

**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ**



**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**Plan de Negocio**

**Restaurante Turístico-Étnico Mama Uka, año 2018**

**Autoras:**

**Torres Ramírez, Laydy Suzan**

**Panaifo Jaramillo, Rosa**

**Para optar el Título Profesional  
de Licenciadas en Turismo y Hotelería**

**IQUITOS-PERÚ**

**2018**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres y amigos por el gran apoyo y aliento durante la época universitaria, a mis sobrinos por ser el motor de mis sueños, a mis profesores, por las enseñanzas y el aliento a culminar lo empezado, y a todas aquellas personas que tienen sueños y metas en sus vidas y que a pesar de las circunstancias no han desmayado. Cuando hay voluntad y perseverancia todo lo soñando se hacen realidad.

Rosa Panaifo

Agradezco infinitamente a Dios primeramente por brindarme fuerza, a mi madre por incentivar me a ser mejor cada día y de manera muy especial a mi hijito por ser el motor y motivo principal que me ha impulsado y motivado a cumplir uno de mis objetivos principales en esta vida.

Laydy Torres

## AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a Dios por guiarme e iluminar mi andar, por darme las fuerzas y las bendiciones, para lograr mis metas y seguir cumpliendo mis sueños. Agradecimiento especial a la universidad científica del Perú, y al plantel de docentes por formar grandes profesionales con vocación de servicio y liderazgo. A mis profesores de aula, gracias de todo corazón, que dios les bendiga eternamente

Rosa Panaifo

Agradezco infinitamente a Dios por ser mi guía y fortaleza espiritual a lo largo de mi vida, a mi madre y a mi hijito que los amo demasiado.

Laydy Torres



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA**  
**PROFESIONAL**

Con Resolución Decanal N° 296-2018-UCP-FAC.NEGOCIOS del 09 de agosto de 2018, la FACULTAD DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ-UCP designa como Jurado Evaluador y Dictaminador de la Sustentación del Trabajo de Investigación a los señores:

- Lic. Est. Julio Oswaldo Goicochea Espino Dr. **Presidente**
- Lic. Tur. Félix Castillo Ichuta Mgr. **Miembro**
- Lic. Nit. Lourdes Sánchez García **Miembro**

En la ciudad de Iquitos, siendo las 12:20 pm horas del día 30 de Octubre del 2018, en las instalaciones de la UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ-UCP, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa del Trabajo de Investigación: **"PLAN DE NEGOCIOS RESTAURANTE TURÍSTICO ETNICO MAMA UKA, AÑO 2018"**.

Presentado por las sustentantes:

**ROSA PANAIFO JARAMILLO**  
**LAYDY SUZAN TORRES RAMÍREZ**


Como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería.


Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntadas las que fueron: ABSUELTAS CORRECTAMENTE

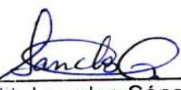
El jurado después de la deliberación en privado llego a la siguiente conclusión  
La sustentación es:

APROBADO POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual los miembros del jurado firman el acta.

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Est. Julio Oswaldo Goicochea Espino  
Presidente

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Tur. Félix Castillo Ichuta Mgr.  
Miembro

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Nit. Lourdes Sánchez García  
Miembro

<b>CALIFICACIÓN:</b>	Aprobado (a) Excelencia	: 19-20*
	Aprobado (a) Unanimidad	: 16-18
	Aprobado (a) Mayoría	: 13-15
	Desaprobado (a)	: 00-12

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
<b>RESUMEN</b> .....	01
<b>ABSTRACT</b> .....	02
<b>I. INFORMACIÓN GENERAL</b> .....	03
1.1 Nombre del negocio.....	03
1.2 Actividad empresarial.....	03
1.3 Idea de negocio.....	04
<b>II. PLAN DE MARKETING</b> .....	05
2.1 Necesidades de los clientes .....	05
2.2 Demanda actual y tendencias.....	07
2.3 Oferta actual y tendencias .....	09
2.4 Programa de Marketing.....	13
2.4.1 El producto.....	13
2.4.2 El precio.....	24
2.4.3 La promoción.....	25
2.4.4 La cadena de distribución.....	28
<b>III. PLAN DE OPERACIONES</b> .....	29
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento.....	29
3.2 El proceso productivo.....	30
<b>IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS</b> .....	32
4.1 La organización.....	32
4.2 Puestos, tareas y funciones.....	33
4.3 Condiciones laborales.....	35
4.4 Régimen Tributario.....	35

<b>V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....</b>	<b>36</b>
5.1 Estudio económico.....	36
5.2 Estudio financiero.....	.38
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>41</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>42</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>43</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	03
Cuadro 02. Demanda proyectada, 2018.....	08
Cuadro 03. Principales gastos de los turistas.....	08
Cuadro 04. Restaurante categorizado. Región Loreto, 2017.....	09
Cuadro 05. Competencia restaurante turístico flotante “Al frio y al fuego”.....	10
Cuadro 06. Competencia restaurante turístico “El sombrero de paja, 2018”.....	11
Cuadro07.Competencia restaurante flotante “El bufeo colorado”.....	12
Cuadro 08. Precios de platos regionales del restaurante turístico étnico Mama uka.....	24
Cuadro 09. Precios de bebidas frías, calientes y exóticas.....	24
Cuadro 10. Principales proveedores.....	29
Cuadro 11. Comportamiento del mercado: tendencias y participación, 2017.....	36
Cuadro 12. Presupuesto de remuneraciones.....	36
Cuadro 13. Gastos administrativos.....	37
Cuadro 14. Gastos Comerciales.....	37
Cuadro 15. Inversión en activos.....	37
Cuadro 16. Capital de trabajo.....	38
Cuadro 17. Programa de endeudamiento.....	38
Cuadro 18. Estado de resultados integrales.....	39
Cuadro 19. Flujo de caja.....	40
Cuadro 20. Calculo del Van y del Tir .....	40

## ÌNDICE DE GRÀFICOS

	Página
Gráfico 1.Flujo del proceso de servicio en el restaurante turístico étnico Mama uka.....	30
Gráfico 2.Estructura orgánica del restaurante turístico, étnico Mama uka, 2018.....	32



## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Página</b>
Figura 1. Ubicación del restaurante turístico étnico Mama uka, 2018.....	03
Figura 2. Arribo de turistas a establecimientos de hospedaje-región Loreto, 2016.....	07
Figura 03. Logo restaurante Al frío y al fuego.....	10
Figura 04. Logo restaurante El sombrero de paja.....	11
Figura 05. Logo restaurante Bufeo colorado.....	12
Figura 06. Logo de la empresa.....	13
Figura 07. Diseño del restaurante turístico flotante Mama uka.....	14
Figura 08. Brochetas de Suri, 2018.....	14
Figura 09. Pango, 2018.....	15
Figura 10. Cecina con tacaco, 2018.....	15
Figura 11. Juane, 2018.....	16
Figura 12. Patarashca, 2018.....	16
Figura 13. Pollo a la parrilla, 2018 .....	17
Figura 14. Lomo Salado, 2018.....	17
Figura 15. Ceviche, 2018.....	18
Figura 16. Causa rellena, 2018.....	18
Figura 17. Potajes con mayor demanda por los turistas extranjeros, año 2018.....	19
Figura 18. Refresco de copoazú, 2018.....	19
Figura 19. Refresco de camú camú, 2018.....	20
Figura 20. Refresco de carambola, 2018.....	20
Figura 21. Chicha de maíz amazónico, 2018.....	21

Figura 22. Té de hierba luisa, 2018.....	21
Figura 23. Te de hoja de naranja, 2018.....	22
Figura 24. Huitochado, 2018.....	22
Figura 25. Rompe calzón-RC, 2018.....	23
Figura 26. Uvachado, 2018.....	23
Figura 27. PáginaFacebook restaurante mama uka, 2018.....	26
Figura 28. Llaveros con el logo del restaurante, 2018.....	26
Figura 29. Gorro con el logo del restaurante, 2018.....	27
Figura 30. Polo con el logo del restaurante, 2018.....	27
Figura 31. Canales de distribución.....	28

## RESUMEN

El presente plan de negocios estudia la factibilidad de crear un establecimiento dedicado al expendio de comidas y bebidas al público, nos enfocamos a crear un “restaurante turístico étnico flotante”, de alto impacto, sostenible innovador y diferenciado; donde se resalte la gastronomía típica y tradicional de nuestra región. El mismo que estará ubicado en la comunidad de santa clara de Nanay, distrito de san Juan bautista- ciudad de Iquitos.

El objetivo principal del plan del negocio es diseñar y desarrollar un negocio viable y rentable, resaltando y promoviendo la mishquina de mi pueblo, articulando el turismo rural comunitario a través de un servicio de calidad a los turistas locales, nacionales y extranjeros, para satisfacer las exigencias y expectativas sobre la gastronomía típica y/o étnica de nuestra región. Ofreciendo variedad de platos típicos y regionales, con una esmerada atención y con un personal capacitado. Además se contará con la presentación de música y danzas típicas de la región, en un lugar acogedor y con todas las medidas de seguridad.

Los resultados del estudio nos señalan que existe un mercado potencial para este servicio; se ha determinado la rentabilidad y la factibilidad del negocio a corto y largo plazo garantizando la sostenibilidad del proyecto.

Palabras claves: plan de negocios, étnico, turismo, gastronómico, amazónica, mishquina, rural, comunitario.

## **ABSTRACT**

The present business plan studies the feasibility of creating an establishment dedicated to the sale of food and beverages to the public, we focus on creating a "floating ethnic tourist restaurant", of high impact, sustainable innovative and differentiated; where the typical and traditional gastronomy of our region is highlighted. The same will be located in the community of Santa Clara de Nanay, district of San Juan Bautista - Iquitos city.

The main objective of the business plan is to design and develop a viable and profitable business and promoting the mishquina of my people, articulating the rural community tourism, through a quality service to local, national and foreign tourists, to satisfy the demands and expectations on the typical and / or ethnic gastronomy of our region.

Offering a variety of typical and regional dishes, with a careful attention and with a trained staff. It will also feature the presentation of music and dances typical of the region, in a cozy place and with all security measures.

The results of the study indicate that there is a potential market for this service; the profitability and the feasibility of the business have been determined in the short and long term, guaranteeing the sustainability of the project.

Keywords: business plan, ethnic, tourism, gastronomic, Amazonian, mishquina, rural, community.

## I. INFORMACION GENERAL

### 1.1 NOMBRE DEL NEGOCIO

Nombre: Restaurante turístico étnico Mama-Uka S.A.C

Sector de la actividad: servicio de alimentación.

Localización: Comunidad Santa Clara de Nanay, distrito de San Juan Bautista - Provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: Servicio

Slogan: El slogan de la empresa será **“Disfruta de la selva su mishquina”**

Figura 01: Ubicación del restaurante flotante etnico Mama Uka, 2017



Fuente: googlemaps.com

### 1.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Cuadro 01. Clasificación Industrial Internacional Uniforme, 2018

I	Actividades de alojamiento y servicios de comida		
	56	Actividades de servicio de comidas y bebidas	
		561	Actividades de restaurantes y servicio móvil de comidas
			5610 Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI.

### **1.3 IDEA DEL NEGOCIO**

La idea de negocio nace con la finalidad de satisfacer las necesidades de turismo gastronómico, ofertando diversidad gastronómica típica y tradicional de la región, resaltando los insumos propios de la zona, la cultura propia de los pueblos originarios para cubrir las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros que llegan en busca de nuevas experiencias turísticas gastronómicas.

La demanda de excursionistas y turistas que visita santa clara, ha generado expectativas de inversión en servicios de alojamiento, restaurantes, entre otras actividades. Es por ello que nos proponemos a emprender un negocio del rubro gastronómico, de alto impacto, sostenible, innovador, diferenciado donde se resalte la gastronomía típica de nuestro Loreto; siendo este proyecto el primer restaurante turístico étnico flotante a instalarse en la comunidad.

La empresa se desarrollará en cumplimiento al D.S.025-2014-MINCETUR, Reglamento de restaurantes. El mismo que para calificarse y categorizarse como un restaurante turístico debemos cumplir con la norma indicada anteriormente. Además contará con licencia de funcionamiento, certificado de defensa civil, Registro único de contribuyente (RUC), certificado DIREPRO, Constancia de Microempresa (DIREPRO), el carnet de manipulación de alimentos y las respectivas normas sanitarias.

## II. PLAN DE MARKETING

### 2.1 Necesidades de los clientes

El mercado gastronómico está cambiando es así que surge la necesidad de reinventarse a la hora de lograr la satisfacción de nuestros clientes en este proceso de renovación. La restauración se enfrenta a un nuevo modelo de cliente, un cliente informado que busca experiencias distintas, que demanda buena atención, es mucho más exigente, es muy selectivo a la hora de elegir un producto, busca la variedad de platos, la calidad de la comida, el tiempo de atención, el precio.

Cada vez se busca lograr la máxima satisfacción del cliente en su mayor escala, cuidando cada detalle, el cliente valora la información real, la accesibilidad, la sinceridad, la honestidad; valores que el restaurador puede y debe transmitir a través de las redes sociales y de los nuevos canales de comunicación con su cliente.

Warde y Martens(2002) lograron identificar algunas necesidades que tiene la gente para comer fuera de casa, entre ellas se encuentra relajarse, socializar, celebrar, demostrar el gusto por algún tipo de comida, experimentar algo diferente a lo que se vive cada día.

Los estudios de marketing de restauración subrayan varias motivaciones relacionadas con la búsqueda de satisfacciones alimentarias. Las principales son:

a) **La motivación que busca la seguridad (necesidad básica).** Seguridad de nutrirse, de encontrar un restaurante “seguro”, que garantice la higiene de los locales, la higiene en la elección y manipulación de los alimentos. (Ejemplo motivación comida sana y natural en el origen de la cocina francesa)

b) **La motivación hedonista que afecta a los placeres físicos.** El consumidor va en busca de los placeres que se captan por medio de los cinco sentidos, de los placeres gustativos más diferenciados. Eje. La música en los restaurantes debería contribuir al bienestar de los

clientes en la mesa. Y en la época de Luis XIV, Delalande escribió las “Sinfonías para las cenas del rey”. En nuestros días, hay músicas cuyos poderes y virtudes son múltiples, entre otros los de acompañar agradablemente una cena, agudizar el apetito, hacer beber, encubrir “el silencio de la soledad” como por ejemplo almuerzos y cenas en el Castillo de Monda que ofrece siempre comidas y eventos temáticos.

c) **La motivación relacionada con las necesidades sociales**

Una cocina “sociable”, menos sofisticada que se han hecho necesarios debido al aislamiento de las personas que es tan frecuente que sea provocado por el tipo de vida actual (eje. Oferta de comidas de negocios son mucho más ligeras)

d) **La motivación relacionada con las necesidades culturales**

La gastronomía es una faceta y expresión misma de la cultura de un país. Permite descubrir los usos y costumbres de una región. Asociada siempre a la calidad del servicio, recepción, personal, justa relación calidad-precio.

Estos diferentes tipos de motivaciones van a determinar el grado de satisfacción que proporcionará la comida tomada en el restaurante. Por lo tanto, una gestión de marketing debe intentar buscar la naturaleza de las verdaderas satisfacciones alimenticias del cliente.

Si las necesidades de los clientes son satisfechas existe gran ventaja de la fidelización de clientes, es decir se incrementa las ventas, posibilidad de incrementar precios, reducción de costes de publicidad, reducción de la dependencia de promoción, Clientes amigos ayudan a evitar errores, mejor conocimiento de los gustos de los clientes.



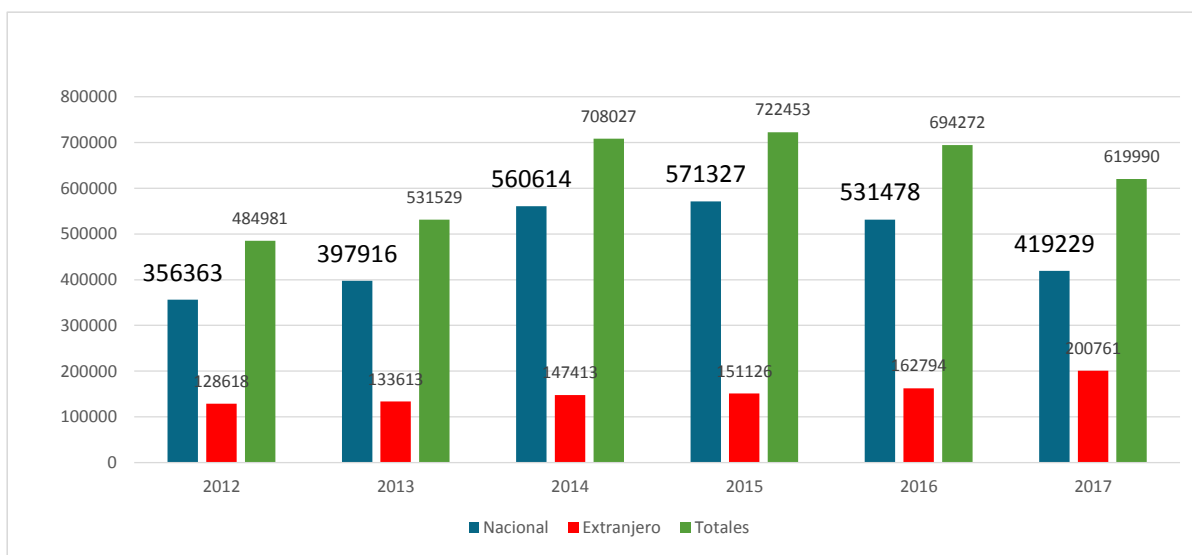
## 2.2 DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIA

El año 2016, el Perú recibió aproximadamente 3,7 millones de turistas, 2,3 millones de turistas extranjeros, llegaron por vacaciones, recreación u ocio, y alrededor del 7% de los turistas vacacionistas llegó al Perú motivado por probar la gastronomía local y/o étnica.

En cuanto a su contribución a la economía, el turismo receptivo representó en el 2016 alrededor del 4% del PBI peruano. Esto además, lo consolida como uno de los principales sectores, generadores de empleo descentralizando en el país. En ese sentido, el turismo tiene una importancia fundamental en el desarrollo de diversas regiones del interior. Genera puestos de trabajo directos e indirectos, ingresos por tributos y atrae inversión directa que mejora la calidad de vida de las personas. (PROMPERU 2017)

### 2.2.1 Mercado Potencial

Figura 02: Arribo de turistas a establecimientos de hospedaje- región Loreto.



Fuente: Plan de Promoción Turística región Loreto -2018 / MINCETUR- PROMPERU

Cuadro 02: Demanda proyectada, 2018

Promedio de visita de turistas nacionales e internacionales a las ciudad de Iquitos en los últimos 5 años	655,254
Turistas que visitan nuestra ciudad, por vacaciones el 61%	339,705
Busca restaurantes a dónde acudir 26%	88,323

Fuente: Promperu.gob.pe/turismo.

Cuadro 03: Principales gastos de los turistas.

Nacional		Extranjeros	
Alimentación	26%	Alojamiento	27%
Transporte entre ciudades	25%	Restaurantes y Alimentación	26%
Alojamiento	16%	Atractivos y actividades turísticas	13%
Compras	11%	Compras	13%
Actividades turísticas	9%	Transporte entre ciudades	9%
Transporte al Interior de la ciudad	7%	Traslado dentro de una ciudad	7%
Diversión Nocturna	6%	Otros	5%

Fuente: Perfil del turista extranjero

## 2.2.2 Consumidores Potenciales.

El mercado potencial son los grupos de turistas Nacionales y extranjeros que visitan la región Loreto, excursionistas de la ciudad de Iquitos, que visitan la comunidad de santa clara, es decir los distritos de San Juan Bautista, Punchana, Belén y Maynas.

Son Turistas que viajan motivados por vacaciones u ocio, por probar la gastronomía peruana, por divertirse, relajarse, conocer nuevos lugares, etc., oscilan entre las edades de 25 a 54 años de género masculino y femenino, solteros y casados; cuenta con instrucción técnica y universitaria. Pueden venir entre amigos y familias. PROMPERU (2006).

Sin descartar a los excursionistas de la ciudad de Iquitos que visitan la comunidad de origen étnico Kukama de Santa Clara. Es decir los distritos de San Juan Bautista, Punchana, Belén. No existe datos estadísticos de registros de visitas que recoge la comunidad de Santa Clara, solo se hizo un sondeo para medir el promedio de visitantes, llegando en temporada alta a 5,000 excursionista semanales.

### 2.3 OFERTA ACTUAL Y TENDENCIA

En la ciudad de Iquitos se encuentran localizados varios restaurantes turísticos que brindan el servicio de comidas y bebidas típicas, posicionados con más de 5 años en el mercado, a las cuales se les considera potencialmente competencia para el proyecto.

En la comunidad de Santa Clara de Nanay donde se pretende instalar el restaurante, existen establecimientos que brindan servicios de alimentación, bebidas y recreación, al cual se le consideraría competencia para el proyecto. Dependiendo de la necesidad y gusto del cliente.

Cuadro 04: Restaurantes categorizados –región Loreto, 2017

Categoría	Cantidad
1 Tenedor	14
2 Tenedores	28
3 Tenedores	3
4 Tenedores	-
5 Tenedores	5
Restaurantes categorizados	
50	

Fuente: Mincetur –Oficina de Estadística 2006.

Cuadro 05: Restaurante turístico flotante “Al frio y al fuego”, 2018

Información de la empresa	
Información general:	
Dirección:	Av. la Marina N° 134-B, Iquitos (1,98 km)
Teléfono:	965 607 474
Website:	<a href="http://www.alfrioyalfuego.com">www.alfrioyalfuego.com</a>
E-mail :	<a href="mailto:alfrioyalfuego@hotmail.com">alfrioyalfuego@hotmail.com</a>
Descripción del producto	
Restaurante el Al frio y al Fuego, está ubicado a 20 minutos de la ciudad de Iquitos, es un restaurante flotante, que cuenta con una infraestructura de material rustico, con diseños y decoraciones de material rustico.	
Servicios que brinda:	
1	Venta de comida y Bebidas regionales
2	Servicios para eventos especiales
3	Servicio de recreación ( piscina)
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Se encuentra ubicado en el distrito de Iquitos, a orillas del rio Itaya
Formas de pago	Al contado y con tarjeta. (visa net)
Descuentos	Ninguno inicialmente

Fuente: Al frio y al fuego.com.

Figura 03: Logo Al frio y al fuego



Fuente: Página al frio y al fuego.

Cuadro 06: Restaurante turístico El Sombrero de paja, 2018

Información de la empresa	
Información general:	
Dirección:	Av. José Abelardo Quiñones km 1.5
Teléfono:	958644904
Website:	<a href="http://www.elsombrerodepaja.hoteles">www.elsombrerodepaja.hoteles</a>
E-mail :	<a href="mailto:Restaurantessombrerodepaja@hotmail.com">Restaurantessombrerodepaja@hotmail.com</a>
Descripción del producto	
Restaurante el sombrero de Paja, está ubicado a 10 minutos de la ciudad de Iquitos, cuenta con una infraestructura de material noble, con diseños y decoraciones de material rustico.	
Servicios que brinda:	
1	Venta de comida y Bebidas regionales
2	Servicios para eventos especiales
3	Servicio de recreación (piscina, cancha de vóley y fútbol).
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Cuenta con servicio de alojamiento en bungalows.
Formas de pago	
	Al contado y con tarjeta. (visanet)
Descuentos	
	Ninguno inicialmente

Fuente: Página web restaurante sombrero de paja.

Figura 04: Logo de la empresa



Fuente: Restaurante sombrero de paja.

Cuadro 07: Restaurante turístico flotante “El bufeo colorado”, 2018

Información de la empresa	
Información general:	
Dirección:	Isla padre cocha entre rio momón con nanay
Teléfono:	Sin teléfono
Website:	<a href="https://esla.facebook.com/restaurantebufeocolorado/">https://esla.facebook.com/restaurantebufeocolorado/</a>
E-mail :	<a href="mailto:bufeocolorado@hotmail.com">bufeocolorado@hotmail.com</a>
Descripción del producto	
Venta de comida y bebida regional	
Servicios que brinda:	
1	Venta de platos a la carta netamente comida y bebida típica de la región
Factores diferenciadores del producto o servicio:	
1	Alquiler de motos acuáticas
Formas de pago	
Al contado y con tarjeta(visanet)	
Descuentos	
Ninguno inicialmente	

Fuente: elbufeocolorado.com

Figura 05: Logo del restaurante “El bufeo colorado”.



Fuente: Página del restaurante.

## 2.4 PROGRAMA DE MARKETING

### 2.4.1 El Producto

El restaurante se dedicará al expendio de alimentos, platos, bebidas y tragos exóticos típicos de la zona (refrescos de frutas regionales) y de las regiones del Perú, a precios económicos.

Platos típicos y/o regionales: Consiste en fusionar los insumos típicos de nuestra región, innovando los platos tradicionales, por ejemplo, ofertaremos brochetas de suri y de paiche en salsa de cocona con su ají charapita, milanesa de pescado arrebozado en macambo, el famoso inchicapi de gallina regional, cecina con tacacho, juane de arroz y de yuca, nina juane, pango, timbuche, patarashca entre otros. Así mismo; ofertaremos las comidas más representativas del Perú profundo como: el ceviche, papa a la huancaína, lomo saltado, arroz con pollo y/o pato, ají de gallina, etc con el fin de promover los recursos turísticos gastronómicos de la zona.

Figura 06: Logo de la empresa, 2018



Fuente: Elaborado por los autores

Figura 07: Diseño de restaurante turístico flotante Mama –uka, 2018



Fuente: elaborado por los Autores.

Figura 08: Brochetas de Suri, 2018



Fuente: <https://peru.info>



Figura 09: Pango, 2018



Fuente: Fuente: <https://peru.info>

Figura 10: Cecina con tacacho, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 11: Juane, 2018



Fuente: <https://peru.info>

- Parrillas y/o asados: Consiste en la preparación de todo tipo de asados, pescado, pollo, carnes.

Figura 12: Patarashca, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 13: Pollo a la parrilla, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 14. Lomo saltado, 2018.



Fuente: <https://peru.info>

Figura 15. Ceviche, 2018



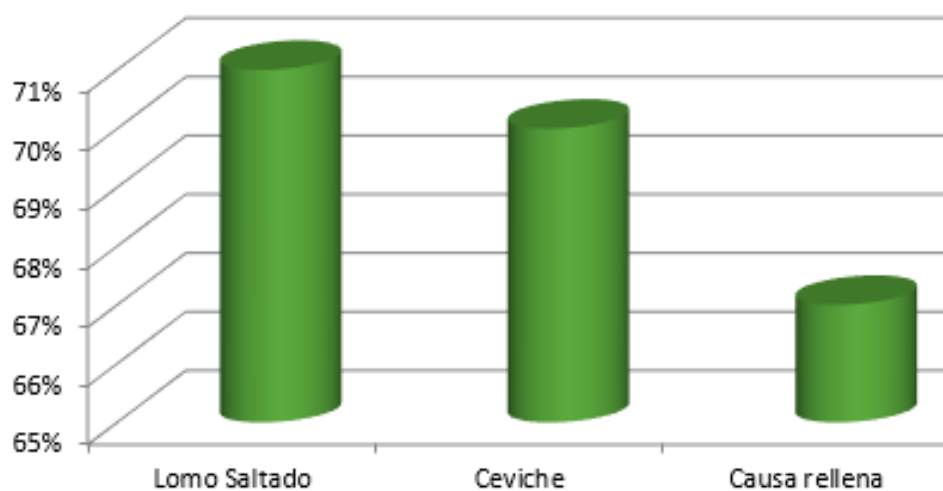
Fuente: <https://peru.info>

Figura 16. Causa rellena, 2018.



Fuente: <https://peru.info>

Figura 17: Potajes con mayor demanda por los turistas extranjeros, año 2018.



Fuente: Manual guía de inversiones en restaurantes

- Bebidas frías y calientes: Consiste en refrescos de frutas regionales, por ejemplo: refresco de copoazú, camu camu, carambola, la chicha amazónica, entre otras frutas, y bebidas calientes: café, té o infusión de hierba luisa, te de hoja de naranja.

Figura 18: Refresco de copoazú, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 19: Refresco de camu camu 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 20: Refresco de carambola, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 21: Chica de maíz amazónica, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 22: Te de hierba Luisa, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 23: Te de hoja de naranja, 2018



Fuente: <https://peru.info>

- Tragos típicos y cocteles: Bebidas hechas con las raíces, cortezas y frutos de plantas de nuestra selva amazónica, regionales afrodisiacos como el huitochado, RC, 7 raíces, uvachado, aguántame si puedes, como aperitivos para bajar la grasa.

Figura 24: Huitochado, 2018



Fuente: <https://peru.info>



Figura 25: Rompe calzón - RC, 2018



Fuente: <https://peru.info>

Figura 26: Uvachado, 2018



Fuente: <https://peru.info>

## 2.4.2 El Precio

Se manejarán los precios en base al mercado, con ligeras variaciones desde S/ 15.00 hasta S/ 25.00 soles por plato.

Cuadro 08: Precio de los platos del restaurante turístico étnico Mama uka, 2018

<b>Platos</b>	<b>Medida</b>	<b>Precio</b>
<b>Parrillas y asados</b>		
Pescado, cecina, carne blanca/roja con tacacho	Plato	S/ 15.00
<b>Platos típicos y/o tradicionales</b>		
Juane de chonta, yuca, arroz + refresco regional	Plato	S/ 15.00
Nina juane + refresco	Plato	S/ 15.00
Timbuche, pago de pescado	Plato	S/ 15.00
Inchicapi de gallina regional	Plato	S/ 20.00
Aji de gallina	Plato	S/ 20.00
Lomo saltado	Plato	S/ 20.00
Cebiche en salsa de camu camu	Plato	S/ 20.00
Brocheta se suri en salsa de cocona	Plato	S/ 25.00
Relleno de paiche en salsa de cocona	Plato	S/ 25.00
Milanesa arrebozado en macambo	Plato	S/ 25.00

Fuente: elaborado por los autores

Cuadro 09: Precios de bebidas frías, calientes y exóticas, año 2018.

<b>Bebidas frías y calientes</b>	<b>Medida</b>	<b>Precio</b>
Refrescos de frutas regionales	jarra	S/. 8.00
Infusiones: Hierba luisa, manzanilla, etc.	Tasa	S/. 3.00
<b>Tragos típicos y coteles</b>		
Coctel de cocona, maracuyá, taperiba, etc.	Vaso	S/. 10.00

Fuente: elaborado por los autores.

### **2.4.3 La promoción y publicidad.**

Usaremos las redes sociales y el marketing gastronómico, con estrategias innovadoras para captar la atención del cliente. Se harán descuentos por cumpleaños, a los consumidores recurrentes, se realizarán promociones de 2 x 1 en comidas y bebidas donde el segundo cóctel o plato de fondo saldrá gratis, así como también se brindarán diferentes servicios desde la entrada como por ejemplo aperitivos de cortesía, show de música en vivo, danzas típicas, como parte de la bienvenida al local.

La publicidad se realizará a través de las redes sociales tales como:

- Facebook: Creación de una Fan page, para la proporción e información sobre el restaurante y los servicios a brindar subiendo fotos y videos.
- Twitter: Su objetivo principal es tener un gran número de seguidores y se realizara publicaciones constantemente.
- Ferias gastronómicas: Participación en ferias gastronómicas nacionales.
- Publicidad: En radio, la más sintonizada por nuestros clientes locales, en el horas más sintonizadas.
- Promoción de Ventas: Por apertura del local, exhibición y degustaciones de platillos y aperitivos gratis.
- Souvenirs: Llaveros, gorros y polos.

Figura 27: Página de Facebook del restaurante Mama Uka, 2018.



Fuente: Facebook

Figura 28: Llaveros con el logo del restaurante, 2018.



Fuente: [promoimpresos.com/llaveros-metálicos/325-llavero-metalico](http://promoimpresos.com/llaveros-metálicos/325-llavero-metalico)

Figur29: Gorros con el logo del restaurante, 2018.



Fuente: [promoimpresos.com/llaveros-met\u00e1licos/325-llavero-metalico](http://promoimpresos.com/llaveros-met\u00e1licos/325-llavero-metalico)

Figura 30: Polo con el logo del restaurante, 2018.



Fuente: [promoimpresos.com/llaveros-met\u00e1licos/325-llavero-metalico](http://promoimpresos.com/llaveros-met\u00e1licos/325-llavero-metalico)

#### 2.4.4 Cadena y/o Canales de distribución

Se podrá distribuir o difundir nuestros productos mediante estrategias de ventas con agencias de viaje, hoteles, mediante páginas de internet, puntos de información turística, radio y periódicos, pero la distribución es netamente de forma directa.

Figura 31: Canales de distribución de la empresa



Fuente: Elaborado por los autores

### III. PLAN DE OPERACIONES

#### 3.1. Estudio de la fuente de aprovisionamiento

La empresa contará con proveedores seleccionados y calificados quienes nos brindarán servicio de carnes, legumbres, verduras y abarrotes en general. El inventario y control de stock se realizará diariamente y las compras se realizan semanalmente, los pagos a nuestros proveedores serán los viernes de cada semana. La entrega de la mercadería de nuestros proveedores e programará entro la semana.

Cuadro 10: Principales proveedores, 2018

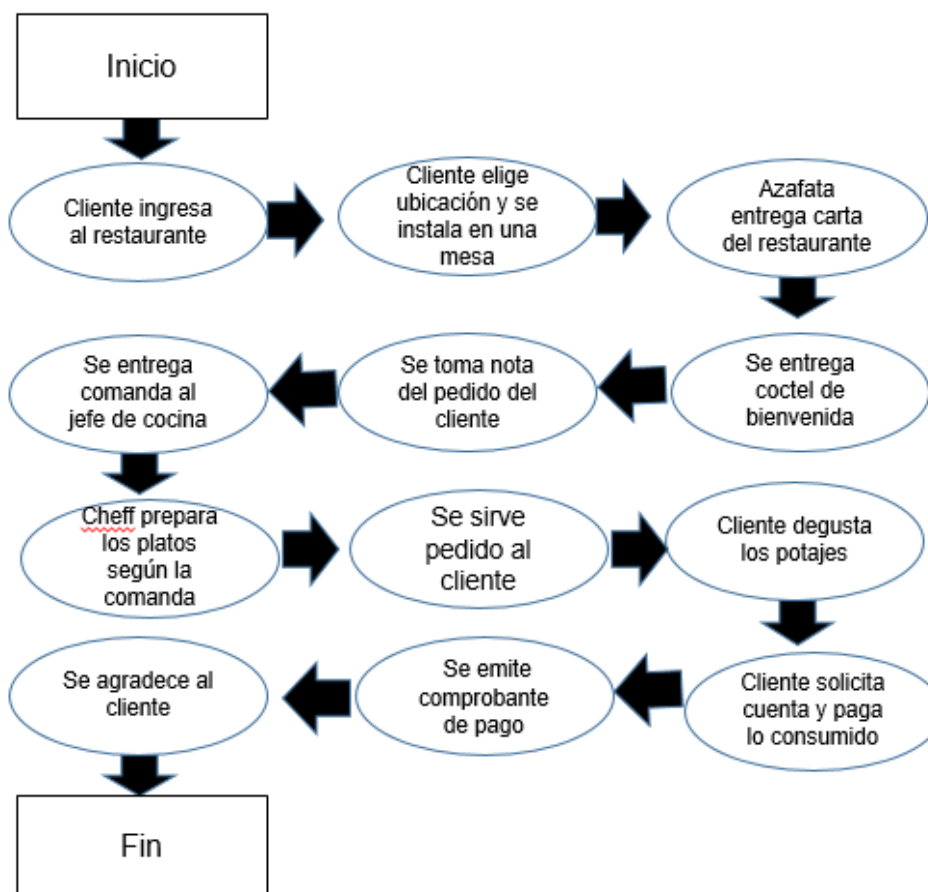
<b>Principales proveedores</b>	<b>Giros</b>	<b>Dirección</b>
Licorería "Daro"	Tragos e insumos para licores en general	Jr. Arica N°279
Tío Sergio La carne nostra	Carnes ahumadas(cecinas, chorizos y tocino)	Av. La marina s/n. Morona N°568
Frutería y verdulería "El valle"	Frutas, verduras y abarrotes en general	Jr. Abtao 5ta cuadra
Supermercado Max	Abarrotes en general, carnes	Participación N°2277
Pacific market	Abarrotes en general ,carnes	Av. Guardia civil s/n
Supermercado los portales	Abarrotes en general ,carnes	Morona con próspero
Frutería y verdulería "La paisana"	Verduras y frutas en general	Jr.Abtao 5ta cuadra
Agua de mesa "santa"	Agua para el consumo	Santa clara N° 09 san juan bautista

Fuente: elaborado por los autores.

### 3.2. El proceso productivo

El restaurante turístico étnico, Mama Uka, ha diseñado procesos cortos, eficientes con el fin de buscar la satisfacción plena de las necesidades del cliente, a continuación detallamos el mismo.

Gráfico 01: Flujo del proceso de servicio en el restaurante turístico étnico “Mama Uka”. 2018



Fuente: Elaborado por los autores



**El proceso se detalla a continuación:**

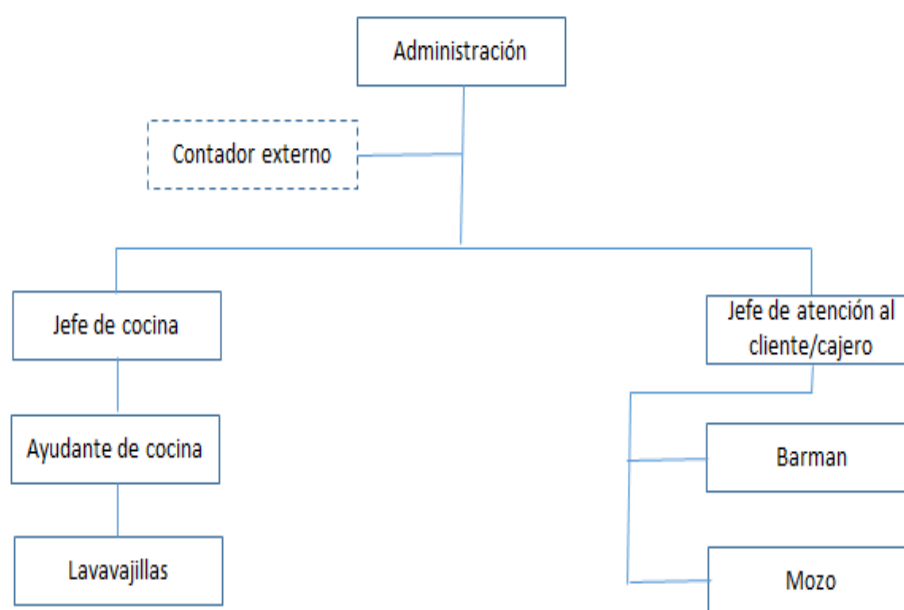
- a) Ingreso al restaurante: Cuando el cliente ingresa al restaurante, el mozo le da la bienvenida
- b) Cliente elige ubicación y se instala en una mesa de su preferencia; le explica brevemente sobre las comidas
- c) Se entrega la carta al cliente para seleccionar su platos
- d) Se hace entrega de un coctel y/o refresco de cortesía, mientras espera su orden de pedido.
  
- e) Se toma nota del pedido del cliente: El cliente elige los platos a servirse y ordena el pedido.
- f) Se entrega comanda: Se entrega comanda al jefe de cocina
- g) Cheff para elaborar los platos: Tal y cual se describió en la comanda
- h) Se sirve pedido al cliente: El mozo entrega al cliente su pedido.
- i) Consumo del producto: El cliente degusta los potajes.
- j) Cliente solicita cuenta y pago por consumo: Cliente paga por el servicio consumido.
- k) Emisión de comprobante: Se emite factura y/o boleta: Se emite la factura con el monto total de consumo, según la solicitud de cliente
- l) Fin del servicio.
- m) Se agradece al cliente y se le invita para su pronto retorno

#### IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

El restaurante contará con personal calificado, capacitado y con experiencia en el rubro de alimentación y bebidas; presenta una estructura organizacional administrativa simple, detallada de la siguiente manera:

##### 4.1 La organización

Grafico 02: Estructura orgánica del Restaurante étnico Mama uka, 2018



Fuente: Elaborado por los autores

## 4.2 Puestos tareas y funciones

**-Puesto:** Administrador (01)

**-Tarea:** Encargado de la administración, planificación, toma de decisiones de gran envergadura.

**-Funciones:**

-Programar, organizar, dirigir, coordinar, supervisar, controlar y evaluar las actividades y /o servicios que el restaurante genere.

**-Puesto:** Contador externo. (01)

**-Tarea:** Encargado de los estados financieros de la empresa.

**-Funciones:**

-Encargado de la elaboración de los estados financieros.

-Responsable de laborar los libros contables, la planilla de pagos y los pagos de impuesto.

**-Puesto:** Jefe de cocina y/o Cheff. (01)

**-Tareas:** Encargado de la supervisión de los insumos, preparación y presentación de los platos.

**-Funciones:**

-Planificar y controlar los insumos.

-Preparar la variedad de comidas a ofertar.

**-Puesto:** Ayudantes de cocina.

**-Tareas:** Encargado de apoyar en la cocina.

**-Funciones:**

-Ayudar en la preparación de las comidas.

-Recibe orden de la comanda.

**-Puesto:** Lavavajillas (01)

**-Tarea:** Encargado del lavado de los utensilios y de la limpieza de la cocina.

**-Funciones:**

-Lavar los utensilios.

-Mantener limpio la cocina.

**-Puesto: Barman (01)**

**-Tarea:** Encargado de la, preparación y presentación de las bebidas y tragos típicos.

**-Funciones:**

-Preparar los pedidos de los clientes

-Atender al cliente.

**-Puesto: jefe de atención al cliente(01)**

**-Tarea:** Encargado de la atención y servicio a los clientes

**-Funciones:**

-Realizar las cobranzas en efectivo o tarjetas de crédito.

-Emitir las boletas y/o factura de los clientes

-Registrar las ventas del día.

**-Puesto: mozo (01)**

**-Tarea:** Encargado de la atención y servicio a los clientes

**-Funciones:**

-Presentación y venta del menú.

-Solicitar los pedidos de los clientes.

-Atender al cliente.

**-Puesto: cajero (01)**

**-Tarea:** Encargado de las cobranzas y facturaciones

**-Funciones:**

-Realizar las cobranzas en efectivo o tarjetas de crédito.

-Emitir las boletas y/o factura de los clientes

-Registrar las ventas del día.

### **4.3. Condiciones laborales**

Se tendrán colaboradores con 8 horas de labores diarias, en los siguientes horarios de 9:00 a.m. a 5:00 p.m. Por apertura del restaurante se atenderán cuatro días por semana de jueves a domingo y días festivos.

El restaurante típico-étnico Mama uka, se acogerá a la REMYPE por los beneficios laborales, contables, tributarios y financieros. Posteriormente se evaluará la posibilidad de acogerse al régimen general.

### **4.4. Régimen tributario**

La empresa se acogerá al régimen de la amazonia (LEY DE PROMOCION Y DE INVERSION DE LA AMAZONIA Nro.27037), donde se encuentran comprendido por aquellas personas que realizan actividades empresariales o de negocios, entre ellas: personas naturales, personas jurídicas, sucesiones indivisas, sociedades conyugales que opten tributar como tal y las asociaciones de hecho de profesionales y similares y es a este régimen se acogerá el restaurante turístico étnico Mama uka. Este régimen reduce el impuesto a la renta del 29.5% al 5% anual. Régimen que comprende este tipo de actividades.

El restaurante turístico étnico Mamá Uka, tendrá personería jurídica, será una empresa Sociedad Anónima Cerrada, y contará con un titular-gerente.

La empresa contará con toda la documentación exigida para su funcionamiento, en este caso para el restaurante, como: Registro único de contribuyente (RUC) Licencia de funcionamiento, constancia de defensa civil, certificado de inscripción en la REMYPE, Constancia DIREPRO, carnet de manipulación de alimentos y con los requisitos exigidos para la calificación de un restaurante turístico y las respectiva normas sanitarias.

## V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 5.1 Estudio económico

Cuadro 11: Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual (Q)	88,323	88,323	88,323
Tendencia del mercado	5%	10%	15%
Demanda estimada (Q)	92,739	97,155	101,571
Participación de mercado	20.00%	22%	24%
Demanda anual del Proyecto (Q)	18,548	21,374	24,377
Demanda mensual del Proyecto (Q)	1,546	1,781	2,031
% Parrillas y asados	30%	30%	30%
Platos parrillas y asados	464	534	609
% típicos y tradicionales	70%	70%	70%
Platos típicos y tradicionales	1,082	1,247	1,422

Fuente: Elaborado por las autoras

Cuadro 12: Presupuesto de remuneraciones

Puesto	Cant	Sueldo Basico	Neto a pagar	Essalud 9%	CTS	Gratificación	Bonificac.	Total Apores	Plla. Total
Admistrador	1	S/ 1,800.00	S/ 1,638.00	S/ 162.00	S/ 150.00	S/ 300.00	S/ 27.00	S/ 639.00	S/ 2,439.00
Jefe de atec. Al cliente/cajero	1	S/ 950.00	S/ 864.50	S/ 85.50	S/ 79.17	S/ 158.33	S/ 14.25	S/ 337.25	S/ 1,287.25
Chef	1	S/ 1,300.00	S/ 1,183.00	S/ 117.00	S/ 108.33	S/ 216.67	S/ 19.50	S/ 461.50	S/ 1,761.50
Ayudante de cocina	1	S/ 930.00	S/ 846.30	S/ 83.70	S/ 77.50	S/ 155.00	S/ 13.95	S/ 330.15	S/ 1,260.15
Barman	1	S/ 960.00	S/ 873.60	S/ 86.40	S/ 80.00	S/ 160.00	S/ 14.40	S/ 340.80	S/ 1,300.80
Mozos	2	S/ 1,860.00	S/ 1,692.60	S/ 167.40	S/ 155.00	S/ 310.00	S/ 27.90	S/ 660.30	S/ 2,520.30
		S/ 7,800.00	S/ 7,098.00	S/ 702.00	S/ 650.00	S/ 1,300.00	S/ 117.00	S/ 2,769.00	S/ 10,569.00

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 13: Gastos administrativos.

	Año 1	Año 2	Año 3
Remuneraciones del personal	S/. 10,569.00	S/. 10,569.00	S/. 10,569.00
Servicios públicos	S/. 450.00	S/. 450.00	S/. 450.00
Utiles oficina	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00
Otros	S/. 300.00	S/. 100.00	S/. 100.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/. 11,519.00</b>	<b>S/. 11,319.00</b>	<b>S/. 11,319.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/. 138,228.00</b>	<b>S/. 135,828.00</b>	<b>S/. 135,828.00</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 14: Gastos comerciales

	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 300.00	S/. 350.00	S/. 400.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 250.00	S/. 300.00
Otros	S/. 200.00	S/. 250.00	S/. 300.00
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>S/. 700.00</b>	<b>S/. 850.00</b>	<b>S/. 1,000.00</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>S/. 8,400.00</b>	<b>S/. 10,200.00</b>	<b>S/. 12,000.00</b>

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 15: Inversión en activos

Detalle	Cantidad	Medida	Precio Unitario	Valor de adquisiciòn	Tiempo de vida
Maloca de 8x8	1	unidad	50000	S/ 50,000.00	3
Balsa cautiva	1	unidad	30000	S/ 30,000.00	3
Servicio higienicos	2	unidad	1000	S/ 2,000.00	5
Modulo de expendio de comida	1	unidad	800	S/ 800.00	5
Modulo para exhibicion de artesanía	2	unidad	900	S/ 1,800.00	5
Modulo para cobranza	1	unidad	500	S/ 500.00	5
Mesas redondas de madera	12	jgo	500	S/ 6,000.00	5
Manteles	36	docena	35	S/ 1,260.00	1
Cristalería	10	docena	35	S/ 350.00	2
Vajillas	10	docena	50	S/ 500.00	2
Cubetería	10	unidad	35	S/ 350.00	2
Cocina a gas + balon	1	unidad	3000	S/ 3,000.00	5
Decoracion del local	1	unidad	1000	S/ 1,000.00	5
Sillas plasticas	36	unidad	40	S/ 1,440.00	2
Paraguas playeras	12	unidad	250	S/ 3,000.00	1
Articulos de cocina	1	unidad	2000	S/ 2,000.00	3
			<b>TOTAL</b>	<b>S/ 104,000.00</b>	

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 16: Capital de trabajo

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO	Anual	Mensual	Meses	Total
Compras	S/. 173,422.21	S/. 14,451.85	3	S/. 43,355.55
Gastos administrativos	S/. 138,228.00	S/. 11,519.00	2	S/. 23,038.00
Gastos comerciales	S/. 8,400.00	S/. 700.00	2	S/. 1,400.00
Total				S/. 67,793.55

Inversiones	S/. 104,000.00	-	Financiamiento	S/. 154,614.20
Capital de trabajo	S/. 67,793.55	S/. 171,793.55	Aporte propio	S/. 17,179.36
				S/. 171,793.55

Fuente: elaborado por los autores.

## 5.2.- Estudio financiero

Cuadro 17: Programa de endeudamiento.

35.00% Anual		3%	mensual	
		36	meses	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	154,614	4,638	4,295	8,933
2	150,319	4,510	4,295	8,804
3	146,025	4,381	4,295	8,676
4	141,730	4,252	4,295	8,547
5	137,435	4,123	4,295	8,418
6	133,140	3,994	4,295	8,289
7	128,845	3,865	4,295	8,160
8	124,550	3,737	4,295	8,031
9	120,255	3,608	4,295	7,903
10	115,961	3,479	4,295	7,774
11	111,666	3,350	4,295	7,645
12	107,371	3,221	4,295	7,516
13	103,076	3,092	4,295	7,387
14	98,781	2,963	4,295	7,258
15	94,486	2,835	4,295	7,129
16	90,192	2,706	4,295	7,001
17	85,897	2,577	4,295	6,872
18	81,602	2,448	4,295	6,743
19	77,307	2,319	4,295	6,614
20	73,012	2,190	4,295	6,485
21	68,717	2,062	4,295	6,356
22	64,423	1,933	4,295	6,228
23	60,128	1,804	4,295	6,099
24	55,833	1,675	4,295	5,970



25	51,538	1,546	4,295	5,841
26	47,243	1,417	4,295	5,712
27	42,948	1,288	4,295	5,583
28	38,654	1,160	4,295	5,454
29	34,359	1,031	4,295	5,326
30	30,064	902	4,295	5,197
31	25,769	773	4,295	5,068
32	21,474	644	4,295	4,939
33	17,179	515	4,295	4,810
34	12,885	387	4,295	4,681
35	8,590	258	4,295	4,553
36	4,295	129	4,295	4,424

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 18: Estado de Resultado Integrales

EGP	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	343,135	395,422	450,977
Costo ventas	(173,422)	(178,515)	(174,002)
Margen Bruto	169,713	216,907	276,975
Gastos administrativos	(138,228)	(135,828)	(135,828)
Depreciación	(13,300)	(13,300)	(13,300)
Gastos comerciales	(8,400)	(10,200)	(12,000)
Margen operativo	9,785	57,579	115,847
Tributos	(2,886)	(16,986)	(34,175)
Resultado del ejercicio	12,671	74,564	150,022

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 19: Flujo de caja.

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas		343,135	395,422	450,977
Inversión inicial				
Activo fijo	(104,000)			
Capital de trabajo	(67,794)			
Compras		(173,422)	(178,515)	(174,002)
Gastos administrativos		(138,228)	(135,828)	(135,828)
Gastos comerciales		(8,400)	(10,200)	(12,000)
Pago impuestos		(2,886)	(16,986)	(34,175)
Flujo Caja Económico (FCE)	(171,794)	20,198	53,893	94,972
Préstamo recibido	154,614			
Amortización		(77,307)	(77,307)	-
Gastos financieros		(42,905)	(15,075)	12,756
Escudo fiscal		12,657	4,447	(3,763)
Flujo Caja Financiero (FCF)	(17,179)	(87,357)	(34,042)	103,965

FCE	(171,794)	20,198	53,893	226,866
FCF	(17,179)	(87,357)	(34,042)	235,859

Fuente: Elaborado por los autores.

Cuadro 20: Calculo del VAN y del TIR.

VAN Económico	S/. 212,315
Tasa de descuento	14%
TIR Económica	24%
Índice B/C	1.24

Fuente: Elaborado por los autores.

## **CONCLUSIONES:**

- Los resultados del estudio, del presente proyecto, señalan que existe un mercado potencial que puede adquirir este servicio; existe mercado, espacios físicos y equipamientos para desarrollar este servicio. También, se ha determinado la rentabilidad del negocio y que existe la posibilidad de obtener financiamiento.
- Se cumplieron los objetivos de investigación a lo largo del desarrollo del proyecto que es la de elaborar un plan operativo para la empresa, la reunión de información para respaldar la puesta en marcha del restaurante; así como también la realización de sondeos de mercado para ayudar a determinar los factores de éxito para nuestro restaurante, conociendo los aspectos más relevantes al momento de la implementación de la empresa.
- Uno de los aspectos a considerar en el proyecto es la calidad del servicio, de acuerdo a la investigación de mercados se pudo determinar que es un aspecto relevante que el cliente le da mucha importancia.
- La capacitación es uno de los puntos importantes en el plan de negocios ya que es el instrumento que el personal que trabaja en la empresa se familiaricen con el sistema y forma de trabajo; así como también se tendrá en cuenta los aspectos tecnológicos que se ira implementado en el restaurante progresivamente para optimizar la capacidad operativa y productiva del mismo.
- En el plan de recursos humanos se determinó que la política del personal y las condiciones laborales de los trabajadores son importantes; para lo cual se determinó que se realizara la convocatoria, selección, contratación e inducción del personal que laborará en el restaurante, estableciendo los horarios fijos establecidos de jornada laboral y un sueldo fijo que les brindara una buena calidad de vida

## BIBLIOGRAFÍA:

- Dirección regional de comercio exterior y artesanía (DIRCETURA) Llegada de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos periodo 2011-2015.
- Folleto evaluación del turismo gastronómico en el Perú.
- <https://esla.facebook.com/bucanerorestaurantturistico/>.
- Instituto Nacional de estadísticas e Información INE- Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIU/ <https://www.inei.gob.pe>.
- Marketing para turismo por Philip Kotler, Jhon Bowen y James Makens (2004) p6.
- Teoría organizacional, Gareth R. Jones (5ta edición).
- Teoría y diseño organizacional Richard L. Daft (Décima edición).
- [http:// www.promperu.gob.pe/perfildelturista2016](http://www.promperu.gob.pe/perfildelturista2016).
- <http://www.alfrioyalfuego.com>.
- <http://www.tripadvisor.com>.
- <http://www.elsombrerodepaja.hoteles>.
- <http://peru.info>.
- <http://www.restaurantestipicos.com/comidaregional>
- <https://es-la.facebook.com/pages/category/Recreation-Center/Restaurant-Turistico-Flotante-Bufeo-Colorado-1434023580180896/>.

### Anexo: 01 Relación de Restaurantes categorizados - 2017

Nro.	Nombre del Restaurante	Categoría: Tenedores	Dirección
1	REST. CEBICHERIA "LOS DELFINES"	1	Pevas N° 1376
2	RESTAURANT ROMINA	1	Morona N° 414
3	RESTAURANT BLANQUITA	1	Bolognesi N° 1181
4	RESTAURANTE ALEJANDRO	1	Ricardo Palma N° 486
5	CHIFA POLLERIA WING HONG	1	Av. Freyre N° 1810
6	CHIFA POLLERIA WING FAY	1	Av. Quiñones Km. 4
7	RESTAURANT " PAULINA"	1	Tacna N° 465.
8	MARIA'S CAFÉ	1	Nauta N° 292
9	POLLO SABROSO	1	Avda. Grau No. 1298
10	PARRILLADAS EL ZORRITO	1	Faningg N° 355
11	EL TACACHITO	1	Ramírez Hurtado N° 810
12	EL RANCHITO	1	Condamine N°197
13	RESTAURANT BAR NOA	1	Napo N° 258
14	PERIKO'S RESTAURANTE CEBICHERIA	1	Atahualpa N° 1201
15	RESTAURANTE EXCLUSIVO	2	Tacna N° 186.
16	RESTAURANTE CEBICHERIA LA QUINTA PALABRA	2	Los Periodistas N° 1090
17	ANTICA PIZZERIA	2	Napo N° 159
18	RESTAURANT CEBICHERIA EL NUEVO SABOR MONSEFUANO	2	Calle San Juan de Miraflores N° 274 AA.HH Anita Cabrera
19	CHIFA POLLERIA ROYAL	2	Av. Grau N° 892
20	RESTAURANT CEBICHERIA EL MIJANO	2	Amazonas N° 829
21	POLLERIA LONG FUNG	2	San Martin N° 492
22	CHIFA LONG FUNG	2	San Martin N° 454
23	CHIFA POLLERIA NUEVA TONG FUNG	2	Av., Grau N° 1872
24	RESTAURANT EL ARENAL	2	Bolognesi N° 775 - A
25	RESTAURANTE ARANDU BAR	2	Malecón Maldonado N° 113
26	THE YELLOW ROSE OF TEXAS	2	Putumayo N°174
27	PARRILLAS AL CARBÓN	2	Condamine N°115
28	POLLOS EL RANCHO	2	Huallaga / Napo N°116
29	NATIVO RESTAURANT-BAR	2	Av. Augusto Freyre N°1647
30	BAR RESTAURANT "EL NUEVO MESON"	2	Malecón Maldonado N° 153

31	HUASAI RESTAURANT	2	Fitzcarrald N° 131
32	ARI'S BURGUER	2	Prospero N° 127
33	CHIFA POLLERIA CHUNG WA	2	Calle San Martin N° 325
34	CHIFA POLLERIA NUEVA YING BING	2	Av. Grau 1488
35	CHIFA PRIMAVERA	2	Av. Freyre N° 693
36	LA MISHQUINA	2	Jr. Prospero N° 507
37	RESTAURANT CEBICHERIA PUNTA SAL	2	Av. Guardia Civil-Urbanización Calvo de Araujo F-7
38	AJI DULCE RESTOCAFE	2	Calle Alzamora N° 542
39	RESTAURANTE LA MUSA	2	Av. San Antonio N° 1062
40	LA MALOKITA	2	Calle los Periodistas N° 478
41	RESTAURANTE CEBICHERIA A LO FIRME	2	Calle 3 de Octubre N° 412
42	NONNA CAFÉ	2	Jr., Prospero N° 273
43	CROWN ROYAL RESTAURANTE	3	Aguirre N° 793
44	RESTAURANT TURISTICO "GRAN MALOCA"	3	Sargento Lores N° 178
45	EL SOMBRERO DE PAJA	3	Av. Quiñones Km. 4.5
46	RESTAURANTE TURISTICO MONTECARLO	5	Napo N° 140 – 150
47	RESTAURANTE TURISTICO HAPPY JACK	5	Putumayo N° 1525
48	FLORIDA RESTAURANTE	5	Sargento Lores N° 134
49	EL ENCANTO DE LA AMAZONAS	5	Calle Bolognesi Mz 25 – Lt.0 2
50	RESTAURANTE TURISTICO MIRADOR	5	Calle Malecón Tarapacá N° 282-272

Fuente: DIRCETURA/GRL-2017