INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO JOHN VON NEUMANN

CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE CONTABILIDAD

“PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA EN EL RESTAURANTE CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO - 2016”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

PROFESIONAL TÉCNICO EN CONTABILIDAD

AUTORES:
LUZ MARY DOLORES RAMOS MAQUERA
SANDRA ELIZABET FLORES CHILE
EDWIN ARACA CHURA

DOCENTE GUÍA:
MBA ERNESTO LEO ROSSI

TACNA – PERÚ
2016

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) auto (es)”

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por ser nuestra fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Así mismo a nuestro asesor MBA. ERNESTO LEO ROSSI, quien nos brindó su apoyo, orientación y guía en la elaboración del presente trabajo. Y a todas las personas que directa o indirectamente se vieron relacionadas con nuestro proyecto y fueron participes en alguna medida de éste.

DEDICATORIA

A nuestros padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarnos con los recursos necesarios para estudiar. Nos han dado todo lo que somos como persona, nuestros valores, principios, perseverancia, el coraje para conseguir nuestros objetivos, además de los apoyos incondicionales a lo largo de nuestros estudios.

ÍNDICE

Resumen ejecutivo....1
Abstract....2
Introduccion....3
capítulo I: 4

1.1. Propuesta de mejora financiera en la cevicheria calamar criollo de tacna, 2016… 5
1.2. Planeamiento: 5
1.2.1. Diagnostico: 5
1.2.2. Pronostico: 5
1.2.3. Control: 6
1.3. Objetivo general: 6
1.4. Objetivos específicos: 6
1.5. Justificacion....7
1.5.1. Justificacion teórica: 7
1.5.2. Justificacion metodologico....7
1.5.3. Justificacion práctica....7
1.6. Definicion operaciónal....8
1.7. Metodologia:....9
1.8. Alcances:....10
capítulo II 11

2.1. Presentacion de base teórica....12
2.1.1. Conceptualización de finanzas: 12
2.1.2. Conceptualización de estrategia: 13
2.1.3. Definición de estados financieros 20
2.1.5. Ratios finacieros 23
2.2. Anàlisis comparativo bases teóricas....24
2.3. Análisis crítico bases teóricas 28
capítulo III 30

3.1. Datos generales 31
3.1.1. Breve historia....32
3.1.1. Estructura organizacional 35

3.1.2. Misión 35
3.1.3. Visión 35
3.1.4. Valores 35
3.2. Diagnóstico situacional 36
3.2.1. Organización 36
3.2.2. Infraestructura 36
3.2.3. Personal 37
3.2.4. Atención al cliente 38
3.2.5. Publicidad 39
3.3. Foda 39
3.3.1. Fortalezas 39
3.3.2. Oportunidades 39
3.3.3. Debilidades 40
3.3.4. Amenazas 40
3.4. Analisis crítico referencial 40
capítulo IV 41

4.1. Identificación del área o variable a mejorar 42
4.1.1. Identificacion del area 42
4.1.2. Variable a mejorar 43
4.2. Diagnóstico del problema: 43
4.2.1. Estado de situacion financiera 50
4.2.1.1. Elaboracion de estado de situacion finaciera 52
4.2.2. Estado de resultado 53
4.2.3. Ratios finacieros 55
4.3. Definicion de propuesta y planes de accion 56
4.3.1. Medidas de liquidez 56
4.3.2. Medidas de actividad: **.....58**
4.3.3. Medidas de rentabilidad **.....58**
4.3.4. Interpretacion de los estados finacieros 59
4.3.5. Interpretacion de estado de resultado 61
4.3.6. Platos más vendido 62
4.3.7. Legislación tributaria 64
a) Ventajas 65

4.3.8. Plan de accion y propuesta.....68
4.4. Definicion de mecanismos de control.....74
capítulo V.....76

Conclusiones.....77
Recomendaciones 79
Bibliografia Referencias 81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Grafico Nro. 1……33
2. Grafico Nro. 2……34
3. Grafico Nro. 3……34
4. Grafico Nro. 4……71
5. Grafico Nro. 5……71
6. Grafico Nro. 6……72
7. Grafico Nro. 7……72
8. Grafico Nro. 8……73
9. Grafico Nro. 9……74
10. Grafico Nro. 10……75

ÍNDICE DE CUADROS

1. Cuadro Nro. 1……..……..24
2. Cuadro Nro. 2……..……..35
3. Cuadro Nro. 3……..……..44
4. Cuadro Nro. 4……..……..75
5. Cuadro Nro. 5……..……..59
6. Cuadro Nro. 6……..……..64
7. Cuadro Nro. 7……..……..83
8. Cuadro Nro. 8……..……..84

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro objetivo principal fue el elaborar los estados financieros del Restaurante Cevichería Calamar Criollo a través de diversas investigaciones, entrevistas en donde nos permita realizar un control interno con los estados financieros. Es decir en este proyecto se busca tanto el llevar un control interno contable y el crecimiento del Restaurante Cevichería Calamar Criollo. Dicho proyecto se ha dividido en cinco capítulos:

- En el **primer capítulo,** veremos los objetivos, justificación, metodología, alcances y limitaciones del proyecto.
- En el **segundo capítulo,** se desarrollan los conceptos teóricos
- En el **tercer capítulo,** se realiza una descripción del Restaurante Cevichería Calamar Criollo.
- En el **capítulo cuarto,** se desarrolla el tema y las propuestas de mejora en el Restaurante Cevichería Calamar Criollo.
- Finalmente, en el **quinto capítulo**, se muestran los resultados obtenidos en el presente proyecto.

ABSTRACT

Our main objective was to prepare the financial statements of the Restaurant Cevichería Calamar Criollo through various investigations, interviews in which we can carry out an internal control with the financial statements, providing information that will reduce the uncertainty in decision making also recognizing problems and Identify opportunities for the Cevichería Calamar Criollo Restaurant. That is to say, in this project both the internal accounting control and the growth of the Cevichería Calamar Criollo Restaurant are sought. This project has been divided into five chapters:

• In the first chapter we will see the objectives, justification, methodology, scope and limitations of the project.

• In the second chapter the theoretical concepts are developed

• In the third chapter, a description of the Cevichería Calamar Criollo Restaurant is made.

• In chapter four, the theme and proposals for improvement are developed in the Cevichería Calamar Criollo Restaurant.

• Finally, in the fifth chapter, the results obtained in this project are shown.

INTRODUCCION

En la actualidad, las empresas están teniendo en cuenta la globalización, por lo cual, estos tienen que ser más competitivos, pues existen muchas empresas que no llevan contabilidad o un control interno contable y es por esa razón que las empresas se ven afectadas económicamente por que no tienen conocimiento sobre el estado de su negocio o empresa, generando cierta ventaja ante el resto de los competidores. Así mismo observamos la existencia de empresas que se resisten al cambio, pues manejan conceptos y conocimientos empíricos acerca de la competitividad y el control de su negocio o empresa, pues esto les genera grandes pérdidas y desventaja en el mercado.

Por lo tanto, el Restaurante Cevichería Calamar Criollo no lleva un control Interno contable, y nuestra propuesta es que lleven y mantengan un control interno, por eso nuestro equipo de trabajo se ha enfocado en realizar los estados financieros como son el estado de situación financiera y el estado de resultado del Restaurante Cevichería Calamar Criollo –Tacna 2016.

CAPÍTULO I:
ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1. PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA EN LA CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO DE TACNA, 2016

1.2. PLANEAMIENTO:

1.2.1. DIAGNOSTICO:

En el Restaurante Cevichería Calamar Criollo se observa que no lleva un control de su información financiera; tales como son el Estado de situación financiera y Estado de resultado, considerando que su régimen tributario actual es el NRUS encontrándose no obligados a llevar contabilidad.

1.2.2. PRONOSTICO:

Es fundamental tener un Estado de situación financiera y un Estado de resultado porque sin ello no se puede realizar un adecuado análisis financiero, no será posible hacer un diagnóstico de la actualidad de la empresa, y no habrá pautas para señalar la toma de decisiones para el futuro y al no saber cuál es la situación del negocio muchos empresarios no tienen conocimiento de la situación actual de su empresa o negocio. Ya que muchos de los problemas de la empresa se pueden anticipar y preveer interpretando la información contable, pues esta refleja cada síntoma negativo o positivo que vaya presentando la empresa en la medida en que se van sucediendo los hechos económicos.

1.2.3. CONTROL:

Se realizará un costeo al negocio de todo lo que posee luego el Estado de situación financiera y Estado de resultados del Restaurante Cevichería Calamar Criollo, lo cual nos permitirá a seguir el rastro y verificar todas las compras y ventas realizadas, de manera ordenada y legal, también proyectar a futuro el crecimiento del negocio, así como su categorización a partir de los ingresos e inversiones.

1.3. OBJETIVO GENERAL:

- ✓ Proponer un Sistema de Control Financiero y Económico del Restaurante Cevichería Calamar Criollo

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Analizar la situación financiera y económica actual del Restaurante Cevichería Calamar Criollo.
- ✓ Diseñar acciones que mejoren la rentabilidad del Restaurante Cevichería Calamar Criollo.
- ✓ Proponer mecanismos de control para el Restaurante Cevichera Calamar Criollo.

1.5. JUSTIFICACION

1.5.1. JUSTIFICACION TEÓRICA:

Para nuestra justificación teórica haremos uso del Marco Normativo Niif Perú-Resolución de Consejo Normativo de Contabilidad N°063-2016-EF/30 (Sistema Nacional de Contabilidad, 2016). También haremos el uso del Código Tributario Decreto Supremo N° 133-2013, Ley del Impuesto a la Renta Decreto Supremo N° 179-2004-EF (SUNAT, 2015), Resolución de Superintendencia N° 019-2007/SUNAT (SUNAT, 2015), publicada el 23 de enero del 2007 y blogs, artículos de reconocidos autores relacionados con el tema.

1.5.2. JUSTIFICACION METODOLOGICO

Para lograr el objetivo de la investigación acudiremos a emplear diversas visitas al Restaurante Cevichería Calamar Criollo, en donde realizaremos entrevistas, cuestionarios a los propietarios del restaurante, de tal manera que podremos recaudar información para poder realizar los estados financieros como también resolver los problemas y proponer mejoras del restaurante.

1.5.3. JUSTIFICACION PRÁCTICA

En el presente trabajo se realizará los estados financieros para buscar mejoras y soluciones a los problemas que pueda tener

el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, así facilitaremos a los propietarios la información para que puedan tomar las mejores decisiones para el crecimiento de su negocio.

1.6. DEFINICION OPERACIÓNAL

a) Una propuesta de mejor es una Idea o proyecto sobre un asunto o negocio que se presenta ante una o varias personas que tienen autoridad para aprobarlo o rechazarlo, es decir una propuesta de mejora son aquellas ideas de mejora aún no autorizadas. Una propuesta de mejora puede ser también un proyecto de mejora. (Zárate, 2014, pág. pp)

b) Finanzas es la parte de la economía que se centra en las decisiones de inversión y obtención de recursos financieros, es decir, de financiación, por parte tanto del negocio o empresa, como de las personas a título individual y del Estado. Por tanto, se refiere a la administración de los recursos financieros, incluyendo su obtención y gestión.

c) Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestor, regulador y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

d. Los ratios financieros son indicadores calculados a partir de los valores obtenidos en los estados contables (Balances, Estados de Resultados y otros) y sirven para medir la liquidez, la solvencia y la rentabilidad de las empresas. Teniendo en cuenta la necesidad de la existencia de calidad de los valores que dan origen a los ratios financieros, éstos constituyen una forma sistemática de examinar, desde el punto de vista financiero, la empresa y su funcionamiento. (Nunes, 2006)

1.7. METODOLOGIA:

En este capítulo se definió la estructura de la metodología, más apropiada para el cumplimiento del anteproyecto.

a) **Analítico:** Es el principal método que se utilizará porque se hará un análisis riguroso en el Restaurante Cevicheria Calamar Criollo.
b) **Observación:** En el trabajo de investigación, la observación es esencial, pues nos permitirá obtener directamente un criterio objetivo del Restaurante Cevicheria Calamar Criollo.
c) **Deductivo:** Este método será de mayor aplicación en la elaboracion de los estados financieros, ya que se harán deducciones lógicas de donde se extraerán conclusiones importantes después de haberlas analizado.

d) **Normativo:** Será de aplicación del Marco Normativo Niif Full y Niif para Pymes, con método normativo al conjunto de las leyes, decretos, resoluciones, etc.

1.8. ALCANCES:

Para la realización del proyecto se tomó algunos criterios como:

El desarrollo del proyecto se realizará en el Restaurante Cevichería Calamar Criollo Ubicada en la Calle Yapeyu Asc. Pueblo Joven San Martin Mz. B Lt.1, entre el Terminal Collasuyo y la avenida internacional. Las horas que dedicaremos serán de 8 a 10 horas semanales por motivos de trabajo o estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. PRESENTACION DE BASE TEÓRICA

2.1.1. CONCEPTUALIZACIÓN DE FINANZAS:

Víctor Manuel García Padilla en su libro Introducción a las Finanzas (Padilla, 2014), dice la palabra “finanzas” se puede definir como el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor. “Finanzas” es una palabra que provoca reacciones distintas, las cuales pueden ir desde el interés y la curiosidad hasta el temor y la angustia. Para la mayoría de las personas las finanzas se perciben como algo complejo, poco accesible y que solo es manejado por los estudiosos; en realidad, estas pueden ser tan sencillas, interesantes y útiles si se cuenta con los conocimientos financieros esenciales.

También Víctor Manuel García Padilla en su libro Introducción a las Finanzas (Padilla, 2014), Nos da a conocer el Concepto de mercado y dice lo siguiente “que tal vez tenga en mente. La palabra “mercado” evoca productos, vendedores, compradores, transacciones y dinero; y también, algunos de los ingredientes de los mercados financieros. En el mercado donde abastecemos nuestros víveres existen personas que tienen productos y que están dispuestos a venderlos a cambio de dinero, también están las personas que requieren esos productos y que están dispuestos a pagar un precio por ellos. Esta es la esencia de

los mercados financieros. La principal diferencia entre los distintos nombres que se les asignen a los mercados, radica en el tipo de productos que se comercializan en cada uno de ellos. En el mercado de flores se venden flores, en el de metales preciosos oro, y en el de pescados y mariscos, productos del mar. Los productos que se comercializan en los mercados financieros se llaman instrumentos financieros. Son los documentos que amparan las transferencias de recursos de quien tiene a quien no tiene. Son el soporte de que la operación se llevó a cabo y estos generan obligaciones legales para el emisor y derechos para el inversionista de manera simultánea."

Alfonso Ortega Castro en su libro Introducción a Finanzas (Ortega Castro, 2002), define a las Finanzas como la disciplina que, mediante el auxilio de otras, tales como la contabilidad, el derecho y la economía, trata de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa, de tal suerte que, sin comprometer su libre administración y desarrollo futuros, obtenga un beneficio máximo y equilibrado para los dueños o socios y los trabajadores.

2.1.2. CONCEPTUALIZACIÓN DE ESTRATEGIA:

a. Michael A.Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, en su libro Administración Estratégica (Michael A. Hitt, 2008) define:

i. “Una estrategia de negocios es el conjunto integrado y coordinado de compromisos y acciones que la empresa utiliza para lograr una ventaja competitiva explotando sus competencias centrales en mercados específicos de productos.”

ii. “La segmentación del mercado es el proceso que se utiliza para reunir, en grupos individuales e identificables, a personas que tienen necesidades similares.”

iii. “El propósito de una estrategia de negocios es crear diferencias entre su posición y la de sus competidores, para posicionarse de forma distinta a sus competidores la empresa debe decidir si pretende desempeñar sus actividades de forma diferente o si quiere desempeñar actividades que sean diferentes. Por lo tanto, la estrategia de negocios de la empresa significa una elección deliberada de la forma en que desempeñará las actividades principales y las de apoyo dentro de la cadena de valor en formas que creen un valor único.”

b. Por otro lado Michael A.Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, en su libro Administración Estratégica (Michael A. Hitt, 2008) menciona sobre la Mentalidad emprendedora donde dice: “Las empresas pequeñas y medianas también recurren al desarrollo emprendedor estratégico cuando tratan de

desarrollar innovaciones que les sirvan de base para un crecimiento rentable. En las empresas de todos tamaños el emprendimiento estratégico tienen mayor probabilidades de tener éxito cuando los empleados tienen una mentalidad emprendedora”

c. James Brian Quinn (Dartmouth Collage) en su libro El Proceso Estratégico (Quinn, 2001) establecen que una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización, y a la vez, establecen la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia bien formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto a sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

d. Emigdio Rafael Contreras Sierra en su libro El Concepto de Estrategia Como Fundamentos de la Planeación estratégica (Sierra, 2013) menciona lo siguiente “La estrategia de una empresa puede ser mejor que la de otra sin importar el tamaño, no necesariamente tiene que ser la más grande para poder salir adelante. Lo importante es que se tengan definidos los objetivos a los cuales se apunta, se cuente con el conocimiento y los deseos de echar a andar el proyecto hacia adelante. En

las condiciones económicas actuales en las que se mueven las organizaciones, no existen grandes capitales dispuestos a ser arriesgados en grandes compañías. Por el contrario, son los pequeños inversionistas los que más se arriesgan a invertir para tratar de sacar adelante sus proyectos."

e. Carlos Chávez Monzón, en su teoría de la MYPE de procesos empresariales a nivel estratégico, táctico y operacional MYPE (Monzón, 2008), define lo siguiente "La información es el activo más importante que tienen las empresas y su éxito depende de que también conozca a sus proveedores, clientes y de que tan efectivo sea para realizar todas sus operaciones, es decir de que tan bien gestione el conocimiento a nivel estratégico, táctico y operacional"

f. Harry Igor Ansoff (Ansoff, 1965), es reconocido como uno de los principales investigadores de la estrategia en las empresas. Su libro, Estrategia corporativa (Corporate Strategy), es uno de los primeros estudios enfocados a la planeación de las empresas, más allá de los presupuestos financieros que se extienden por varios años. Ansoff indica que son básicamente cuatro tipos de decisiones organizacionales enfocadas: estrategia, políticas, programas y procedimientos operativos, de las cuales, las últimas tres son decisiones que se pueden delegar una vez formuladas y establecido el rumbo de la

empresa, pues no requieren decisiones nuevas constantemente. Las decisiones de estrategia son diferentes porque se deben tomar constantemente, de acuerdo a las nuevas condiciones de la empresa y su ambiente. Distingue tres tipos de decisiones: estratégicas, administrativas y operativas; que se conocen como las tres “S” (strategy, structure, system). De acuerdo a este autor la estrategia se basa en:

i. El ámbito de la relación producto-mercado, es decir, la visión de los productos y mercado que la empresa considera como su dominio.
ii. Los vectores de crecimiento, que se explican por la matriz 2 X 2 en la cual define Ansoff (1965) la manera en que la empresa busca el crecimiento. En la figura 3 se puede ver cómo se conforma esta matriz.
iii. La ventaja competitiva se conforma por aquellos elementos que la organización posee y que permiten a las empresas tener ventaja sobre sus competidores.
iv. La sinergia indica que la empresa aprovecha sus ventajas competitivas y las oportunidades que ofrece el mercado para hacer más.

g. Ansoff señala que la planeación busca cambiar y guiar a las organizaciones por medio del significado específico de estrategias, políticas, reglas estándar, planes y presupuestos.

Así, el aspecto normativo de la planeación es parte de la ciencia administrativa.

La planeación es un proceso en el cual se establecen guías formales y limitantes para el comportamiento de la empresa. Ello incluye búsqueda de amenazas y oportunidades, su análisis y selección de las mejores oportunidades para su implementación, usando la retroalimentación para mejorar el proceso

2.1.2.1. TEORÍA DE LA MYPE

MYPE busca integrar los tres niveles aplicando medición de desempeño enmarcado en la gestión del conocimiento de la empresa para administrar mejor la creación del valor. MYPE Busca realzar los inductores no financieros de creación de valor como son: las relaciones estratégicas con los proveedores y los clientes, los procesos internos críticos, los recursos humanos y el crecimiento empresarial. MYPE es el apalancamiento para aumentar la capacidad de respuesta e innovación dentro de las empresas. MIPE ayuda a la innovación que es la base de conocimiento de la empresa que radica en los procesos empresariales. MYPE integra los procesos empresariales en los niveles estratégicos, tácticos y

operacionales con un enfoque sistémico orientado a la creación del valor.

MYPE puede trabajar con un objetivo estratégico de un área de la empresa, con toda el área o con toda la empresa. Se ajusta a cualquier investigación en Sistemas que se esté realizando.

2.1.2.2. TEORÌA DEL ÁREA DE LA EMPRESA

La Teoría de la Empresa así como la teoría del consumidor modela y estudia el comportamiento de los consumidores, la teoría de la empresa se encarga de estudiar cómo las empresas toman decisiones Económicas (producción de bienes y servicios, y contratación de factores de producción) en contextos de escasez y limitaciones de recursos. La producción La principal actividad de las empresas es producir bienes y servicios. Se entiende como producción a aquella actividad humana generadora de bienes y servicios, la cual transforma ciertos elementos llamados factores de producción y los convierte en productos finales. Los factores de producción son todos aquellos elementos necesarios para realizar la Producción, (Núñez, 2011)

2.1.3. DEFINICIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

También conocidos como estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes importantes dentro de la empresa, ya que ellos reflejan la situación económica, financiera y los cambios que pueden surgir durante un tiempo determinado.

Los estados financieros se elaboran al finalizar el ejercicio económico de la empresa, en ellos se recoge el balance de situación, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de flujo de efectivo o la memoria, son elaborados de acuerdo a los principios de contabilidad generalmente aceptados o normas de información financiera.

a. “Estado finaciero es el documento suscrito por una entidad económica en el cual se consignan datos valuados en unidades monetarias, referentes a la obtención y aplicación de recursos materiales. Dicho concepto permite inferir que los Estados finacieros:
    i. Muestran la forma a través de la cual las entidades economicas han conjugado lis recursos disponibles para la consecusion de sus objetivos.
    ii. Ponen en evidencia, a través de los valores monetarios que consigna, el nivel de eficiencia de la direccion de la entidad economica en la administracion de los recursos Materialñes que le fueron encomendados.

Desde luego, la información presentada en los Estados financieros se encuentra influida por los principios de contabilidad, sus reglas de aplicación y el criterio prudencial regido por el profesional que la preparo" (López, 2005, pág. 80)

b. De acuerdo a la Nif a-3 LOS Estados financieros se definen como:

"la manifestación fundamental de la información financiera; son la representación estructurada de la situación y desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada a una fecha determinada o por un periodo definido. Su propósito general es proveer información de una entidad acerca de la posición financiera, la operación financiera, del resultado de sus operaciones y los cambios en su capital contable o patrimonio contable y en sus recursos o fuentes, que son útiles al usuario general en el proceso de la toma de decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados del manejo de los recursos encomendados a la administración de la entidad, por lo que, para satisfacer ese objetivo, deben proveer información sobre la evolución de:

i. Los activos,
ii. Los pasivos,
iii. El capital contable o patrimonio contable,
iv. Los ingresos y costos o gastos,

v. Los cambios en el capital contable o patrimonio contable, y

vi. Los flujos de efectivo o en su caso, los cambios en la situación Financiera.

(CINIF NIF A-3, 2007)

2.1.4. ANALISIS FINANCIERO

El análisis financiero es una disciplina a desarrollar metodologías de investigación y de diagnóstico de la situación financiera de una organización, basados en la información económica financiera y en la información del entorno económico con ella interactúan.

Hoy en día, el entorno se ha vuelto cada vez más cambiante y turbulento, por lo que se hace imprescindible el análisis financiero de la organización, dado que este análisis proporcionara información relevante al proceso de toma de decisiones al interior de la de la empresa, como también, en las decisiones de los inversionistas externos que desean invertir en una organización determinada, con una visión de largo plazo.

El campo de dominio del análisis financiero va más allá de los procesos de toma de decisiones internas, ya que entregará información relevante a agentes externos, tales como: inversionistas, instituciones financieras, instituciones de fiscalización, acreedores, etc. Cada uno de estos potenciales

usuarios de la información, tiene necesidades distintas y por ende su análisis estará orientado a su real necesidad. (Cortés, 2013)

2.1.5. RATIOS FINACIEROS

“Los Ratios resultan de gran utilidad para los Directivos de cualquier empresa, para el Contador y para todo el personal económico de la misma por cuanto permiten relacionar elementos que por sí solos no son capaces de reflejar la información que se puede obtener una vez que se vinculan con otros elementos, bien del propio estado contable o de otros estados, que guarden relación entre sí directa o indirectamente, mostrando así el desenvolvimiento de determinada actividad.

Los Ratios, constituyen una herramienta vital para la toma de decisiones. Sirven para obtener un rápido diagnóstico de la gestión económica y financiera de una empresa. Cuando se comparan a través de una serie histórica permiten analizar la evolución de la misma en el tiempo, permitiendo análisis de tendencia como una de las herramientas necesarias para la proyección Económico - Financiera.

Existen varias maneras de clasificar o agrupar este conjunto de indicadores:

- Atendiendo a sus características o las temáticas a analizar,

- Atendiendo a los estados financieros que toman en consideraciones para su determinación, etc.” (Lic.Eliana, 2010, pág. pp)

2.2. ANÀLISIS COMPARATIVO BASES TEÓRICAS

CUADRO Nro. 1:

AUTORES	RELACION DE LAS TEORÌAS
FINANZAS	
Víctor Manuel García Padilla Libro: Introducción a las Finanzas	➢ Define a las finanzas como un conjunto de actividades a través de la toma de decisiones. ➢ Finanzas es una palabra que provoca reacciones distintas.
Alfonso Ortega Castro Libro: Introducción a Finanzas	➢ Define a las Finanzas como la disciplina de optimizar el manejo de los recursos humanos y materiales de la empresa

ESTRATEGIA	
Michael A.Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson Libro: Administración Estratégica	➢ Define como el liderazgo, diferenciación, enfoque y la visión ➢ Conjunto integrado y coordinado de compromisos y acciones ➢ Proceso de elaboración de un producto comercial a partir de un invento
James Brian Quinn Libro: El Proceso Estratégico	➢ Nos define como el plan que integra las principales metas y políticas de una organización
Emigdio Rafael Contreras Sierra Libro: El Concepto de Estrategia Como Fundamentos de la Planeación estratégica	➢ Nos dice que en una estrategia no se caracteriza por la magnitud (tamaño). ➢ La estrategia se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que

	deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización.
Carlos Chávez Monzón Investigación: procesos empresariales a nivel estratégico, táctico y operacional MIPE	➢ Conozca a sus proveedores ➢ Se puede deducir que parte del éxito de la estrategia se concibe cuando se establecen los objetivos de la organización
Harry Igor Ansoff Estrategia corporativa (Corporate Strategy)	➢ Afirma que la estrategia es el lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado de tal manera que definan la esencial naturaleza de los negocios en que está la organización y los negocios que planea para el futuro.
DEFINICIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS	
López, Arturo Elizondo 	

	➢ Estado financiero es el documento suscrito por una entidad económica en el cual se consignan datos valuados en unidades monetarias.
Nif A-3	➢ Son la representación estructurada de la situación y desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada a una fecha determinada o por un periodo definido
RATIOS FINANCIEROS	
Lic.Eliana, Arcoraci	➢ Los Ratios, son herramientas vitales para la toma de decisiones. Sirven para obtener un rápido diagnóstico de la gestión económica y financiera de una empresa.

2.3. ANÁLISIS CRÍTICO BASES TEÓRICAS

Conforme se logra un consenso acerca de las principales ideas, conceptos, teorías etc. Que fueron puestos en las páginas anteriores ya que se analiza globalmente sus implicaciones, haciendo un análisis importante no solo porque da una idea de la viabilidad de una empresa o un negocio, si no por que refuerza el compromiso para su puesta en ejecución y además, establece el tipo de estrategia ya sea en una empresa, negocio u organización más conveniente de adoptar.

El análisis se hace separadamente con cada autor tomando en cuenta sus teorías, ideas, conceptos etc. Hecho todo ello se llega a una conclusión o idea final de todo lo expuesto y llegamos a conclusiones como las finanzas son un área aplicada de la economía que toma elementos de otras disciplinas como la contabilidad, la estadística, la economía, el derecho, las matemáticas, la sociología, entre otras para saber cómo obtener, administrar y asignar los recursos en una entidad.

También entender por estrategia como los pasos a seguir para lograr un determinado objetivo o meta, estos pasos a seguir tienen un plan específico y definido y ayudan en el cumplimiento de la meta de la organización.

La organización y estrategia empresarial ha tomado mucho de la organización y estrategia militar y viceversa. En esta era de la nueva economía ninguna estrategia de negocios puede construirse sobre análisis o información fragmentaria o parcial. En éste caso si las cosas

salen bien será por una simple cuestión de suerte o de intuición. El verdadero estratega no depende ni de la una ni de la otra. La estrategia no se concibe para escenarios estáticos donde los competidores no reaccionan o donde no existen las discontinuidades. Si así fuera, la estrategia sería un asunto meramente administrativo, pero no lo es porque no es algo predecible, cuantificable o controlable.

La estrategia tiene una lógica paradójica, es un fenómeno objetivo que nace del conflicto humano, las condiciones o las situaciones surgen involuntariamente de sus participantes, hoy día puede ser favorable, pero mañana puede ser un peligro. Por eso la estrategia en la empresa o negocio es un tema importante hoy en día y lo seguirá siendo y, aunque el objetivo no es igual que la de los militares, es decir, aniquilar al enemigo, hay que anticiparse al competidor y/o enfrentarse con una rápida contramaniobra. Cuando la cabeza defina la estrategia en forma democrática deberá considerar: búsqueda de nuevas ideas, configurar escenarios dinámicos, ser audaces, desterrar mayor participación de mercado, crear oportunidades de negocios, ver la empresa como parte de un panorama más amplio, tener conciencia de los cambios tecnológicos y ambientales, conocer las necesidades de recursos, negociar para que los socios y clientes no deserten y, dirimir el conflicto a su favor

CAPÍTULO III
MARCO REFERENCIAL

3.1. DATOS GENERALES

Número de RUC	: 10426780955 - Tintaya Salcedo Silvia
Tipo Contribuyente	: Persona Natural Con Negocio
Tipo de Documento	: DNI 42678095 - Tintaya Salcedo, Silvia
Nombre Comercial	: “Calamar Criollo”
Afecto Al Nuevo Rus	: Si
Fecha de Inscripción	: 23/09/2016
Fecha de Inicio Activi.	: 23/09/2016
Estado del Contrib.	: ACTIVO
C. del Contribuyente	: HABIDO
Direc. Domicilio Fiscal	: Mz. B Lt. 1-B Pj. San Martin - Tacna
Llámenos	: 975005342 / 952660939
Administrador	: Silvia Tintaya Salcedo
Chef	: Willy Choque Chile

3.1.1. BREVE HISTORIA

El Restaurante Cevichería Calamar Criollo nació con la idea de poner un negocio de comida especializado en platos marinos. Willy Choque Chile, junto a Silvia Tintaya, formalizaron la idea, y se hicieron socios.

En camino hacia sus sueños, a comienzos del presente año, dieron el primer paso alquilando un puesto en el “Mercado Túpac Amaru” 2do piso. Progresivamente fueron aprendiendo más acerca del negocio, implementando e innovando en la presentación de sus platos para diferenciarse de su competencia.

Pero no se quedaron tan solo en su puesto, sino que salieron y participaron en las “Ferias de comidas” realizados: De las cuales obtuvieron una gran experiencia y más ahínco de salir adelante con su idea de negocio. En el mes de Setiembre la pareja Willy Choque Chile y Silvia Tintaya se instalaron en la Mz. B Lt. 1-B pj. San Martin – Tacna, cerca al Terminal Collasuyo, creando así su propio Restaurante Cevichería Calamar Criollo. Debido a la acogida de sus platos y su buena sazón, tuvieron que contratar mano de obra, es por ello que el estudiante de cocina que lleva por nombre Cesar, se suma a esta gran aventura.

Actualmente, ya en comienzos del verano, sin duda algunos de nosotros ya estamos aprovechando el calor y dirigiéndonos a los veranistas que disfrutan de un ambiente junto al mar y quisieran

degustar de unos sabrosos platos marinos también los puedes ubicar en la Playa los Palos, serán atendidos amable y carismáticamente por el Señor chef Willy Choque Chile.

IMAGEN Nro. 1

“RESTAURANTE CEVICHERIA”



IMAGEN Nro. 2

“LOGOTIPO DEL RESTAURANTE CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO”

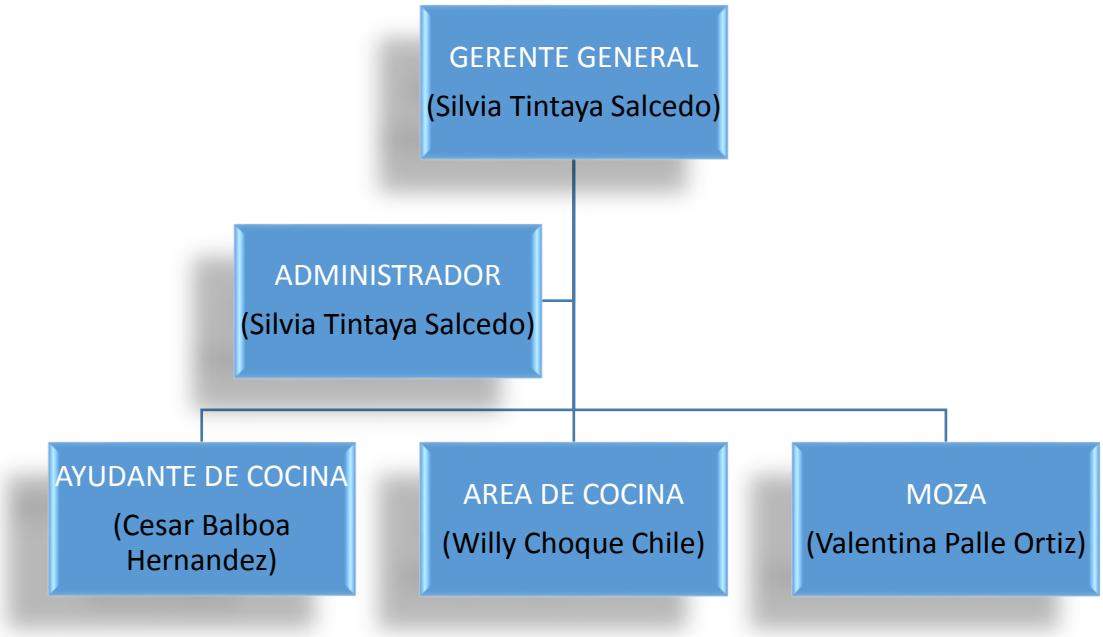
IMAGEN Nro. 3

“COCINERO Y AYUDANTE”



3.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

CUADRO Nro. 2



3.1.2. MISIÓN

Brindar a cada uno de nuestros clientes la mejor experiencia gastronómica marina, satisfaciendo el paladar más exigente.

3.1.3. VISIÓN

Ser reconocida a nivel nacional como el mejor restaurante-cevichería donde podrá degustar de exquisitos platos.

3.1.4. VALORES

a) **Integridad y confianza:** Actuar de acuerdo a lo que es correcto y generar seguridad hacia nuestros clientes.

b) **Honestidad y transparencia**: Decir la verdad y ser justo; actuar de una manera clara evitando confusiones.

c) **Responsabilidad:** Actuar conscientemente, asumiendo las consecuencias, asimismo cumplir las diferentes funciones asignadas.

d) **Lealtad y amor por la Institución:** Tener compromiso con el Negocio, e identificarse con la misión y visión del negocio, para cumplir los objetivos trazados.

e) **Alegría, entusiasmo y simpatía:** Expresar emociones positivas y tener un ambiente acogedor para nuestros clientes.

f) **Higiene y pulcritud:** Es ser cuidadoso e impecable en todo el proceso de la atención al cliente.

3.2. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

3.2.1. ORGANIZACIÓN

La empresa cuenta con los documentos básicos como Licencia de funcionamiento, certificado de inspección de defensa civil, RUC y registro sanitario.

3.2.2. INFRAESTRUCTURA

El área del establecimiento es de 50 m2; cuenta con un nivel (piso uno), la estructura es de concreto. El nivel cuenta con cinco mesas tiene dos servicios higiénicos, siendo estos para ambos sexos. Dichos servicios higiénicos tienen revestimiento

de losetas de cerámica, un inodoro, un urinario, lavadero, espejo y dispensador de papel.

El local tiene una sola puerta que es de entrada; salida y emergencia. Posee un ambiente pequeño para cocina (6 m2), en la cual se ubican una refrigeradora, dos cocinas industriales, una campana extractora y un lavadero.

Se puede observar una barra, un extintor, una pecera y un botiquín el local está ubicado en un lugar estratégico, alrededor del Terminal Collasuyo del distrito de Alto de la alianza.

3.2.3. PERSONAL

a. Restaurant Calamar Criollo cuenta con una moza, dos cocineros, un ayudante. Se prefiere contratar mozas mujeres, porque dan mejor aspecto y presencia al local; en cambio en el caso de los cocineros ese factor no es influyente ya que ellos utilizan su buena sazón en cada plato marino.
b. La empresa renueva a su personal de acuerdo al periodo disponible de sus ayudantes, sin embargo ellos pueden mantenerse laborando el mayor tiempo posible.
c. Cuando hay sobrecarga de trabajo todo el personal presta apoyo en las diversas actividades como el buen trabajo en equipo de su organización.

El personal cuenta con las siguientes indumentarias:

- Cocineros y ayudantes: Gorra, guantes, polo, pantalón específicos para trabajar en la cocina.
- Moza: Blusa, mandil y gorra.

d. El propietario considera que el pago es razonable, pues está de acorde al mercado, asimismo considera justo dar un bono por el incremento de las ventas, de acuerdo al buen desempeño del trabajador. Igualmente reciben canastas navideñas se hace un agasajo el día de su cumpleaños.

3.2.4. ATENCIÓN AL CLIENTE

La atención es inmediata desde el ingreso del cliente; la moza hace la entrega de la carta, el cliente elige y se anota el pedido. El pedido puede ser de acuerdo a la carta o un plato a gusto del cliente que no está incluido a la carta.

El tiempo de demora promedio del pedido es de 10 a 15 minutos de acuerdo a la dificultad de la preparación del plato.

En el transcurso del tiempo de espera se le brinda al cliente una porción de canchita o yuquitas fritas de cortesía. La atención al cliente es constante pues la moza siempre está pendiente. Al final el gerente se acerca a preguntar sobre el servicio. Cuándo el cliente se retira satisfecho suele dejar propina.

3.2.5. PUBLICIDAD

La publicidad que realiza es a través de las redes sociales (Facebook), así mismo dan promociones para todo tipo de celebraciones, descuentos y cortesía.

3.3. FODA

3.3.1. FORTALEZAS

- Ubicado en un lugar estratégico, a la altura del terminal Collasuyo del distrito Alto de la Alianza
- Participa en Ferias gastronómicas. (playas , Feritac, Tacna mucho Gusto y otros)
- Los precios están de acuerdo al mercado, relativamente módico.
- No tiene competencias en zonas cercanas.

3.3.2. OPORTUNIDADES

- Apertura de sucursales.
- Financiamiento para MYPES.
- Alianzas estratégicas con proveedores.
- Ferias gastronómicas.
- Programas que promuevan el consumo de pescado.
- Atención de eventos: cumpleaños, aniversarios, matrimonios, quinceañeros y todo tipo de celebraciones.
- Participaciones en Ferias gastronómicas. (playas , Feritac, Tacna mucho Gusto y otros)

3.3.3. DEBILIDADES

- El personal no se encuentra en planilla.
- Rotación de personal.
- Capacitación empírica del personal
- Inexistencia del organigrama.
- Falta de algunos materiales complementarios de Acero Quirúrgico.

3.3.4. AMENAZAS

- Desabastecimiento de insumos
- Disminución de la capacidad adquisitiva.
- Competencias en un futuro.
- Desastres y fenómenos naturales.
- Existencia de una sequía en las inmediaciones del local (Corte de Agua en la zona)

3.4. ANALISIS CRÍTICO REFERENCIAL

Aunque la empresa lleva poco tiempo de haber iniciado sus actividades como restaurante Cevichería, el negocio se encuentra en la etapa de crecimiento del ciclo de vida, por su iniciativa y porque el volumen de las ventas son constantes. El restaurante está adoptando estrategias que permitan mantenerse y/o mejorar esta etapa del ciclo de vida.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL TEMA

PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA EN LA CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO DE TACNA, 2016

En este capítulo realizaremos a través de entrevistas a los propietarios del Restaurante Calamar Criollo, el coste para la elaboración del Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados, y con ello respectivamente los Ratios financieros, los cuales estarán sujetos a los objetivos planteados en la presente investigación. Junto a ello aunque no compete con los objetivos ya planteados daremos algunas recomendaciones para la difusión de la publicidad como es la creación de página web, diseñar algunas gigantografias y ponerlos en puntos específicos, reparto de volantes; para ampliar su cartera de clientes y así seguir creciendo económicamente.

4.1. IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA O VARIABLE A MEJORAR

4.1.1. IDENTIFICACION DEL AREA

Calamar Criollo es un Restaurante Cevichería que ofrece una variedad donde sus especialidades de platos son de pescados y mariscos, todos de muy buena calidad. Además, atiende todo tipo de Recepciones y Eventos de acuerdo al gusto del cliente, tanto dentro como fuera de sus instalaciones, con una amplia variedad de platos de nuestra gastronomía.

Pero el Restaurante Cevichería Calamar Criollo no está obligada a lleva un control de información financiera, por ende con ello no será posible hacer un diagnóstico de la actualidad de la empresa, y no habrá pautas para señalar la toma de decisiones

futuras, así también es importante mejorar la publicidad del restaurante Cevichería Calamar Criollo.

4.1.2. VARIABLE A MEJORAR

Para la mejora del Restaurante Cevichería Calamar Criollo realizaremos los estados financieros como son, estado de situación financiera y el estado de resultados, lo cual nos permitirá seguir el rastreo y verificar todas las compras y ventas realizadas, de manera ordenada y legal, y proyectar a futuro el crecimiento del negocio, como su categorización a partir de los ingresos e inversiones. Así facilitaremos a los propietarios la información para que puedan tomar las mejores decisiones para el crecimiento de su negocio.

4.2. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA:

a) Los problemas que se han encontrado, se realizaron mediante una entrevista al dueño del Restaurante Cevichera Calamar Criollo, teniendo como resultado lo siguiente:

   VER **(CUADRO Nro. 6)**

b) Se realizó unas entrevistas al dueño del restaurant Calamar Criollo obteniendo información de materia prima e inventarios.

CUADRO Nro. 3

“RESTAURANTE CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO”

Inv. Inicial	**cantidad**	**des.crip**	**S/. Unitario**	**S/. total**
Mesas y sillas	5	Juegos	320	1600
Bacones	6	unidades	40	240
2 barras	2			600
Pecera	1	-	-	-
Extintor	1		40	40
Refrigeradora	1		1400	1400
Licuadora oster	1		70	70
Licuadora oster	1		160	160
3 ollas inox				400
Sartén grandes	3		50	150
Sartenes chicos	3		30	90
Sartén acerado	1		170	170
Cocina industrial	2		450	900
Tapers grandes	4		10	40
Baldes	3		5	15
Platos cuadrados	5		8	40
Platos ondos	20			47
Platos planos	22			51
Plato bandera chica	1	Docena	10	120
Plato bandera grande	1		17	17
Fuentes	2		35	70
Platos rectangulares	3		24	72
Platos de caracol	2		20	40
Platos planos parrilleros	5		7	35
Platos de parihuela	2		12	24
Plato hondo	1			2
Plato forma de pescado	3		10	30

Plato para sudado	3		15	45
Platos grandes hondos	9			21
Bol inox acero	2		7	14
bol vidrio pírex	2		22	44
Potes pequeños	4		6	24
Exprimidores	3		5	15
Exprimidor de naranja	1		8	8
Cuchillo mediano	1		30	30
Cuchillo grande	1		35	35
Cuchillo pequeño	1		7	7
Galones de gas	3		110	330
Saleros	4		2	8
Mesas blancas	2		70	140
Mesa pequeña blanca	1		45	45
Cucharon grande	1		10	10
Cucharones stainless gloria	3		3	9
Cucharon stainless Steel	1		18	18
Peladoras	5		5	25
Espátula parrilleras	2		8	16
Espumadera pequeña	1		10	10
Espumadera grande	2		25	50
Cucharones de madera	4		8	32
Espumadera fina	1		12	12
Espumadera gruesa	1		15	15
Colador de plástico	1		5	5
Cucharas	3	Docenas	12	36
Tenedores	3	Docenas	12	36
Cuchillos	1	Docenas	12	12
Rocoteros	1	Docenas	12	12
Rocoteros de loza	4	Docenas	25	100
Silla de bebe	1		70	70

Pescaditos de la pecera	3		3	9
Copas chicas con asa	6			22.5
Vasos con asa	6			26
Copas grandes	2		18	36
Jarra de 1 litro	2		8	16
Jarra de 1/2 litro	1		6	6
Vasos vineros	1	Docena	28	28
Vasos normales	1	Docena	12	12
Servilleteros de madera	2		12	24
Servilletas de plástico	1		5	5
Alacena de melanina	1		350	350
Estante de madera	1		50	50
Verdulero de plástico	1		60	60
Chifleros	2		15	30
Rayador de metal	1		5	5
Bandeja para hornear	3		15	45
Notebook	1		500	500
Televisor	1		450	450
Parlantes	2		100	200
Calculadora	1		15	15
Tablas blancas	2		20	40
Tabla de madera	1		10	10
Colador de inox	1		18	18
Balde de aceite cocinero	1		109	109
Harina	6	Kg		12
Harina de chuño	6	Kg	5.5	33
Papa	20	Kg		40
Camotes	5	Kg		10
Cebolla	30	Kg		30
Tomate	3	Kg		3
Zanahoria	2	Kg		4

Ajo	1	Kg		6
Limón	5	Kg		20
Manzana	3	Kg		7.5
Quion	2	Kg		8
Maíz morado	3	unidades	7	21
Orégano				1
Ají limo	1/2	Kilo	semanal	3
Lechuga	1		cada 2dias	1.5
Culantro	1		cada 2dias	1.5
Huata caí	1		cada 2dias	1.5
Pimentón	1/2		semanal	3
Cancha	2	Kg	cada 2dias	1.5
Mote	1	Kg	cada 2dias	5
Ají amarillo	4	Kg		8
Ají picante	1/4		semanal	5
Mantequilla	1	Barra	2 semana	20
Betarraga	2	Kg	cada 3dias	24
Marisco mistura	1/2	Kg	cada 3 días	14
Diamante	2	Kg		32
Cangrejo	3		semanal	15
Choro	1	Balde		12
Caja de cerveza	5	Cajas	60	300
Caja de gaseosas	3	Cajas	20	60
Uniforme de trabajo				0
Polos	8		25	200
Delantales de cocinero	2		25	50
Delantal de mozo	1		20	20
Alquiler			400	0
Luz y agua mensual			100	0
Gasto de personal				0
Mozo	1		500	500

Ayudante de cocina	1		750	750
Pizarra de madera	1		60	60
Pizarra de metal	1		80	80
Letrero	1		6	6
Gigantografias grandes	2		37.5	75
Triangulo gigantografico	1		55	55
Sillao	1	Litro	mensual	2
Sal en saco	2		mensual	22
Vinagre	1	Litro	mensual	2
Fosforo	1	Caja	mensual	24
Chicha de jora	1/2	Litro	semanal	2
Pota calamar	2	Kg	cada 2dias	7
Papa huairo	5	Kg	cada 4dias	12.5
Almejas	1/2		semanal	2
Rocoto			semanal	3
Pimienta			mensual	12.5
Comino			mensual	12.5
Ajino moto			mensual	12.5
Huevos	1	Kg	semanal	5.5
Suministros				0
Ayudín	5	unidades		5
Botella de cloro			semanal	1.8
Detergente	1	Kg		5
Pote de cera	1		mensual	10
Esponja	4	Esponjas	mensual	8
Balones de gas	4		mensual	36
Servilletas	1	Paquete		12

c) Una vez hecho la entrevista se reunió información Valiosa del Restaurante cevichería Calamar Criollo para elaborar los estados financieros que a continuación veremos:

- ✓ Estado de Situación Financiera.
- ✓ Estado de Resultado
- ✓ Ratios Financieros

4.2.1. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

- Realización de estado de situación financiera, para saber la situación actual de la empresa

FORMATO 3.1 : "LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES - BALANCE GENERAL" (1)

EJERCICIO: Octubre 2016

RUC: 10426780955

APELLIDOS Y NOMBRES, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL: CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO

	EJERCICI O PERIODO
ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	S/. 1,000.00
Valores Negociables	
Cuentas por Cobrar Comerciales	
Cuentas por Cobrar a Vinculadas	
Otras Cuentas por Cobrar	
Existencias	S/. 462.00
Gastos Pagados por Anticipado	

	EJERCICIO O PERIODO
PASIVO Y PATRIMONIO	
PASIVO CORRIENTE	
Sobregiros y Pagarés Bancarios	
Cuentas por Pagar Comerciales	
Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Otras Cuentas por Pagar	S/. 20.00
Parte Corriente de las Deudas a Largo Plazo	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. 20.00

TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 1,462.00
ACTIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	
Cuentas por Cobrar a Vinculadas a Largo Plazo	
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	
Inversiones Permanentes	
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada)	S/. 9,959.50
Activos Intangibles (neto de amortización acumulada)	
Otros Activos	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/. 9,959.50
TOTAL ACTIVO	S/. 11,421.50

PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas a Largo Plazo	
Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Ingresos Diferidos	
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Pasivo	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/. 0.00
TOTAL PASIVO	S/. 20.00
Interés minoritario	
PATRIMONIO NETO	
Capital	S/. 11,252.64
Capital Adicional	
Acciones de Inversión	
Excedentes de Revaluación	
Reservas Legales	
Otras Reservas	
Resultados Acumulados	S/. 148.86
TOTAL PATRIMONIO NETO	S/. 11,401.50
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	S/. 11,421.50

4.2.1.1. ELABORACION DE ESTADO DE SITUACION FINACIERA

Para lograr realizar el estado de Situación financiera del Restaurante Cevichería Calamar Criollo, se hizo lo siguiente:

I. Primero se obtuvieron los datos en la entrevista que realizamos al dueño del Restaurante Cevichera Calamar Criollo.

   Registrando así los montos en las cuentas pertenecientes a los activos corrientes, las cuales incluyen:

   - Efectivo y equivalentes de efectivo
   - Inventarios

II. Se identificó los activos fijos
   - Inmuebles, Maquinaria y Equipo Después

III. Sumamos el total de los activos
   - Ya obtenido los montos de activos corriente y activos fijos se sumó ambos rubros para obtener el total de activos.

IV. Se contabilizo los pasivos corrientes

V. Se sumó el total de los pasivos

VI. Finalmente se sumó total pasivo más capital obteniendo el total pasivo más patrimonio.

NOTA: Los datos de las respectivas cuentas que utilizamos para el estado de situación financiera se muestran en el **CUADRO NÚMERO 3**

4.2.2. ESTADO DE RESULTADO

FORMATO 3.20: "LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES - ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR FUNCIÓN DEL 01.01 AL 31.12" (1)

EJERCICIO: OCTUBRE 2016
RUC: 10426780955
APELLIDOS Y NOMBRES, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL: CALAMAR CRIOLLO

DESCRIPCIÓN	EJERCICIO O PERIODO
Ventas Netas (ingresos operacionales)	S/. 3,676.00
Costo de ventas	S/. 2,203.84
Utilidad Bruta	S/. 1,472.16
Gastos de Administración	S/. 520.00
Gastos de Venta	S/. 1,050.00
Utilidad Operativa	-S/. 97.84
Otros Ingresos (gastos)	
Ingresos Financieros	
Gastos Financieros	
Otros Ingresos	S/. 344.50
Otros Gastos	S/. 77.80
Resultados por Exposición a la Inflación	
Resultados antes de Participaciones,	S/. 168.86
Impuesto a la Renta y Partidas Extraordinarias	S/. 168.86
Participaciones	
Impuesto a la Renta (RUS)	S/. 20.00
Resultados antes de Partidas Extraordinarias	S/. 148.86
Ingresos Extraordinarios	
Gastos Extraordinarios	
Resultado Antes de Interés Minoritario	S/. 148.86
Interés Minoritario	
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	S/. 148.86

4.2.2.1. **ELABORACIÓN ESTADO DE RESULTADO**

I. Establecimos el monto total de venta mensual, como primer paso en donde obtuvimos las ventas netas. **CUADRO Nro. 7 (ventas netas)**

II. Luego Determinamos el costo de ventas para obtener la utilidad bruta, en el **CUADRO Nro. 7** refleja los montos de ventas netas y costo de venta.

III. Como tercer paso hemos Definido los gastos operativos para conocer la utilidad operativa los gastos administrativos y de ventas lo podemos ver en el **CUADRO Nro. 3**

IV. Cuarto paso determinamos otros ingresos y otros gastos para tener el Resultados antes de Participaciones.

V. Finalmente aplicamos la tasa de impuestos para obtener el monto de Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio

4.2.3. RATIOS FINACIEROS

RESTAURANE CEVICHERIA CALAMAR CRIOLLO

ANÁLISIS POR RATIOS

	2016

MEDIDAS DE LIQUIDEZ				IMPORTES	INDICE
Razón Corriente	=	Activo Corriente / Pasivo Corriente	=	1462 / 20	73.10
Prueba Ácida 1	=	AC - Inventario / Pasivo Corriente	=	1462 - 462 / 20	50.00
Prueba Defensiva	=	Caja Bcos + Eq. Efect. / Pasivo Corriente	=	1000 + 0 / 20	50.00

MEDIDAS DE ACTIVIDAD				IMPORTES	INDICE
Rotación de Inventarios	=	Costo de Venta / Existencias	=	2,204 / 462	4.77

MEDIDAS DE RENTABILIDAD				IMPORTES	INDICE
Margen de Utilidad	=	Utilidad Neta / Ventas Netas	=	148.86 / 3676	4.05%
ROA	=	Utilidad Neta / Activos Totales	=	148.86 / 11421.5	1.30%
ROE	=	Utilidad Neta / Patrimonio	=	148.86 / 11570.36	1.29%

4.3. DEFINICION DE PROPUESTA Y PLANES DE ACCION

De los Ratios Financieros se ve como el Restaurante Cevichería Calamar Criollo hace frente a sus obligaciones con terceros y que tan rentable es, como también en cuanto tiempo rota sus inventarios. Los detalles en lo siguiente:

4.3.1. MEDIDAS DE LIQUIDEZ

4.3.1.1. **Razón Corriente**

La disponibilidad del Restaurante Cevichería Calamar Criollo para cubrir sus obligaciones por cada sol de deuda a corto plazo es la siguiente:

- En el año 2016 en el mes de Octubre, el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, posee S/. 75.10 por cada sol de deuda a cubrir en un periodo menor a un año.
- Por el momento restaurante Cevichería Calamar Criollo tiene una liquidez deseable. Y con ello el restaurant se ve más tranquilo ya que si dispone de dinero para cubrir sus obligaciones con terceros a corto plazo.

4.3.1.2. **Prueba Acida 1:**

Con esta prueba de Acides o también conocida como prueba de fuego nosotros vamos a constituir un índice más exigible para medir la liquidez del Restaurante Cevichería Calamar

Criollo. Con ello obtendremos la capacidad inmediata para cubrir las obligaciones corrientes con terceros.

- En el mes de octubre del año 2016 el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, cuenta con S/. 50.00 por cada sol de deuda exigible menor a un año. En otras palabras, Con el resultado obtenido el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, tiene una disponibilidad para hacer frente a su pasivo más exigible de 50 soles por cada sol.

4.3.1.3. **Prueba defensiva:**

El Restaurant-Cevichería Calamar Criollo tiene una capacidad para operar con sus activos más líquidos de 50 soles por cada sol de deuda en el año 2016. Esto sin disponer de sus flujos de ventas.

En otras palabras, por cada sol de deuda que tiene por pagar a menos de un año el Restaurante Cevichería Calamar Criollo. Con su efectivo y equivalente de efectivo cuenta con 50 soles, ósea paga el sol y a la empresa le queda 50 soles. La empresa cubre tranquilamente con sus obligaciones a corto plazo

4.3.2. MEDIDAS DE ACTIVIDAD:

4.3.2.1. Rotación de inventarios:

La rotación de los ingredientes para la preparación de los platos marinos del Restaurant-cevichería calamar criollo tiene un promedio máximo de 6 días.

- El producto principal de la cevichería-restaurant calamar criollo que es el pescado, según la dueña del restaurant es diario con una duración de un día y medio como máximo.
- Mientras los ingredientes complementarios como el Limón, papa, camote, ají limo, sal entre otros tiene una rotación de 6 días.
- Por otro lado el Restaurante Cevichería Calamar Criollo tiene productos que se compra mensuales como es el arroz, la sal, el aceite, comino, pimienta, ajino moto, vinagre, fósforos etc.

  (VER ANEXO 4) *para ver las cantidad de compra días, semanales y mensuales.*

4.3.3. MEDIDAS DE RENTABILIDAD

4.3.3.1. Margen de utilidad:

De todo lo que se vendió en el mes de octubre el restaurant-calamar Criollo. Le quedo 4.05% de utilidad neta.

4.3.4. INTERPRETACION DE LOS ESTADOS FINACIEROS

CUADRO Nro. 4

LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES - BALANCE GENERAL

	EJERCICIO O PERIODO	ANALISIS VERTICAL oct-16
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y Bancos	S/. 1,000.00	9%
Valores Negociables		
Cuentas por Cobrar Comerciales		
Cuentas por Cobrar a Vinculadas		
Otras Cuentas por Cobrar		
Existencias	S/. 462.00	4%
Gastos Pagados por Anticipado		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 1,462.00	13%
ACTIVO NO CORRIENTE		
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo		
Cuentas por Cobrar a Vinculadas a Largo Plazo		
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo		
Inversiones Permanentes		
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada)	S/. 9,959.50	87%
Activos Intangibles (neto de amortización acumulada)		
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Activo		
Otros Activos		
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	S/. 9,959.50	87%
TOTAL ACTIVO	S/. 11,421.50	100%
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO CORRIENTE		
Sobregiros y Pagarés Bancarios		
Cuentas por Pagar Comerciales		
Cuentas por Pagar a Vinculadas		

Otras Cuentas por Pagar	S/. 20.00	0.18%
Parte Corriente de las Deudas a Largo Plazo		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. 20.00	0.18%
PASIVO NO CORRIENTE		
Deudas a Largo Plazo		
Cuentas por Pagar a Vinculadas		
Ingresos Diferidos		
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Pasivo		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/. 0.00	
TOTAL PASIVO	S/. 20.00	0.18%
Contingencias		
Interés minoritario		
PATRIMONIO NETO		
Capital	S/. 11,252.64	98.52%
Capital Adicional		
Acciones de Inversión		
Excedentes de Revaluación		
Reservas Legales		
Otras Reservas		
Resultados Acumulados	S/. 148.86	1.30%
TOTAL PATRIMONIO NETO	S/. 11,401.50	99.82%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	S/. 11,421.50	100.00%

INTERPRETACION:

i. El Restaurante Cevichería Calamar Criollo en su estado de situación financiera ha invertido más en inmueble maquinaria y equipo en un 87 %, esta inversión no ha sido innecesaria, esto se debe a que la empresa recién está empezando.

ii. Se puede apreciar que la cuenta efectivo equivalente e efectivo representa el 9%. Esto para cubrir cualquier gasto que se presente a un futuro.

iii. Se sabe que las inversiones, siempre y cuando sean rentables, no presentan mayores inconvenientes en que representen una proporción importante de los activos. **VER (CUADRO Nro. 3)**

4.3.5. INTERPRETACION DE ESTADO DE RESULTADO

CRUADO Nro. 5

LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES - ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

DESCRIPCIÓN	EJERCICIO O PERIODO	ANALISI VERTICAL ACTUBRE 2016
Ventas Netas (ingresos operacionales)	S/. 3,676.00	100%
Costo de ventas	S/. 2,203.84	60%
Utilidad Bruta	S/. 1,472.16	40%
Gastos Operacionales		
Gastos de Administración	S/. 520.00	14%
Gastos de Venta	S/. 1,050.00	29%
Utilidad Operativa	-S/. 97.84	-3%
Otros Ingresos (gastos)		
Ingresos Financieros		
Gastos Financieros		
Otros Ingresos	S/. 344.50	9%
Otros Gastos	S/. 77.80	2%
Resultados por Exposición a la Inflación		0%
		0%
Resultados antes de Participaciones,	S/. 168.86	5%
Impuesto a la Renta y Partidas Extraordinarias	S/. 168.86	5%
Participaciones		
Impuesto a la Renta (RUS)	S/. 20.00	1%
Resultados antes de Partidas Extraordinarias	S/. 148.86	4%
Ingresos Extraordinarios		

Gastos Extraordinarios			
Resultado Antes de Interés Minoritario	**S/. 148.86**		4%
Interés Minoritario			
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	**S/. 148.86**		4%

INTERPRETACION:

i. Del 100% de los ingresos que tiene el Restaurante Cevichería Calamar Criollo el 60% se utilizaron en costo de venta.

ii. De los ingresos del Restaurante Calamar Criollo el 29% se utilizaron en gastos de venta y distribución.

iii. Mientras que en los gastos de administración se utilizaron 14% de los ingresos que obtuvo El Restaurante Cevichería Calamar Criollo.

iv. Al finalizar, los ingresos que obtuvo el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, luego de descontar todo los gastos se obtuvo un ingreso o ganancia neta de 4%.

4.3.6. PLATOS MÁS VENDIDO

Los platos más vendidos en el Restaurante Cevichería Calamar Criollo son las siguientes. **VER (CUADRO Nro. 7).**

4.3.6.1. CEVICHE

El Ceviche es uno de los platos que más se ha vendido teniendo un costo de S/. 5.88 céntimos por plato y la venta del plato al público es de S/. 12.00, teniendo una ganancia de S/. 6.12 céntimos y en el mes se vendió 68 platos.

4.3.6.2. COMBO MARINO

El Restaurante Cevichería Calamar Criollo vende el plato de Combo Marino a un precio de Venta de S/. 20.00 pero el costo del plato es de S/. 14.00 teniendo un ingreso por plato vendido de S/. 6.00 y al mes se vendió 45 platos.

4.3.6.3. PARIHUELA

El plato está en la tercera posición, vendiéndose 37 platos en el mes de octubre con un precio de venta de S/. 18.00 pero el costo de venta fue de S/. 11.25. Teniendo un ingreso por venta de S/. 6.75 por plato vendido.

4.3.6.4. SUDADO

En el mes se vendió 27 platos el costo de venta del sudado es de S/.8.60 se vende a S/. 12.00 el plato, ganando S/. 3.40 por la venta.

4.3.6.5. CEVICHE MIXTO

El Restaurante Cevichería Calamar Criollo vende el plato de Ceviche Mixto a un precio de Venta de S/. 15.00 pero el costo del plato es de S/. 8.28 teniendo un ingreso por plato vendido de S/. 6.8 y al mes se vendió 20 platos.

4.3.6.6. CHICHARON DE PESCADO

Son 14 platos que se vendieron en el mes, con un precio de venta de S/. 20.00 con un costo de venta de S/. 11.35. Teniendo un ingreso por venta de S/. 8.65 por plato vendido.

4.3.6.7. LECHE DE TIGRE

Teniendo un costo de Venta de S/.2.19 céntimos por copa y la venta dela copa es de S/. 8.00, teniendo una ganancia de S/. 5.81 céntimos y en el mes se vendió 25 copas de leche de tigre.

4.3.6.8. ARROZ CON MARISCO

Son 19 platos que se vendieron en el mes, con un precio de venta de S/. 10.00 y un costo de venta de S/. 7.70. Teniendo un ingreso por venta de S/. 2.30 por plato vendido.

4.3.7. LEGISLACIÓN TRIBUTARIA

4.3.7.1. NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (NUEVO RUS)

Los Tributos Comprendidos y Categorías

a) VENTAJAS:

- Este régimen comprende el Impuesto a la Renta, el Impuesto General a las Ventas y el Impuesto de Promoción Municipal, más no el Impuesto Selectivo al Consumo. Esta es quizás la principal ventaja del Nuevo RUS, pues sintetiza en un solo tributo, de liquidación mensual tres impuestos, siendo la carga tributaria bastante reducida.
- Así en la Categoría 1, la cuota mensual es de S/.20 que representa sólo el 0.4% de S/.5, 000, que es el total de ingresos brutos mensuales máximo para esta categoría. Y en la Categoría 5 la cuota mensual es de S/.600, que

representa el 2% de S/.30, 000 es el máximo de ingresos brutos mensuales para esta categoría y también para pertenecer al Nuevo RUS.

- Por ende el Restaurante Cevichería Calamar Criollo en el momento pertenece a la primera categoría del nuevo RUS, puesto que al realizar las compras y ventas no superan el monto establecido de S/. 5,000 por lo tanto pagará la cuota mensual de S/. 20 por el período de octubre.

VER **(CUADRO Nro. 8)**

4.3.7.2. ***OBLIGACIONES DEL CONTRIBUYENTE*.**

a) VENTAJAS

Si bien los sujetos de este Régimen no se encuentran obligados a llevar los libros y registros contables, sí deberán exhibir en un lugar visible del negocio el Comprobante de Información Registrada (CIR) o RUC y las constancias de pago del Nuevo RUS. Igualmente deberán conservar el original de los comprobantes de pago que hubieran emitido y aquellos que sustenten sus adquisiciones, en orden cronológico, correspondiente a los periodos no prescritos.

b. El Restaurante Cevichería Calamar Criollo esta formalizado y cuenta con los requisitos que establece el

texto del nuevo régimen único simplificado decreto legislativo N°937- artículo 2

8.3.7.3. COMPROBANTES DE PAGO QUE DEBEN EMITIR

a. LIMITACIÓN: PROHIBICIÓN DE EMITIR FACTURAS.

- Los sujetos del Nuevo RUS sólo deberán emitir y entregar por las operaciones comprendidas en este régimen, boletas de venta, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras que no permitan ejercer el derecho al crédito fiscal ni ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios. En tal sentido, están prohibidos de emitir y/o entregar facturas, liquidaciones de compra, tickets o cintas emitidas por máquinas registradoras que permitan ejercer el derecho al crédito fiscal o ser utilizados para sustentar gasto y/o costo para efectos tributarios, notas de crédito y débito. Además, se debe considerar que conforme al Art. 37º del TUO de la Ley del Impuesto a la Renta serán deducibles las boletas de venta o tickets emitidos por contribuyentes del Nuevo RUS sólo hasta el límite del 6% (seis por ciento) de los montos acreditados mediante comprobantes de pago que sí otorgan derecho a deducir gasto o costo. Actualmente como el

restaurante cevichería Calamar Criollo pertenece al Nuevo Régimen Único Simplificado - Nuevo RUS, no puede emitir factura pero si Boleta de Venta, puesto que el funcionamiento del Restaurante está de acuerdo a ley.

4.3.8. PLAN DE ACCION Y PROPUESTA

4.3.8.1. PROPUESTA

a. Proponemos para la mejora económica financiera del Restaurante Cevichería Calamar Criollo utilizar un software de control interno (archivo Excel automatizado), para disminuir perdidas de las materia prima llevando así un mejor control de ingresos y salidas en la preparación de los platos.

b. Proponemos que los precios de los diversos platos que ofrece el Restaurante Cevichería Calamar Criollo aumenten de acuerdo al monto de las cevichería en la ciudad de Tacna.

   - **Nota**: actualmente los precios han sido muy cómodos como una estrategia para ganar clientes y hacerse conocido en la zona donde está ubicada, teniendo así la posibilidad de incrementar los precios.

c. Los trabajadores del Restaurante Cevichería Calamar Criollo rotan muy constante debido a que no se sienten comprometidos con el trabajo porque le dan prioridad a otras cosas personales como estudio, familia, etc. Recomendamos que sus trabajadores se turnen de acuerdo a la disponibilidad de su tiempo, un turno será de lunes a viernes y el otro turno los fines de semana.

d. El Restaurante Cevichería Calamar Criollo necesita buscar su cartera de clientes para conseguirlo se propuso a los dueños del restaurante lo siguiente:

- Reparto de volantes en puntos específicos
- Publicidad, gigantografia
- Creación de página web, Facebook, YouTube (redes sociales) todo ellos atraen seguidores, también potenciales compradores y socios. Por ello es necesario invertir en la web.

4.3.8.2. PLAN DE ACCION

PLAN DE ACCION

	PRODUCTO	S/. PRECIO	PROMOCION	PLANTA	PERSONAS	PROCESO	EVIDENCIA FISICA Y OTRO
1	Ceviche de Pescado	12	Por cada 4 platos el quinto es 10% menos	Ubicación: Mz. B Lt. 1-B pj. San Martin – Alto de Alianza -Tacna Referencia terminal collasuyo	Personal con buena presentación al brindar un servicio amable al cliente	La demora de entrega del pedido del cliente transcurre en un tiempo de 8 a 15 minutos según la variedad del plato que desee cada cliente.	Excel automatizado de estados financieros _____ Folletos
2	Combo Marino	20	Por cada 4 platos el quinto es 14% menos.				
3	Parihuela	18	Por cada tres platos reciba un descuento de 1 % en el cuarto plato.				
4	Sudado	12	Por cada 4 platos el quinto es 10% menos				Creación de EEFF Y E.R. _____ Información web
5	Ceviche Mixto	15	Por cada 4 platos el quinto es 16% menos.				
6	Chicharon de Pescado	20	Por cada 4 platos el quinto es 20% menos.				
7	Leche de Tigre	8	por cada cinco vasos el sexto es GRATIS				Carta de Presentación
8	Arroz con Marisco	10	por cada cinco vasos el sexto es GRATIS				

4.3.8.3. EVIDENCIA

“PAGINA WEB”

IMAGEN Nro. 04



IMAGEN Nro. 05



IMAGEN Nro. 06



IMAGEN Nro. 07



“CARTA DE MENU”

IMAGEN Nro. 08

Restaurante-Cevicheria Calamar Criollo

CEVICHE DE PESCADO	S/. 12.00
CEVICHE DE CORVINA	S/. 20.00
CEVICHE DE LENGUADO	S/. 20.00
CEVICHE MIXTO	S/. 15.00
ARROZ CON MARISCOS	S/. 10.00
CHAUFA DE MARISCOS	S/. 10.00
PICANTE DE MARISCOS	S/. 10.00
PICANTE DE CAMARONES	S/. 20.00
PESCADO FRITO (*berrugate*)	S/. 10.00
FILETE DE PESCADO	S/. 15.00







COMBO DOBLE

CEVICHE+ARROZ CON MARISCOS	S/. 15.00
CEVICHE + CHICHARRON DE CALAMAR	S/. 17.00
CEVICHE + CHICHARRON DE PESCADO	S/. 22.00





LECHE DE TIGRE

LECHE DE TIGRE TRADICIONAL	S/. 7.00	S/. 10.00	S/. 12.00
LECHE A LO MACHO (*pescado con pasta de rocoto picante*)	S/. 7.00	S/. 10.00	S/. 12.00
VIAGRA MARINO (*erizo, especias marinas afrodisiacas*)	S/. 8.00	S/. 11.00	S/. 13.00
LECHE DE LEON (*pescado con pasta de aji amarillo*)	S/. 7.00	S/. 10.00	S/. 12.00

“FACEBOOK”

MAGEN Nro. 09

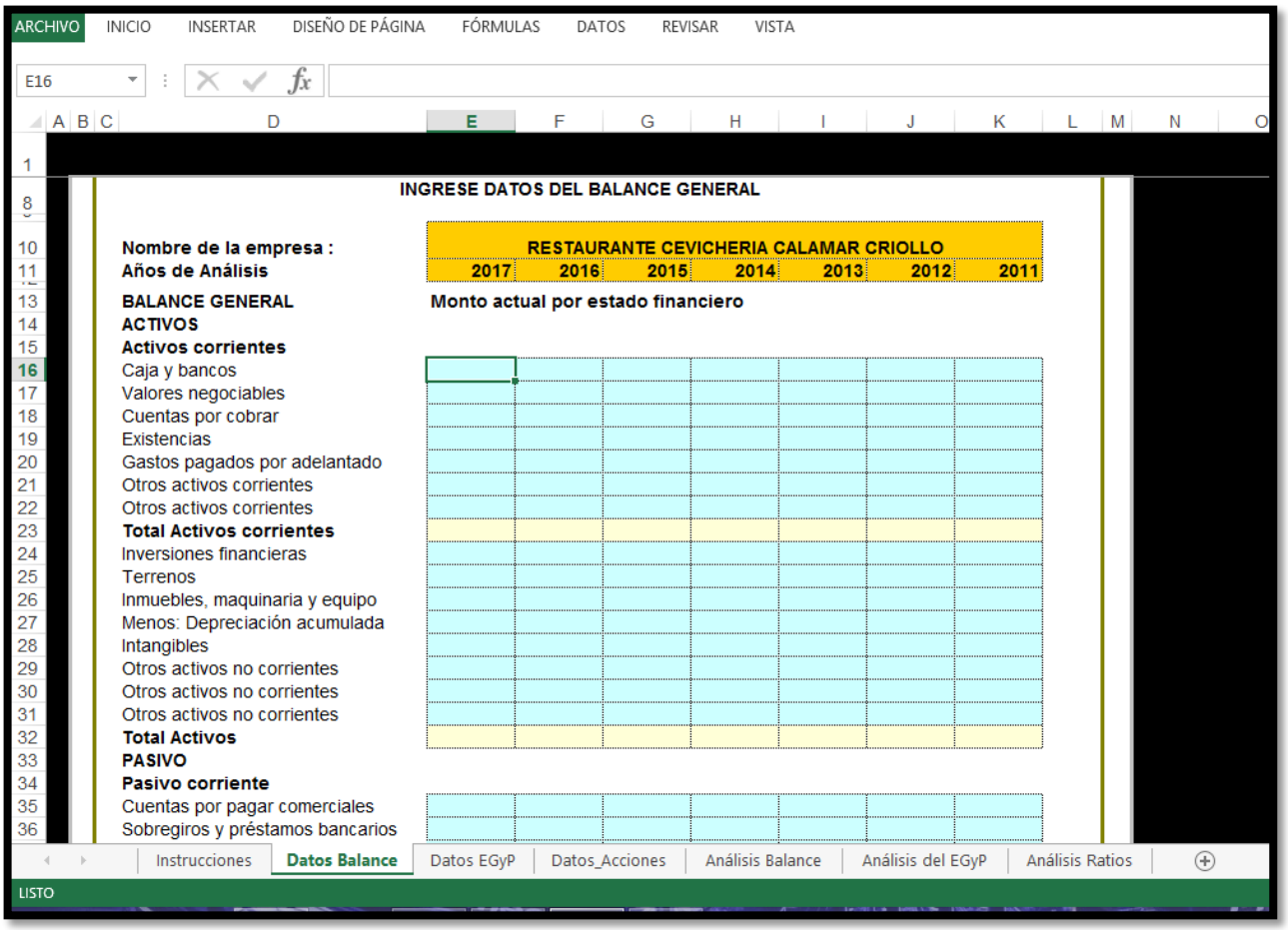


4.4. DEFINICION DE MECANISMOS DE CONTROL

- Durante los seis primeros meses nuestro equipo de trabajo apoyara a llevar un control interno realizando los Estados financieros para saber cómo está el Restaurante y los ratios financieros para analizar su crecimiento
- El Restaurante Cevichería Calamar Criollo actualmente lleva apuntes de compra y venta manual y en los 6 meses que estaremos apoyando se aprovechara en trasladar de lo manual al archivo Excel y se le enseñara a llenar los estados financieros en formatos automatizadas que ayudaran a la obtención de los ratios financieros de ello el dueño hará un control interno cada mes en una computadora.

“ESTADOS FINANCIEROS AUTOMATIZADO”

IMAGEN Nro. 10



CAPÍTULO V
SUGERENCIAS

CONCLUSIONES

Se propuso y está en marcha, en la actualidad el Restaurante Cevichería Calamar Criollo cuenta con el estado de situación financiera, estado de resultados y análisis de los ratios financieros. También con la tecnología para crear su cartera de clientes y registrar las compras y ventas mes a mes.

En el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, se realizó el análisis vertical, análisis horizontal y análisis de los ratios financieros esto de los estados financieros, cumpliendo el primer objetivo específico que es Analizar la situación financiera y económica actual del Restaurante Cevichería Calamar Criollo.

Se implementó la tecnología y se piensa incrementar los precios de platos que ofrece el Restaurante para que sea rentable, el Restaurante Cevichería Calamar Criollo ya utiliza las redes sociales con ello está en camino de ampliar más su cartera de clientes también se han creado Valores para su buen funcionamiento del Restaurante Cevichería Calamar Criollo y sus clientes. Con lo expuesto se cumplió con el segundo objetivo específico

El restaurante lleva un control interno de los estados financieros y ratios financieros para saber cómo le va cada mes, los apuntes en papel de ingresos y gastos se comenzaron a trasladar a la computadora en apoyo de nuestro equipo de trabajo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que el Restaurante Cevichería Calamar Criollo a un futuro no muy lejano se financie de un tercero. Para ampliar el ambiente y crecer económicamente ya que en el momento el restaurante solo ocupa la planta baja, pero si puede financiarse de un tercero podría ampliar el local y abrir la planta 2 o abrir otro local en otro punto especifico

Previo análisis de los ratios financieros y las ventas de los platos que ofrece el Restaurante Cevichería Calamar Criollo, proponemos que se centren en vender los platos de CEVICHE, COMBO MARINO, PARIHUELA ya que son los platos que más ingresos dan al restaurante y que deje un lado el plato de arroz con marisco porque no es muy rentable.

Actualmente los precios son muy económicos, recomendamos que los precios suban a precio de competencia en el mercado. También se recomienda que asista a eventos donde ofrezca los platos marinos con el objeto de ganar clientes.

Se recomienda llevar un control de inventario mensual de todas las materias primas, así como de las pérdidas que hay de éstas, con la finalidad de incluir estos costos de inventario y pérdidas en los costos variables de producción, debido a que

actualmente no están determinados por el restaurante Cevichería Calamar Criollo. También es aconsejable que a futuro se realice la identificación del nivel de ventas en cada turno (mañana y tarde), para así comprobar el comportamiento de los ingresos y por ello la distribución de la cantidad de clientes que tiene cada turno. A la vez el Restaurante Cevichería Calamar Criollo debe LLEVAR EN PAPEL LAS ACTIVIDADES IMPORTANTES (INFORMES INTERNOS U OTROS), es decir llevar un registro en papel, que avale procesos o actividades realizados.

BIBLIOGRAFIA REFERENCIAS

1. Ansoff, H. I. (1965). *Estrategian Corporativa (Corporate Strategy).* EEUU: McGRAW-HILL BOOK COMPANY.
2. Gardey, J. P. (2012). Definición de Análisis. *DEFINICIONES.DE*, PP. Obtenido de http://definicion.de/analisis/
3. Giovanny, G. (11 de Julio de 2001). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: http://www.gestiopolis.com/estados-financieros-basicos/
4. Halten, K. J. (1987). La estrategia un Compromiso Con El Protagonismo. *Calaneo*, pp.
5. Michael A. Hitt, R. D. (2008). *Administración Estratégica* (Séptima Edición ed.). (J. T. Bonilla, Ed.) Mexico, Santa Fe: Cengage Learning Editores, S.A.
6. Monzón, C. C. (2008). Procesos Empresariales A Nivel Estratégico. *Gestionpolis*, http://www.gestiopolis.com/metodologia-integradora-procesos-empresariales-mipe/.
7. nakasone, G. T. (2005). *Anaìisis de estados financieros para la toma de decisiones.* Lima: fondo editorial de la pontificia universidad católica del perú. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=LH4fWKr2Cs4C&pg=PA101&hl=es#v=onepage&q&f=false
8. Núñez, L. J. (2011). Teorís de la empresa y consumidor modelo. *pucp*, Departamento de Economía.
9. Ortega Castro, A. L. (2002). *Introducción a las Finanzas.* México: McGraw-Hill, 2002.
10. Padilla, V. M. (2014). *Introducción a las finanzas* (primera edición ebook 2014 ed.). (J. E. Callejas, Ed.) México: Grupo Editorial Patria S.A.
11. Quinn, J. B. (2001). *El Proceso Estrategico* (segunda edición ed.). (J. T. Bonilla, Ed.) Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

12. Quinte, M. (2009). implantación de un restaurante de comida criolla. *ISSUU*, https://issuu.com/xata.picara/docs/trabajo_final_de_investigacion_de_mercados.

13. Santoyo, A. R. (12 de Deciembre de 2014). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1364/estrategia.html

14. Sierra, E. R. (2013). *El Concepto de Estrategia Como Fundamentos de la Planeación estratégica.* Colombia -Sucre: Universidad del Norte.

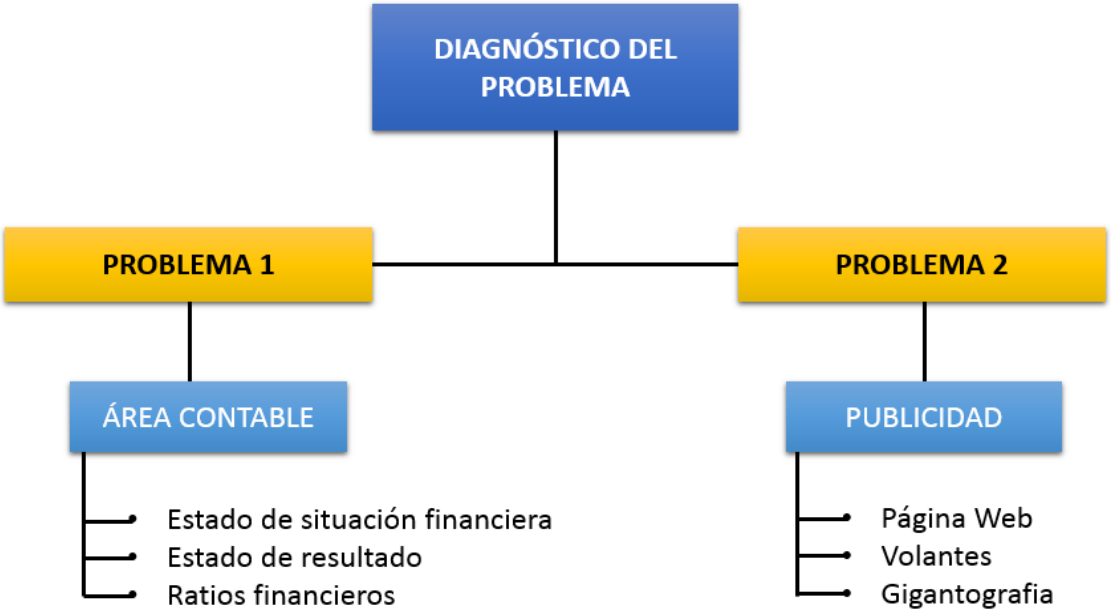
15. Sistema Nacional de Contabilidad. (2016). NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA – NIIF. Obtenido de https://mef.gob.pe/es/consejo-normativo-de-contabilidad/niif

16. SUNAT. (2015). *Legislacion Tributaria.* Lima, Perú: Jurista Editorial E.I.R.L.

17. Vega, J. (lunes de Enero de 2016). *FreeLibros*. Obtenido de FreeLibros: http://www.freelibros.org/

18. Zárate, I. D. (2014). *Propuesta de Mejora.* Mexico: -.

CUADRO Nro. 3



CUADRO Nro. 7

"CUADRO INTERNO DE PLATOS"

N°	PLATOS	POR CADA PLATO (S/.)	PRECIO DE VENTA (S/.)	VENTAS REALIZADAS	COSTO DE VENTA (S/.)	VENTAS NETAS (S/.)
1	Ceviche	5.88	12	68	399.84	816
2	Combo Marino	14	20	45	630	900
3	Parihuela	11.25	18	37	416.25	666
4	Sudado	8.6	12	27	232.2	324
5	Ceviche Mixto	8.28	15	20	165.6	300
6	Chicharon de Pescado	11.35	20	14	158.9	280
7	Leche de Tigre	2.19	8	25	54.75	200
8	Arroz con Marisco	7.7	10	19	146.3	190

CUADRO Nro. 8

"NUEVO RÉGIMEN ÚNICO SIMPLIFICADO (NUEVO RUS)"

CATEGORÍA	INGRESOS BRUTOS O ADQUISICIONES MENSUALES	CUOTA MENSUAL EN S/.
1	HASTA S/. 5,000	20
2	MÁS DE S/. 5,000 HASTA S/.8,000	50
3	MÁS DE S/. 8,000 HASTA S/. 13,000	200
4	MÁS DE 13,000 HASTA 20,000	400
5	MÁS DE 20,000 HASTA 30,000	600