me interesó la idea de abrir un Restaurante en Lima – Perú ,y en el trayecto se me presentó la oportunidad del **Curso de “Emprendedores “** en el cual he participado eficientemente y satisfactoriamente , en el cual he aprendido técnicas para le Elaboración y Ejecución de mi **Plan de negocios** para abrir un **negocio Restaurant de Comida Criolla , pescados y mariscos** a llamarse **“Brio’s Restaurant”** , con el cual ahora me siento mas seguro y capacitado para dirigir mi propio negocio .

Lo aprendido en el curso de Emprendedores lo utilizaré para poder establecer mi **marca** en el mercado local y ser un restaurant competitivo con locales en las principales ciudades del país y en el Extranjero para así der Empleo y oportunidades de negocio a diversas personas naturales como Empresas en el entorno nacional.