

**UNIVERSIDAD NACIONAL
"TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA"
DE AMAZONAS**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y
ADMINISTRACIÓN.**



MARISQUERIA SABOR PERUANO

TESIS

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTORA: ROJAS EPQUIEN ,Olinda

**CHACHAPOYAS - PERÚ
2014**



27 MAY 2015.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE NEGOCIOS

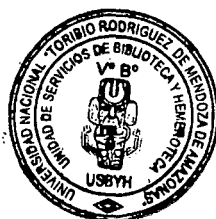


ESTUDIANTE:

Rojas Epquin Olinda

CHACHAPOYAS – PERÚ

2014



27 MAY 2015

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	PÁG. 01
LA EMPRESA.....	PÁG. 02
DESCRIPCIÓN Y VISIÓN DEL NEGOCIO.....	PÁG. 02
UBICACIÓN DEL NEGOCIO.....	PÁG. 04
EL MERCADO.....	PÁG. 08
ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL.....	PÁG. 09
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	PÁG. 13
LOS PRECIOS.....	PÁG. 19
LA COMERCIALIZACIÓN.....	PÁG. 20
ANÁLISIS FODA.....	PÁG. 22
MARKETING.....	PÁG. 23
ASPECTOS TÉCNICOS.....	PÁG. 25
LA ORGANIZACIÓN.....	PÁG. 27
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	PÁG. 29
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	PÁG. 36
CONCLUSIONES.....	PÁG. 42
ANEXOS.....	PÁG. 43

RESUMEN EJECUTIVO

Este plan de negocio está orientado a la creación de un negocio, en el cual se detalla puntos de gran importancia para la correcta planificación, instalación, ejecución y control del mismo.

La concepción de un negocio como es "SABOR PIURANO" S.A.C, que consta de una marisquería cuya especialidad es en pescados y mariscos, nace de las necesidades actuales de una gran demanda insatisfecha, el mismo que dará un servicio de alta calidad, brindando el mejor gusto y sazón para que se considere un negocio exitoso tanto en imagen como en lo económico. Las facilidades de nuestra marisquería es que estará ubicado en un punto estratégico, en la periferia de la ciudad contando con un amplio espacio así como área de recreación para público e general y áreas de estacionamiento para vehículos, ya que en nuestra ciudad existen muy pocos locales destinados a este rubro que brinden este tipo de servicio.

I. EMPRESA

Nuestra empresa es una Marisquería " SABOR PIURANO" S.A.C que se encontrara en la ciudad de Chachapoyas, región Amazonas.

1. DESCRIPCIÓN Y VISIÓN DEL NEGOCIO:

1.1 Descripción del Negocio y del Producto:

Es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y/o servicios que se ofrecen en el mercado. Necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Asimismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejerce sus derechos sobre los bienes que produce. Toda empresa engloba una amplia gama de personas e intereses ligados entre sí mediante relaciones contractuales que reflejan una promesa de colaboración. Desde esta perspectiva, la figura del empresario aparece como una pieza básica, pues es el elemento conciliador de los distintos intereses.

1.2 Los Objetivos de la Empresa:

- Posicionamiento en el mercado local y regional
- Incentivar y motivar al personal mensualmente
- Atención de primera calidad al cliente
- Mejoramiento en presentación del local.
- Formar una cadena de negocio, restaurant, bar y salón de recepciones.

En toda empresa encontramos una serie de elementos: Conjunto de factores ordenados para la realización de una actividad económica, los cuales podemos agrupar en tres categorías:

a) Elementos Humanos o personas.-

- Propietarios del capital o socios
- Administración o directivos
- Trabajadores o empleados

b) **Elementos materiales o bienes.**- Que son los bienes económicos que constituyen el patrimonio de la empresa, pudiéndose clasificar:

- Bienes duraderos (por ejemplo: edificios, terrenos, bienes de equipo, etc.)
- Bienes no duraderos (por ejemplo: energía, materiales, etc.).

c) **Elementos inmateriales.**- No son tangibles como los siguientes:

- La organización, entendida como el conjunto de relaciones de autoridad, coordinación y comunicación que rigen la actividad del grupo en sí y con el entorno.
- Los objetivos y metas que persigue la empresa.
- La imagen pública y las relaciones exteriores de la empresa con los clientes, Estado, entidades financieras, etc.
- Los conocimientos técnicos y económicos, capacidades, experiencias e información que poseen el empresario y en general todo el grupo humano de la empresa y que permiten el desarrollo de la actividad empresarial.
- Cultura de la empresa, que se puede definir como todo el conjunto de valores, creencias, ideologías, costumbres, etc., que constituyen “el alma” de la empresa. Es algo intangible que va a marcar todas las actuaciones de la empresa, determinando su filosofía; este “subconsciente” de la compañía quedará materializado en una serie de elementos como las normas, signos, historias, etc. de la organización.

En términos generales, la función de la empresa es generar bienes y servicios en condiciones de eficiencia económica, esto es crear valor, utilidad y riqueza.

1.3 Visión y Misión del Negocio:

➤ MISIÓN:

Somos una empresa que satisface la gran demanda de los gustos y preferencias de los clientes nacionales y extranjeros que vienen a visitar nuestra región, prestando un servicio de calidad adecuado y cumpliendo con los requisitos para

denominarse una excelente marisquería.

➤ **VISIÓN:**

Llegar a ser una empresa que pueda crecer y expandirse creando nuevos locales en las diferentes ciudades aledañas a la nuestra, llegando a ser una empresa reconocida por su calidad y buen servicio prestado.

2. UBICACIÓN DEL NEGOCIO

Para diferenciarnos de la competencia, empezaremos por la infraestructura del local, el cual estará ubicado en carretera salida a la ciudad de Chiclayo, que reunirá las condiciones necesarias para el bienestar del cliente. Nuestro local contará con un área de 1,400 metros cuadrados el cual nos permitirá contar con un área de esparcimiento y estacionamiento vehicular para nuestros clientes. La parte interna del local se decorará teniendo en consideración los servicios a ofrecer, para lo cual la mueblería, adornos, cuadros, etc. tendrán relación con el aspecto marítimo (el agua, cuadros de sirenas y peces, atarrayas, etc.). Si bien, el cliente es un buen observador de lo que tiene a su alrededor, como es la limpieza, distribución de los muebles, colores y detalles decorativos, también tendremos en consideración algo muy importante como es el fondo musical con la música apropiada y volumen regulado, a fin de crear una atmósfera divertida y relajada.

Dentro de una organización, la selección de personal es una de las más importantes, para lo cual se tendrá en consideración que éste tiene el primer y constante contacto con el cliente, además que se encuentre comprometido con su trabajo, apoyando sus iniciativas, pro actividad, etc., es recomendable su permanente capacitación la cual redundará en un mejor servicio al cliente. Se tendrá previsto que desde el ingreso al local el personal que recepcione al cliente lo hará con los máximos signos de cortesía.

El personal a cargo del servicio de recepción, atención, bar y cocina, vestirá uniforme similar o tipo marinero, color blanco, que además de representar limpieza está acorde con la decoración externa e interna del local.

Lo expuesto, nos permite apreciar los mínimos detalles a llevar a cabo, a fin de que el cliente haga de su visita al local (Marisquería) una actividad placentera y una experiencia inolvidable, donde el producto de calidad a ofrecer, el servicio y

detalles decorativos que percibe, sean las armas estratégicas que permitan su retorno y a través de estos nos recomiende a un mercado potencial por captar.

2.1 . **Análisis minucioso de localización:**

a. Disponibilidad del local: Es un local que estará disponible ya que es de propiedad de uno de los socios de la empresa, local bastante amplio y tiene buena ubicación a cinco minutos del centro de la ciudad.

b. Ubicación específica:

Departamento : Amazonas

Provincia : Chachapoyas

Dirección : carretera principal salida a Chiclayo

2.2 . **Áreas:**

- **Área administrativa:** La administración estará a cargo de un Administrador quien será responsable de su organización, dirección, control y evaluación del trabajo. Es el responsable del correcto funcionamiento de la empresa. Esta persona también se hará cargo de la de Caja.
- **Área de cocina:** Es la esencia de la Marisquería por ser el lugar donde se preparará los platillos con ingredientes especiales, que además pueden hacer la diferencia entre una Cevichería y otra.
La cocina es de suma importancia debido a que se debe velar porque los procesos en la preparación de los alimentos sean higiénicos y que estos tengan una buena presentación para el cliente.
- **Comedor o servicio en general:** Es un área clave debido a que es el que tiene contacto directo con el cliente. Este es el encargado de velar porque los clientes queden satisfechos con lo que pidieron. Además se debe de atender bien al cliente con cortesía y tratar de ayudarlo para hacerle más fácil el acceso al servicio que se está ofreciendo. Esta área será la encargada de recibir los reclamos y quejas de los clientes.

- **La barra (bar):** En esta área estará ubicada caja y en el fondo se encontrará un amplio espejo con pequeños espacios para colocar los vasos y algunas bebidas.
- **Almacén:** Organizado a través de un Kardex y ordenes de pedido.
- **Servicios higiénicos:** Contara con servicios higiénicos independientes tanto para damas y caballeros, los cuales serán ubicados en lugares visibles y señalizados, alejados al área de cocina y comedor.

2.3 Acabados del local:

Para estar en la capacidad de prestar un servicio de calidad, en el cual los clientes no se sientan incómodos, y todos los empleados tengan un espacio adecuado para realizar su trabajo y moverse libremente dentro del lugar, se necesita establecer la distribución del espacio necesario para el correcto funcionamiento del establecimiento. Es muy importante:

- Saber repartir cada espacio ya que un cliente no disfrutaría el tener su mesa junto a la de otro; así mismo, los empleados necesitan gran espacio para movilizarse, para realizar sus labores evitando tropiezos, accidentes, o daños en el lugar de trabajo, generando pérdidas o demoras en los pedidos e inconvenientes con los clientes.
- Contar con la licencia sanitaria y ambiental.
- Estar ubicados en lugares aislados de focos de insalubridad que representan riesgos potenciales para la contaminación del alimento, Ejm Tierras inundables y botaderos.
- Cumplir con los requisitos mínimos en cuanto a la eliminación de vapores, olores, humos y calor en todos sus espacios.
- Tener los espacios destinados a la producción de alimentos y a la prestación de servicio al cliente externo separados.
- Estar diseñado y construido de acuerdo con especificaciones tendientes a controlar y evitar la presencia de insectos y roedores.
- Tener una ventilación adecuada para prevenir la condensación del vapor, la acumulación de polvo y el exceso de calor.

- Tener una separación física o funcional entre las áreas donde se realizan operaciones de producción y aquellas donde se realicen operaciones contaminantes.
- Disponer de espacios con el tamaño adecuado para la instalación, operación y mantenimiento de los equipos, así como para la circulación del personal y el traslado de materiales o productos.
- Disponer de instalaciones apropiadas para la recolección y almacenamiento de los residuos, éstos a su vez deben estar aislados de los espacios del cliente externo, y estar ubicadas de forma tal que no generen contaminación.

2.4 . Áreas de Producción:

- Los espacios deben dotarse de las condiciones de temperatura y humedad, para la ejecución higiénica de las operaciones de producción y conservación de alimentos.
- Los sistemas de ventilación directa o indirecta no deben contribuir a la contaminación de los alimentos o a la incomodidad del cliente.
- La iluminación, bien sea natural o artificial, debe ser de la calidad e intensidad requeridas para la ejecución higiénica, efectiva y segura.
- Las aberturas en paredes y techos, deben estar construidas de forma tal que se evite la acumulación de polvo, suciedades y se facilite la limpieza.
- Los pisos deben estar contruidos con materiales resistentes, no porosos, impermeables, no absorbentes, no deslizantes en seco o en mojado: que no generen sustancias o contaminantes tóxicos y deben tener acabados que faciliten la limpieza y desinfección y el mantenimiento sanitario.
- El piso de las áreas húmedas en la zona de producción debe tener una pendiente mínima de 2% y al menos un drenaje de 10 cm de diámetro por cada 42 m² de área servida.
- Los drenajes deben estar protegidos con rejillas que eviten el acceso de plagas.
- Los techos deben estar diseñados y contruidos de manera que se

evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de mohos y hongos, etc.

- Las instalaciones eléctricas, mecánicas y de prevención de incendios deben estar diseñadas y tener acabados que impidan la acumulación de suciedades y albergue de plagas.
- El sistema de recolección, tratamiento y disposición de las aguas residuales, debe estar aprobado por la autoridad competente.
- La zona de recepción de materias primas debe estar aislada de cualquier riesgo de contaminación física, química y/o biológica.
- Los depósitos de materias primas y de productos terminados deben ocupar espacios independientes.
- Los circuitos de recepción y distribución de materias primas, no se deben cruzar por el cliente externo.
- Se debe realizar la limpieza general a la cocina; pisos, mesones, equipos, entre otros.
- Organización de los puestos de trabajo, y repartición de tareas.
- Luego se procede a realizar al pre alistamiento; mediante el cual se, alistan aquellos elementos que lo permitan, pero que no vayan a sufrir ninguna alteración, para la preparación de cada uno de la variedad de platos ofrecidos al consumidor.

Todo esto se realiza con el propósito de facilitar el trabajo del cocinero, de forma que conserve su individualidad, su creatividad, que asegure el aspecto gustativo y nutricional de la cocina. Ya que de esta forma se podrá disminuir tiempos en la preparación de los platos. Estos pasos previos a la realización de cualquier otra tarea posterior, evitan que los tiempos de realización de estas tareas se retrasen, se improvisen o bien se vean afectados por alguna.

3. EL MERCADO

3.1 Análisis del Sector.

Cubichería que cumpla con los requisitos del reglamento del MINCETUR, y más aun que no satisfagan las múltiples necesidades de las personas donde podemos llegar a la conclusión que tienen una deficiencia en:

- Calidad de servicio
- Sazón
- Infraestructura Física
- En su ubicación
- En el producto
- En innovación

Aprovechando esto se ve una gran realidad para organizarnos y crear una empresa (*MARISQUERÍA " SABOR PIURANO "*).

3.2.- Estimación del Mercado Potencial:

1. ¿Quiénes estarían dispuestos a comprar nuestro producto?

Elección del público-objetivo al que se quiere llegar:

Según el análisis de mercado realizado, el público objetivo al cual vamos a dirigir nuestro negocio es a la CLASE MEDIA - ALTA.

2. ¿Cuánto estarían dispuestos a comprar?

Marisquería" SABOR PIURANO S.A.C"

Lo necesario para satisfacer sus necesidades y expectativas.

3. ¿Qué precio estarían dispuestos a pagar?

Si se brinda un buen servicio, un buen producto en una buena infraestructura y si logramos satisfacer con un 90% pagaran el precio establecido en la carta.

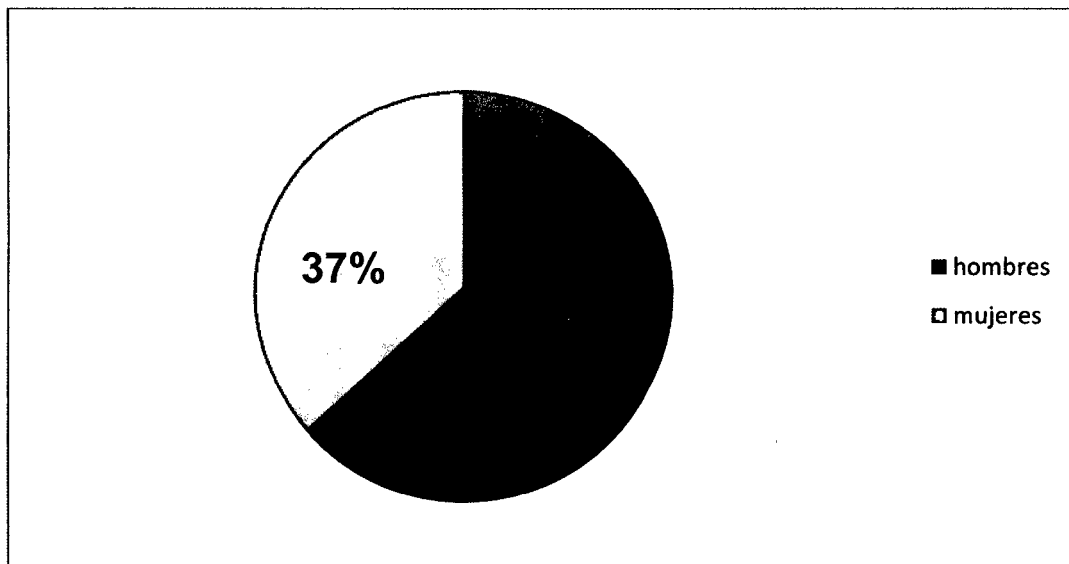
4. ¿En qué se fijará más el cliente: en el precio o en la calidad?

Dependiendo del cliente unos en la calidad, otros en el precios, o ambos a la vez.

a. Proyección de La demanda

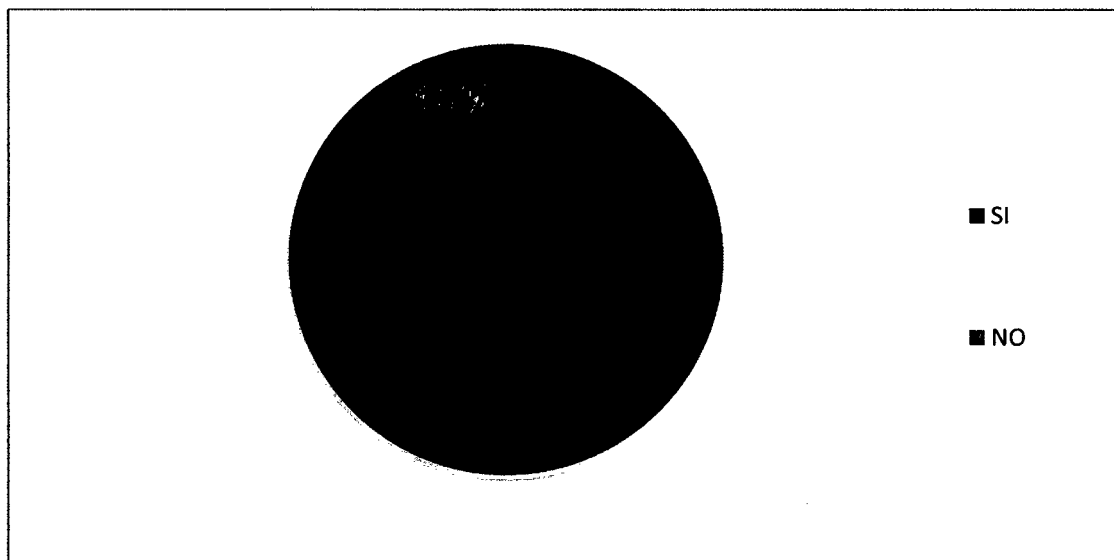
Del total de personas encuestadas que fueron 100, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 01: PERSONAS ENCUESTADAS SEGÚN SEXO, CHACHAPOYAS, 2014



De las personas encuestadas el 63% son hombres y el 37% son mujer

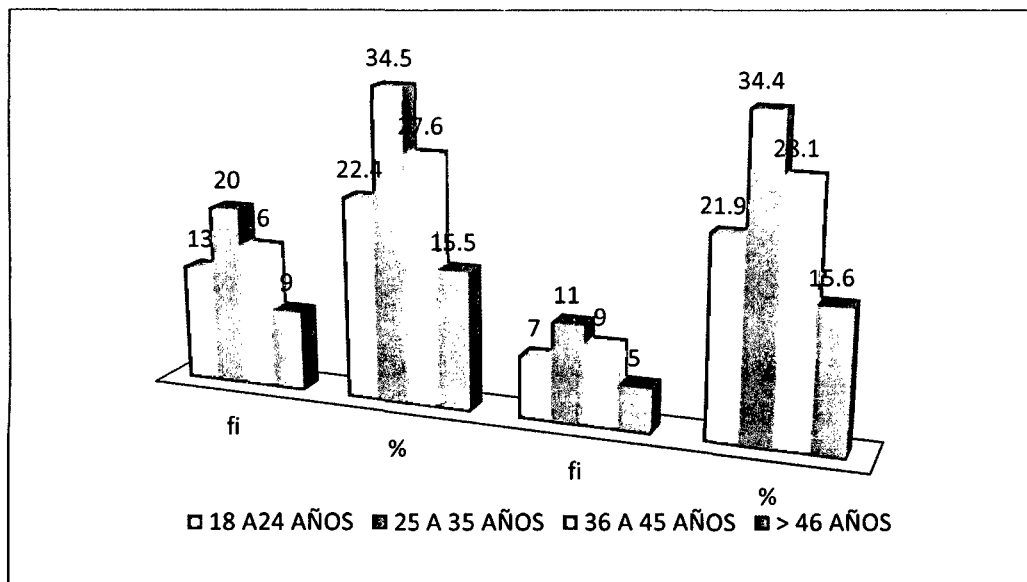
Tabla 02: PERSONAS ENCUESTADAS QUE CONSUMEN CEVICHE, CHACHAPOYAS, 2014



De las personas encuestadas solo el 90% consumen ceviches.

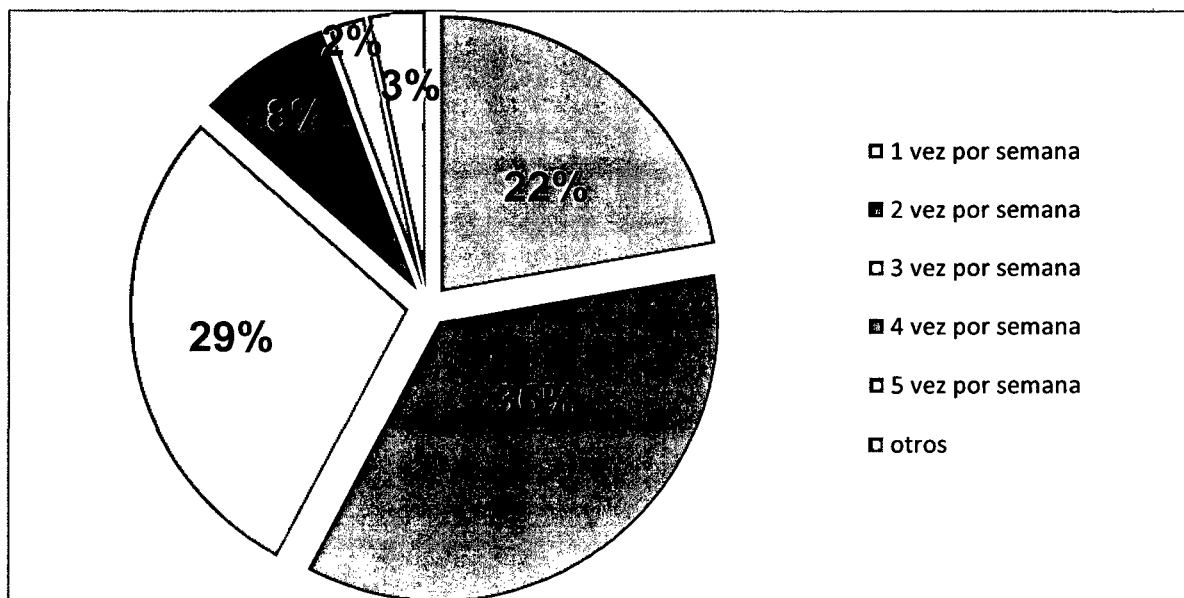
Tabla 03: RELACIÓN ENTRE SEXO Y EDAD DE LAS PERSONAS

ENCUESTADAS, CHACHAPOYAS - AMAZONAS, 2014



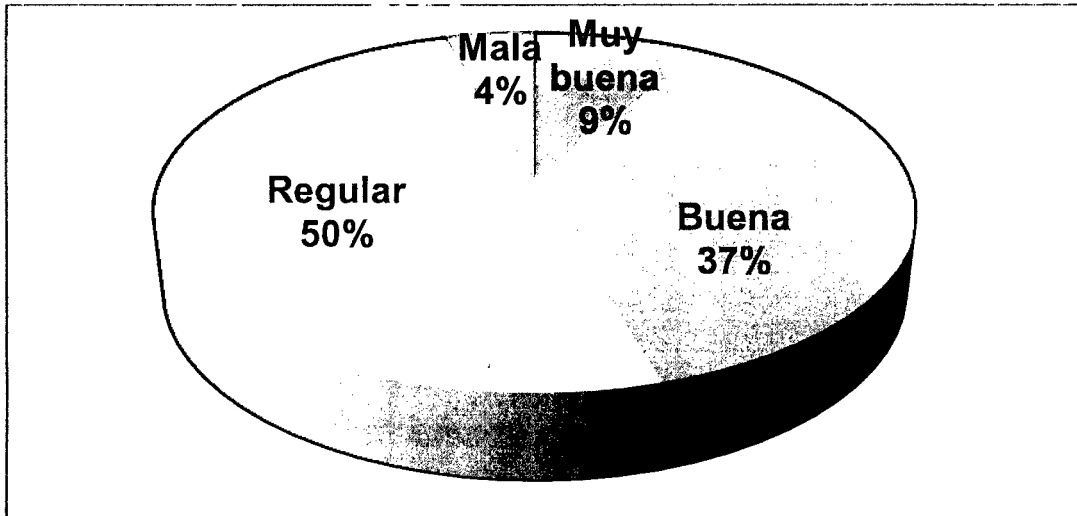
De las personas encuestadas se encuentra que del grupo atareo de 25 al 35 años, y especialmente los hombres son los que consumen ceviche teniendo un porcentaje de 21.1%. Pero también los de 35 a 45 años obtienen un porcentaje aceptable de 18.9%.

Tabla 04: FRECUENCIA CON QUE CONSUMEN CEVICHE, CHACHAPOYAS, 2014.



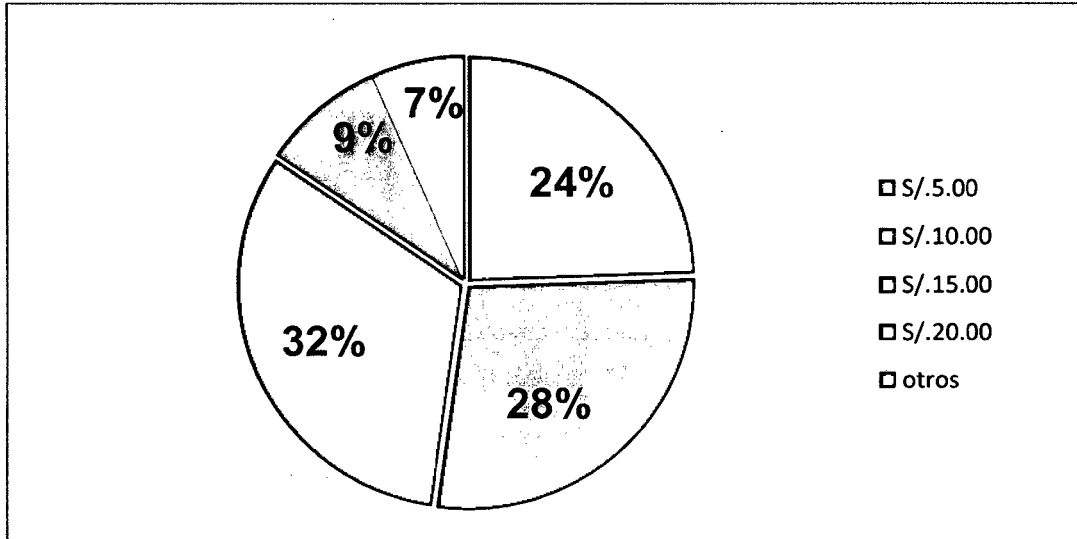
De las personas que consumen ceviche el 36 % consume 2 veces por semana, y el 29% consume 3 veces por semana.

Tabla 05: ATENCIÓN QUE RECIBE EN UNA CEVICHERÍA, CHACHAPOYAS, 2014



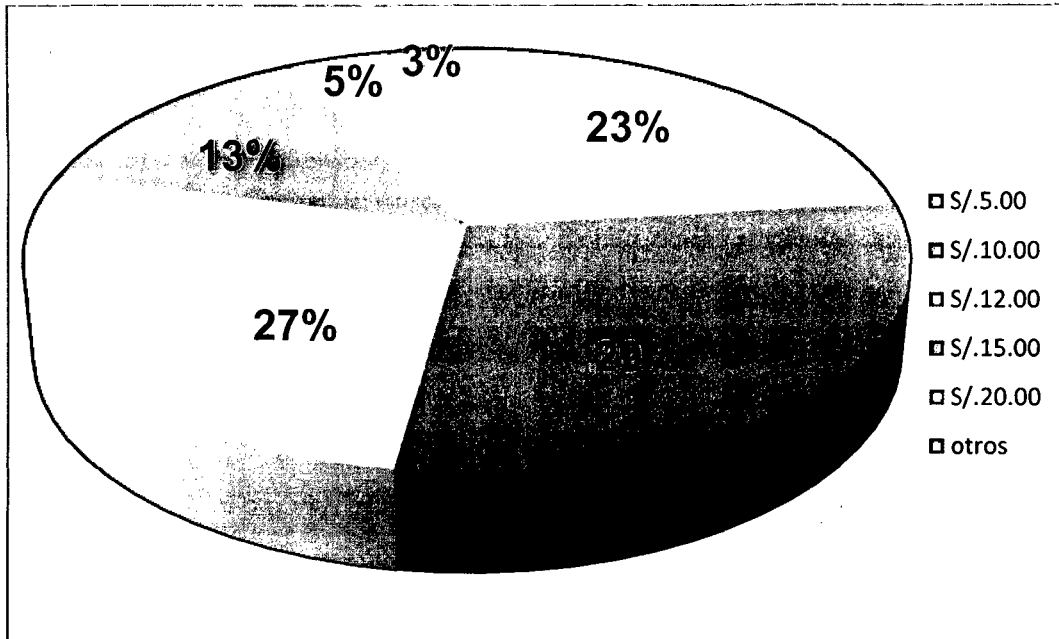
De las personas encuestadas el 50 % coincide que la atención que reciben en una Cevichería es regular. Y el 4% opinan que reciben una atención mala.

Tabla 06: PRECIO QUE PAGA POR UN PLATO DE CEVICHE, CHACHAPOYAS, 2014



De los datos anteriores se obtiene que las personas pagan entre 15 y 10 soles por un plato de ceviche ya que los porcentajes son 32% y 28% respectivamente.

Tabla 07: PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR UN PLATO DE CEVICHE, CHACHAPOYAS, 2014



Los precios que las personas están dispuestas a pagar por un plato de ceviche oscilan entre 12 y 10 soles, ya que representan el 29% y 27% respectivamente

4. - ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

a. ¿Cuántas empresas ofrecen el mismo bien o servicio que nosotros pretendemos Ofrecer?

Son siete las Empresas que ofrecen el mismo servicio que nosotros pretendemos ofrecer.

4.1. La competencia:

> CEVICHERÍA EL LIMÓN

Cuya principal especialidad es el tradicional Cebiche, plato orgullo del Perú y los diferentes platos hechos con mariscos .Además, cuenta con los tragos más exquisitos. Sus productos de alimentación que ofrecen son:

Pescados y mariscos En su diversificación de platos (cebiche, jalea, parihuela, sudado de pescado, leche de tigre, cebiche mixto, chicharrones de calamar, arroz con mariscos etc.)

Misión: Somos un restaurante de prestigio, con un excelente servicio y calidad dentro de nuestros productos, para lograr la

consolidación en la preferencia de nuestros clientes.

Visión: Llegar a ser la mejor Cevichería de la región Amazonas, constituirnos como la más exitosa, y convertirnos también como una muy atractiva fuente de trabajo.

Valores: Desarrollar una estructura integral en nuestro equipo de colaboradores, actitud de servicio, convivencia y armonía en un ambiente de profesionalismo, honestidad y entusiasmo, en el trabajo.

Objetivos:

Que el cliente disfrute de su estancia con sus familiares y amigos sin perder el espíritu mexicano. Así como también que en cada una de sus visitas, se lleven una porción de la buena y del buen servicio que en este restaurante.

Horario de Atención: De Lunes a Domingo de 10:00 a 16:00 Hrs

Dirección: Ayacucho 325, Chachapoyas

Platos que ofrece:

❖ Ceviche mixto	S/. 15.00
❖ Jalea	S/. 15.00
❖ Ceviche de pescado	S/. 15.00
❖ Ceviche de mariscos	S/. 18.00
❖ Ceviche mixto	S/. 18.00
❖ Ceviche de conchas negras	S/. 15.00
❖ Chupe de pescado	S/. 15.00
❖ Chupe de camarones Parihuella	S/. 12.00

> **CEVICHERÍA RINCÓN MONSEFUANO**

Misión: Somos el restaurante con mayor tradición en gastronomía, con

proyección nacional e internacional., rebasamos las expectativas de nuestros clientes sirviéndoles platillos con higiene y esmero.

Visión: Ser el mejor restaurante de la mejor comida, capaz de desarrollar en cada uno de nuestros colaboradores; su capacidad creativa a favor del cliente. Tener un nivel de vida mejor para todos los colaboradores en beneficio de la organización.

Valores:

-Honestidad: Ser transparentes con nuestros clientes y colaboradores, otorgar lo que se ofrece; no prometer si no se puede cumplir lo acordado.

-Compromiso: Estamos comprometidos con nuestros clientes, trabajamos por ellos y para ellos.

Horario: Lunes a domingo de 10:00 am a 16:30 pm

Platos que ofrece:

✓	Ceviche de pescado	S/. 15.00
✓	Ceviche de mariscos	S/. 15.00
✓	Ceviche mixto	S/. 18.00
✓	Ceviche de conchas negras	S/. 20.00
✓	Chupe de pescado	S/. 15.00
✓	Chupe de camarones	S/.15.00
✓	Ceviche mixto	S/. 15.00
✓	Jalea	S/. 15.00

> **PUMA URCO**

Misión: Somos una empresa innovadora de deliciosos platos hechos a base de pescado, para satisfacer la exigencia de nuestros clientes.

Visión: Sobrepasar las expectativas de nuestros clientes con conceptos únicos. Ofrecer conceptos únicos e integrales de alimentos, bebidas y entretenimiento.

Valores:

-Creatividad: los platos que ofrecemos es el resultado de nuestra creatividad

gastronómica.

-Amabilidad: para con nuestros clientes haciéndoles sentir como en casa.

-Confianza: transmitimos confianza en nuestros platos, ya que son alimentos 100% saludables.

Dirección: 2 mayo Horario: 10:00 am - 16:00 pm

Platos que ofrece:

➤	Ceviche de mariscos	S/. 15.00
➤	Ceviche de pescado	S/. 15.00
➤	Ceviche mixto	S/. 18.00
➤	Ceviche de conchas negras	S/. 18.00
➤	Chupe de pescado	S/. 15.00
➤	Chupe de camarones	S/.15.00
➤	Ceviche mixto	S/. 15.00
➤	Jalea	S/. 15.00

> **CEVICHERÍA DEL Y**

Misión: Difundiendo nuestra gastronomía como también promoviendo el turismo en nuestro país. Contamos con personas capacitadas para fijar nuevos estándares de excelencia en la satisfacción de los clientes.

Visión: Ser un restaurante reconocido a nivel local, nacional e internacional por el servicio que ofrecemos, además de ser líder en el mercado meta establecida, teniendo una gran demanda, valorando y respetando siempre a nuestra clientela, teniendo un alto grado de calidad, promoviendo el desarrollo de nuestros clientes, empleados y el país con la solidez que nos caracteriza.

Valores:

-Respeto: Que refleje ante ellos, ante la empresa y ante los clientes en todos los aspectos.

-Creatividad e innovación: Es un valor importante que siempre estaremos en constante búsqueda para el bienestar de nuestros clientes y el éxito de nuestra empresa.

-Puntualidad: Demostrando que cumplimos puntualmente todos los detalles

relacionados con algún compromiso dentro y fuera del negocio.

Dirección: Prolongación Chincha alta

Platos que ofrece:

▪ Ceviche de mariscos	S/. 15.00
▪ Ceviche de pescado	S/. 10.00
▪ Ceviche mixto	S/. 15.00
▪ Chupe de pescado	S/. 15.00
▪ Chupe de camarones	S/.15.00
▪ Jalea	S/. 10.00
▪ Parihuela	S/.12.00

> **CAMPOMAR**

Misión: Trabajamos todos por un solo ideal la cual nos une como personas y como equipos en la cual nos ayuda a llegar a nuestras metas. Somos una Cevichería que ofrece platos de calidad especialmente: cebiche, jalea, parihuela, sudado de pescado, leche de tigre, cebiche mixto, chicharrones de calamar, arroz con mariscos, entre otros productos.

Visión: Es ser reconocidos como un restaurante original, sólido y profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicios y productos de excelencia.

Valores:

-Vocación de servicio: Esto refleja la humildad y el interés de servir a los demás con calidad sin esperar nada a cambio. **-Transparencia:** Ser sinceros, transparentes en la cual transmita respeto y confianza de ambas partes para el bienestar de los clientes, colaboradores y empresa reflejada en su personal el cual está en capacitación constante en manipulación de alimentos y atención al público **Dirección:** Salamanca

Horario: Lunes a viernes (11:00 am a 16:00 pm)

Platos que ofrece:

✦ Chupe de camarones	S/.15.00
----------------------	----------

✦	Ceviche de mariscos	S/. 15.00
✦	Ceviche de pescado	S/. 15.00
✦	Ceviche mixto	S/. 15.00
✦	Chupe de pescado	S/. 15.00
✦	Ceviche mixto	S/. 15.00
✦	Jalea	S/. 12.00
✦	Parihuela	S/.12.00

> **MISTURA URCO**

Misión:

Somos una Cevichería ubicada en el jirón Salamanca, comprometida con brindar platos exquisitos y de calidad, procurando la amabilidad y el buen trato al cliente.

Visión:

Ser reconocidos como un grupo original, divertido, sólido, con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicios y productos de excelencia a sus invitados; posibilidades de desarrollo a su personal, trato justo a sus proveedores; transparencia y buenos manejos a las autoridades y colaboración en el desarrollo de las comunidades donde opera.

Valores:

Honestidad, Productividad, Dedicación, Optimismo

Dirección: Puno cuadra 3.

> **EL PORTONCITO**

Misión: Somos un restaurante comprometido con la salud de nuestros clientes por lo que ofrecemos una diversidad de platos hechos a base de pescado, con insumos netamente saludables.

Visión: Ser de acá a 4 años una de las mejores Cubicherías de la región Amazonas, y alcanzar una diversificación de nuestro servicio en la región San Martín, especialmente en la ciudad de Tarapoto.

Objetivo: Lograr que todas las personas que salga de nuestro restaurante tengan las ganas de regresar y recomendar a los demás.

Valores:

- **Armonía:** entre los trabajadores del negocio y con el cliente.
- **Compromiso:** estamos comprometidos con el cliente, para cubrir todas sus exigencias.
- **Carisma:** tratamos de caer simpáticos al cliente para lograr un clima de confianza.

LEMA: El cliente siempre tiene la razón.

Dirección: Jr. Ortiz Arrieta Cuadra 2.

b. Los precios

Aplicación de la teoría del precio.

Nosotros como restaurante de comida marina nos enfocaremos en primer lugar a los precios bajos o de penetración, puesto que somos una nueva empresa que entrara al mercado a competir, nuestro objetivo será fijar precios bajos para nuestros productos con el fin de atraer un gran número de compradores y conseguir una participación de mercado amplio.

A largo plazo utilizaremos la fijación de precio del valor agregado en la que consiste en encontrar formas de mantener el poder de fijación de precios en la compañía lo que hacemos es vincular características y servicios de valor agregado a las ofertas para diferenciarlas y apoyar a si precios más altos en vez de recortar precios para igualar los de la competencia.

En nuestro caso los productos que tenemos marca la diferencia porque nos permite ofrecer un servicio más personalizado, aparte de los servicios a ofrecer adicionamos un lugar temático que va permitir a los clientes salir de la rutina y disfrutar algo novedoso siempre teniendo en cuenta satisfacer todas sus expectativas.

Las teorías de precio que se aplicaran dentro de la empresa serán las siguientes:

- > Los 2 x 1: que será utilizados los días lunes durante el año.
- > El 50 % de descuento y sorteos mensuales.
- > Precios psicológicos: utilizaremos esta teoría a través de los combo de platos 19.90.

CARTA

PLATOS	S/.
CEVICHE DE PESCADO	12.00
CEVICHE DE MARISCOS	12.00
CEVICHE MIXTO	15.00
JALEA	14.00
CHUPE DE PESCADO	12.00
CHUPE DE CAMARONES	15.00
PARIHUELA	14.00
TRUCHA FRITA	12.00
ARROZ CON MARISCOS	15.00
SUDADO DE PESCADO	15.00
LECHE DE TIGRE	08.00
FUENTES	S/.
CEVICHE DE PESCADO	25.00
CEVICHE DE MARISCOS	25.00
CEVICHE MIXTO	25.00
ARROZ CON MARISCO	25.00
BEBIDAS	S/.
CERVEZA	5.00
GASEOSA 1/2 LITRO	2.50
JARRA REFRESCOS	4.00

c. La comercialización:

Para que nuestro negocio tenga viabilidad, la selección de personal, infraestructura, proveedores, será esencial para una mejor administración de los recursos. Cada parte integrante de la organización debe ser debidamente seleccionada, a fin de que se integre y encaje de manera precisa, permitiendo el desarrollo del mismo.

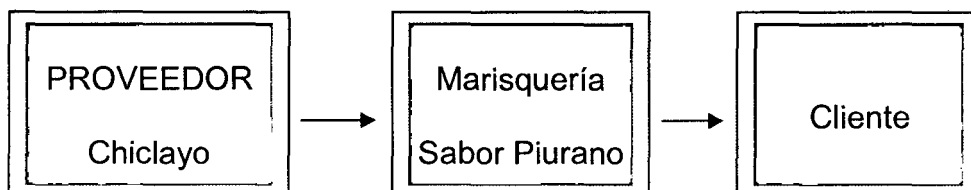
Nuestro negocio (Marisquería), con el fin de poder brindar un buen producto y un servicio eficiente, ha visto por conveniente seleccionar a los proveedores de los insumos utilizados (Pescado y mariscos) que brinden sus servicios de manera eficaz y oportuna que redundará asimismo en el servicio que el negocio brindará a sus clientes.

Es necesario que los insumos solicitados, lleguen en su debida oportunidad, ya que su retraso repercutiría negativamente en el negocio, toda vez que al no contar con estos en su debido momento retrasaría la labor desempeñada, empañando la imagen del negocio por consiguiente la pérdida de clientes y la imagen ganada.

El negocio (marisquería), por elaborar su producto con insumos perecibles, tiene en el factor tiempo uno de sus puntos más vulnerables, por lo que, al elegir al proveedor de estos, tendremos sumo cuidado con las referencias en cuanto a su puntualidad.

El proveedor deberá contar con las garantías del caso, tal es así que deberá estar inscrito en la Sunat en el rubro señalado, registro Municipal en la que conste de un local fijo, registro de los conductores, etc. Cabe resaltar que nuestros proveedores serán exclusivos de la ciudad de Chiclayo por el precio y la calidad de precio que ofrecen.

Nuestra empresa trabajará con la base de datos de un archivo de Excel para tener la información precisa de nuestros proveedores y clientes y así no tener ningún inconveniente y trabajar cordialmente con ellos.



Nosotros utilizaremos un canal directo para comercializar nuestro producto al cliente, ya que nuestro negocio se trata exclusivamente de una

marisquería.

5. ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (ANÁLISIS FODA)

Fortalezas:

- La infraestructura.
- Nuestra carta amplia.
- Nuestra ubicación.
- Nuestro servicio. etc

Oportunidades:

- Nuestra competencia.
- La tecnología.
- El mercado.
- El crecimiento turístico en la región, etc.

Debilidades

- La organización.
- Nuestro equipo de trabajo.

Amenazas

- El clima
- Las huelgas o paros.

6. MARKETING.

a. Plan de comunicaciones:

Nosotros tenemos en cuenta que no solo es ofrecer un buen servicio si no también tenemos que promocionar para ello en el plan de comunicaciones nosotros usaremos como estrategia general la promoción de ventas Ofreciendo cupones semanales sorteos, concursos, descuentos.

También aplicaremos ventas personales y directas uno de los objetivos de la promoción de ventas es la de ayudar o apoyar a los vendedores en su presentación actualmente como somos una empresa que recién inicia nosotros mismos seremos los vendedores

Las estrategia clásica que usaremos en nuestra plan de comunicaciones será el empuje o push porque somos una empresa pequeña y aun no estamos en capacidad de invertir mucho dinero en publicidad por los medios de comunicación por ello nosotros realizaremos incentivos a nuestros intermediarios realizaremos trípticos, materiales de venta promociones.

Nuestro plan de comunicaciones será:

- Contar con un blog y un boletín electrónico
- Piezas promocionales como gigantografías, página web, etc.
- Anuncios publicitarios mediante redes sociales (Facebook)

LOGOTIPO DE MARISQUERÍA "SABOR PIURANO"



Lema:

LO MÁS SELECTO EN PESCADOS Y MARISCOS



27 MAY 2015

b. Utilización del ciberespacio

Con la finalidad de que nuestro producto sea más accesible al público objetivo, haremos uso de la tecnología informática a nuestro alcance. Una de las maneras de que nuestro posible cliente conozca los detalles de nuestro

producto y servicio que ofrecemos, es crear una página web, mediante la cual informaremos detalles tales como el producto, la marca, dirección, teléfono, servicios adicionales, ofertas, etc. permitiendo de esta manera que el mercado potencial se informe a detalle, sin salir de casa, ahorrando tiempo, esfuerzo y dinero.

En estos tiempos con el desarrollo de la tecnología informática, se ha dado origen a la evolución de las Redes Sociales, mediante la cual personas de distinta edad, y diversas partes del mundo intercambian información de

Diversa índole, convirtiéndose este medio en una forma de hacer publicidad de productos y servicios; cabe resaltar que su uso está cada día en aumento y por ende el número de usuarios, los cuales en cuestión de segundos difundirían la noticia; si bien existe la publicidad de boca en boca, bien podría decirse que existe publicidad de PC a PC en red en el menor tiempo posible, con menos inversión y menos esfuerzo.

c. Marketing directo

Existen diversas maneras de promocionar un producto o servicio, el Marketing utiliza diversos medios tales como la Tv, Radio, Prensa Escrita, Revistas Especializadas, volantes, etc. Nosotros, si bien estamos empezando en el rubro gastronómico, trataremos de promocionarnos teniendo en consideración nuestras limitaciones económicas y una de las maneras es poniendo en práctica el Marketing Directo, que no es otra cosa que la promoción en el mismo lugar (Merchandasing).

El Merchandasing se desarrolla desde el primer momento en que el cliente se encuentra en el lugar, por lo que un buen servicio forma parte de ella, el canje, los cupones es el "gancho" para mantener fidelidad y de vuelta al cliente.

Es necesario que el cliente nos mantenga siempre en la mente, por este motivo, la marca debe estar en los artículos que llevará como recuerdo, como por ejemplo un llavero, un sticker, un encendedor, en resumen un artículo que

pueda estar a la vista del cliente y automáticamente lo relacione con el negocio.

d. Los módulos de demostración

Si bien un posible cliente no tiene idea de la diferencia entre el producto que ofrecemos con el que ofrece la competencia, es necesario dar un paso adelante y ofrecer nuestro producto, sin necesidad de que el posible cliente tenga que comprarlo en el momento. Por este motivo el uso de los módulos de demostración de los diversos productos han tenido un auge increíble ya que acerca el producto al cliente y no lo contrario.

Es necesario mencionar que el personal que estará a cargo de los módulos de degustación, este muy informado acerca del producto a ofrecer, ya que veces se utiliza personal sin experiencia y ante los requerimientos de información por parte de los clientes, estos no son solucionados; lo que es negativo para la captación de clientes. No siempre la contratación de impulsadoras es una buena medida, sino personal especializado en el tema.

7. ASPECTOS TÉCNICOS

a. Especificaciones del producto

Al ingresar al mundo de los negocios se abren nuevos caminos, nuevas expectativas, nuevos retos que enfrentar. Se ofrecerán al mercado una serie de productos y servicios, y se competirá con otros negocios del rubro que tratarán de desplazar a los otros, con un mejor producto y servicio aumentado, mejorado, diferenciado; con el único fin de captar nuevos clientes o mantener los que ya se tienen.

La gran aventura (por el riesgo que conlleva), a la que emprenderemos, se encuentra en el rubro gastronómico, el cual es muy competitivo en nuestro medio por diversos factores, pero a su vez, las continuas campañas de publicidad promovidas por el sector público y privado han contribuido que la gastronomía peruana se encuentre en el pedestal a nivel mundial que hoy ostenta.

Al respecto, incursionamos en el rubro gastronómico (marisquería),

considerando que representa el plato bandera de nuestro país y cuyo consumo se encuentra extendido en todo nuestro territorio patrio. Asimismo, si bien su consumo se ha incrementado, tendiendo como referencia el aumento de estos restaurantes especializados, faltaría promocionar su consumo nocturno, quizás la parte débil en la demanda.

b. Proceso productivo

Elaboración del ceviche: Lavar y cortar el pescado, sazonar con sal, cominos, limón ácido y un toquecito de ají, colocar esta preparación en un plato y añadirle mayonesa, ají, canchita, camote cocido, yucas fritas y listas para servir y saborear su exquisitez; puede ir acompañado de chicha morada cacera, gaseosa o cerveza.

c. Medios

Como ya se viene mencionando en los párrafos anteriores, nuestra idea de inversión de negocio está enfocada en la implantación de una Cevichería ubicada en Chachapoyas, ofreceremos diversos platos marinos pero los más resaltantes son los ceviches. Para la preparación de estos platos haremos uso de:

MANO DE OBRA: Chef profesional, administrador, mozos capacitados y personal activo y dinámico.

MATERIA PRIMA: Pescado fresco, mariscos, cebolla, limón ácido, camote, yucas, choclo, ají y otros.

EQUIPO: Cocina gas, refrigeradora, congeladora, licuadora, horno microondas, ollas, utensilios, platos y otros.

8. LA ORGANIZACIÓN

La empresa se constituirá como persona jurídica bajo la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) con un capital social de S/. 19 611.50.

8.1. Marco legal

La empresa se constituirá bajo la Ley General de Sociedades, D.L. N° 311 que dicta lo siguiente:

- a. **La sociedad anónima (abreviatura: S. A.)** es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado.
- b. La administración de la empresa será encargada por los socios aportantes a uno o más gerentes.
- c. Los acuerdos de la sociedad se tomarán por mayoría.

8.2. Trámites y requisitos para la constitución de la empresa

- a. **Búsqueda del nombre o razón social.**- Debe obtenerse el certificado de búsqueda mercantil, emitido por la oficina de registros públicos para verificar que no existe inscrita otra empresa con igual nombre en Registros Públicos del Perú, estos trámites se realizarán en la oficina existente en la ciudad de Chachapoyas.
- b. **Elaboración de la minuta de constitución.**- Para la constitución de una persona jurídica se necesita elaborar una minuta de constitución.
- c. **Escritura pública.**- La minuta es elevada a escritura pública por un notario. Los socios deben apersonarse a firmar la escritura.
- d. **Registro mercantil.**- La inscripción de las sociedades mercantiles es constitutiva, el contrato social debe inscribirse dentro de los 30 días posteriores al otorgamiento de la escritura pública. Una vez inscrita la Escritura pública en Registros Públicos, la empresa obtiene personería jurídica.
- e. **Inscripción en la SUNAT.**- Las personas naturales, jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades de hecho u otros entes colectivos que

deseen iniciar actividad comercial, es decir, que sean contribuyentes y/o responsables de tributos administrados por la SUNAT, deberán obligatoriamente inscribirse en el Registro Único Contribuyentes- RUC, estos trámites se realizarán en la oficina existente en la ciudad de Chachapoyas.

f. **Registros contables.**- Como regla general, los libros de contabilidad deberán ser llevados en castellano y en moneda nacional. Antes se deberán legalizar todos los libros exigidos, la modalidad será como Empresa inscrita en Renta de 3ra categoría.

g. **Registro unificado.**- Es requisito indispensable para el ejercicio de las actividades económicas (personas naturales o jurídicas). La inscripción se realiza en la Oficina del Proyecto Especial del Registro Unificado del Ministerio de Industrias. El formulario deberá adquirirse en el Banco de la Nación y se presenta en la dependencia correspondiente a la actividad principal que va a desarrollar el interesado (Agroindustria, Turismo, Industria, Artesanía, Comercio, Transportes, Salud). Con la presentación del Registro Unificado. se recibe automáticamente el registro del sector al que pertenece la empresa y se puede tramitar la obtención del Registro Patronal de ESSALUD la autorización del Libro de Planillas y el Registro Unitario.

h. **Licencia municipal de funcionamiento.**- Todo contribuyente que utilice un local para realizar actividades generadoras de rentas de tercera- categoría deberá obtener autorización de funcionamiento en la Municipalidad Provincial de Chachapoyas.

i. **Inscripción en ESSALUD.**- Dentro de los 10 días siguientes a las inscripciones en el Registro Unificado, el empleador deberá llenar y presentarse ante la Oficina Zonal de ESSALUD en la ciudad de Chachapoyas, así como la planilla y actualización de datos de ESSALUD. Por su parte los trabajadores deberán informar a su empleador en que régimen de pensiones se encuentran y, de ser el caso, ante qué AFP cotizan.

Constitución de la empresa: Marisquería "SABOR PIURANO" S.A.C

Señor Notario: Dr. CONRADO MORI TUESTA

Extienda en su registro de escritura pública una de CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, que otorgan:

Doña: Rojas Epquin Olinda de nacionalidad peruana, estado civil soltera, identificado con DNI. N° 42492602, RUC 10424926021, con domicilio en el avenida libertad 121 de esta ciudad.

Doña Chuica Huamán, Carla Jessica de nacionalidad peruana, estado civil soltera, identificado con DNI. N° 43402521, RUC 10434025212, con domicilio en el Jr. Triunfo 1211 de esta ciudad.

PRIMERO: los otorgantes hemos acordado constituir una sociedad anónima denominada Marisquería "SABOR PIURANO" S.A.C, con un capital de (Setenta Mil y 00/100 nuevos soles), dividido en 700 acciones de S/100 (cien y 00/100 nuevos soles) cada una, íntegramente suscritas y totalmente pagadas en bienes, según relación adjunta, en la siguiente forma:

- Doña Rojas Epquín, Olinda suscribe y paga S/. 35,000.00
- Doña Chuica Huamán, Carla Jessica suscribe y paga S/. 35,000.00

El domicilio es la ciudad de Chachapoyas, y el objeto de la sociedad será el que aparezca en sus estatutos.

SEGUNDO: L a sociedad se registrá por los siguientes:

ESTATUTOS:

Artículo Primero: La sociedad se denominara MARISQUERÍA "SABOR PIURANO" S.A.C., la cual podrá utilizar indistintamente las siglas. Su domicilio es la ciudad de Chachapoyas, y puede establecer sucursales o agencias en otros lugares del país o del extranjero, por acuerdo de su junta general de accionistas.

Artículo Segundo: como constituyentes de la empresa, por medio de la presente damos a conocer que el objeto de la sociedad es el de dedicarse a brindar una gran variedad de platos marinos aplicando los principios de nutrición y buenas prácticas de manipulación en nuestra gastronomía.

La sociedad también podrá dedicarse a las demás actividades conexas que se relacionen con su objeto y que acuerde la junta general.

Artículo Tercero: La duración de la sociedad es indeterminada, y comienza a funcionar de la fecha de la escritura que esta minuta origine.

Artículo Cuarto: El capital social es la suma de S/. 19 611 .50 (diecinueve mil seiscientos once).

Artículo Quinto: Las acciones estarán representadas por títulos desglosados de un libro talonario de acciones que contendrán los requisitos determinados por el Art. 114 de la ley general de sociedades, decreto legislativo 311.

Artículo Sexto: Las transmisiones de acciones, salvo el caso de herencia o mandato legal, requerirán la aprobación previa del Directorio. Los accionistas tendrán derecho preferencial para la compra, para cuyo efecto, cuando un accionista proponga transferir todo o parte de sus acciones, deberán comunicarlo al Directorio con siete días de anticipación, a fin de que los demás accionistas, por precios que no excederán de los acuerde el propio Directorio, mediante valorización practicada de acuerdo con el DL. 19419.

Artículo Séptimo: La sociedad abrirá un libro de registro de acciones y transferencias en el que se inscribirán las acciones emitidas y las sucesivas transferencias y la constitución de gravámenes de cualquier clase.

Artículo Octavo: La sociedad reputara como propietario de las acciones a quien aparezca como tal, en el libro de registros de acciones. Los accionistas quedan automáticamente sometidos a todos los acuerdos adoptados válidamente por las Juntas Generales y el Directorio, y a las disposiciones de estos estatutos, incluso los disidentes.

Artículo Noveno: Las Juntas Generales de accionistas serán ordinarias y extraordinarias. La constitución de las mismas, sus atribuciones, requisitos y oportunidades para su convocatoria, quórum, se ceñirán a lo preceptuado por los Art. 120 al 152 de la ley de Sociedades, decreto legislativo 311.

Artículo Décimo: La sociedad será dirigida por un Directorio compuesto por un mínimo de tres (2) miembros y un máximo de siete (7) miembros. Los miembros serán elegidos cada tres años por la Junta General Ordinaria, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

Artículo Undécimo: El Directorio elegirá un Presidente, quien actuara como tal en toda clase de juntas, gozando de voto dirimente en caso de empate.

Artículo Duodécimo: El Directorio se reunirá cada vez que lo convoque el Presidente o quien haga sus veces, o en su defecto, en la forma que establece el Art. 165 de la Ley General de Sociedades, Decreto Legislativo 311.

Artículo Décimo Tercero: El quórum para las sesiones del Directorio se determinara conforme a lo señalado por el Art. 166 de la Ley General de Sociedades. Las sesiones del Directorio y los acuerdos adoptados en ellas deben constar en un libro de actas y se observaran las reglas señaladas por la Ley General de Sociedades.

Artículo Décimo Cuarto: Las facultades y atribuciones del Directorio son:

- a. Acordar sobre administración, adquisición, afectación, uso y enajenación de inmuebles y muebles, constituyendo hipotecas sobre inmuebles y prendas valores y/o muebles de propiedad de la sociedad.
- b. Autorizar la autorización de contratos de arrendamiento, préstamos y financiamiento, la obtención de créditos con o sin garantía hipotecaria, contratos de construcción y suministros con personas naturales o jurídicas, públicas o privadas y otorgar recibos y cancelaciones.
- c. Celebrar toda clase de contratos civiles, mercantiles o de cualquier naturaleza, incluyendo compras, ventas, locación de obras y servicios, seguros, alquileres, transportes, fletes, depósitos o cualquier otra operación conveniente a los

intereses de la sociedad.

d. Autorizar la realización de toda clase de operaciones mercantiles y bancarias, incluyendo la apertura de cuentas corrientes y su cierre, colocación y retiro de imposiciones y depósitos, descuentos de títulos valores, transferencia de documentos, cobranzas en general, contratación de toda clase de créditos y préstamos, así como sobregiros y avances con instituciones bancarias y financieras, avalar y/o afianzar operaciones o deudas.

e. Girar, aceptar, re aceptar, endosar, descontar y protestar letras de cambio, cheques, vales, pagares y cualquier otro documento de crédito, warrants, conocimientos de embarque u otros efectos de comercio.

f. Acordar la participación de la sociedad en otras sociedades o personas jurídicas.

g. Otorgar poderes generales y especiales, con delegación de cualquiera de sus facultades y revocarlos.

h. Someter a la Junta General Ordinaria los balances anuales y las cuentas de ganancias y pérdidas anuales, con anticipación no menor de quince (15) días.

Artículo Décimo Quinto: El Director General, con la firma conjunta de un director, es el ejecutor de todos los acuerdos del Directorio y en virtud de esta cláusula y sin necesidad de poder por otras escrituras públicas, tiene la plena representación civil judicial, comercial y administrativa de la sociedad, además de las facultades siguientes:

a. Representar a la sociedad en juicio o fuera de él, quedando investido con las facultades de los Art. 74 y 75 del código procesal civil, Art. 3 y 26 del decreto supremo 006 - 71 TR, y Art. 3 y 28 del decreto supremo 006 - 72 - TR. Puede entablar y contestar demandas nuevas y sustituir judicialmente este poder con las mismas facultades y volver a reasumirlo.

b. Dirigir las operaciones de la sociedad, sin ser necesario acuerdo previo del Directorio para celebrar los contratos o actos comerciales propios de la sociedad.

c. Remplazar y separar al personal subalterno y contratar los empleados que sean necesarios para buena marcha de la sociedad.

- d. Usar el sello de la sociedad, expedir la correspondencia epistolar y telegráfica y cuidar que la contabilidad esté al día, inspeccionando los libros, documentos y operaciones y dictando las disposiciones necesarias para el normal funcionamiento de la sociedad.
- e. Dar cuenta en cada sesión de la marcha y el estado de los negocios, así como de la recaudación, la inversión y la existencia de fondos que tenga a bien pedir el Directorio.
- f. Presentar en tiempo oportuno al Directorio el balance general de cada ejercicio y los datos necesarios para la redacción de la memoria anual que debe ser presentada a la Junta General de Accionistas.
- g. Ordenar pagos y cobros.
- h. Representar las acciones que posea la compañía en otras sociedades y abrir y cerrar cajas de seguridad.

Con la firma conjunta de un Director, igualmente, el Director Gerente podrá abrir cuentas corrientes y a plazos en los bancos, girar, endosar, aceptar, y descontar letras de cambio, así como todo otro documento de crédito inclusive vales y pagarés y sus respectivas renovaciones; girar, cobrar y endosar cheques y cancelarlos, solicitar sobregiros, préstamos, créditos, tomar dinero prestado, retirar depósitos e imposiciones de cualquier naturaleza; celebrar actos y contratos tales como habilitaciones con garantía específica de prenda o sin ésta; arrendar, activa o pasivamente, muebles o inmuebles; celebrar contratos de compra venta de bienes muebles o valores bursátiles, otorgando y firmando los contratos privados, minutas y escrituras públicas las asumirá automáticamente el Presidente del Directorio, sin ninguna restricción, presumiéndose tal ausencia a su sola firma.

Artículo Décimo Sexto: El Directorio podrá nombrar a uno o más gerentes, concediéndoles las atribuciones y las facultades correspondientes.

Artículo Décimo Séptimo: El balance anual, que abarca el año calendario, será sometido a la aprobación de La Junta General Ordinaria dentro de los ochenta (80) días siguientes a la fecha del Cierre junto con la cuenta de ganancias y pérdidas y la memoria del ejercicio.

Artículo Décimo Octavo: La aprobación del balance y la distribución de las utilidades, si las hubiera, serán acordadas por la Junta, cumpliendo las exigencias señaladas por el Art. 250 y siguientes de la Ley General de Sociedades, detrayéndose la suma necesaria para reserva legal.

Artículo Décimo Noveno: La disolución y liquidación de la sociedad se efectuará de conformidad a lo establecido por el Art. 359 y siguientes de la Ley General de Sociedades, Decreto Legislativo 311.

Artículo Vigésimo: En todo lo que no esté especialmente previsto por estos estatutos, la sociedad se registrá por las disposiciones pertinentes de la Ley General de Sociedades, Decreto Legislativo 311.

10 Razones por las que optamos por una Sociedad Anónima Cerrada

1. Protección de su patrimonio personal frente al patrimonio del negocio y sus riesgos. En un negocio siempre hay un nivel de riesgo donde las cosas pueden ir mal, al constituir una persona jurídica usted puede delimitar claramente cual es el patrimonio que está sujeto a esos riesgos, patrimonio que sus acreedores podrán ejecutar pero sin tocar su patrimonio personal (acá su abogado lo deberá orientar en el desarrollo de su idea de negocios para que esa separación de patrimonios jamás se pierda).

2. Mayor credibilidad y presencia en el mercado. Las personas esperan hacer negocios con empresas constituidas como personas jurídicas y las prefieren frente a las personas naturales dado que hay una percepción de permanencia en el tiempo que va más allá de los percances que pueda tener una persona natural y proyecta de esta manera la imagen de ser una organización estable y no improvisada.

3. Más fácil acceso a productos bancarios y de crédito especiales para personas jurídicas. Los bancos y financieras siempre esperan que las empresas estén constituidas en forma de personas jurídicas y por ello hay más facilidad para acceder a sus productos crediticios.

4. Existencia de ventajas tributarias. Si bien como persona natural y sin constituir ninguna persona jurídica usted puede tener acceso a todas las ventajas tributarias de la ley, el tener una persona jurídica le permitirá acreditar con mayor facilidad su derecho a gozar de las mismas al tener su patrimonio personal separado claramente del negocio.

5. Privacidad relativa que le dará mayor seguridad. En el Perú si bien la información de las personas que son socios de una persona jurídica es una información que se puede obtener lo cierto es que me dará un relativo anonimato que hoy en día, por temas de seguridad personal y familiar, puede ser muy importante.

6. Regulación interna del gobierno corporativo de la persona jurídica que le facilitará las cosas. Si no constituye una persona jurídica, usted y sus socios deberán regular todos los aspectos de su relación, en cambio al tener una persona jurídica ya existe una regulación general dada por la ley que le facilitará regular la relación con sus socios.

7. Una mayor estabilidad del negocio. Constituyendo una sociedad usted evita los riesgos que pueden sobrevenir como consecuencia de cualquier incapacidad o incluso muerte de los socios dado que la sociedad tiene existencia más allá de la situación personal de los socios. Precisamente su organización legal evitará su desaparición, salvo que se decida lo contrario.

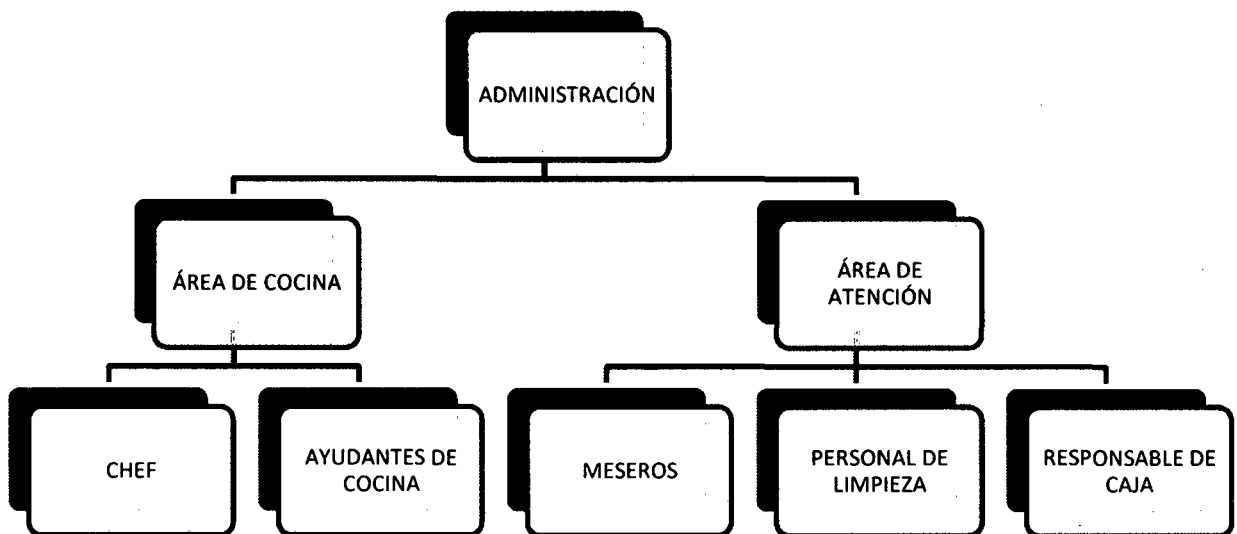
8. Mayor control sobre las decisiones que se tomen en el negocio. Al tener constituida una sociedad usted evita el riesgo que alguno de los

socios tome decisiones unilaterales que afecten el negocio dado que en los estatutos de constitución de la sociedad usted regulará quienes son los autorizados a tomar las decisiones a nombre de la empresa.

9. Fácil transferencia de la propiedad. Al constituir una sociedad usted puede fácilmente transferir toda la unidad del negocio con la simple transferencia de sus participaciones en la sociedad. Esto puede ser de enorme ayuda cuando quiera buscar inversionistas que participen en el negocio como socios del mismo.

10. **Una mejor estrategia de salida del negocio.** Cuando se quiera salir del negocio el tener constituida una persona jurídica le dará mayor facilidad para liquidar la sociedad y disolverla o si lo prefiere Venderla.

Organización: Marisquería "SABOR PIURANO" S.A.C está estructurado de la siguiente Manera:



DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DEL PERSONAL:

❖ **ADMINISTRADOR:** Profesional en administración de empresas

Descripción general: Es el principal responsable del negocio, ya que es el encargado de supervisar que todo el personal realice sus tareas y alcancen las metas establecidas, además de llevar un control Interno de todo el funcionamiento del negocio para detectar posibles fallas y oportunidades de venta.

Funciones

- Supervisar y delegar responsabilidades a cada puesto.
- Revisar y analizar la contabilidad del negocio.
- Tener conocimiento del funcionamiento de todas las áreas.

- Tener contacto con sus empleados y con los clientes.
- Alcanzar las metas establecidas.
- Capacitar a los empleados.
- Encargado de publicad: nombre, imagen, promoción.
- Supervisar que se cumpla con la misión y la visión del negocio.
- Contratación del personal.
- Manejo de estados financieros.
- Revisar las ventas del día.

❖ **CHEF: GRADUADO EN GASTRONOMÍA**

Descripción general: Prepara los alimentos y algunas bebidas del menú, realiza la requisición de los productos e insumos.

Funciones

- Supervisión y recepción de alimentos en compañía del propietario.
- Elaboración de los distintos platos.
- Control de los productos y bienes de la cocina.
- Coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente.
- Realizar la compra de materias primas.

❖ **AYUDANTE DE COCINA:** Carrera técnica y/ o recursos técnicos de cocina

DESCRIPCIÓN GENERAL: Deberá trabajar en coordinación con el chef.

FUNCIONES

- Colaborar con la elaboración de los platos
- Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos esenciales.
- Cuidado de los bienes de uso de la cocina.

❖ **MESERO:** Carrera técnica y/o cursos de capacitación.

Descripción general: Es la primera impresión ante del cliente y debe satisfacer la necesidades de los clientes.

Funciones

- Asignación de mesa.
- Tomar la orden.
- Atención cordial y eficaz.
- Orden y limpieza del recinto.

❖ **PERSONAL DE LIMPIEZA:**

Descripción general: Responsable de la limpieza del local, deberá contar con el atuendo adecuado y apto para realizar sus funciones.

Funciones:

- Limpieza general del local.

❖ **RESPONSABLE DE CAJA:**

Descripción general: Persona encargada de la cobranza.

Funciones

- Realizar cobros a los clientes.
- Emitir comprobantes de pago.
- Rendir reporte diario de caja al administrador.

CUANTIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

La decisión de llevar adelante un proyecto significa asignar a su realización la cantidad de variados recursos, los que se agrupan en dos grandes rubros:

Recursos necesarios para su instalación.

Recursos necesarios para la etapa de funcionamiento.

Los recursos necesarios en la instalación del proyecto, lo constituyen el capital fijo y lo que se requiere para el funcionamiento del mismo lo constituye el capital de trabajo. Las Inversiones son los desembolsos que los inversionistas aportan para la ejecución del proyecto, se clasifica en:

INVERSIONES FIJAS Son los recursos necesarios para la instalación del proyecto y está constituido por:

- **INVERSIÓN FIJA TANGIBLE:** Son aquellos bienes que se caracterizan por su materialidad y están sujetos a depreciaciones, tales como equipos, muebles y enseres, construcciones, etc.

PROGRAMA DE INVERSIONES

CONCEPTO	MESES						TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6		
I. INVERSION FIJA							42256	64.31
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE							38756	
I.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPO				5000	17352		22352	
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES					16404		16404	
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE	3500						3500	
II. CAPITAL DE TRABAJO						19890	19890	30.27
III. IMPREVISTOS (5 %)						3557	3557	5.41
TOTAL INVERSION	3500	0	0	5000	33756	23447	65703	100.00

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
cosina (artefactos y utensilios)	1	1500	1500
mesas	12	150	1800
sillas	48	80	3840
Barra	1	800	800
Ortos	1	500	500
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			8440

- **INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE:** Son servicios o derechos adquiridos y como tales no están sujetos a desgastes, (partidas no físicas) como son, diseños arquitectónicos, estudio de impacto ambiental, gastos de operación, gastos de organización, investigación y desarrollo.

INVERSION FIJA INTANGIBLE

DESCRIPCION	TOTAL
ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	500
DISEÑOS DEFINITIVOS	1000
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	2000
TOTAL INVERSION FIJA INTANGIBLE	3500

CAPITAL DE TRABAJO: Viene a ser el efectivo necesario para atender las necesidades del proyecto. Lo constituyen las inversiones que permitan atender la obligación corriente en el normal desenvolvimiento de la operación de la Marisquería durante el periodo inicial. En este rubro consideramos sueldos y salarios, materiales directos, servicios de luz, agua, teléfono y tele-cable, entre otros.

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA – AMAZONAS

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SALARIO	TOTAL	
		UNITARIO	Mensual	Anual
I. DISPONIBLES				
Administrador	1	1200	1200	14400
Chef	1	1400	1400	16800
Ayudante de cocina	1	700	700	8400
Caja y barra	1	500	500	6000
Meseros	1	500	500	6000
Personal de limpieza	1	400	400	4800
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			4700	56400

a. Presupuesto de ingresos de la Marisquería.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Platos/día	50	60	72	86	104
Días/semana	7	7	7	7	7
Platos/semana	350	420	504	605	726
Platos/mes	1500	1800	2160	2592	3110
Platos/año	18000	21600	25920	31104	37325
Precio venta promedio	12.5	13.5	14	14.5	15
TOTAL INGRESOS	225000	291600	362880	451008	559872

Incremento de ventas anual 20%

b. Presupuesto de egresos totales.

PRESUPUESTO DE EGRESOS

CONCEPTO	1	2	3	4	5
I. COSTOS DE PRODUCCIÓN	164537	196588	224941	258934	299696
I.1. COSTOS DIRECTOS	164537	196588	224941	258934	299696
I.1.1. MATERIALES DIRECTOS	99449	131500	159852	193846	234607
I.1.2. MANO DE OBRA DIRECTA.	65088	65088	65088	65088	65088
II. GASTOS DE OPERACIÓN	48661	48661	48661	48661	48661
II.1. GASTOS DE VENTA	26345.04	26345	26345	26345	26345
II.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS	22316	22316	22316	22316	22316
III. DEPRECIACIÓN DE ACT.FIJO Y AMORTIZACION INTANG.	1760	1760	1760	1760	1760
IV. GASTOS FINANCIEROS	12539	407	-27498	-59747	-48328
INTERÉS PRESTAMO	12539	407	-27498	-59747	-48328
TOTAL EGRESOS	227497	247417	247864	249609	301789

c. Estado de Ganancias y pérdidas

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	225000	291600	362880	451008	559872
- COSTOS DE PRODUCCIÓN	164537	196588	224941	258934	299696
UTILIDAD BRUTA	60463	95012	137939	192074	260176
- GASTOS DE OPERACIÓN	48661	48661	48661	48661	48661
GASTOS DE VENTA	26345	26345	26345	26345	26345
GASTOS ADMINISTRATIVOS	22316	22316	22316	22316	22316
- DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG	1760	1760	1760	1760	1760
UTILIDAD OPERATIVA	10041	44591	87518	141653	209755
- GASTOS FINANCIEROS	12539	407	-27498	-59747	-48328
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	-2497	44183	115016	201399	258083
- IMPUESTO A LA RENTA (30 %)	-749	13255	34505	60420	77425
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	-1748	30928	80511	140980	180658

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS	0	225000	291600	362880	451008	564972
INGRESOS POR VENTA		225000	291600	362880	451008	559872
VALOR RESIDUAL						5100
II. EGRESOS	-80367	-216211	-258626	-299857	-350091	-411283
II.1. INVERSION TOTAL	-80367					
II.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN		-164537	-196588	-224941	-258934	-299696
II.3. GASTOS DE OPERACIÓN		-48661	-48661	-48661	-48661	-48661
II.4. IMPUESTO A LA RENTA		-3012	-13377	-26255	-42496	-62927
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-80367	8789	32974	63023	100917	153689
PRESTAMO	83591					
SERVICIO DE DEUDA	0	-50206	-179721	-179721	-179721	-98737
AMORTIZACIÓN	0	-37667	-179313	-207219	-239467	-147065
INTERES	0	-12539	-407	27498	59747	48328
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	3224	8789	32974	63023	100917	153689
APORTE DE CAPITAL	32716					
SALDO DE CAJA RESIDUAL	35940	8789	32974	63023	100917	153689
SALDO DE CAJA ACUMULADA	35940	44729	77703	140726	241643	395331

TASA DE DESCUENTO ECONOMICA

0.07681

TASA DE DESCUENTO FINANCIERA

0.07148

VANE

S. 187,920.07

VANF

S. 276,769.88

TIRE

49%

11. CONCLUSIONES

- ✓ Existe un nicho de mercado con necesidades insatisfechas, en constante crecimiento y con oportunidades para emprender de forma planificada un nuevo negocio que repercuta de manera favorable tanto económica como social en la ciudad de Chachapoyas.
- ✓ Marisquería "Sabor Piurano" S.A.C estará normado Ley N° 26887 Ley general de sociedades, Reglamento de Restaurantes DECRETO SUPREMO N 025-2004-MINCETUR
- ✓ Del presente proyecto podemos deducir que existe demanda insatisfecha en cuanto al servicio de alimentación tanto para residentes de la ciudad, como para la periferia, que le será favorable al proyecto, dado lo ocurrido que en los últimos años se ha incrementado la población en cuanto se refiere a los estudiante universitarios, microempresarios y público en general.
- ✓ La inversión total del proyecto asciende a: 19,611.50 soles.

ANEXOS

ENCUESTA

1. **¿Cuál es su sexo?**

Hombre Mujer

2. **¿Cuál es su edad?**

18 a 24 25 a 35 36 a 45 46 a más

3. **¿Usted consume ceviche?**

Sí No

4. **¿Con qué frecuencia consume ceviche?**

1 vez a la semana 2 vez a la semana 3 vez a la semana
4 veces a la semana 5 vez a la semana otros

5. **En qué días visita una Cevichería?**

Lunes martes y Miércoles Jueves y viernes Sábado y
Domingo

6. **Actualmente, ¿qué precio paga usted por un plato de ceviche?**

S/.5 S/.10 S/.15 S/.20 otros

7. **¿Qué tipo de atención recibe cuando visita una Cevichería?**

Muy buena Buena Regular Mala

8. **¿Qué precio está dispuesto a pagar por un plato de ceviche?**

S/.5 S/.10 S/.12 S/.15 S/.20 Otros

9. **¿Qué platos marinos usted prefiere?**

Ceviche de pescado Ceviche mixto Ceviche de calamares
Jalea Parihuela Arroz con mariscos Todas

10 **¿A qué Cevichería visita con frecuencia?**

Puma Urco El limón Rincón Monsefuano Cev. Dely Campomar
Mistura Urco Chacha Diez El Portoncito El Olímpico