



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**La Planificación Operativa y su Efecto en la Situación
Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de
Magdalena De Cao, Año 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA

Neciosup Flores, Magumi Isidora

ASESOR METODÓLOGO

Dr. Moreno Rodríguez, Augusto Ricardo

ASESOR ESPECIALISTA

Mg. Araujo Calderón, Wilder Adalberto

LINEA DE INVESTIGACION

Planificación y Control Financiero

TRUJILLO-PERU

2017

Página Del Jurado

Dr. Moreno Rodríguez, Augusto Ricardo

Presidente

Mg. Araujo Calderón, Wilder Adalberto

Secretario

Dr. Mendo Velásquez, Víctor

Vocal

Dedicatoria

A Dios:

Por brindarme la vida, por mantenerme con buena salud y disfrutar de este logro y que serán muchos más en mi vida personal y profesional.

A mis dos Madres:

Yovanna Flores Cueva e Ysidora Cueva Figueroa (abuela), a quién considero como mi segunda madre, quienes han sido las principales personas de mi educación y formación personal, con valores y hábitos.

A mis Padres:

Wilder Neciosup Jacobo, Renzo Lázaro Malca, Humberto Campos Siche (Abuelo), Carlos Flores Cueva (Tío), gracias a su esfuerzo presencial y económico que me otorgaron cada uno de ellos para conseguir un logro más en mi vida.

Agradecimiento

Ante todo agradezco a Dios por haberme dado fuerza, valor y permitirme salir a delante de los diversos obstáculos que se presentaron en mi vida personal, académica, y universitaria.

A mis madres, Ysidora y Yovanna, gracias a ellas quienes me han dado su confianza y su amor incondicional. Ustedes mis madres queridas son lo más bello que Dios me ha dado en mi vida y por quienes estoy inmensamente agradecida.

A mi Tío Carlos, a quien lo considero como a un padre, gracias por ayudarme a corregir cada error en este trayecto de mi vida, por su apoyo económico, por sus consejos y palabras de aliento.

A mi papá Humberto, quien a pesar de los obstáculos que se nos presentó, siempre estuvo presente para brindarme su apoyo y amor de padre.

A mí enamorado Elber Huamán Hernández, quien durante estos años de carrera ha sabido apoyarme para continuar y nunca renunciar a este logro, por su amor, confianza y comprensión incondicional.

Al finalizar esta investigación agradezco a todos los profesores que me educaron académicamente, por el apoyo de su capacidad para orientar mis ideas lo que le suma importancia en el desarrollo de esta investigación.

Y por último a la Universidad César Vallejo por la difícil tarea de formar y capacitar a jóvenes que desean emprender profesionalmente.

La Autora

Declaratoria de autenticidad

Yo, Magumi Isidora Neciosup Flores, identificada con DNI N° 48288131, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

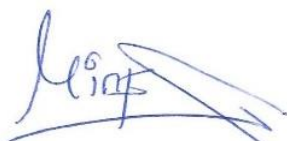
Así mismo, declaro bajo juramento que toda la información que se presenta en la tesis es veras y autentica.

Igualmente se muestra que los autores tomados para esta investigación han sido citados y referenciados correctamente en la tesis.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamente u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Así mismo autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación, si así lo cree conveniente.

Trujillo, Diciembre del 2017



Magumi Isidora Neciosup Flores

DNI N° 48288131

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada La Planificación Operativa y su Efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016, la misma que sujeto a su consideración y cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Contadora Pública.

En esta investigación se brinda dar una sólida fundamentación teórica de la variable dependiente e independiente del tema desarrollado, asimismo identificar el problema que presentan cada restaurante del Distrito de Magdalena de Cao. Para lo cual proponer soluciones para un mejor rendimiento financiero de cada restaurante.

La Autora

Índice

PÁGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN	VI
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1. Realidad Problemática.....	11
1.2. Trabajos Previos:	13
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	16
1.4. Formulación del problema.....	23
1.5. Justificación del estudio.....	23
1.6. Hipótesis	24
1.7. Objetivos.....	24
II. MÉTODO.....	26
2.1. Tipo de investigación	27
2.2. Variables, Operacionalización	27
2.3. Población y muestra	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
2.5. Métodos de análisis de datos.....	31
2.6. Aspectos éticos.....	32
III. RESULTADOS.....	33
IV. DISCUSIÓN	56
V. CONCLUSIONES.....	59
VI. RECOMENDACIONES.....	61
VII. PROPUESTA	62
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
VIII. ANEXOS	73

Resumen

El presente desarrollo de investigación tiene como objetivo general Determinar el efecto de la planificación operativa en la situación económica y financiera de los restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, es de tipo descriptiva, aplicada al diseño no experimental, de corte transversal, cuya población y muestra está conformada por los 7 Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao. Este desarrollo de investigación se realizó mediante el instrumento de la entrevista a cada propietario de los restaurantes, obteniendo un análisis documental, de tal manera los resultados obtenidos se identificó el efecto de la planificación operativa en la situación económica y financiera por cada restaurante. Con los datos obtenidos se implementó los indicadores de medición de la planificación operativa, realizando una reorganización. Así mismo se realizó un análisis vertical, horizontal e indicador financiero, ratios de liquidez, gestión, rentabilidad y solvencia, el cual permitió si el o los restaurantes tiene un buen rendimiento financiero, cuanto han sido sus ingresos y sus egresos durante los años estudiados, esto ayudará a cada propietario realizar un mejor toma de decisiones para los siguientes años, se propuso la implementación de la planificación operativa a través de estrategias de marketing, metas a corto plazo, secuencia de distribución de tiempo que incurren en la producción y la reorganización de los ingresos y egresos de cada restaurante, de ello se obtendrá un mejor control financiero y utilidades esperadas.

Palabras clave: Planificación Operativa, Situación Económica, Situación Financiera, Análisis, Estrategias, Toma de Decisión.

Abstract

The general objective of this research development is to determine the effect of the operational planning on the economic and financial situation of the restaurants in the Magdalena de Caño District. It is descriptive, applied to the non-experimental, cross-sectional design, whose population and sample is conformed by the 7 Restaurants of the District of Magdalena de Cao. This research development was carried out through the instrument of the interview in each restaurant owner, obtaining a documentary analysis, in this way the results obtained identified the effect of the operational planning on the economic and financial situation for each restaurant. With the obtained data, the measurement indicators of the operative planning are implemented, realizing a reorganization. Likewise, a vertical, horizontal and financial graph analysis, liquidity ratios, management, profitability and solvency were performed, which allowed the restaurants to have a good financial performance, but their income and their years studied. This will help all the time is faster, the route of operational planning through marketing strategies, short-term goals, the sequence of distribution of the time incurred in the production and the reorganization of the income and expenses of each restaurant, in this way You can control better and expected utilities.

Key words: Operational Planning, Economic Situation, Financial Situation, Analysis, Strategies, Decision Making.

INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Con el paso de los años, realizar una planificación operativa en la situación económica y financiera en las medianas y pequeñas empresas no es algo nuevo, o algo extraño que ahora se propone para empresas que atraviesan por no realizar la planificación de sus actividades económicas.

Solano (2010) “Universidad de Cuenca, Ecuador, nos complementa que el problema de supervivencia está presente en la pequeña y mediana empresa, ya que la pequeña empresa arranca con un producto y un mercado; las causas que quiebra atribuyen a la incompetencia de la administración. La mala administración es la primera causante del fracaso empresarial, y la segunda es la falta de experiencia en el sector de actividad de la empresa”. (p.16).

Sin embargo, también una empresa disfruta una buena situación económica y financiera cuando posee la capacidad de producir y entablar beneficios en un determinado tiempo. Por tal motivo, Solano, (2010) realizó una investigación en el restaurante vegetariano “Sabor de Zen”, llegó a la conclusión que “Dicho restaurante necesita de urgencia tener un plan estratégico y operativo para dirigir la empresa hacia el progreso y desarrollo”. (p.110).

En el Perú, el rubro de restaurantes creció 9.55 por ciento entre enero y abril, por encima de la expansión de 5.58 por ciento de la economía nacional, contribuyendo a generar altos niveles de empleo y rentabilidad social, afirmó la ex Viceministra de Mype e Industria del Ministerio de la Producción, Blanca Magali Silva Velarde. Publicado en, Agencia Peruana De Noticias Andina. (Andina, 2012).

“Este crecimiento es producto del trabajo coordinado entre el sector público, privado y emprendedores y de cómo articulamos los

esfuerzos. Estamos convencidos que restaurantes es un rubro de alta generación de empleo y alta rentabilidad social para el Estado peruano”, dijo la ex Viceministra de Mype e Industria del Ministerio de la Producción, Blanca Magali Silva Velarde. Publicado en, Agencia Peruana De Noticias Andina (2012). Por tal motivo todo ello trae como entorno empresarial competitivo en la actualidad, es de vital importancia que las empresas dispongan de una planificación operativa en la situación económica y financiera.

En Trujillo, la mayoría de las Mypes no establecen un control financiero a nivel estratégico, por este motivo no incluyen las actividades de operación de una empresa que calcula en unidades monetarias, así como: ventas, compras, producción, cobranzas, abastecimientos, almacenamiento, distribución, publicidad y promoción de ventas, entre otros, como herramienta de planificación operativa, en consecuencia realizan sus actividades, sin una técnica administrativa previa, y por falta de información de técnicas de manejo empresarial. Estas imperfecciones de planificación, y errónea gestión financiera, implica a la ineficiencia en el uso de sus recursos económicos.

Es por ello que conocedores de esta realidad, se hace necesario recalcar en el estudio de esta problemática, la misma que se evidencia en los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, Provincia de Ascope, La Libertad. Estos restaurantes son de establecimientos comerciales. La modalidad de estos restaurantes es de alta cocina. El pedido es "a la carta" o se elige de un "menú", dado que los alimentos se cocinan al momento. El costo requiere del servicio y de la calidad de los platos que se consumen. Cabe mencionar que el primer restorán dispone con 30 años de servicio gastronómica en la actualidad, desde entonces han logrado ser los restaurantes que brindan un buen servicio de comida a sus consumidores pero sus ingresos no se ven reflejados en la situación económica y financiera, debido a que no cuentan con una

planificación operativa que les permita organizar y presentar en forma estratégica y cuantificada. Dado que no establecen un control financiero a nivel estratégico, por este motivo no incluyen las actividades de operación de una empresa que se calculan en unidades de monetarias y/o físicas, tales como: ventas, compras, producción, cobranzas, abastecimientos, entre otros.

Es por ello que al observar dichas deficiencias surge el siguiente tema de investigación Planeación Operativa y su efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, con la finalidad de sugerir la planificación operativa que permita un efecto positivo la situación económica y financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, en el cual se contrastará los resultados históricos del periodo 2016, realizando un análisis comparativo de dicho año, con el efecto positivo de la planificación operativa.

1.2. Trabajos Previos

Como lo mencionan Palacios Zurita y Ramírez Anormaliza, (2012) “Diagnóstico de la planificación operativa en el sistema de compras y su gestión en la comercialización del supermarket el nuevo favorito, de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), Ecuador”. En la investigación nos dicen:

Bajo la consideración de los cambios constantes que vive el país, caracterizado por un mundo altamente tecnificado donde las condiciones que impone la competencia, obligan a readecuar la estructura interna de las empresas, como condición para estar a la altura de las exigencias del mercado, en un mundo globalizado, en este marco se inspira la investigación que pretende dar solución a los problemas de poca planificación operativa en el sistema de compras y su gestión en la comercialización, que pese a los éxitos logrados cree en la posibilidad de optimizar las compras. (Palacios Zurita y Ramírez Anormaliza, 2012).

En la tesis de Pérez (2014) nos informa sobre “La calidad de servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012”, entre sus principales conclusiones nos dice:

La evaluación financiera efectuada con respecto a la liquidez general de la empresa no es buena y suficiente para permitirle seguir con sus operaciones diarias, los ratios de gestión nos indican que la empresa está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación, no hay rentabilidad apropiada por ende la empresa es ineficiente, se encuentra debajo del promedio del sector y no ha generado los ingresos que debería, lo que indica que la empresa ha realizado una deficiente gestión empresarial. (Pérez, 2014, p.103).

Según Sauna (2015) en su investigación “La Planificación Operativa y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa cevichería Patty, año 2014”, nos resume:

El presente trabajo de investigación se elaboró a la empresa CEVICHERIA PATTY. Mediante esta investigación se pretende determinar el efecto que genera la planificación operativa en la situación económica y financiera. Para este informe de investigación se utilizó la metodología observacional, donde se realizó la observación sistemática y con medios técnicos. Tipo de estudio fue descriptiva, así logro los objetivos, se usó la técnica la entrevista. De diseño no experimental porque no se manipulo ninguna variable, demostrando como muestra en el campo de investigación. De corte transversal porque se midió en un periodo determinado. Después de realizar el estudio, se determinó que dicha herramienta fue de gran utilidad si tan solo en la empresa tuviera uso frecuente de la planificación operativa, ya que esto ayudo analizar el grado de liquidez, gestión, endeudamiento o solvencia y rentabilidad, así evitando riesgos económicos y financieros. Otorgándole con el

cumplimiento de las ventas deseadas y por ende el mejoramiento de la utilidad para la empresa CEVICHERIA PATTY. (Sauna, 2015, p. III).

Según Arévalo Santa María y Marco Paul de Jesús (2016) “Implementación de un sistema de costos estándar y la mejora en la situación económica del restaurante Osaki 2 en la ciudad de Trujillo año 2015” nos resumen:

La empresa gastronómica, el restaurante Osaki 2, hasta el 2014 ha venido trabajando como la mayoría de las empresas de este tipo, sin ninguna dirección técnica ni especializada, que le permita visualizar la optimización de su servicio y medir su rentabilidad, debido a que sólo se utilizaba el criterio de su gerente y una idea promedio de cuanto es la aceptación del público Trujillano, en relación a los servicios que brinda, imposibilitando así, la medición de su rentabilidad para fines de mejora. (Arévalo Santa María y Marco Paul de Jesús, 2016, p. X).

Según Urtecho (2015) en su investigación “La Planificación Financiera y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa Hotel el Brujo de la Ciudad de Trujillo año 2014”, nos resume en su investigación:

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el efecto de la planificación financiera en la situación económica y financiera de la empresa Hotel el Brujo de la Ciudad de Trujillo, el tipo de estudio fue Descriptiva de diseño no experimental y de corte transversal, la población y muestra fue la empresa Hotel el Brujo, se realizó un análisis documental, se aplicó una entrevista al Contador de la Empresa y se solicitó información del año 2014 para realizar la investigación, luego se realizó un análisis vertical y también se analizó a través de los ratios financieros para conocer la situación actual y realizar proyecciones de acuerdo a las necesidades de la empresa, de esta manera se desarrolló cada objetivo específico planteado, se determinó que la empresa durante dichos años de servicio nunca realizó un plan financiero y se pudo identificar cuáles fueron las causas y consecuencias de la ausencia de una

planificación financiera, con los datos históricos se realizó proyecciones tomando en cuenta los objetivos y metas de la empresa, los resultados obtenidos fueron analizados y comparados con los resultados reales, obteniendo de esta manera resultados positivos, se concluye que la planificación financiera si tiene efecto positivo en la situación económica y financiera de la empresa Hotel el Brujo de la ciudad de Trujillo. (Urtecho, 2015, p. III).

1.3. Teorías relacionadas al tema

2.3.1. Planificación Operativa.

Sánchez (2002), dice:

“Podamos planificar operativamente como alcanzar los resultados esperados, para lo cual utilizaremos los presupuestos operativos, indicadores y recursos necesarios de la planificación operativa”. (Sánchez, 2002, p.84).

Importancia de la planificación operativa.

Según Sánchez (2002), afirma “Permite organizar en frecuencia lógica las actividades y las acciones e igualmente visualizar el tiempo requerido para cada una de ellas. Define las funciones y responsabilidades. Contribuye a la preparación de un trabajo consistente, editando las improvisaciones, unifica criterios en cuanto a objetivos y metas. Prevé la utilización de los recursos: humanos, materiales y equipos”. (Sánchez, 2002, p.84).

Principios básicos de la planificación operativa

Según Sánchez (2002), toda planificación ejecuta en su preparación y realización los siguientes principios, la colaboración es la manera mediante la cual las personas de una empresa proyectan en una planificación. Realismo significa que la planificación es real y como que se ataca un problema en las distintas organizaciones. (Sánchez, 2002, p.84).

2.3.1.1. Principios de la Planificación Operativa

Según Sánchez (2002) los principios que han de seguirse en la planificación operativa para una mejor gestión de una empresa son:

a) Eficacia:

Sánchez (2002) señala que “alcanzar los mayores resultados posibles sin considerar los recursos empleados”. (p.85)

b) Eficiencia:

Sánchez (2002) dice que “alcanzar los mayores resultados posibles al menor coste posible”. (p.85)

c) Economía:

Sánchez (2002) señala que “hacer las cosas al menor coste posible, lo que implica que los recursos se dispongan en el momento adecuado con el menor coste posible, en la cantidad adecuada y con la calidad requerida”. (p.85)

Sánchez (2002) dice que “Todas las Mypes, hasta las de menor tamaño y las de nueva innovación, deben establecer dinámicas de planificación, organización y control económico-financiero para gestionar sus recursos de forma eficiente y eficaz”. (p.85)

Según Sánchez (2002), indica, El presupuesto de operación refleja el plan de un negocio; determina la cifra de utilidad neta deseada y de rendimiento esperado sobre la inversión. El proceso de preparación de presupuestos puede considerarse como una colección sistematice de planes administrativos, presentados a diversos niveles y en varias divisiones de una empresa. (Sánchez, 2002, párr.85)

Tanaka (2005), define, el presupuesto de operación es un instrumento de planeamiento en el cual se deben incluir todas las actividades de operación de una empresa cuantificadas en unidades monetarias y/o físicas, tales como: ventas, compras, producción, cobranzas, abastecimientos, almacenamiento, distribución,

publicidad y promoción de ventas, investigación y desarrollo, procesamientos electrónicos de datos, etc. (Tanaka, 2005, párr.111)

Estos planes, resumidos en la forma indicada, deberán ser sometidos a un riguroso análisis en cuanto a rentabilidad, viabilidad económica y financiera, objetivos de expansión y posición al final del periodo, al entrar a su etapa de ejecución para llegar a los resultados esperados y cumplir con las metas establecidas.

Los presupuestos operativos son el conjunto de proyecciones económicas y financieras que se originan en cada una de las áreas funcionales de una empresa y que son la base para elaborar los estados financieros proyectados, presupuesto de caja y la determinación de análisis costo utilidad.

Los presupuestos de operación sirven como valioso instrumento para la toma de decisiones gerencial, en temas relacionados con fijación de precios, programación de la producción, inversión y requerimiento de capital (Tanaka, 2005, p.111).

2.3.1.2. Tipos de Presupuestos

Según Flores (2010), los tipos de presupuestos para elaborar una planificación operativa son:

a) El presupuesto de ventas:

Flores (2010) “Es el inicio de partida del proceso presupuestario, el primer eslabón en la cadena de presupuesto que culmina con el presupuesto general de la empresa. En otros términos se determina el volumen físico de ventas expresado en términos de productos o servicios”. (Flores, 2010, p.64)

b) El presupuesto de producción:

Es la previsión del volumen de producción requerido para satisfacer las ventas presupuestadas y mantener el nivel de existencias, satisfactorio para la empresa. No comprende solo la determinación de la cantidad de unidades que deben fabricarse

de cada producto en determinado periodo y de los respectivos valores, sino que se relaciona con los niveles de existencias de productos terminados y otra serie de factores que inciden fundamentalmente en la determinación del nivel de producción ((Flores, 2010, p.64)

c) El presupuesto de compras:

Prevé el volumen de compras de productos necesarios para ejecutar el programa de ventas en las empresas que desarrollan actividades de comercialización. Se debe considerar, además de los gastos de compras, los gastos de almacenamiento (gastos de mantenimiento de almacén, seguros, etc.) (Flores, 2010, p.64).

d) El presupuesto de personal:

Prevé las necesidades totales de personal indicando los diversos niveles, el número de plazas por cada nivel, así como las remuneraciones periódicas correspondientes. Para satisfacer las necesidades futuras de mano de obra de la empresa, determinando el número de personal que se necesita, su nivel de competencia y tipo de formación y la ficha en que será necesario (Flores, 2010, p.64).

e) El presupuesto de mano de obra:

Flores (2010) “Se basara en el presupuesto de producción y se utilizara posteriormente para continuar la producción. Para ellos ser deberá determinar un estándar en horas hombre por cada tipo de producto (considerando la calidad de la mano de obra)”. (Flores, 2010, p.64).

f) El presupuesto de gastos indirectos de fabricación:

Flores (2010) “Comprende como materiales indirectos, MDI y otros gastos indirectos de fabricación. Se debe establecer una tasa de aplicación que permita ir determinando los gastos”. (p.64)

g) El presupuesto de gastos de administración:

Flores (2010) “Determina en forma anticipada para el periodo de proyección los gastos relacionados a áreas administrativas en la empresa. Se determina de acuerdo con las necesidades derivadas de la estructura organizativa y de la gerencia del negocio”. (p.64).

h) El presupuesto de gastos de ventas:

Flores (2010) “Determina los gastos que demandara la gestión de ventas en todas las etapas del ciclo de comercialización y distribución” (p.64).

i) El presupuesto financiero:

Flores (2010) Determina la gestión económica y financiera de la empresa en los periodos futuros, en términos de liquidez, solvencia, rentabilidad y política comercial. Como la situación económica-financiera de una empresa se expresa en los estados financieros, hay que hacer previsiones o proyecciones de dichos estados financieros. Además, conforma la última etapa en el proceso de formulación de un presupuesto de empresa, es decir, que se formula con posterioridad a los otros presupuestos parciales, tanto de operación como la inversión (Flores, 2010, p.64).

2.1.2. Situación Económica y Financiera

Méndez (2000) dice que:

La situación económica es todo el patrimonio que tiene una empresa o la cantidad de bienes y activos que le pertenecen y que son medidos para determinar y que brindan beneficios a plazos cortos. Situación financiera se refiera a la capacidad que tienen las empresas para hacer frente sus deudas que poseen, lo mismo que es la liquidez que se tienen para cancelar sus deudas (p.43).

Gonzales (2013) señala que “la liquidez es un concepto muy difícil porque negocia fácilmente la cantidad de un activo sin afectar el precio” (p.1).

Existen dos componentes que lo caracteriza: precio y cantidad. Se ha examinado principalmente en un contexto de microestructura, donde el objetivo primordial es el de estudiar como las reglas concretas que rigen el funcionamiento de los mercados financieros. La mayoría de los trabajos emplean la horquilla relativa como medida del nivel de liquidez, estudiando la existencia de una prima de liquidez en los rendimientos de activos y mostrando que la liquidez es un factor relevante en la valoración de activos (p.1)

2.1.2.1. Análisis de estados financieros

Luna (2012) señala que:

Que El buen desempeño es la esencia de toda empresa que persigue fines de lucro; aunque el logro de los beneficios no es el único objetivo de la organización, sigue siendo uno de los fundamentales y los gerentes consideran a la utilidad como uno de los objetivos centrales. El análisis de los estados financieros se puede dar por índices o razones, es el método más usado para determinar fortaleza, debilidades de una empresa considerada como dimensiones básicas para evaluar la salud económica de la empresa (Luna, 2012, p.424).

Luna (2012) indica que:

Análisis financiero nos dice que son relevantes entre dos magnitudes simples o compuestas cuyo cociente resume el análisis que se está efectuando de cuya interpretación se obtendrá un resultado significativo. Financieramente es un término de comparación que se expresa por medio de un cociente o porcentaje de la relación de cuentas o grupos de cuentas de un estado financiero, utilizado como medio de investigación y diagnóstico para la toma de decisiones aplicadas. (Luna, 2012, p.424).

Las ratios están divididas en 4 grupos:

Índices Liquidez. Evalúa la capacidad de la organización para atender sus compromisos en corto plazo.

$$\text{Liquidez Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez Absoluta} = \frac{\text{Disponibilidad en Caja y Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Índice de Gestión. Mide el uso del activo y compara la cifra de ventas con el activo total.

$$\text{Rotacion de Ventas} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

$$\text{Periodo de Cobro} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar} * 360}{\text{Ventas}}$$

Índice de solvencia. Endeudamiento o apalancamiento de ratios que relacionan recursos y compromisos.

$$\text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Solvencia Patrimonial} = \frac{\text{Pasivo Corriente} + \text{Pasivo No Corriente}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad Patrimonial} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Índices de rentabilidad. Mide el volumen de la empresa para general riqueza rentabilidad económica y financiera.

$$\text{Rentabilidad de Capital} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

2.1.1.2. Estado de Resultados

Rodríguez y Acanda (2009), nos dice que:

El Estado de Resultado muestra los efectos de las operaciones de

una empresa y su resultado final en un período dado, en forma de un beneficio o una pérdida. Así, este Estado Financiero ofrece un resumen de los hechos significativos que originaron las variaciones en el patrimonio o capital de la entidad durante un período determinado. Los resultados obtenidos mostrados en este estado, permiten predecir el futuro comportamiento de la entidad, por lo cual se utiliza con frecuencia con este objetivo. (p.7).

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es el efecto de la Planificación Operativa en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016?

1.5. Justificación del estudio

Considerando los criterios de Hernández, Fernández y Baptista (2010, pp. 39 - 40), que indican:

Conveniencia. Es conveniente para dar a conocer las medidas que deben tomar a corto plazo para enfrentar las dificultades que se puedan encontrar y mejorar la situación económica y financiera. En el cual elaborar una planificación será necesario para poder analizar los movimientos a futuro que se puedan presentar en las empresas, analizar los requerimientos de información y establecer metodología de planificación exacta.

Relevancia Social. La presente investigación incide en la sociedad mediante la planificación operativa en la situación económica y financiera, debido que así se podrá ver los recursos que está fallando los restaurantes y que aspectos se puede mejor, como también sirva como referencia en análisis posteriores. Esto permita que las medianas y pequeñas empresas midan su desempeño y logre un plan de acción.

Implicancia Práctica. Esta investigación desde el punto de vista práctico propone a los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao. Implementar la planificación operativa y de esta manera permita el efecto positivo en la situación económica y financiera en la realización de las actividades operativas de forma eficiente y organizada.

Además que servirá como antecedentes e instrumento de consulta a futuros profesionales que desean hacer un estudio similar a la presente investigación.

Valor Teórico. La presente investigación establece justifica la planificación operativa, los restaurantes contarán con la situación económica y financiera para responder a obligaciones que generan. Por lo tanto, esta investigación establece el planeamiento operativo en el cual se deben incluir todas las actividades de operación de una empresa cuantificadas en unidades monetarias y/o físicas, tales como: ventas, compras, producción, cobranzas, abastecimientos, almacenamiento, distribución, publicidad y promoción de ventas, investigación y desarrollo. Está orientada a fortalecer las bases del conocimiento y procesos del tema señalado y de esta manera aplicarlos a la realidad de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao con el objetivo de modificar la planificación operativa a corto o mediano plazo positivamente su situación económico – financiera.

Utilidad Metodológica. La presente investigación pretende determinar que con la información obtenida a través de instrumentos entrevistas y también implementando la planificación operativa ayuden a mejorar la situación económica y financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, lo cual genere un mejor control eficiente.

1.6. Hipótesis

La Planificación Operativa tiene efecto positivo en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar el efecto de la Planificación Operativa en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

1.7.2. Objetivos Específicos

1. Identificar los Indicadores de Medición de la Planificación Operativa en los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.
2. Analizar la situación económica y financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.
3. Proponer el Plan Operativo que permita mejorar la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

MÉTODO

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La actual investigación es de tipo no experimental dado que las variables no serán manipuladas, por esta razón solo se observó la información obtenida tal como se presentó sin realizar alguna modificación y lo que se realizó fue una observación así cómo se encuentran las variables, para que después sean analizadas, de corte transversal porque se medirá en un periodo determinado en el tiempo. Su tipo de estudio será descriptiva, de manera sistemática las características de las razones financieras de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Identificación de variables

- Variable Independiente: La Planificación Operativa
- Variable Dependiente: Situación Económica y Financiera

Tabla 3.3.

Operacionalización de Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
La Planificación Operativa	Sánchez (2002), afirma: “Podamos planificar operativamente como alcanzar los resultados esperados, para lo cual utilizaremos los presupuestos operativos, indicadores y recursos necesarios de la planificación operativa” (p.84).	Para medir la variable se aplicará, Entrevista y análisis Documental	<ul style="list-style-type: none"> • Monto del Presupuesto de Ventas • Monto del Presupuesto de Producción • Monto del Presupuesto de Materia Prima • Monto del Presupuesto de Compras • Monto del Presupuesto de mano de obra • Monto del Presupuesto de gastos indirectos de fabricación 	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de Medición
Situación Económica y Financiera	<p>Méndez (2000) “La situación económica es todo el patrimonio que tiene una empresa o la cantidad de bienes y activos que le pertenecen y que son medidos para determinar y que brindan beneficios a plazos cortos”. (p.43).</p> <p>Méndez (2000) “Situación financiera se refiere a la capacidad que tienen las empresas para hacer frente sus deudas que poseen, lo mismo que es la liquidez que se tienen para cancelar sus deudas”. (p.43)</p>	<p>Para medir la variable se aplicará, Análisis Documental</p>	<p>Ratios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liquidez - Gestión - Rentabilidad - Solvencia 	Razón

2.3. Población, muestra

- **Población**

El presente Proyecto de Investigación está compuesta por toda información contable, económica y financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

- **Muestra**

La muestra está conformada por documentos contables, así como los estados financieros del periodo 2016 de los Restaurantes del Distrito de Magdalena, año 2016.

Unidad de Análisis:

Los 7 Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao.

Criterios de Inclusión:

Se considera a los procesos que contengan similitud con los procesos de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La siguiente investigación se llevara a cabo utilizando la técnica de análisis documental la cual permitirá obtener la información necesaria para la correcta determinación del objetivo.

Las técnicas a utilizar son:

- Análisis Documental
- Guía de Entrevista

Los instrumentos a utilizar son:

- **Fichas de análisis documental:** Se empleará el instrumento de Fichas Documental con el fin de analizar la documentación contable, financiera y económica que los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao brinden para la realización de la presente investigación.
- **Guía de Entrevista:** Se realizara a los dueños y/o representantes legales de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, con el propósito de alcanzar información a través de un intercambio de

diálogo y recibir datos y hechos sobre el problema encontrado.

Técnica	Instrumento
Análisis Documental	Ficha Documental
Entrevista	Guía de Entrevista

- **Validación y Confiabilidad del Instrumento**

Criterios de Jueces: Los mecanismos de recolección de datos que se utilizarán en el presente desarrollo de investigación será a través de una entrevista y análisis documental, los cuales estarán revisados según el criterio de dos evaluadores especialistas del tema
Una entrevista estructurada.

2.5. Métodos de análisis de datos

El presente desarrollo de investigación se realizará aplicando la técnica de análisis documental, cuantitativo y de análisis descriptivo, en la cual se contrastará los resultados históricos del periodo 2016, realizando una comparación de dicho año, aplicado a la planificación operativa, para lo cual utilizaremos los presupuestos operativos, además, se ejecutará a la comparación por medio de razones financieras, con la finalidad de detectar las desviaciones y sus causas, con las cuales se logrará un conocimiento profundo sobre la situación económica y financiera de los restaurantes, estas herramientas tiene distintos campos de aplicación, lo que permitirá comprobar la hipótesis sugerida.

Para la contrastación anteriormente mencionada se aplicará ratios financieros que evaluará la eficiencia de la gestión en la situación económica y financiera de los Restaurantes.

Así mismo se analizará información en el área contable, detallada en la hoja de Excel para la clasificación y ordenamiento de los datos la cual nos accederá mostrar mediante gráficos y tablas para un correcto y ordenado entendimiento.

2.6. Aspectos Éticos

El desarrollo de investigación tiene como primordial carácter ético la discreción, la objetividad y confidencialidad de la información proporcionada por los dueños de los Restaurantes, la cual no será divulgada.

De mismo modo, el proyecto de investigación cumple con las pautas de investigación de la Escuela Académica Profesional de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo, así como también la aplicación de las normas APA.

RESULTADOS

III. Resultados

3.1 Generalidades de la empresa

1. Razón Social

1. Restaurant El Tumbo
2. Restaurant La Ramadita
3. Restaurant El Embrujo
4. Restaurant El Brujo
5. Restaurant Mochica de Cao
6. Restaurant El Gordito
7. Restaurant Peña de Horeb

2. Dirección

1. Calle Bolognesi Nro. 542 - Magdalena de Cao, Ascope
2. Calle Templo Nro. 653 P.J. - Magdalena de Cao, Ascope
3. Calle Francisco Bolognesi, 417 – Magdalena de Cao, Ascope
4. Calle Francisco Pizarro 193 – Magdalena de Cao, Ascope
5. Calle Templo, N° 410 – Magdalena de Cao, Ascope
6. Calle Miguel Grau N° 302 – Magdalena de Cao, Ascope
7. Calle Progreso N° 265 – Magdalena de CAO

3. Reseña Histórica

El Restaurant El Tumbo, se encuentra ubicado la Calle Bolognesi N° 542, en el Distrito Magdalena de Cao, Provincia de Ascope, Departamento La Libertad. Quien es uno de los primeros Restaurantes de la Localidad. Inicia sus actividades un 16 de mayo de 1987, la empresa es de condición familiar en donde todos tienen participación de él.

Como propietaria la Sra. Ysidora Cueva Figueroa, quien empezó con un kilo de pescado tramboyo, luego con la venta de chicha de jora con su piqueo, de poco en poco iba creciendo la venta, los días lunes el shambar, el local era de quincha.

El nombre de la empresa surge por un señor que estaba dibujando dentro del local, pero dentro de ella se encontraba plantas frutales de

tumbo, y el señor le propuso a la propietaria llamar al Restaurante por dicho nombre.

El Restaurant La Ramadita, se encuentra ubicado en la Cal. Templo N° 653, en el Distrito de Magdalena de Cao, Provincia de Ascope, Departamento La Libertad.

La administradora y propietaria la Sra. Cueva Figueroa Serena Victoria. Inicia sus actividades un 4 de enero de 2005. Este restaurante surge gracias a la idea de un sobrino de la propietaria, quien fue que le dio la idea de ser el tercer restaurante de la localidad. Inicia sus actividades con un local rustico (esteras), con la venta de menú, luego con la venta de todo tipo de pescado.

3.2 Identificación de los Indicadores de Medición de la Planificación Operativa en los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

Para el desarrollo del presente objetivo se realizó una entrevista a cada propietario y/o administrador de cada restaurante de los Distritos de Magdalena de Cao, con los datos obtenidos por cada uno de ellos, se identificó los indicadores de medición de la Planificación Operativa.

Tabla 3.1

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante El Tumbo

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO	EFECTO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	No, mi restaurante no cuenta con una planificación operativa.	El restaurante no cuenta con una planificación operativa, es por ello se desarrollará una investigación para lo cual alcanzar los resultados deseados.	Identificando el Presupuesto de Ventas y comparando el Estado de Resultados, se determina que obteniendo un control sobre ello no hubo las mismas ventas en el año 2016 (Ver anexo 9 y 25)
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	Bueno, la planificación operativa plantea metas y estrategias para conseguir un futuro deseado, en donde también consiste un mejor desempeño.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento lo que es planificación operativa, pero no efectúa en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.	En las notas de venta que evidencio la señora, demuestra que no tienen un control adecuado sobre sus ventas (Ver anexo 27)
3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	Depende de las ventas durante la semana, aunque mayormente se realiza de manera diaria las compras.	Realiza un cálculo sobre sus ventas los cuales son anotadas en hojas de nota de venta, almacenas estas hojas y al finalizar la semana realizan una sumatoria y comparan que días hubo más venta.	En la notas de venta se evidencia la manera en que realizan el control sobre sus ventas y de acuerdo a ello calculan sus compras, bien sea semana o diarios. (Ver anexo 29)

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO	EFECTO
<p>4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?</p>	<p>Se realiza de manera empírica, ya que no se realiza un control exacto sobre las ventas en general.</p>	<p>En el restaurante debe plantear un control de las ventas de manera empírica, para ello debe determinar las cantidades exactas que se debe comprar de insumos.</p>	<p>Identificando el presupuesto de ventas se observa las cantidades exactas de los productos o platos que ofrece este restaurante, le beneficiara comprar cantidades exactas. (Ver tabla 3.3)</p>
<p>5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?</p>	<p>No, porque produciría incomodidades a los consumidores aunque esto reduciría nuestras ganancias. Pero cada periodo anual, si subimos nuestros precios entre un sol a dos soles.</p>	<p>Al subir sus precios, disminuirá sus ventas, ya que los demás restaurantes que aprovecharan que ellos suben el precio del plato a causa del precio del pescado que haya subido.</p>	<p>Planificar sus compras les permitirá saber cuánto y para cuando lo necesitan dentro un periodo determinado subir sus precios o variarlos (Ver tabla 3.9)</p>
<p>6. ¿De qué manera planifican sus gastos?</p>	<p>De las ventas diarias realizadas divido el dinero para realizar diversos gastos, como el servicio de agua, pago de personal, entre otros gastos. Se lleva un control en un cuaderno.</p>	<p>El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que no vencen rápido y comprar por más cantidades. Esto le accederá ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.</p>	<p>Realizar una planificación sobre sus compras. Le permitirá que productos debe comprar y el cual no le genere un gasto en vano (Ver tabla 3.9)</p>
<p>7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?</p>	<p>Sí, tenemos con una caja chica, para algunos gastos oportunos. Como para los pasajes del personal, entre otros gastos.</p>	<p>Tener una caja chica permite analizar las transacciones en efectivo, comprobar si se ha contabilizado todo el efectivo y el saldo.</p>	<p>Posee una caja chica. Pero se recomienda elaborar un arqueo de caja para tener un control sobre ello (Ver tabla 3.10)</p>

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO	EFECTO
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No proyecto cuanto quiero obtener, creo que debe ser arduo, porque hay días donde se vende más como son los fines de semanas, feriados o coma también son más bajos las ventas.	Gozar conocimientos de sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero generar más promociones u ofertas en los días de menos venta para el restaurante y obtener favorables ingresos.	Realizar promociones u oferta que atraigan al cliente, es una de las ventajas para generar más ingresos. Atraerá a más clientela (Ver anexo 29)
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, a través de la venta general, no distribuimos y tampoco se controla que tipo de plato se vendió más que todo por ser un restaurant familiar.	Realizar control en los productos no solo del plato más vendido, también emplear ventas del resto de productos menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.	Identificando el Presupuesto de Ventas, establecerán de manera prudente los cálculos acerca de las ventas esperadas en su restaurante para un periodo determinado. (Ver anexo 9)
10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, es difícil en los productos e insumos que compramos por que tendríamos que pesar más que toda la yuca, camote, entre otros. Pero en lo que refiere pescados y mariscos eso si lo hacemos y distribuimos.	Al no distribuir sus insumos para cada plato, no les permitirá calcular que plato se utilizó más insumos.	Difundir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	En realidad son dos platos que más se vende es el ceviche y el pescado sudado.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave para atraer más clientes, pero si generan más ofertas sobre los demás platos sería un éxito.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.

<p>12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?</p>	<p>Anteriormente una revista que circula por el valle Chicama contratamos sus servicios para que nos realicen publicidad, pero en realidad el restaurante se ha hecho publicidad gracias a sus clientes quienes por ellos nos recomiendan.</p>	<p>Atraer a un cliente, consta de brindarle una buena atención, entregar descuentos, dar un buen recibimiento y despedida, siempre con amabilidad.</p>	<p>Se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas. (Ver anexo 28 y 29)</p>
<p>13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?</p>	<p>Bueno uno de los obstáculos vendría a ser que realizamos nuestros ingresos y gastos de manera empírica ya que no se lleva un control sobre ello y no implementamos en otras mejoras que nos beneficiarían a subir la rentabilidad del restaurante.</p>	<p>El conocimiento empírico consiste en todo lo que se sabe sin poseer un conocimiento estadístico o exacto.</p>	<p>Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.(Ver tablas 3.2 a 3.10)</p>
<p>14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?</p>	<p>Bueno contamos con una caja chica que solo puede solventar gastos oportunos aunque en ocasiones se ha llegado a tener deudas atrasadas durante mucho tiempo en un banco.</p>	<p>Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.</p>	<p>La propietaria evidencio que en el año 2012 tuvo una deuda por un préstamo, según comento que fue a causa de no tener un control de sus ingresos y gastos, lo cual no le permitió pagar a tiempo su deuda.</p>
<p>15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?</p>	<p>Bueno sé que son cifras resumidas de los estados financieros con el objetivo de demostrar el desempeño de las empresas.</p>	<p>Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.</p>	<p>Permitirá reducir incertidumbre y minimizar riesgos, al analizar la situación actual, los posibles sucesos futuros (Ver tabla 3.3)</p>

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO	EFECTO
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	En el año 2012 tuve deudas de préstamos bancarios, por el retraso de mis pagos, casi pierdo un terreno que puse en garantía, ya que el monto era para arreglar el restaurante.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.	Al no tener una planificación sobre sus ingresos y gastos, le genero a la propietaria poner en garantía terreno e hipotecarlo (Ver anexo 26)
17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Si, por que gracias a ello tendría un nivel estratégico financiero y metas establecidas para cada periodo, lo cual me ayudará a obtener ganancias favorables.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.	Para es necesario aplicar tipos de presupuestos, el cual les permitirá tener un control exacto. Ver anexo 9 - 22
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	Si, cada fin de mes entregábamos a la contadora las ventas y las compras para obtener los resultados pero no me favorecían porque igual no podía solventar las deudas bancarias a pesar que se obtenían ventas favorables.	En el restaurante si disfruta de conocimientos, pero debe coordinar con el contador o persona encargada de cualquier resultado.	Implementar metas y estrategias para el mejor rendimiento de su restaurante conjuntamente con personas profesionales en administración o contabilidad.
19. ¿Considera usted qué el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?	No, porque las ganancias que obtengo de las ventas las utilizo para realizar los pagos pendientes y atrasados.	Si el restaurante no implementa estrategias y control y generar más ganancias, podría que la empresa quiebre.	Implementar estrategias para generar más ingresos y generar ganancias evitara que la empresa quiebre (Ver tabla 7.1.2, 7.1.3, 7.1.4)

Tabla 3.2

Plan de Producción de cada Restaurante del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

PLAN DE PRODUCCIÓN
PLAN DE PRODUCCION EN SOLES

PLATOS	RESTAURANTES													
	EL TUMBO		LA RAMADITA		EL EMBRUJO		EL BRUJO		MOCHICA DE CAO		EL GORDITO		PEÑA DE HOREB	
	TOTAL PRODUCCION DE PLATOS AL AÑO 2016													
SHAMBAR	S/.	11,520	S/.	8,640	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-
MENU	S/.	12,600	S/.	20,160	S/.	25,200	S/.	32,400	S/.	15,120	S/.	25,200	S/.	10,080
SUDADO DE PESCADO	S/.	43,200	S/.	25,920	S/.	28,800	S/.	36,000	S/.	36,000	S/.	28,800	S/.	7,200
CEVICHE	S/.	43,200	S/.	27,000	S/.	32,400	S/.	27,000	S/.	21,600	S/.	21,600	S/.	16,200
CHILCANO DE PESCADO	S/.	5,400	S/.	-	S/.	5,400	S/.	5,400	S/.	-	S/.	4,680	S/.	4,680
APANADO DE PESCADO	S/.	5,400	S/.	-	S/.	5,400	S/.	5,400	S/.	5,400	S/.	-	S/.	-
CHICHARRON DE PESCADO	S/.	43,200	S/.	27,000	S/.	32,400	S/.	37,800	S/.	32,400	S/.	27,000	S/.	16,200
REVENTADO DE CANGREJO	S/.	14,400	S/.	6,480	S/.	7,200	S/.	-	S/.	7,200	S/.	-	S/.	-
ARROZ CON MARISCOS	S/.	7,200	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	7,200	S/.	7,200
CHITA AL AJO	S/.	7,200	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-
PESCADO FRITO	S/.	19,440	S/.	19,440	S/.	12,960	S/.	21,600	S/.	12,960	S/.	-	S/.	-
PICANTE DE MARISCOS	S/.	6,480	S/.	6,480	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-
PARIHUELA	S/.	7,200	S/.	7,200	S/.	7,200	S/.	6,480	S/.	7,200	S/.	-	S/.	-
CUY	S/.	12,960	S/.	12,960	S/.	-	S/.	-	S/.	12,960	S/.	-	S/.	-
PATO	S/.	58,320	S/.	51,840	S/.	32,400	S/.	38,880	S/.	25,920	S/.	-	S/.	-
CABRITO	S/.	58,320	S/.	51,840	S/.	32,400	S/.	38,880	S/.	12,960	S/.	-	S/.	-
ARROZ CHAUFA	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	12,960	S/.	12,960.00
POLLO A LA PLANCHA	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	12,960	S/.	21,600.00
CHURRASCO	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	17,640	S/.	27,720.00
CHULETA DE CHANCHO	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	25,200	S/.	35,280.00
POLLO A LA BRASA	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	32,400	S/.	21,600.00
POLLO BROSTER	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	34,560	S/.	34,560.00
LOMITO SALTADO	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	-	S/.	17,280	S/.	23,760.00
TOTAL DE PRODUCCION DE PLATOS AL AÑO 2016	S/.	356,040	S/.	264,960	S/.	221,760	S/.	249,840	S/.	189,720	S/.	267,480	S/.	239,040

Nota: En el presente cuadro se muestra la producción en soles por cada producto que cada Restaurante del Distrito de Magdalena de Cao realizo en el año 2016. Estos datos son obtenidos mediante una entrevista personal a cada propietario de los Restaurantes. En el cual se observa que el Restaurante El Tumbo ha tenido mayor producción en el año 2016, con S/. 356,040.00 soles.

Tabla 3.3

PLAN DE PRODUCCION EN UNIDADES DE CADA PRODUCTO

PRODUCTO	RESTAURANTES						
	EL TUMBO	LA RAMADITA	EL EMBRUJO	EL BRUJO	MOCHICA DE CAO	EL GORDITO	PEÑA DE HOREB
	TOTAL PRODUCCION DE PLATOS AL AÑO 2016						
SHAMBAR	1920	1440	0	0	0	0	0
MENU	1800	2880	3600	5400	2160	3600	1440
SUDADO DE PESCADO	2160	1440	1440	1800	1800	1440	360
CEVICHE	2880	1800	2160	1800	1440	1440	1080
CHILCANO DE PESCADO	360	0	360	360	0	360	360
APANADO DE PESCADO	360	0	360	360	360	0	0
CHICHARRON DE PESCADO	2880	1800	2160	2520	2160	1800	1080
REVENTADO DE CANGREJO	720	360	360	0	360	0	0
ARROZ CON MARISCOS	360	0	0	0	0	360	360
CHITA AL AJO	360	0	0	0	0	0	0
PESCADO FRITO	1080	1080	720	1440	720	0	0
PICANTE DE MARISCOS	360	360	0	0	0	0	0
PARIHUELA	360	360	360	360	360	0	0
CUY	720	720	0	0	720	0	0
PATO	3240	2880	1800	2160	1440	0	0
CABRITO	3240	2880	1800	2160	720	0	0
ARROZ CHAUFA	0	0	0	0	0	3240 S/.	12,960.00
POLLO A LA PLANCHA	0	0	0	0	0	2160 S/.	21,600.00
CHURRASCO	0	0	0	0	0	2520 S/.	27,720.00
CHULETA DE CHANCHO	0	0	0	0	0	3600 S/.	35,280.00
POLLO A LA BRASA	0	0	0	0	0	5400 S/.	21,600.00
POLLO BROSTER	0	0	0	0	0	5760 S/.	34,560.00
LOMITO SALTADO	0	0	0	0	0	2880 S/.	23,760.00
TOTAL DE PRODUCCION DE PLATOS AL AÑO 2016	22800	18000	15120	18360	12240	9000	4680

Plan de Producción de cada Restaurante del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

Nota: En este cuadro se muestra los niveles de producción en unidades por cada producto que cada Restaurante del Distrito de Magdalena de Cao, estos datos obtenidos fue mediante una entrevista con cada propietario de dichos restaurantes. Con el cual se mostrar un control sobres sus ventas y quien de los restaurantes ha obtenido mayor producción.

Resumen del Procedimiento: Implementando un mayor control sobre su producción anual, esto beneficiara a cada restaurante, ya que les permitirá saber cuántas ventas realizan al año, lo cual significa cuanto a sido sus ingresos, como también significa que el cliente satisface sus necesidades en los productos y servicios que brinden cada restaurante.

Tabla 3.4

Ventas del Restaurante El Tumbo del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

Restaurante El Tumbo

PLATOS	RESTAURANT				TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
	PRECIO DE PLATO	EL TUMBO				
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES			
SHAMBAR	S/. 6.00	40	160	1920	S/. 11,520.00	
MENU	S/. 7.00	5	150	1800	S/. 12,600.00	
SUDADO DE PESCADO	S/. 20.00	6	180	2160	S/. 43,200.00	
CEVICHE	S/. 15.00	8	240	2880	S/. 43,200.00	
CHILCANO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00	
APANADO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00	
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	8	240	2880	S/. 43,200.00	
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 20.00	2	60	720	S/. 14,400.00	
ARROZ CON MARISCOS	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
CHITA AL AJO	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
PESCADO FRITO	S/. 18.00	3	90	1080	S/. 19,440.00	
PICANTE DE MARISCOS	S/. 18.00	1	30	360	S/. 6,480.00	
PARIHUELA	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
CUY	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00	
PATO	S/. 18.00	9	270	3240	S/. 58,320.00	
CABRITO	S/. 18.00	9	270	3240	S/. 58,320.00	
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 356,040.00	

Nota: En la tabla se observa que el Restaurante El Tumbo en el año 2016 ha obtenido mayores ventas es en el producto de comida criolla: cabrito, 3240 platos y pato, 3240 platos. Estos datos se recopilaron mediante los datos numéricos que la propietaria nos rindió mediante sus boletas de ventas.

Tabla 3.5

Presupuesto de Mano de Obra del Restaurante El Tumbo.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA**RESTAURANT "EL TUMBO"**

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO
CHEF	S/. 1,800	2	S/. 21,600	S/. 43,200
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MANTENIMIENTO	S/. 850	2	S/. 10,200	S/. 20,400
MESEROS	S/. 850	2	S/. 10,200	S/. 20,400
CAJERO	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO				S/. 104,400

Nota: En la tabla de tipo presupuesto se muestra quienes incurren en la mano de obra del Restaurante El Tumbo, cuanto es su sueldo mensual, y el total del sueldo y salarios en el año 2016. Estos datos fueron obtenidos mediante una entrevista a la propietaria de dicho Restaurante.

Tabla 3.6

Presupuesto de Mano de Obra de los Restaurantes de Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

PRESUPUESTO MANO DE OBRA

Presupuesto de Mano Obra de Todos Los Restaurantes de Magdalena de Cao, año 2016

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL		RESTAURANTES							TOTAL AL AÑO
	PERSONAL	MENSUAL INDIVIDUAL	EL TUMBO	LA RAMADITA	EL EMBRUJO	EL BRUJO	MOCHICA DE CAO	EL GORDITO	PEÑA DE HOREB	
CHEF	S/. 1,800	S/. 43,200	S/. 43,200	S/. 21,600	S/. 21,600	S/. 21,600	S/. 21,600	S/. 43,200	S/. 21,600	S/. 216,000
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	S/. 10,200	S/. -	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. -	S/. 51,000
MANTENIMIENTO	S/. 850	S/. 20,400	S/. 10,200	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. -	S/. 51,000
MESEROS	S/. 850	S/. 20,400	S/. 20,400	S/. 20,400	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. 102,000
CAJERO	S/. 850	S/. 10,200	S/. 10,200	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 10,200	S/. -	S/. 30,600
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO		S/. 104,400	S/. 84,000	S/. 52,200	S/. 42,000	S/. 52,200	S/. 84,000	S/. 31,800	S/. 450,600	

Nota: En la presente tabla se observa el total al año de cada restaurante de Magdalena de Cao.

Tabla 3.8.

Costos Fijos que realizaron los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

VALOR (SOLES)	GASTOS GENERALES DEL AÑO 2016														
	EL TUMBO	LA RAMADITA	EL EMBRUJO	EL BRUJO	MOCHICA DE CAO	EL GORDITO	PEÑA DE HOREB								
ARRENDAMIENTO	S/. 800.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 9,600	S/. -	S/. 9,600	S/. -							
AGUA (BAJA POLICIA)	S/. 13	S/. 154.80	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155	S/. 155							
ENERGIA ELECTRICA		S/. 2,550	S/. 2,090	S/. 1,800	S/. 1,538	S/. 1,875	S/. 1,800	S/. 1,460							
TELEFONO	S/. 20	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 240	S/. 240							
SERVICIO DE GAS	S/. 34	S/. 1,768	S/. 1,632	S/. 1,632	S/. 1,224	S/. 1,224	S/. 2,040	S/. 1,224							
PAPELERA Y UTILES		S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000	S/. 3,000							
HONORARIOS		S/. 104,400	S/. 84,000	S/. 52,200	S/. 42,000	S/. 52,200	S/. 84,000	S/. 31,800							
ELEMENTO DE ASEO		S/. 280	S/. 250	S/. 250	S/. 200	S/. 250	S/. 280	S/. 190							
TRANSPORTE		S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400	S/. 2,400							
TOTAL		S/. 114,793	S/. 93,767	S/. 61,677	S/. 60,357	S/. 61,344	S/. 103,515	S/. 40,469							

Nota: En la tabla se observa los costos indirectos de fabricación que incurren en la producción de sus productos de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

Tabla 3.9.

PLANIFICACION DE COMPRAS

FECHA /PERIODO	ene-18
PRESUPUESTO	1000.00
SUMA DE LAS COMPRAS PREVISTAS	710
DINERO DISPONIBLE	290

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	& S/PRESUPUESTO
A	1	40	40	4%
B	4	100	400	40%
C	5	30	150	15%
D	3	40	120	12%

Nota: Esta table permite confeccionar la lista y calcula en forma de porcentaje la importancia de cada artículo en la al presupuesto total. Además informa dl dinero gastado y disponible en cada momento.

Tabla 3.10

ARQUEO DE CAJA		
		FECHA _____
CAJA _____		ARQUEO N°: _____
CAJERO: _____		
1.- SALDO		1,000.00
Saldo Inicial	1,000.00	
2.- DOCUMENTOS		20,428.00
- VENTAS - INGRESOS	20,428.00	
Facturas	15,000.00	
Boletas de Venta	5,428.00	
Nota de Crédito	_____	
Nota de Débito	_____	
Otros	_____	
- COMPRAS - EGRESOS	-	
Facturas	_____	
Boletas de Venta	_____	
Nota de Crédito	_____	
Nota de Débito	_____	
Otros	_____	
3.- EFECTIVO - EQUIVALENTE DE EFECTIVO		21,428.00

Nota: En esta tabla se observa el análisis de las transacciones del efectivo, en un momento determinado, con el objeto de comprobar si se ha contabilizado todo el efectivo recibido y si el saldo que arroja esta cuenta corresponde con lo que se encuentra físicamente en caja en dinero en efectivo, boletas, facturas, entre otros comprobantes de pago.

Después de haber desarrollado el objetivo específico “Identificación de los Indicadores de Medición de la Planificación Operativa, se obtuvo mediante una entrevista a los propietarios de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao. Con el cual se determinó los presupuestos de ventas, presupuesto de producción, presupuesto de materia prima, presupuesto de mano de obra, presupuesto de compras y presupuesto de gastos indirectos de fabricación como indicadores de medición de la Planificación Operativa tal como lo dice el autor Sánchez (2002) “Podamos planificar operativamente como alcanzar los resultados esperados, para lo cual utilizaremos los presupuestos operativos, indicadores de medición y recursos necesarios de la Planificación Operativa”. Sin embargo se constató que el Restaurante el Tumbo es el único de los 7 Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao que tiene Estados Financieros, por el cual no reflejan las mismas cantidades en soles en sus Estados Financieros, ya que la persona que se encargó de la contabilidad de este Restaurante lo realizó sin ninguna documentación que avale dichas cantidades en soles.

3.2 Analizar la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes, año 2016.

Para el desarrollo de este objetivo se realizó el análisis e interpretación de los estados financieros, los cuales se dividen en método vertical, método horizontal y los indicadores financieros; ratio de liquidez, gestión, rentabilidad y solvencia,

Tabla 3.1

Análisis Vertical y Horizontal del Estado de Situación Financiera del Restaurant El Tumbo, año 2015 y 2016

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
"RESTAURANT EL TUMBO"						
Al 31 de Diciembre del 2,016						
(En nuevos soles)						
	PERIODOS		ANALISIS VERTICAL		ANALISIS HORIZONTAL	
	2015	2016	2015	2016	S/.	%
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y Equivalente de Efectivo	25,368	52,515	17.75%	27.11%	27,147	107.01%
Existencias (Neto)	38,284	68,854	26.79%	35.54%	30,570	79.85%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	63,652	121,369	44.54%	62.65%	57,717	90.68%
ACTIVO NO CORRIENTE						
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciacion acumulada)	79,268	72,345	55.46%	37.35%	-6,923	-8.73%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	79,268	72,345	55.46%	37.35%	-6,923	-8.73%
TOTAL ACTIVO	142,920	193,714	100.00%	100.00%	50,794	35.54%
PASIVO Y PATRIMONIO						
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones Financieras	54,185	45,358	40.46%	23.53%	-8,827	-16.29%
Cuentas por Pagar Comerciales	34,578	54,246	25.82%	28.14%	19,668	56.88%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	88,763	99,604	66.28%	51.66%	10,841	12.21%
TOTAL PASIVO	88,763	99,604	66.28%	51.66%	10,841	12.21%
PATRIMONIO NETO						
Capital	25,000	25,000	18.67%	12.97%	0	0.00%
Resultados Acumulados	20,150	68,200	15.05%	35.37%	48,050	238.46%
TOTAL PATRIMONIO NETO	45,150	93,200	33.72%	48.34%	48,050	106.42%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	133,913	192,804	100.00%	100.00%	58,891	43.98%

Nota: Esta tabla proporciona ver los resultados de la situación económica y financiera del Restaurant El Tumbo, en su Estado de Situación Financiera en el año 2016 mediante un análisis vertical y horizontal.

Como comentario general, se observa mediante un análisis vertical que el restaurant El Tumbo en sus activos del año 2016 lo más simbólico es inmueble, maquinaria y equipo en un 37.35%, en existencias obtiene un 35.54%. Y en el efectivo equivalente de efectivo en un total de 27.11% menos representativo del total del activo del Restaurante. En donde la mayor distribución en la inversión es contraída a un largo plazo.

Sus cuentas del Pasivos del año 2016, con la mayor repartición son sus cuentas por pagar que equivale a un 28.14%. Como también con sus obligaciones financieras con un 23.53%, que hace un total del pasivo un 51.66%.

El análisis vertical, en su Patrimonio Neto del año 2016 lo más resaltante es los resultados acumulados obtenidos es de 35.37%, con un capital lo que representa con un 12.97%. Que representa un total del Patrimonio Neto de un total de 48.34%

Asimismo con el análisis vertical, observa más financiamiento con terceros del año 2016, el porcentaje más elevado, 51.66%, frente al financiamiento propio que adquiere 48.34% del total. Lo que corresponde decir que por cada sol aportado, 0.56 céntimos lo han aportado personas que no intervienen en el restaurante. En donde el financiamiento con terceros es adquirido a corto plazo.

Finalmente comparamos entre los dos años, ver los resultados obtenidos de la situación económica y financiera al Restaurant “El Tumbo” en un ANÁLISIS HORIZONTAL al estado de Situación Financiera.

Mediante el análisis horizontal, en los años 2015 y 2016 sus activos lo más resaltante continua inmueble, maquinaria y equipo obteniendo disminución del 8.73%, en sus existencias ha tenido un crecimiento del 79.85%. Y en el Efectivo equivalente de efectivo de igual manera hubo un crecimiento del 107.01% en donde la variación y la mayor distribución en la inversión sigue siendo contraída a un largo plazo.

Al mismo tiempo, en los años 2015 y 2016, en los pasivos las obligaciones financieras se observa una disminución 16.29% por los pagos realizados a corto plazo. Incluso con las Cuentas por pagar comerciales adquiere un aumento del 56.88%. En el total de los Pasivos también tiene un incremento ligero del 12.21%.

Finalmente el análisis horizontal, en los años 2015 y 2016, en su Patrimonio Neto. El Capital se sostiene igual sin tolerar ninguna variación, en los Resultados acumulados obtiene un crecimiento de un 238.46%. En total del Patrimonio Neto también tiene un incremento de 106.42%.

Tabla 3.2

Análisis Vertical y Horizontal del Estado de Resultados del Restaurant El Tumbo, año 2015 y 2016

ESTADO DE RESULTADOS						
"RESTAURANT EL TUMBO"						
Al 31 de Diciembre del 2,016						
(En nuevos soles)						
	2015	2016	ANALISIS VERTICAL %		ANALISIS HORIZONTAL %	
			2015	2016	2,015	2016
INGRESOS						
Ventas	368,529	560,256	100%	100%	191,727	52.02%
Otros Ingresos Operacionales						
TOTAL INGRESOS BRUTOS						
Costos de Ventas	187,382	292,478	50.85%	52.20%	105,096	56.09%
UTILIDAD BRUTA	181,147	267,778	49.15%	47.80%	86,631	47.82%
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administracion	74,586	98,736	22.95%	17.62%	14,150	16.73%
Gastos de Venta	33,928	80,029	11.92%	14.28%	36,101	82.18%
UTILIDAD OPERATIVA (GASTOS)	72,633	89,013	14.28%	15.90%	36,380	69.12%
Ingresos Financieros						
Gastos Financieros	5,653	5,010	1.53%	0.89%	-643	-11.37%
Otros Ingresos						
Otros Gastos						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	66,980	84,003	12.75%	15.01%	37,023	78.81%
Impuesto a la Renta	16,929.00	15,793.00	4.59%	2.82%	-1.136	-6.71%
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	50,051	68,210	8.16%	12.19%	38,159	126.98%

Nota: Se presenta el Estado de Resultado del Restaurante El Tumbo, así mismo se muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos que se rindieron, como también la ganancia o pérdida que se ha generado en dicho restaurante en los años 2015 y 2016.

No obstante se comparó entre el año 2015 y 2016, los resultados obtenidos de la situación económica y financiera al restaurante El Tumbo, en un Análisis Horizontal al Estado de Resultados:

Mediante el análisis horizontal, se observa en los años 2015 y 2016, el restaurante del periodo 01 de enero al 31 de diciembre. Se muestra en sus ventas netas un total de S/. 191,727 soles que representa el 52.02% de crecimiento del año 2016. Y sus costos de ventas 56.02% de incremento del total de las ventas netas. Obteniendo un margen de utilidad bruta del 47.82% e crecimiento al año 2016.

Paralelamente se puede analizar, en los años 2015 y 2016, en el restaurante sus gastos de administración consigue una variación de 16.73%, sus gastos de ventas su variación es del 82.18% es el más simbólico y sus gastos financieros obtiene una disminución del -11.37%. Por tal motivo hace una suma total de los gastos operacionales hace una variación de un 87.54 % total de las ventas netas obtenidas en el año 2016.

En conclusión, el análisis horizontal, en los años 2015 y 2016, el restaurante en el ejercicio 2015 en sus ventas netas un total de S/. 368,529.00 y en sus ventas netas un total S/. 560,256.00 soles para el año 2016 que representa el 100%, en donde obtiene un variación positiva en la utilidad del 126.98% como resultado de los años analizados.

Tabla 3.3

Análisis de Ratios del año 2016 – 2015

Ratios		Formula	2015	2016	COMENTARIO
	Liquidez Corriente	Activo Corriente/Pasivo Corriente	0.72	1.22	En el año 2015 se observa que la empresa contaba con S/.0.72 para cubrir cada sol de obligación a corto plazo. En cambio en el año 2016 se observa un aumento de S/ 1.22 para cada sol de obligación. Esto a su vez significa que la empresa cuenta con un activo corriente de cuentas por cobrar.
Liquidez	Liquidez Absoluta	Disponible En Caja/Pasivo Corriente	0.29	0.53	En el 2015 la empresa podía cubrir sus obligaciones a corto plazo ya que contaba con S/.0.29 para cubrir cada sol de obligación corriente, mientras que para el año 2016 se ha visto una aumento contando con S/.0.53 para cubrir cada sol de obligación.
	Capital De Trabajo	Activo Corriente- Pasivo Corriente	s/.25,111	s/.21,765	En el año 2015 la empresa contaba con S/.25,111.00 en capital de trabajo, mientras que para el año 2016 la empresa disminuyo en S/.21,765 lo que significa que la empresa cuenta con más capital de trabajo para ese año económico.
Solvencia	Apalancamiento Financiero	"Pasivo Total/ Activo Total"	0.62	0.51	Para el año 2015 este indicador es de 62% de terceros y 38% de los propietarios, mientras que para el año 2016 el 51% de terceros y 49% de propietarios, esto debido a que la empresa ha incrementado IME.
	Solvencia Patrimonial	"Pasivo Corriente+ Pasivo No Corriente/ Patrimonio"	1.97	1.07	Se puede observar que en el año 2015 la empresa tenía 1.97 se encuentra endeudada, mientras que para el año 2016 la empresa disminuyo sus deudas con terceros obteniendo un 1.07 sobre su patrimonio.

Ratios		Formula	2015	2016	COMENTARIO
Rentabilidad	Rentabilidad Patrimonial	"Utilidad Neta/ Patrimonio"	0.67	0.73	Observamos que en el año 2015 por cada S/. 1.00 que pertenecía a la empresa, se obtuvo S/. 0.67 de utilidad, mientras que para el año 2016 éste índice aumento a S/. 0.73
	Margen de Utilidad Neta	"Utilidad Neta/ventas"	0.80	0.12	Observamos que, en el 2015 por cada sol de aportaciones de los socios de la empresa, ésta ha obtenido S/. 0.80, mientras que para el año 2016, por cada sol sus aportaciones era del s/. 0.12.
Gestión	Rotación De Activos totales	Ventas/Activo Total	2.58	2.89	En el año 2015 vemos 2.58 cobros efectuados lo cual aumento en el 2016 a 2.89 cobros, esto quiere decir que la Gestión de ventas en el tema de cobros es deficiente.

Nota: Se puede observar en la tabla 3.3 según el análisis de los ratios de los estados financieros el disponible en caja tuvo una disminución considerable siendo en el año 2015, S/. 0.53, mientras que en el año 2016 fue S/. 0.29, el margen de la utilidad neta en el año 2015 fue 0.80 y en el año 2015 de 0.12 debido a una mala gestión, la disminución en el margen de utilidad neta y en las cuentas por cobrar no fue en el tiempo optimo esperado debido a que la empresa esperó obtener mejores resultados que los días promedio de 85 (días esperados de recuperación menos a 80).

3.4 Contrastación de Hipótesis

En la presente investigación se planteó la siguiente hipótesis: La Planificación Operativa tiene efecto positivo en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

La hipótesis es aceptada: porque en la investigación desarrollada a los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, se determinó que de acuerdo a la información recolectada a través de la entrevista que se le realizó a cada uno de los propietarios y/o administradores de cada restaurant, se pudo constatar que no cuentan con un adecuado control financiero y una planificación operativa para calcular los costos de sus insumos, sus compras, ventas, gastos administrativos es decir lo realizan de manera empírica.

Por lo tanto la hipótesis se acepta, ya que La Planificación Operativa con respecto a la mala reorganización y clasificación de un control financiero en los restaurantes, genera que los costos no sean distribuidos adecuadamente, lo cual impedirá tomar decisiones que le permitan reducir costos, debido a que son los más significativos, por lo tanto esto perjudicará directamente a que no generen utilidades esperadas para cada restaurante.

DISCUSIÓN

IV. Discusión

Del resultado obtenido de la investigación después de haber desarrollado el objetivo específico “Identificación de los Indicadores de Medición de la Planificación Operativa, se obtuvo mediante una entrevista a los propietarios de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao. Con el cual se determinó los presupuestos de ventas, presupuesto de producción, presupuesto de materia prima, presupuesto de mano de obra, presupuesto de compras y presupuesto de gastos indirectos de fabricación como indicadores de medición de la Planificación Operativa tal como lo dice el autor Sánchez (2002) “Podamos planificar operativamente como alcanzar los resultados esperados, para lo cual utilizaremos los presupuestos operativos, indicadores de medición y recursos necesarios de la Planificación Operativa”. Sin embargo se constató que el Restaurante el Tumbo es el único de los 7 Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao que tiene Estados Financieros, por el cual no reflejan las mismas cantidades en soles en sus Estados Financieros, ya que la persona que se encargó de la contabilidad de este Restaurante lo realizó sin ninguna documentación que avale dichas cantidades en soles.

Así mismo se observó mediante un análisis vertical que el restaurant El Tumbo en sus activos del año 2016 lo más simbólico es inmueble, maquinaria y equipo en un 37.35%, en existencias obtiene un 35.54%. Y en el efectivo equivalente de efectivo en un total de 27.11% menos representativo del total del activo del Restaurante. En donde la mayor distribución en la inversión es contraída a un largo plazo.

Sus cuentas del Pasivos del año 2016, con la mayor repartición son sus cuentas por pagar que equivale a un 28.14%. Como también con sus obligaciones financieras con un 23.53%, que hace un total del pasivo un 51.66%.

El análisis vertical, en su Patrimonio Neto del año 2016 lo más resaltante es los resultados acumulados obtenidos es de 35.37%, con un capital lo que representa con un 12.97%. Que representa un total del Patrimonio Neto de un

total de 48.34%

Asimismo con el análisis vertical, observa más financiamiento con terceros del año 2016, el porcentaje más elevado, 51.66%, frente al financiamiento propio que adquiere 48.34% del total. Lo que corresponde decir que por cada sol aportado, 0.56 céntimos lo han aportado personas que no intervienen en el restaurante. En donde el financiamiento con terceros es adquirido a corto plazo.

Finalmente comparamos entre los dos años, ver los resultados obtenidos de la situación económica y financiera al Restaurant "El Tumbo" en un ANÁLISIS HORIZONTAL al estado de Situación Financiera.

Mediante el análisis horizontal, en los años 2015 y 2016 sus activos lo más resaltante continua inmueble, maquinaria y equipo obteniendo disminución del 8.73%, en sus existencias ha tenido un crecimiento del 79.85%. Y en el Efectivo equivalente de efectivo de igual manera hubo un crecimiento del 107.01% en donde la variación y la mayor distribución en la inversión sigue siendo contraída a un largo plazo.

Al mismo tiempo, en los años 2015 y 2016, en los pasivos las obligaciones financieras se observa una disminución 16.29% por los pagos realizados a corto plazo. Incluso con las Cuentas por pagar comerciales adquiere un aumento del 56.88%. En el total de los Pasivos también tiene un incremento ligero del 12.21%.

Finalmente el análisis horizontal, en los años 2015 y 2016, en su Patrimonio Neto. El Capital se sostiene igual sin tolerar ninguna variación, en los Resultados acumulados obtiene un crecimiento de un 238.46%. En total del Patrimonio Neto también tiene un incremento de 106.42%.

Así también se determinó que no establecen un control financiero a nivel estratégico, por este motivo no incluyen las actividades de operación de una empresa cuantificadas en unidades de monetarias y/o físicas, tales como: ventas, compras, producción, cobranzas, abastecimientos, entre otros. Con respecto a la situación económica – financiera, se analizó mediante análisis vertical y horizontal además los Ratios: Liquidez, Gestión, Rentabilidad, Solvencia de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao de los años 2015 y 2016 pero para determinar el efecto de la Planificación Operativa se realizó una comparación del año 2016, aplicando tipos de presupuestos. Por último se determinó que cuando se aplica una planificación Operativa de forma adecuada, esto se ve reflejado en las Utilidades de cada restaurante.

Se puede observar en la tabla 3.3 según el análisis de los ratios de los estados financieros el disponible en caja tuvo una disminución considerable siendo en el año 2015, S/. 0.53, mientras que en el año 2016 fue S/. 0.29, el margen de utilidad neta en el año 2015 fue 0.80 y en el año 2016 de 0.12 debido a una mala gestión, la disminución en el margen de utilidad neta y en las cuentas por cobrar no fue en el tiempo óptimo esperado debido a que la empresa esperó obtener mejores resultados que los días promedio de 85 (días esperados de recuperación menos a 80).

Esta discusión confirma lo investigado por Sauna (2015) en su investigación “La Planificación Operativa y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa cevichería Patty, año 2014”, nos resume:

El presente trabajo de investigación se elaboró a la empresa CEVICHERIA PATTY. Mediante esta investigación se pretende determinar el efecto que genera la planificación operativa en la situación económica y financiera. Para este informe de investigación se utilizó la metodología observacional, donde se realizó la observación sistemática y con medios técnicos. Tipo de estudio fue descriptiva, así logro los objetivos, se usó la técnica la entrevista. De diseño no experimental porque no se manipulo ninguna variable, demostrando como muestra en

el campo de investigación. De corte transversal porque se midió en un periodo determinado. Después de realizar el estudio, se determinó que dicha herramienta fue de gran utilidad si tan solo en la empresa tuviera uso frecuente de la planificación operativa, ya que esto ayudo analizar el grado de liquidez, gestión, endeudamiento o solvencia y rentabilidad, así evitando riesgos económicos y financieros. Otorgándole con el cumplimiento de las ventas deseas y por ende el mejoramiento de la utilidad para la empresa CEVICHERIA PATTY. (Sauna, 2015, p. III).

También confirma lo investigado por Urtecho (2015) en su investigación “La Planificación Financiera y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa Hotel el Brujo de la Ciudad de Trujillo año 2014”, nos resume en su investigación:

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el efecto de la planificación financiera en la situación económica y financiera de la empresa Hotel el Brujo de la Ciudad de Trujillo, el tipo de estudio fue Descriptiva de diseño no experimental y de corte transversal, la población y muestra fue la empresa Hotel el Brujo, se realizó un análisis documental, se aplicó una entrevista al Contador de la Empresa y se solicitó información del año 2014 para realizar la investigación, luego se realizó un análisis vertical y también se analizó a través de los ratios financieros para conocer la situación actual y realizar proyecciones de acuerdo a las necesidades de la empresa, de esta manera se desarrolló cada objetivo específico planteado, se determinó que la empresa durante dichos años de servicio nunca realizo un plan financiero y se pudo identificar cuáles fueron las causas y consecuencias de la ausencia de una planificación financiera, con los datos históricos se realizó proyecciones tomando en cuenta los objetivos y metas de la empresa, los resultados obtenidos fueron analizados y comparados con los resultados reales, obteniendo de esta manera resultados positivos, se concluye que la planificación financiera si tiene efecto positivo en la situación económica y financiera de la empresa Hotel el Brujo de la ciudad de Trujillo. (Urtecho, 2015, p. III).

CONCLUSIÓN

V. Conclusiones

1. Se realizó la identificación de los indicadores financieros de la Planificación Operativa de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, con el cual se realizó una entrevista a cada propietario de los Restaurantes, con el que se determinó que estos no realizan la planificación operativa en sus restaurantes, uno de ellos por no tener suficiente información referente a metas y estrategias para el buen manejo de su restaurante.
2. Se desarrolló un análisis comparando la situación económica y financiera del Restaurante El Tumbo, ya que los demás Restaurantes no cuentan hasta la actualidad con sus estados financieros, por motivos que no realizan y contratan un personal especializados en trabajar en llevar un control sobre ello.
3. Se elaboró la propuesta referente a la planificación operativa para llevar un mayor control financiero para obtener resultados esperados, es por ello se utilizó los presupuestos operativos e indicadores financieros de la planificación operativa.
4. Finalmente la implementación de la planificación operativa en la situación económica y financiera dio efecto positivo, lo cual logro tener un mejor control de sus recursos necesarios para llevar a cada restaurante a un mejor rendimiento financiero.

RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

1. Se recomienda a cada restaurante del Distrito de Magdalena de Cao implementar los indicadores de medición de la Planificación Operativa para un mejor efecto positivo de sus estados financieros y económicos, porque de esta manera permitirá a cada restaurante a llevar un mejor control sobre ello.
2. También se recomienda contratar un personal especializados en realizar estados financieros para sus restaurantes. Esto les permitirá saber si sus restaurantes están en un buen rendimiento financiero, para que de ello puedan ver en qué y que deben invertir como también gastar su dinero y les permita tener para un manejo adecuado de sus restaurantes.
3. Innovar platos marinos u otro tipo de comida, con el propósito de incentivar al consumidor compre más productos, brindar un mejor servicio y obtener fidelización de sus clientes, con el fin de que cada restaurante obtenga mayores ingresos y evitar endeudarse o el restaurante quiebre por falta de consumidores.
4. La aplicación de la propuesta de la planificación operativa en sus estados financieros, a través de un plan de compras, realizar una reorganización en todos los elementos que incurran en la producción, para luego se vea reflejado más adelante en la utilidad y en conclusión genere un crecimiento económico.

PROPUESTA

VII. Propuesta

7.1 Propuesta de mejora en el Plan Operativo que permita mejorar la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

7.1.1. Plan Estratégico:

Actualmente los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao en la actualidad no desarrollan un plan estratégico como parte de la planificación operativa. Por tal motivo se elaborará los objetivos necesarios a corto plazo, precisando la estrategia indispensable para poder lograr las ventas esperadas y confiando tener una guía que facilite el aumento de la misma y lograr con el incremento de las metas deseadas para los restaurantes.

Objetivos Estratégicos:

- a. Realizar un plan de marketing para incrementar sus ventas.
- b. Crear un presupuesto de marketing proyectado.
- c. Implementar un pronóstico de ventas mensuales para periodos proyectados.
- d. Implementar indicadores financieros del plan operativo.
- e. Establecer un plan de compras.
- f. Implementar control de compras y ventas de los productos.

Metas a Corto Plazo:

- Contratar publicidad radial, televisiva y documental una por cada mes, durante todo el año para poder atraer un mayor porcentaje de clientes para cada restaurante.
- Realizar publicidad a través de redes sociales como el Fanpage, tener informado a los consumidores nuevos y antiguos de cualquier acontecimiento que pueda ocurrir. Con el fin de atraer clientela para los restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao.

- Incrementar un clima laboral, con el cual se realice capacitaciones para cada tipo de personal que interviene en la producción y administración de cada restaurante.
- Crear habilidades y competencias en el proceso de producción, con el fin de realizar capacitaciones en la calidad sanitaria a los chef y ayudante de cocina.
- Elaborar e innovar nuevos platos marinos u otro tipo de comidas que el cliente guste, así obtener fidelización y atracción de los clientes.
- Realizar ofertas y promociones de los platos bandera u otros platos que tengan poca demanda.

a. Estrategias para aumentar las Ventas.

Motivar a los trabajadores o equipo de Ventas: Al trabajador a través de las recompensaciones como una comisión de 0.5% de acuerdo a la cantidad de mesas atendidas durante mes. El trabajador buscare rendir más en vender y mejorara su atención al cliente.

Publicidad: El cliente o consumidor buscare la mejor alternativa, la variación e innovación de nuevos platos marinos como criollos, y los precios que sean accesibles al alcance de su bolsillo.

Crear una página web o un Fanpage, de manera que aumentaría la actividad promocional para generar ingresos.

Del mismo modo, realizar anuncios radiales como televisivos, revistas, por lo que sus costos no serían muy altos.

Incentivar a los Clientes: A los consumidores les agrada ser partícipes de un grupo seleccionado en el cual se realicen promociones con descuentos, productos gratis o cualquier otra manera de motivar al consumidor, algo a cambio de comprar más y de mismo modo ganarse la confianza del restaurante.

Constatar Precios: Estar pendiente y monitorear los precios de la competencia, esto sucederá en tiempo de recesión, por el cual el consumidor gasta menos y los restaurantes bajan sus precios tentativos.

Atraer la Venta: No solo satisfacerse en las ventas una vez y descuidar al consumidor. Si no realizar un seguimiento, podría ser una encuesta de satisfacción al cliente, esto beneficiara un mejor rendimiento en cada restaurante de manera interna.

b. Presupuesto de Marketing para aumentar las Ventas para cada año.

Tabla 7.1.2

PRESUPUESTO DE ESTRATEGIAS MARKETING

PUBLICIDAD:	MENSUAL	ANUAL
Pago manejo del Internet para que actualice la página web o Fanpage.	S/. 450	S/. 5,400
Anuncios radiales por cada 30 segundos por los 6 meses del año 2016.	S/. 320	S/. 1920
TRABAJADORES:		
Motivarlo a través de los incentivos laborales como puede ser una comisión de 0.5% de las ventas proyectadas mensualmente, para mejorar la atención al cliente.	S/. 196	S/. 2,352
Cocineros entregarles comisión del 0.5%, si en caso no hay reclamos por los pedidos de la comida.	S/. 196	S/. 2,352
CLIENTES:		
Premiar con descuentos, productos gratis y promociones por más de 150 soles en consumo un 10% descuento en los meses de menos demanda.	S/. 300	S/. 1,800
TOTAL S/.	S/. 13,824	

Nota: En este cuadro se le asignara un presupuesto de marketing y las estrategias que debe tomar para cada rubro en publicidad, empleados y clientes son piezas importantes para los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao y esto va a demostrar un gastos mensual, como total del gasto de implementación del presupuesto de marketing es de S/. 13,824.00 soles. Esto puede permitir aumentar las ventas para cada periodo de un año.

c. Elaboración de un Plan de Compras.

Figura 7.1.3

Elaboración de un Plan De Compras

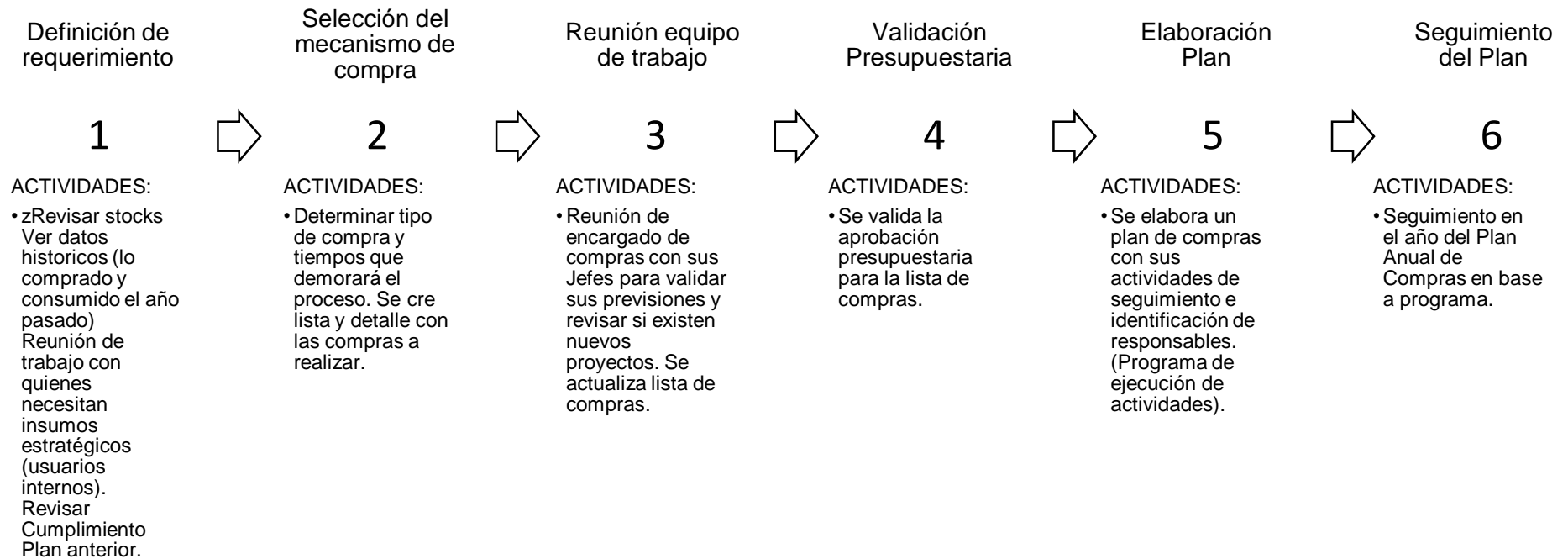


Tabla 7.1.4

Control de Compras de los Productos

CONTROL DE COMPRAS DE LOS PERIODOS

RAZÓN SOCIAL:	Restaurante El Tumbo	PERIODO:	25/08/2017
PROVEEDOR:	Distribuidora Don Emiliano.	RUC:	20440315431
PRODUCTO:	Venta al por mayor alimento	CÓDIGO:	123456890
ARTÍCULO:	-----		
FUENTE DE COMPRA:	-----		

N°	FECHA	CONCEPTO	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
			CANTIDAD (Kilos)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD (Docenas)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD (Docenas)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	25.08.2017	Arroz	49	S/. 2.80	S/. 137.20	36	S/. 2.80	S/. 100.80	13	S/. 2.80	S/. 36.40
2	25.08.2017	Azúcar	49	S/. 2.20	S/. 107.80	32	S/. 2.20	S/. 70.40	17	S/. 2.20	S/. 37.40

Nota: En el presente cuadro se propone realizar un modelo de control de compras de los productos, materiales e insumos que incurran en la producción para cada Restaurante del Distrito de Magdalena de Cao, con la finalidad de llevar un registro exacto de las compras realizadas.

Tabla 7.1.5

Secuencia de actividades para cada Restaurante de Magdalena de Cao.

SECUENCIA DE ACTIVIDADES PARA CADA RESTAURANTE DE MAGDALENA DE CAO

DESCRIPCION DEL PROCESO DE ELABORACION DE ALIMENTOS			
PASO	DESCRIPCION	RESPONSABLE	TIEMPO
1	RECIBIR A LOS CLIENTES	MESERO	1 min
2	ENTREGAR CARTA	MESERO	1 min
3	TOMAR EL PEDIDO	MESERO	5 min
4	ENTREGAR ORDEN DE PEDIDO	MESERO	1 min
5	PREPARAR LA COMIDA DE LA ORDEN	CHEF-AYUDANTE DE COCINA	15 minutos
6	SERVIR PEDIDO A LOS CLIENTES	MESERO	2 min
7	OTRO SERVICIO DEL CLIENTE	MESERO	1 min
8	ENTREGAR AL CLIENTE LA CUENTA	MESERO	1 min
9	REALIZAR EL COBRO DE LA CUENTA	CAJERA	4 min

Nota: En la siguiente tabla se describe la secuencia de actividades, determinando un tiempo a cada responsable de la producción de los productos que ofrecen cada Restaurante.

Tabla 7.1.6

DESCRIPCION DEL PROCESO DE ELABORACION DE ALIMENTOS PARA LOS RESTAURANTES DE MAGDALENA DE CAO

DESCRIPCION DEL PROCESO DE ELABORACION DE ALIMENTOS			
PASO	DESCRIPCION	RESPONSABLE	TIEMPO
1	COMPRA DE INSUMOS	CHEF	3 horas
2	SELECCIÓN DE ALIMENTOS	CHEF	30 minutos
3	BODEGAJE	AYUDANTE DE COCINA	5 minutos
4	SOLICITUD DE CLIENTE	MESERO	5 minutos
5	PROCESO DE PRODUCCION DE LOS PLATOS	CHEF-AYUDANTE DE COCINA	15 minutos
6	ENVIO DEL PLATO AL CLIENTE	MESERO	3 minutos

Nota: En el siguiente cuadro se describe el proceso de elaboración de los alimentos por cada producto, en el cual cada restaurante implementaría y ayudaría a controlar los tiempos compra de insumos, atención al cliente, tiempo del proceso del producto y el envío del producto al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Andina. (2012). *Rubro de restaurantes creció 9.55% entre enero y abril*.

Obtenido de:

<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-rubro-restaurantes-crecio-955-entre-enero-y-abril-416946.aspx>

Arévalo Santa María y Marco Paul de Jesús. (2016). *Implementación de un sistema de costos estándar y la mejora en la situación económica del restaurante Osaki 2 en la ciudad de Trujillo año 2015*.

Debitor. (2016). *Concepto de Liquidez*. Recuperado de <https://debitoor.es/glosario/definicion-liquidez>

Flores. S. (2010). *Costos y Presupuestos*. 1ra. Edición, Lima: Centro de Especialización en contabilidad y Finanzas. Perú.

Gonzales. A. (2013). *Liquidez, Volatilidad, Estocástica y Saltos. Selección de carteras y efecto liquidez*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=33cLgbjvHssC&pg=PA11&dq=liquidez&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjXiu7jjMLMAhXMQyYKHV_vAYYQ6AEIOTAG#v=onepage&q=liquidez&f=false

Gestión PYME (2013). Obtenida de

<http://www.gestionpyme.net/infoGestionPYME.html>.

La. Menorquina. (2015) Revista. Recuperado de

<http://blog.menorquina.com/los-diferentes-tipos-de-servicios-de-restaurantes>.

Luna. (2012). *Análisis de Estados Contables Basado en Comparación de Normativa Internacional vs. Argentina. Impacto en la Toma de Decisiones de los Usuarios Interesados*. Obtenida de

[https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2303/Luna%2C%20Luc%20C3%ADa%20Valeria.%20An%20C3%A1lisis%20de%20estados%20contables%20basados%20en%20comparaci%20C3%B3n%20de%20normativa%20internacional%20vs.%20Argentina.%20Impacto%20en%20la%](https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2303/Luna%2C%20Luc%20C3%ADa%20Valeria.%20An%20C3%A1lisis%20de%20estados%20contables%20basados%20en%20comparaci%20C3%B3n%20de%20normativa%20internacional%20vs.%20Argentina.%20Impacto%20en%20la%20)

20toma%20de%20decisiones%20de%20los%20usuario
s%20interesados.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Méndez. (2000). *La Situación Económica y Financiera*.

Sánchez. N. (2002). *Presupuesto Empresarial*, A.F.A. 1era Edición, Editores Importadores S.A. Perú.

Sauna. (2015). *La Planificación Operativa y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa Cevicheria Patty, año 2014. Perú: Trujillo*.

Palacios. y Ramírez. (2012). *Diagnóstico de la planificación operativa en el sistema de compras y su gestión en la comercialización del supermarket el nuevo favorito*, de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), Ecuador

Departamento de Estudios Económicos y Tributarios de la Subdirección de Gestión Estratégica y Estudios Tributarios del Servicio de Impuestos Internos. Septiembre – 2016

Pérez. (2014), *La calidad de servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012*.

Rodríguez y Acanda (2009), Metodología para realizar Análisis Económico Financiero en una Entidad Económica. Obtenida de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/554/index.htm>

Tanaka. N. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones*. 3era. Edición, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Urtecho. (2015), *La Planificación Financiera y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa Hotel el Brujo de la Cuidad de Trujillo año 2014*.

ANEXOS

ANEXO 01

Esta foto muestra el mapa del Pueblo Milenario de Magdalena de Cao, publicado por el Complejo Arqueológico El Brujo y el Museo CAO. En el cual se demuestra que existen 8 restaurantes en dicho Distrito pero el Restaurante “Mi Rico Cao” está fuera de servicio.

MAPA DEL PUEBLO MILENARIO MAGDALENA DE CAO

Restaurante "EL TUMBO"
 Todo tipo de plato pescado y mariscos, comida criolla
 Domingo/Fritanga Lunes SHAMBAR
 Venta de Chicha de Año
 Atención: 10:00 a.m. - 5:00 p.m.
 ☎ 044-676186 ☎ 985782067

Restaurante Turístico "LA RAMADITA"
 Ceviche, Sudados, Chicharrónes, Desayuno, Menú.
 Venta de Chicha de año
 Atención: 8:30 a.m. - 5:00 p.m.
 ☎ 044-775130 ☎ 947007638

Picantería "EL EMBRUJO"
 Verano en la playa "La Bocana"
 Ceviche, Chicharrón, Sudados, Cangrejo reventado, Tortilla de Mumiul
 Atención: 10:00 a.m. - 5:00 p.m.
 Descanso: Martes
 ☎ 044-799301

Restaurante Turístico "EL BRUJO"
 Arroz con mariscos, Chicharrón, Ceviche, Sudados, Comida Vegetariana, Italiana, Platos Chinos, etc.
 Atención: 9:00 a.m. - 5:00 p.m.
 ☎ 947986845 ☎ 949883882

Restaurante "MOCHICA DE CAO"
 Ceviche, Chicharrón de Pescado, Sudados, Pato con frejol, Reventado de cangrejo, Menú etc...
 Atención: 9:00 a.m. - 5:00 p.m.
 ☎ 949926217

Restaurante "MI RICO CAO"
 Ceviches, Panfueles, Sudados, Chufa de mariscos, Venta de Chicha de año, etc.
 Atención: 10:00 a.m. - 10:00 p.m.
 ☎ 948612463
 fantomas20_1@hotmail.com

Pollería "EL GORDITO"
 Pollo broaster, tomo saltado, Salchipollo, Salchipapa, Tallarin saltado, Hamburguesa, Chorizo, Parrillada de carne de Chuscho
 Atención: 7:00 p.m. - 12:00 p.m.
 ☎ 044-781508 ☎ 947947003
 bailemor@hotmail.com

Pollería "PEÑA DE HOREB"
 Pollo a la Brasa, Pollo broaster, Pollo a la plancha, Salchipapa, Hamburguesa
 Atención: 6:00 p.m. - 10:00 p.m.
 ☎ 044653374 ☎ 957564763

Cafetería "ANTOJITOS DE CAO"
 Pan con pollo, Champiña, Alfajores, Mazamorra, Arroz con leche, Tarta de chocolate, jugo natural, café etc...
 Venta de artesanía y chicha de año
 Atención: 9:00 a.m. - 6:00 p.m.
 Descanso: Domingo
 ☎ 949920566 ☎ 949935478

Dulcería "DOÑA MARGARITA"
 Picarones, Papa rellena, Tarta de piña, Alfajores, Pay de limón, Pollo Broaster
 Atención: 5:00 p.m. - 10:30 p.m.
 Descanso: Lunes y Martes
 ☎ 977266168

INFORMACIÓN TURÍSTICA
 Atención a turistas
 Faltencia e información
 Reserva de escenificación de la Dama de Cao
 Atención: 9:00 a.m. - 5:00 p.m.
 ☎ 9434526548
 magdcaeo.peru@hotmail.com

CHICHA DE AÑO
 1.- Fam. Violeta Morales
 2.- Fam. América Liza
 3.- Fam. Chabuca García

Artesanía "Cao Viejo"
 De: Los Hermanos Ibarraquiro
 Artesanías en Maderas y Tejidos en Telar.
 Premio Gran Maestro Regional - 2011
 Atención: 9:00 a.m. - 5:00 p.m.
 ☎ 044-633363 ☎ 947841051
 caoviejoartesaniaperu@hotmail.com

Artesanía "La Dama de Cao"
 Bordados y Pintados
 Atención: 11:00 a.m. - 5:00 p.m.
 Descanso: Domingo
 ☎ 949956190

Artesanía "Manos Tejedoras"
 Tejidos, Bordados y Pintados.
 Atención: 11:00am -12:00am
 4:00pm - 6:00 pm
 Descanso: Domingo
 ☎ 961107171

Artesanía "CASA MOCHE"
 Bisutería con iconografía Mochica, Cerámica, Tejidos, Mates, Madera, Libros Arqueológicos, DVD de La Dama de Cao, Chicha de año etc...
 Atención: 9:00 a.m. - 9:00 p.m.
 ☎ 964583237 ☎ 971130725
 carmenya_70@hotmail.com

Artesanía "Caup Alaec"
 Cerámica, Bisutería, Carteras bordadas, Mates, Maderas, Libros Arqueológicos, Llaveros, Chicha de Año etc...
 Atención: 9:00 a.m. - 9:00 p.m.
 ☎ 949643344

HOTEL "JOBALU"
 Habitación simple Doble, Matrimonial con baño privado, agua caliente, cable, cochera, sala de conferencia.
 ☎ 995670600 - 998625901
 949761200
 hoteljobalu@hotmail.com

Legend:
 Artesanía, Restaurantes, Cafetería, Bodega de Chicha, Hotel, Casa - Hospedaje, Información Turística, Servicios Higiénicos, Paradero, Plaza de Armas, Iglesia, Coliseo de Gallos, Policía Nacional, Municipalidad, Centro Médico, Cementerio, Escuela.

Anexo 02

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante El Tumbo

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	No, mi restaurante no cuenta con una planificación operativa.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	Bueno, la planificación operativa plantea metas y estrategias para obtener un futuro deseado, en donde también consiste un mejor desempeño.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.
3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	Depende de las ventas durante la semana, aunque mayormente se realiza de manera diaria las compras.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.
4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	Se realiza de manera empírica, ya que no se realiza un control exacto sobre las ventas en general.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	No lo subimos, porque eso produciría incomodidades a los clientes aunque esto reduciría nuestras ganancias. Pero cada año si subimos nuestros precios entre un sol a dos soles.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De las ventas diarias realizadas divido el dinero para realizar diversos gastos, como el servicio de agua,	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades.

	pago de personal, entre otros gastos. Se lleva un control en un cuaderno.	Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Si, contamos con una caja chica, para algunos gastos oportunos. Como para los pasajes del personal, entre otros gastos.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No proyecto cuanto quiero ganar creo que debe ser difícil porque hay días donde se vende más como son los fines de semanas, feriados o coma también son más bajos las ventas.	Tener conocimiento en sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero deben proyectarse también en los días de menos venta para el restaurante y obtener mayores ingresos.
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, a través de la venta general, no distribuimos y tampoco controlamos que producto se vendió más que todo por ser un restaurant familiar.	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.
10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, es muy difícil en los productos que compramos por que tendríamos que pesar más que toda la yuca, camote, choclo, entre otros. Pero en lo que es pescados y mariscos eso si lo hacemos y distribuimos.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	En realidad son dos platos que más se vende es el ceviche y el pescado sudado.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	Anteriormente una revista que circula por el valle Chicama contratamos sus servicios para que nos realicen publicidad, pero en realidad el restaurante se	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.

	ha hecho publicidad gracias a sus clientes quienes por ellos nos recomiendan.	
13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	Bueno uno de los obstáculos vendría a ser que realizamos nuestros ingresos y gastos de manera empírica ya que no se lleva un control sobre ello y no implementamos en otras mejoras que nos beneficiarían a subir la rentabilidad del restaurante.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Bueno contamos con una caja chica que solo puede solventar gastos oportunos aunque en ocasiones se ha llegado a tener deudas atrasadas durante mucho tiempo en un banco.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	Bueno sé que son cifras resumidas de los estados financieros con el objetivo de demostrar el desempeño de las empresas.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	En el año 2015 tuve deudas de préstamos bancarios, por el retraso de mis pagos, casi pierdo un terreno que puse en garantía, ya que el monto era para arreglar el restaurante.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.
17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Si, por que gracias a ello tendría un nivel estratégico financiero y metas establecidas para cada periodo, lo cual me ayudará a obtener ganancias favorables.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.

18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	Si, mensualmente entregábamos a la contadora las ventas y las compras para poder obtener los resultados pero no me favorecían porque igual no podía solventar las deudas bancarias a pesar que se obtenían ventas favorables.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.
19. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?	No, porque las ganancias que obtengo de las ventas las utilizo para realizar los pagos pendientes y atrasados.	Si el restaurante no implementa estrategias y control y generar más ganancias, podría que la empresa quiebre.

Anexo 03

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante La Ramadita

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	Mi restaurante no tiene una planificación operativa. En realidad no tengo conocimiento sobre ello.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	No conozco la planificación operativa de mi Restaurante, pero me gustaría buscar asesoramiento sobre temas como estos y ayuden a tener mejores ingresos.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.
3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	No tengo un control adecuado, lo realizo de manera empírica.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.

4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	Se realiza de manera empírica, solo realizo mis ventas en un cuaderno o en hoja simple.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	Sí, cuando sube el precio del pescado, los precios de los platillos suben o también no subo el precio del platillo pero reduzco la cantidad de la comida.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De las ventas diarias realizadas divido el dinero para realizar diversos gastos, y con ello pago.	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades. Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Si cuento con una caja chica, para algunos gastos. Como para comprar un balón de gas, aceite, entre otras cosas.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No proyecto cuanto quiero ganar porque no todos los días se vende las mismas cantidades, por eso compro diario los productos.	Tener conocimiento en sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero deben proyectarse también en los días de menos venta para el restaurante y obtener mayores ingresos.
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, a través de la venta general, no dividimos y tampoco se lleva un control de que producto se vendió más.	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.

10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, lo realizamos de manera empírica o al gusto.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	El plato bandera es el ceviche.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	Invertí en una revista que circula en el Valle Chicama, pero hubo algunos problemas con la representante de esta revista y decidí ya no optar por ello.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.
13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	Bueno uno de los obstáculos vendría a ser que realizamos nuestros ingresos y gastos de manera empírica, otro obstáculo es que contratamos personal no estable.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Solo contamos con una caja chica que solo puede solventar gastos oportunos.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	No tengo conocimiento sobre ello.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	En el año 2015 tuve un préstamo de un prestamista, no tuve los recursos para pagarle dentro de la fecha y los intereses del 20% fueron aumentando cada mes.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.

17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Bueno no tengo conocimiento sobre ello pero si es favorable para el rendimiento económico y financiero de mi restaurante permitiría implementarlo.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	No, por motivos que no contamos con estados financieros y un personal que lo realicen.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.
19. ¿Considera usted qué el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?	En realidad, no estoy segura sobre ello porque no implemento estrategias para generar más ganancias, a mi parecer tengo más gastos que ganancias.	Si el restaurante no implementa estrategias y control y generar más ganancias, podría que la empresa quiebre.

Anexo 04

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante El Embrujo

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	Mi restaurante no cuenta una planificación operativa. En realidad si tengo conocimiento sobre ello, pero no lo he implementado.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	Si conozco la planificación operativa de mi Restaurante, pero me gustaría saber más sobre estos temas que son importante.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.

3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	No tengo un control adecuado, lo compro por cantidad sin calcular cuánto ira a ser mi venta.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.
4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	En realidad solo veo que días se venden más y compro más y así para los días que hay poca venta, realizo pocas compras.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	Sí, cuando sube el precio del pescado, los precios de los platillos suben o también no subo el precio del platillo pero reduzco la cantidad de la comida.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De las ventas diarias realizadas divido el dinero para realizar diversos gastos, y con ello pago.	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades. Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Cuento con dinero disponible ahorrado, para algunos gastos. Como para comprar insumos que se generen en el día o durante la venta.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	Solo realizo un ahorro, ya sean para un gasto o en algo que deseo invertir para mi restaurante.	Tener conocimiento en sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero deben proyectarse también en los días de menos venta para el restaurante y obtener mayores ingresos.
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, solo realizo anotaciones en hoja de nota de venta, y veo cuanto he venido por cada plato, pero no realizo	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de

	una planificación de los volúmenes de ventas de mis productos.	producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.
10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, lo realizamos de manera empírica o al gusto.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	El plato bandera es el sudado de pescado.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	No realizo publicidad para mi restaurante.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.
13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	No realizo cálculos exactos sobre mis ingresos y gastos y cuanto debo de ganar.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Solo contamos con un dinero ahorrado que solo puede solventar gastos oportunos.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	No tengo conocimiento sobre ello.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.

16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	Hasta el momento mis deudas con bancos ya lo e pagado, sin calcular mis ganancias e ingresos pude ahorrar e ir pagando la deuda.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.
17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Me parece interesante que mi restaurante cuente con una planificación operativa. Me permitirá tener un mejor control y proyectar mejores cosas para mi restaurante.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	No, porque no tenemos un personal especializado para que realice este tipo de estrategia.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.

Anexo 05

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante El Brujo.

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	Mi restaurante no cuenta una planificación operativa. En realidad si tengo conocimiento sobre ello, pero no lo he implementado.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	Si conozco la planificación operativa de mi Restaurante, pero me gustaría saber más sobre estos temas que son importante.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.

3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	No tengo un control adecuado, lo compro por cantidad sin calcular cuánto ira a ser mi venta.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.
4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	En realidad solo veo que días se venden más y compro más y así para los días que hay poca venta, realizo pocas compras.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	Sí, cuando sube el precio del pescado, los precios de los platillos suben o también no subo el precio del platillo pero reduzco la cantidad de la comida.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De los días que hay más ventas, guardo o ahorro un el dinero.	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades. Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Solo cuento con un dinero ahorrado pero en ocasiones lo he utilizado para compras de medicina u otros gastos personales.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No realizo ningún proyecto de ingresos económicos.	Tener conocimiento sobre sus venta para que proyecten, esto le generara mejores ingresos y ganancias, y sobre todo un control sobre ello.
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, solo realizo anotaciones en hojas simples o en un cuaderno.	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.

10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No tenemos un control de las compras de los insumos y solo lo distribuimos al tanteo de cada platillo.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	Mayormente vendo el pescado frito y el ceviche.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	No realizo publicidad por motivos que no tengo un ingreso más y por ello no invierto en publicidad.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.
13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	No realizo cálculos exactos sobre mis ingresos y gastos y cuanto debo de ganar.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Solo contamos con un dinero ahorrado que solo puede solventar gastos del restaurante o personales.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	No tengo conocimiento sobre ello.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	No he tenido dificultades económicas y financieras en mi restaurante.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.

17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Si, por que me ayudaría a mejorar el manejo y plantear meta a mi restaurante.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	No, porque no tengo el conocimiento adecuado sobre que es un estado financiero.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.

Anexo 06

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante Mochica de Cao.

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	Mi restaurante no tiene una planificación operativa. Tengo conocimiento pero no lo he planteado en mi restaurante.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	No conozco la planificación operativa de mi Restaurante, pero tengo una hija que está estudiando en la Universidad y tengo la confianza en que ella plante mejoras estrategias como estas.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.
3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	Lo realizo sin ningún cálculo.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.

4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	Se realiza de manera empírica, solo realizo mis ventas en un cuaderno o en hoja simple.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	En este caso, tengo familiares que me abastecen con el pescado, en ocasiones me rebajan el precio como también me lo obsequian.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De acuerdo a las ventas, distribuyo un dinero para los gastos. Pero en ocasiones me falta y hasta pido préstamo.	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades. Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Cuento con un dinero ahorrado.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No proyecto ms ingresos ni mis gastos.	Tener conocimiento en sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero deben proyectarse también en los días de menos venta para el restaurante y obtener mayores ingresos.
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, solo vendemos y de acuerdo a la cantidad de los productos vendidos.	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.

10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, lo realizamos de manera empírica o al gusto.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	El plato bandera es el cuy, cabrito, pato y sudado de pescado.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	Invertí en una revista que circula en el Valle Chicama, ofrecí la promoción de un plato de ceviche gratis para el cumpleaños.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.
13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	Bueno uno de los obstáculos vendría a ser que realizamos nuestros ingresos y gastos de manera empírica, otro obstáculo es que contratamos personal no estable.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Solo contamos con una caja chica que solo puede solventar gastos oportunos.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	No tengo conocimiento sobre ello.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	En el año 2015 tuve un préstamo de un prestamista, no tuve los recursos para pagarle dentro de la fecha y los intereses del 20% fueron aumentando cada mes.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.

17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Bueno no tengo conocimiento sobre ello pero si es favorable para el rendimiento económico y financiero de mi restaurante permitiría implementarlo.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	No, por motivos que no contamos con estados financieros y un personal que lo realicen.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.
19. ¿Considera usted qué el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?	En realidad, no estoy segura sobre ello porque no implemento estrategias para generar más ganancias, a mi parecer tengo más gastos que ganancias.	Si el restaurante no implementa estrategias y control y generar más ganancias, podría que la empresa quiebre.

Anexo 07

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante El Gordito.

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	Mi restaurante no tiene una planificación operativa. En realidad no tengo conocimiento sobre ello.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce,	No conozco la planificación operativa de mi Restaurante, pero me gustaría buscar asesoramiento	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante,

¿Cómo lo realiza en su restaurante?	sobre temas como estos y ayuden a tener mejores ingresos.	sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.
3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	No tengo un control adecuado, lo realizo de manera empírica.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.
4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	Se realiza de manera empírica, solo realizo mis ventas en un cuaderno o en hoja simple.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	Sí, cuando sube el precio del pescado, como también cuando sube el precio del pollo.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De las ventas diarias realizadas divido el dinero para realizar diversos gastos, y con ello pago.	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades. Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Si cuento con una caja chica.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No proyecto cuanto quiero ganar.	Tener conocimiento en sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero deben proyectarse también en los días de menos venta para el restaurante y obtener mayores ingresos.

9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, a través de la venta general, no dividimos y tampoco se lleva un control de que producto se vendió más.	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.
10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, lo realizamos de manera empírica o al gusto.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	El plato bandera es el ceviche y el pollo a la brasa.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	Invertí en una revista que circula en el Valle Chicama, pero hubo algunos problemas con la representante de esta revista y decidí ya no optar por ello.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.
13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	Bueno uno de los obstáculos vendría a ser que realizamos nuestros ingresos y gastos de manera empírica, otro obstáculo es que contratamos personal no estable.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Solo contamos con una caja chica que solo puede solventar gastos oportunos.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	No tengo conocimiento sobre ello.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo

		administrar o llevar la contabilidad de una empresa.
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	Arrendamiento de Local.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.
17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Bueno no tengo conocimiento sobre ello pero si es favorable para el rendimiento económico y financiero de mi restaurante permitiría implementarlo.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	No, por motivos que no contamos con estados financieros y un personal que lo realicen.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.
19. ¿Considera usted qué el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?	En realidad, no estoy segura sobre ello.	Si el restaurante no implementa estrategias y control y generar más ganancias, podría que la empresa quiebre.

Anexo 08

Se realizó una entrevista al propietario del Restaurante Peña de Horeb.

ITEMS	RESPUESTA	COMENTARIO
1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?	Mi restaurante no tiene una planificación operativa. En realidad no tengo conocimiento sobre ello.	El restaurante no realiza una planificación operativa, es por ello se va a desarrollar una investigación para lo cual obtener los resultados deseados.
2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?	No conozco la planificación operativa de mi Restaurante.	La Sra. Propietaria del restaurante tiene conocimiento pero no lo plante en su restaurante, sabiendo que puede controlar y dirigir mejor al restaurante.
3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?	No tengo un control adecuado, lo realizo de manera empírica. Mis ventas más son en la noche por lo que es una Pollería.	Realizar un cálculo sobre sus ventas y los días que más se venden el cual permita realizar sus compras exactas.
4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?	Se realiza de manera empírica.	En el restaurante debe plantear un control de las compras para determinar las cantidades exactas que se debe comprar.
5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?	No, mi venta es mas de pollos a la brasa, pollo broster, lomo saltado.	Llevar una proyección de las compras y saber en dónde resulte un gran margen de contribución favorable se pueda mantener los precios.
6. ¿De qué manera planifican sus gastos?	De las ventas diarias realizadas divido el dinero para realizar diversos gastos, y con ello pago.	El restaurante debe planificar y llevar un control de los productos que tienen más tiempo que no se vencen más rápido y comprar por mas cantidades.

		Esto le permitiría ahorrar tiempo y dinero por estar comprando en unidades.
7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?	Si cuento con una caja chica, para algunos gastos. Como para comprar un balón de gas y otras cosas.	Tienen implementado una caja chica. Pero se recomienda hacer un arqueo de caja para tener un control sobre ello.
8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?	No proyecto cuanto quiero ganar porque no todos los días se vende las mismas cantidades, por eso compro diario los productos.	Tener conocimiento en sus ventas que puedan realizar ya sea en fines de semana o feriados, pero deben proyectarse también en los días de menos venta para el restaurante y obtener mayores ingresos.
9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?	No, a través de la venta general, no dividimos y tampoco se lleva un control de que producto se vendió más.	Llevar un control en los productos no solo del plato más vendido, sino tratar de vender el resto de producto menos vendido como realizar una estrategia y obtener mayores ganancias.
10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?	No, lo realizamos de manera empírica o al gusto.	Tratar de distribuir sus productos en cada plato sería de gran ayuda para mejorar sus costos del restaurante.
11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?	El plato bandera es el ceviche.	Generar mayor publicidad de otros productos que venden, lo cual generaría mayor ingreso de sus ventas para solventar sus gastos.
12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?	Invertí en una revista que circula en el Valle Chicama, pero hubo algunos problemas con la representante de esta revista y decidí ya no optar por ello.	Ofrecer un gran servicio y a mejor atención a los clientes es la clave pero también se recomienda generar ofertas y promociones sobre los demás productos que puedan añadir incluir en sus ventas.

13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?	Bueno uno de los obstáculos vendría a ser que realizamos nuestros ingresos y gastos de manera empírica, otro obstáculo es que contratamos personal no estable.	Implementar estrategias y actividades de operación numéricas cuantificadas en unidades monetarias, tales como: producción, compras, ventas, cobranzas, abastecimiento, entre otros.
14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?	Solo contamos con una caja chica que solo puede solventar gastos oportunos.	Tener mayor control sobre sus deudas, evitar seguir endeudándose, lo cual generara que el restaurante llegue a la quiebra.
15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?	No tengo conocimiento sobre ello.	Recibir asesoría e información o buscar una personal especializada con respecto a cómo administrar o llevar la contabilidad de una empresa.
16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?	No tengo deudas tributarias.	Planificar sus ingresos y sus gastos, con el cual genere ahorros y pueda invertir en una mejoría para su restaurante.
17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?	Bueno no tengo conocimiento sobre ello.	La planificación operativa es importante porque ayudar a trazar un rumbo para el logro de sus objetivos y metas.
18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?	No, por motivos que no contamos con estados financieros y un personal que lo realicen.	En el restaurante si tienen conocimiento, en donde coordinar con el contador de cualquier resultado.

19. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?
En realidad, no estoy segura sobre ello.

Si el restaurante no implementa estrategias y control y generar más ganancias, podría que la empresa quiebre.

ANEXO 09

VENTAS DE CADA RESTAURANTE

RESTAURANTES DE MAGDALENA DE CAO

AÑO 2016

RESTAURANTE EL TUMBO

PLATOS	RESTAURANT				TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
	PRECIO DE PLATO	EL TUMBO				
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES			
SHAMBAR	S/. 6.00	40	160	1920	S/. 11,520.00	
MENU	S/. 7.00	5	150	1800	S/. 12,600.00	
SUDADO DE PESCADO	S/. 20.00	6	180	2160	S/. 43,200.00	
CEVICHE	S/. 15.00	8	240	2880	S/. 43,200.00	
CHILCANO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00	
APANADO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00	
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	8	240	2880	S/. 43,200.00	
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 20.00	2	60	720	S/. 14,400.00	
ARROZ CON MARISCOS	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
CHITA AL AJO	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
PESCADO FRITO	S/. 18.00	3	90	1080	S/. 19,440.00	
PICANTE DE MARISCOS	S/. 18.00	1	30	360	S/. 6,480.00	
PARIHUELA	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
CUY	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00	
PATO	S/. 18.00	9	270	3240	S/. 58,320.00	
CABRITO	S/. 18.00	9	270	3240	S/. 58,320.00	
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 356,040.00	

ANEXO 10

RESTAURANTE LA RAMADITA

PLATOS	RESTAURANT				TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
	PRECIO DE PLATO	LA RAMADITA				
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES			
SHAMBAR	S/. 6.00	30	120	1440	S/. 8,640.00	
MENU	S/. 7.00	8	240	2880	S/. 20,160.00	
SUDADO DE PESCADO	S/. 18.00	4	120	1440	S/. 25,920.00	
CEVICHE	S/. 15.00	5	150	1800	S/. 27,000.00	
CHILCANO DE PESCADO	S/. 12.00	0	0	0	S/. -	
APANADO DE PESCADO	S/. 13.00	0	0	0	S/. -	
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	5	150	1800	S/. 27,000.00	
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 18.00	1	30	360	S/. 6,480.00	
ARROZ CON MARISCOS	S/. 18.00	0	0	0	S/. -	
CHITA AL AJO	S/. 20.00	0	0	0	S/. -	
PESCADO FRITO	S/. 18.00	3	90	1080	S/. 19,440.00	
PICANTE DE MARISCOS	S/. 18.00	1	30	360	S/. 6,480.00	
PARIHUELA	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00	
CUY	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00	
PATO	S/. 18.00	8	240	2880	S/. 51,840.00	
CABRITO	S/. 18.00	8	240	2880	S/. 51,840.00	
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 264,960.00	

VENTAS DE CADA RESTAURANTE

RESTAURANTES DE MAGDALENA DE CAO

AÑO 2016

ANEXO 11

RESTAURANTE EL EMBRUJO

PLATOS	PRECIO DE PLATO	RESTAURANT EL EMBRUJO		TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES		
SHAMBAR	S/. 6.00	0	0	0	S/. -
MENU	S/. 7.00	10	300	3600	S/. 25,200.00
SUDADO DE PESCADO	S/. 20.00	4	120	1440	S/. 28,800.00
CEVICHE	S/. 15.00	6	180	2160	S/. 32,400.00
CHILCANO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00
APANADO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	6	180	2160	S/. 32,400.00
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00
ARROZ CON MARISCOS	S/. 20.00	0	0	0	S/. -
CHITA AL AJO	S/. 20.00	0	0	0	S/. -
PESCADO FRITO	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00
PICANTE DE MARISCOS	S/. 18.00	0	0	0	S/. -
PARIHUELA	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00
CUY	S/. 18.00	0	0	0	S/. -
PATO	S/. 18.00	5	150	1800	S/. 32,400.00
CABRITO	S/. 18.00	5	150	1800	S/. 32,400.00
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 221,760.00

ANEXO 12

RESTAURANTE EL BRUJO

PLATOS	PRECIO DE PLATO	RESTAURANT EL BRUJO		TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES		
SHAMBAR	S/. 6.00	0	0	0	S/. -
MENU	S/. 6.00	15	450	5400	S/. 32,400.00
SUDADO DE PESCADO	S/. 20.00	5	150	1800	S/. 36,000.00
CEVICHE	S/. 15.00	5	150	1800	S/. 27,000.00
CHILCANO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00
APANADO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	7	210	2520	S/. 37,800.00
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 18.00	0	0	0	S/. -
ARROZ CON MARISCOS	S/. 20.00	0	0	0	S/. -
CHITA AL AJO	S/. 18.00	0	0	0	S/. -
PESCADO FRITO	S/. 15.00	4	120	1440	S/. 21,600.00
PICANTE DE MARISCOS	S/. 15.00	0	0	0	S/. -
PARIHUELA	S/. 18.00	1	30	360	S/. 6,480.00
CUY	S/. 18.00	0	0	0	S/. -
PATO	S/. 18.00	6	180	2160	S/. 38,880.00
CABRITO	S/. 18.00	6	180	2160	S/. 38,880.00
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 249,840.00

VENTAS DE CADA RESTAURANTE

RESTAURANTES DE MAGDALENA DE CAO

ANEXO 13

RESTAURANTE MOCHICA DE CAO

AÑO 2016

PLATOS	PRECIO DE PLATO	RESTAURANT		TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
		MOCHICA DE CAO			
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES		
SHAMBAR	S/. 6.00	0	0	0	S/. -
MENU	S/. 7.00	6	180	2160	S/. 15,120.00
SUDADO DE PESCADO	S/. 20.00	5	150	1800	S/. 36,000.00
CEVICHE	S/. 15.00	4	120	1440	S/. 21,600.00
CHILCANO DE PESCADO	S/. 15.00	0	0	0	S/. -
APANADO DE PESCADO	S/. 15.00	1	30	360	S/. 5,400.00
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	6	180	2160	S/. 32,400.00
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00
ARROZ CON MARISCOS	S/. 20.00	0	0	0	S/. -
CHITA AL AJO	S/. 20.00	0	0	0	S/. -
PESCADO FRITO	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00
PICANTE DE MARISCOS	S/. 18.00	0	0	0	S/. -
PARIHUELA	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00
CUY	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00
PATO	S/. 18.00	4	120	1440	S/. 25,920.00
CABRITO	S/. 18.00	2	60	720	S/. 12,960.00
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 189,720.00

ANEXO 14

RESTAURANTE EL GORDITO

PLATOS	PRECIO DE PLATO	RESTAURANT		TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)
		EL GORDITO			
		AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES		
SHAMBAR	S/. 6.00	0	0	0	S/. -
MENU	S/. 7.00	10	300	3600	S/. 25,200.00
SUDADO DE PESCADO	S/. 20.00	4	120	1440	S/. 28,800.00
CEVICHE	S/. 15.00	4	120	1440	S/. 21,600.00
PESCADO FRITO	S/. 13.00	1	30	360	S/. 4,680.00
APANADO DE PESCADO	S/. 13.00	0	0	0	S/. -
CHICHARRON DE PESCADO	S/. 15.00	5	150	1800	S/. 27,000.00
REVENTADO DE CANGREJO	S/. 20.00	0	0	0	S/. -
ARROZ CON MARISCOS	S/. 20.00	1	30	360	S/. 7,200.00
ARROZ CHAUFA	S/. 4.00	9	270	3240	S/. 12,960.00
POLLO A LA PLANCHA	S/. 6.00	6	180	2160	S/. 12,960.00
CHURRASCO	S/. 7.00	7	210	2520	S/. 17,640.00
CHULETA DE CHANCHO	S/. 7.00	10	300	3600	S/. 25,200.00
POLLO A LA BRASA	S/. 6.00	15	450	5400	S/. 32,400.00
POLLO BROSTER	S/. 6.00	16	480	5760	S/. 34,560.00
LOMITO SALTADO	S/. 6.00	8	240	2880	S/. 17,280.00
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES					S/. 267,480.00

ANEXO 15

RESTAURANTE PEÑA DE HOREB

PLATOS	PRECIO DE PLATO		RESTAURANT		TOTAL AL AÑO 2016	TOTAL AL AÑO 2016 (SOLES)	
			PEÑA DE HOREB AL DIA	CANTIDAD DE DIAS EN EL MES			
SHAMBAR	S/.	6.00	0	0	0	S/.	-
MENU	S/.	7.00	4	120	1440	S/.	10,080.00
SUDADO DE PESCADO	S/.	20.00	1	30	360	S/.	7,200.00
CEVICHE	S/.	15.00	3	90	1080	S/.	16,200.00
PESCADO FRITO	S/.	13.00	1	30	360	S/.	4,680.00
APANADO DE PESCADO	S/.	13.00	0	0	0	S/.	-
CHICHARRON DE PESCADO	S/.	15.00	3	90	1080	S/.	16,200.00
REVENTADO DE CANGREJO	S/.	20.00	0	0	0	S/.	-
ARROZ CON MARISCOS	S/.	20.00	1	30	360	S/.	7,200.00
ARROZ CHAUFA	S/.	4.00	9	270	3240	S/.	12,960.00
POLLO A LA PLANCHA	S/.	6.00	10	300	3600	S/.	21,600.00
CHURRASCO	S/.	7.00	11	330	3960	S/.	27,720.00
CHULETA DE CHANCHO	S/.	7.00	14	420	5040	S/.	35,280.00
POLLO A LA BRASA	S/.	6.00	10	300	3600	S/.	21,600.00
POLLO BROSTER	S/.	6.00	16	480	5760	S/.	34,560.00
LOMITO SALTADO	S/.	6.00	11	330	3960	S/.	23,760.00
TOTAL DE VENTA DE PLATOS AL AÑO 2016 EN SOLES						S/.	239,040.00

ANEXO 16

PRESUPUESTO MANO DE OBRA

RESTAURANT "EL TUMBO"

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO			
CHEF	S/.	1,800	2	S/.	21,600	S/.	43,200
AYUDANTE DE COCINA	S/.	850	1	S/.	10,200	S/.	10,200
MANTENIMIENTO	S/.	850	2	S/.	10,200	S/.	20,400
MESEROS	S/.	850	2	S/.	10,200	S/.	20,400
CAJERO	S/.	850	1	S/.	10,200	S/.	10,200
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO						S/.	104,400

ANEXO 17

RESTAURANT "LA RAMADITA"

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO			
CHEF	S/.	1,800	2	S/.	21,600	S/.	43,200
AYUDANTE DE COCINA	S/.	850	0	S/.	10,200	S/.	-
MANTENIMIENTO	S/.	850	1	S/.	10,200	S/.	10,200
MESEROS	S/.	850	2	S/.	10,200	S/.	20,400
CAJERO	S/.	850	1	S/.	10,200	S/.	10,200
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO						S/.	84,000

ANEXO 18

RESTAURANT "EL EMBRUJO"

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO
CHEF	S/. 1,800	1	S/. 21,600	S/. 21,600
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MANTENIMIENTO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
MESEROS	S/. 850	2	S/. 10,200	S/. 20,400
CAJERO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO				S/. 52,200

ANEXO 19

RESTAURANT "EL BRUJO"

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO
CHEF	S/. 1,800	1	S/. 21,600	S/. 21,600
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MANTENIMIENTO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
MESEROS	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
CAJERO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO				S/. 42,000

ANEXO 20

RESTAURANT "MOCHICA DE CAO"

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO
CHEF	S/. 1,800	1	S/. 21,600	S/. 21,600
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MANTENIMIENTO	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MESEROS	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
CAJERO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO				S/. 52,200

ANEXO 21

RESTAURANT "EL GORDITO"

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO
CHEF	S/. 1,800	2	S/. 21,600	S/. 43,200
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MANTENIMIENTO	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
MESEROS	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
CAJERO	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO				S/. 84,000

ANEXO 22**RESTAURANT "PEÑA DE HOREB"**

MANO DE OBRA	MENSUAL INDIVIDUAL	N° DE TRABAJADORES	ANUAL INDIVIDUAL	TOTAL AL AÑO
CHEF	S/. 1,800	1	S/. 21,600	S/. 21,600
AYUDANTE DE COCINA	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
MANTENIMIENTO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
MESEROS	S/. 850	1	S/. 10,200	S/. 10,200
CAJERO	S/. 850	0	S/. 10,200	S/. -
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS AL AÑO				S/. 31,800

ANEXO 23

Andina. (2012). *Rubro de restaurantes creció 9.55% entre enero y abril*.

Obtenido de:

<http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-rubro-restaurantes-crecio-955-entre-enero-y-abril-416946.aspx>

Arévalo Santa María y Marco Paul de Jesús. (2016). *Implementación de un sistema de costos estándar y la mejora en la situación económica del restaurante Osaki 2 en la ciudad de Trujillo año 2015*.

Debitoor. (2016). *Concepto de Liquidez*. Recuperado de <https://debitoor.es/glosario/definicion-liquidez>

Flores. S. (2010). *Costos y Presupuestos*. 1ra. Edición, Lima: Centro de Especialización en contabilidad y Finanzas. Perú.

Gonzales. A. (2013). *Liquidez, Volatilidad, Estocástica y Saltos. Selección de carteras y efecto liquidez*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=33cLgbjvHssC&pg=PA11&dq=liquidez&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjXiu7jjMLMAhXMQyYKHV_vAYYQ6AEIOTAG#v=onepage&q=liquidez&f=false

Gestión PYME (2013). Obtenida de <http://www.gestionpyme.net/infoGestionPYME.html>.

La. Menorquina. (2015) Revista. Recuperado de <http://blog.menorquina.com/los-diferentes-tipos-de-servicios-de-restaurantes>.

Luna. (2012). *Análisis de Estados Contables Basado en Comparación de Normativa Internacional vs. Argentina. Impacto en la Toma de Decisiones de los Usuarios Interesados*. Obtenida de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2303/Luna%2C%20Luc%20C3%ADa%20Valeria.%20An%20C3%A1lisis%20de%20estados%20contables%20basados%20en%20comparaci%20C3%B3n%20de%20normativa%20internacional%20vs.%20Argentina.%20Impacto%20en%20la%20toma%20de%20decisiones%20de%20los%20usuario>

s%20interesados.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Méndez. (2000). *La Situación Económica y Financiera*.

Sánchez. N. (2002). *Presupuesto Empresarial*, A.F.A. 1era Edición, Editores Importadores S.A. Perú.

Sauna. (2015). *La Planificación Operativa y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa Cevichería Patty, año 2014. Perú: Trujillo*.

Palacios. y Ramírez. (2012). *Diagnóstico de la planificación operativa en el sistema de compras y su gestión en la comercialización del supermarket el nuevo favorito*, de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), Ecuador

Departamento de Estudios Económicos y Tributarios de la Subdirección de Gestión Estratégica y Estudios Tributarios del Servicio de Impuestos Internos. Septiembre – 2016

Pérez. (2014), *La calidad de servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante Campestre SAC – Chiclayo Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012*.

Rodríguez y Acanda (2009), Metodología para realizar Análisis Económico Financiero en una Entidad Económica. Obtenida de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/554/index.htm>

Tanaka. N. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones*. 3era. Edición, Pontificia Universidad Católica del Perú.

Urtecho. (2015), *La Planificación Financiera y su efecto en la Situación Económica y Financiera de la empresa Hotel el Brujo de la Ciudad de Trujillo año 2014*.

Anexo 24

Estados de Situación Financiera del Restaurante El Tumbo, año 2015 y 2016.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
"RESTAURANT EL TUMBO"						
Al 31 de Diciembre del 2,016						
(En nuevos soles)						
	PERIODOS		ANALISIS VERTICAL		ANALISIS HORIZONTAL	
	2015	2016	2015	2016	Si.	%
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y Ecuivalente de Efectivo	25,368	52,515	17.75%	27.11%	27,147	107.01%
Existencias (Neto)	38,284	68,854	26.79%	35.54%	30,570	79.85%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	63,652	121,369	44.54%	62.65%	57,717	90.68%
ACTIVO NO CORRIENTE						
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada)	79,268	72,345	55.46%	37.35%	-6,923	-8.73%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	79,268	72,345	55.46%	37.35%	-6,923	-8.73%
TOTAL ACTIVO	142,920	193,714	100.00%	100.00%	50,794	35.54%
PASIVO Y PATRIMONIO						
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones Financieras	54,185	45,358	40.46%	23.53%	-8,827	-16.29%
Cuentas por Pagar Comerciales	34,578	54,246	25.82%	28.14%	19,668	56.88%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	88,763	99,604	66.28%	51.66%	10,841	12.21%
TOTAL PASIVO	88,763	99,604	66.28%	51.66%	10,841	12.21%
PATRIMONIO NETO						
Capital	25,000	25,000	18.67%	12.97%	0	0.00%
Resultados Acumulados	20,150	68,200	15.05%	35.37%	48,050	238.46%
TOTAL PATRIMONIO NETO	45,150	93,200	33.72%	48.34%	48,050	106.42%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	133,913	192,804	100.00%	100.00%	58,891	43.98%

Anexo 25

Estado de Resultados del Restaurante El Tumbo año 2015 y 2016.

ESTADO DE RESULTADOS						
"RESTAURANT EL TUMBO"						
Al 31 de Diciembre del 2,016						
(En nuevos soles)						
	2015	2016	ANALISIS VERTICAL %		ANALISIS HORIZONTAL %	
			2015	2016	2,015	2016
INGRESOS						
Ventas	368,529	560,256	100%	100%	191,727	52.02%
Otros Ingresos Operacionales						
TOTAL INGRESOS BRUTOS						
Costos de Ventas	187,382	292,478	50.85%	52.20%	105,096	56.09%
UTILIDAD BRUTA	181,147	267,778	49.15%	47.80%	86,631	47.82%
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administracion	74,586	98,736	22.95%	17.62%	14,150	16.73%
Gastos de Venta	33,928	80,029	11.92%	14.28%	36,101	82.18%
UTILIDAD OPERATIVA (GASTOS)	72,633	89,013	14.28%	15.90%	36,380	69.12%
Ingresos Financieros						
Gastos Financieros	5,653	5,010	1.53%	0.89%	-643	-11.37%
Otros Ingresos						
Otros Gastos						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	66,980	84,003	12.75%	15.01%	37,023	78.81%
Impuesto a la Renta	16,929.00	15,793.00	4.59%	2.82%	-1.136	-6.71%
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	50,051	68,210	8.16%	12.19%	38,159	126.98%

.ANEXO 26

Deuda de un préstamo en una CAJA DE AHORRO Y CREDITO NUESTRA GENTE SAA., del Restaurante El Tumbo en el año 2012 por la suma de 30,000 soles, el dinero lo invirtió para sus gastos del restaurante, realizó reconstrucción y mejoramiento de su local.

PUBLICIDAD : 7242504 Recibo N° 2017-611-14420 COPIA INF. - PREDIOS Partida N° 11085928

SUNARP
SUPERINTENDENCIA NACIONAL
DE LOS REGISTROS PÚBLICOS

ZONA REGISTRAL N° V SEDE TRUJILLO
OFICINA REGISTRAL TRUJILLO
N° Partida: 11085928

INSCRIPCIÓN DE SECCIÓN ESPECIAL DE PREDIOS RURALES
AREA: 12.9389 HA SECTOR CHOPE ECHEVARRIA COD.PREDIO 03901 PREDIO SLAMANCA Y ANEXOS
MAGDALENA DE CAO

REGISTRO DE PREDIOS
RUBRO: GRAVAMENES Y CARGAS
D00001

HIPOTECA
A favor de la CAJA RURAL DE AHORRO Y CREDITO NUESTRA GENTE SAA, hasta por la suma de US\$ 16,057.23 Dólares Americanos, sobre el predio inscrito en la presente partida electrónica, a fin de garantizar un crédito concedido a la propietaria del presente inmueble hasta por la suma de S/ 30,000.00 Nuevos Soles y demás obligaciones contenidas en el contrato de garantía hipotecaria que tiene o pueda tener la propietaria del presente predio.

Así consta de la ESCRITURA PÚBLICA N° 1608 del 20/03/2012, otorgada ante NOTARIO CORCUERA GARCIA MARCO ANTONIO, en la ciudad de TRUJILLO.

El título fue presentado el 21/03/2012 a las 09:15:21 AM horas, bajo el N° 2012-00024436 del Tomo Diario 0029. Derechos cobrados S/ 94.33 nuevos soles con Recibo(s) Número(s) 00005586-05.-TRUJILLO, 22 de Marzo de 2012.

FERNANDO E. SALTODANO RODRIGUEZ
REGISTRADOR PÚBLICO(a)
Zona Registral N° V - SEDE TRUJILLO

Copia Informativa
El Reverso muestra el Original
No tiene Validez Administrativa, Judicial y Notarial

Zona Registral N° V
Sede Trujillo
COPIA SIMPLE
07 NOV. 2017
ATENDIDO

Página Número 1
Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 124-97-SUNARP

PUBLICIDAD : 7242504 PARTIDA : 11085928 RECIBO N° 2017-611-14420

Anexo 28

El Restaurante el Tumbo invirtió en publicidad en la revista de OFERTI VALLE



Anexo 29

El Restaurante el Tumbo invirtió en publicidad en la revista de OFERTI VALLE

PICANTERIA EL TUMBO

Ofrece el delicioso Cebiche mixto y simple, Sudados, Parihuelas, Chicharrón de pescado, Fritanguita, apanados, Pato, Cuyes y todos los lunes: Shambar.

De cortesía para todos nuestros clientes:
UNA COPA DE LA MEJOR

DE MAGDALENA DE CAO

BOLOGNESI N° 542 - MAGDALENA DE CAO

GANADOR
1er. PUESTO
A LA MEJOR
CHICHA
DE AÑO
2015

B 6 1 2

VI. ANEXOS

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ENTREVISTA

Nombre del Entrevistado:.....

Nombre del Restaurante:.....

Fecha de la Entrevista: / /

INSTRUCCIONES: Esta entrevista se está realizando con el fin de recolectar información acerca de la Planificación Operativa y su Efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016 y así realizar su respectivo análisis del mismo.

Preguntas:

1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa?

2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante?

3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales?

4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas?

5. Cuando sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta?

6. ¿De qué manera planifican sus gastos?

7. ¿Se lleva un control relativo o frecuente de caja chica?

8. ¿Usted proyecta sus ingresos económicos en relación a sus gastos?

9. ¿Realizan una planificación de volúmenes de ventas por producto?

10. Al momento de comprar sus insumos, ¿Distribuyen para cada plato?

11. ¿Cuál es el producto bandera que le dan mayor ganancia?

12. ¿De qué manera realiza la publicidad de sus productos que venden, lo cual máxima sus ventas y beneficios?

13. ¿Cuáles son sus principales obstáculos para el logro de mayores niveles de ventas y rentabilidad de su restaurante?

14. ¿Considera usted que su restaurante cuenta con el flujo de efectivo suficiente para cubrir sus deudas oportunamente?

15. ¿Conoce usted los indicadores financieros que maneja su restaurante?

16. ¿Cuáles son las dificultades económicas – financieras por las que ha atravesado su restaurante?

17. ¿Cree usted que es importante que su restaurante cuente con una planificación operativa que le permita mejorar su rentabilidad?

18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?

19. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?

Fecha de Revisión: 15 de Junio del 2017

Nombres y Apellidos del Evaluador: Bertha Corbera Gascócha

Grado Académico: Magister

Firma:



C.P.C. Bertha Corbera Gascócha
UNIDAD DE CONTABILIDAD Y COSTOS
OFICINA DE PRELACIONE
CALLE AMBATE 1000 LA LINDA
C.A. EsSalud

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO DE LA TESIS: La Planificación Operativa y su Efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: Beitza Corbaza Escobar

GRADO ACADÉMICO: Magister

VARIABLES	INDICADOR	ITEMS	RESPUESTA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						SUGERENCIA
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON LOS OBJETIVOS	SI	NO	
VARIABLE INDEPENDIENTE: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de Ventas • Presupuesto de Producción • Presupuesto de Compras • Presupuesto de Personal • Presupuesto de Mano de Obra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa? 2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante? 3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales? 4. ¿Las compran realizadas son comparadas y calculadas con las ventas? 5. Cuándo sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta? 		SI	NO	SI	NO	SI	NO	

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO DE LA TESIS: La Planificación Operativa y su Efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: Nelly Lico Villareal


GRADO ACADÉMICO: Contadora Pública Colegiada

VARIABLES	INDICADOR	ITEMS	RESPUESTA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN				SUGERENCIA		
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON LOS OBJETIVOS			
VARIABLE INDEPENDIENTE: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de Ventas • Presupuesto de Producción • Presupuesto de Compras • Presupuesto de Personal • Presupuesto de Mano de Obra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa? 2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante? 3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales? 4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas? 5. Cuándo sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta? 		SI	NO	SI	NO	SI	NO	

		6. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficio esperado?																
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

OBSERVACIONES:

FECHA DE REVISIÓN: 15 1 06 17


 C. P.C. NELLY NIGUY VILLARREAL
 NIT 0293147
 JUNIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y COOPERACION
 RED ASISTENCIAL LA LIBERTAD
FIRMADORS EMBAJADOR

18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?

19. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?

Fecha de Revisión: 15 de Junio del 2017

Nombres y Apellidos del Evaluador: Nelly Vizo Villarreal

Grado Académico: Contadora Pública Calificada.

Firma:


C.P.C. NELLY VIZO VILLARREAL
MAT. 02-3147
UNIDAD DE CONTABILIDAD Y COSTOS
RED ASISTENCIAL LA LIBERTAD


MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO DE LA TESIS: La Planificación Operativa y su Efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: Dasano Córdova Moreno

GRADO ACADÉMICO: Magister

VARIABLES	INDICADOR	ITEMS	RESPUESTA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN				SUGERENCIA		
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON LOS OBJETIVOS			
VARIABLE INDEPENDIENTE: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de Ventas • Presupuesto de Producción • Presupuesto de Compras • Presupuesto de Personal • Presupuesto de Mano de Obra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa? 2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante? 3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales? 4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas? 5. Cuándo sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta? 		SI	NO	SI	NO	SI	NO	

		6. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficio esperado?																	
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

OBSERVACIONES:

FECHA DE REVISIÓN: 15 106 117



C.P.C. Alberto Córdova Morcillo
 UNIDAD DE CONTABILIDAD Y COSTOS
 REPARTAMENTO DE FINANZAS
 REPARTAMENTO DE FINANZAS

FIRMA DEL EVALUADOR



18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?

19. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?

Fecha de Revisión: 15 / 06 / 2017

Nombres y Apellidos del Evaluador: Rosario Córdova Moreno

Grado Académico: Magister

Firma:



C.P.C. Rosario Córdova Moreno
UNIDAD DE CONTABILIDAD Y COSTOS
OFICINA DE FINANZAS
RED ASISTENCIAL LA LIBERTAD


MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO DE LA TESIS: La Planificación Operativa y su Efecto en la Situación Económica y Financiera de los Restaurantes del Distrito de Magdalena de Cao, año 2016.

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: NIVIANA UZTECHO GUEVARA

GRADO ACADÉMICO: CARRERA PUBLICA COLEGIANA

VARIABLES	INDICADOR	ITEMS	RESPUESTA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN				SUGERENCIA		
				REDACCIÓN CLARA Y PRECISA	TIENE COHERENCIA CON LOS INDICADORES	TIENE COHERENCIA CON LAS VARIABLES	TIENE COHERENCIA CON LOS OBJETIVOS			
VARIABLE INDEPENDIENTE: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto de Ventas • Presupuesto de Producción • Presupuesto de Compras • Presupuesto de Personal • Presupuesto de Mano de Obra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuenta el restaurante con una planificación operativa? 2. ¿Conoce la planificación operativa de su Restaurante?, Si conoce, ¿Cómo lo realiza en su restaurante? 3. ¿Cómo realizan sus compras, diarios, semanales o mensuales? 4. ¿Las compras realizadas son comparadas y calculadas con las ventas? 5. ¿Cuándo sube el precio del pescado y mariscos, ¿Suben sus precios a la carta? 		SI	NO	SI	NO	SI	NO	

18. ¿Tiene conocimiento de que su utilidad o pérdida es la real, tal como lo muestran sus resultados contables?

19. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficios esperada?

Fecha de Revisión: 15/06/17

Nombres y Apellidos del Evaluador: VIVIANA URTECHO GUEVARA

Grado Académico: CONTADORA PUBLICA COLEGIADA

Firma:



	6. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficio esperado?													
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

OBSERVACIONES:

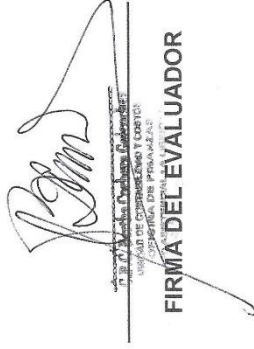
FECHA DE REVISIÓN: 15 / 06 / 17


 FIRMA DEL EVALUADOR

		6. ¿Considera usted que el nivel de ganancias que tiene su restaurante satisface su beneficio esperado?																	
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

OBSERVACIONES:

FECHA DE REVISIÓN: 15 / 06 / 2017



 M. Sc. María Chuchuca Galandier
 VICERRECTORA DE ORGANIZACIÓN Y CONTROL
 INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS
 IIVT

FIRMA DEL EVALUADOR

