



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

Tesis de Grado Previa la
Obtención del Título de
Ingeniera en Marketing.

TEMA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL
HOSTAL RESIDENCIAL RIVERSIDE DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO
2013”

AUTORA

VIOLETA ELIZABETH MACÍAS PERALTA

DIRECTOR

ING. JORGE SÁNCHEZ MUÑOZ

QUEVEDO – LOS RÍOS - ECUADOR

2013

AUTORÍA

Yo, Srta. Violeta Elizabeth Macías Peralta, autora de la tesis denominada “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL HOSTAL RESIDENCIAL RIVERSIDE DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2013”, testifico que es de mi exclusiva responsabilidad.

Egda. Violeta Elizabeth Macías Peralta

AUTORA

CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA

El suscrito Ing. Jorge Sánchez Muñoz docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la tesis de grado para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL HOSTAL RESIDENCIAL RIVERSIDE DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2013” de la autoría de la Srta. Violeta Elizabeth Macías Peralta, ha sido revisada en todos sus componentes por lo que se autoriza su presentación formal ante el tribunal respectivo.

Quevedo, Marzo 25 del 2013

Ing. Jorge Sánchez Muñoz

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN MARKETING

Tesis de Grado Previa la
Obtención del Título de
Ingeniera en Marketing.

TEMA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL
HOSTAL RESIDENCIAL RIVERSIDE DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO
2013”**

PRESENTADO AL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO COMO REQUISITO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN MARKETING.

APROBADO POR:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

DEDICATORIA

El esfuerzo y perseverancia que ha significado este trabajo se lo dedico a Dios por brindarme la oportunidad de existir y alcanzar mis metas en esta vida; a mis queridos padres que con su paciencia y cariño me han brindado su apoyo incondicional en cada etapa de mi existencia.

AGRADECIMIENTO

A mis padres que son mi gran fortaleza, que de varias formas han sido parte importante de este trayecto recorrido con gran éxito.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, a la Facultad de Ciencias Empresariales, por esa gran oportunidad de apoyarnos con la formación profesional.

A mi Director de tesis Ing. Jorge Sánchez Muñoz, por su orientación en el desarrollo del presente proyecto, su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas siendo un aporte invaluable, que por ende será de mucha utilidad en mi vida profesional.

Finalmente quiero agradecer a quienes de alguna manera colaboraron para la culminación de este trabajo.

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES			
1	Título / Tittle	M	“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN EL HOSTAL RESIDENCIAL RIVERSIDE DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2013”
2	Creador / Creator	M	Violeta Elizabeth Macías Peralta; Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
3	Materia / Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería Marketing.
4	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, con el objetivo de realizar un Plan de Negocios para la creación de un restaurante en el Hostal Residencial Riverside de la ciudad de Quevedo.
5	Editor / Publisher	M	F.C.E.; Carrera Ingeniería Marketing; Macías Violeta Peralta
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	Marzo 2013
8	Tipo / Type	M	Tesis de Grado
9	Formato / Format	R	Doc. MS Word 2007
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente / Source	O	Investigación Empresarial; Plan de Negocios; Hostal Residencial Riverside
12	Idioma / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	M	Localización: Ámbito Empresarial Hotelero
15	Derechos / Rights	O	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Proyecto de Investigación

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i	
Autoría	ii	
Certificación	iii	
Aprobación del Tribunal	iv	
Dedicatoria	v	
Agradecimiento	vi	
Dublin Core	vii	
Índice de Contenido	viii	
Índice de Gráficos	xii	
Índice de Cuadros	xiii	
Resumen Ejecutivo	xiv	
Abstrac (Inglés)	xv	
<u>CAPÍTULO I: MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN</u>	1	
1.1	Introducción	2
1.2	Situación actual de la problemática	3
1.3	Problematización	3
1.3.1	Matriz de estudio del problema	4
1.3.2	Formulación del Problema	5
1.3.3	Sistematización del Problema	5
1.4	Justificación	6
1.5	Objetivos	7
1.5.1	General	7
1.5.2	Específicos	7
1.6	Hipótesis	8
1.6.1	Hipótesis General	8
1.6.2	Hipótesis Específicas	8
1.6.3	Variable Independiente	8
1.6.4	Variable Dependiente	8

<u>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</u>	9	
2.1	Fundamentación Conceptual	10
2.1.1	Plan de Negocios	10
2.1.2	Contenido del Plan de Negocios	10
2.1.3	Análisis del Mercado Objetivo	10
2.1.4	Selección y presentación de la idea	11
2.1.5	Mercadotecnia	11
2.1.6	Recursos materiales y lógicos	11
2.1.7	Recursos humanos y aspectos legales	11
2.1.8	Finanzas	11
2.1.9	Plan de trabajo	11
2.1.10	El presupuesto de capital	11
2.1.11	El plan de inversiones	12
2.1.12	El estado de pérdidas y ganancias proyectado	12
2.1.13	El análisis del punto de equilibrio	12
2.1.14	El análisis del flujo de caja	13
2.1.15	Herramientas básicas para la conducción empresarial	13
2.1.16	Sistema de costos	13
2.2	Fundamentación Teórica	15
2.2.1	Servicio al cliente	15
2.2.2	Definición del Servicio	15
2.2.3	Menú	15
2.2.4	Restaurante	16
2.2.5	Importancia del servicio de alimentos	16
2.2.6	Hostal Residencial	17
2.2.7	El proceso administrativo	17
2.2.8	Fase mecánica	17
2.2.9	Fase dinámica	17
2.2.10	Planificación	18
2.2.11	Organización	18
2.2.12	Dirección	19
2.2.13	Control	19
2.2.14	Calidad	19

2.2.15	Costos Tangibles	20
2.2.16	Costos Intangibles	20
2.2.17	Eficacia	20
2.2.18	Eficiencia	21
2.2.19	Efectividad	21
2.3	Fundamentación Legal	22
2.3.1	Ley de turismo	22
2.3.2	Normas Generales (IMPUESTO A LA RENTA)	25
2.3.3	Ordenanzas municipal GAD Quevedo	26
2.3.4	Declaración y pago del impuesto	26
<u>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</u>		28
3.1	Localización de la investigación	29
3.2	Métodos de Investigación	29
3.3	Tipo de Investigación	29
3.4	Técnicas e Instrumentos de Investigación	29
3.5	Fuentes	30
3.6	Materiales	30
3.7	Población y Muestra	30
<u>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</u>		32
4.1	Análisis e Interpretación de los Resultados	33
4.1.1	Encuestas realizadas	33
<u>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>		41
5.1	Conclusiones	42
5.2	Recomendaciones	43
<u>CAPÍTULO VI: PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS</u>		44
6.1	Resumen Ejecutivo de la Propuesta	45
6.2	Introducción	47
6.3	Antecedentes	47

6.4	Análisis FODA	49
6.5	Oportunidad de Mercado	50
6.6	Aspectos Técnicos	56
6.7	Definición del uso de las instalaciones	58
6.8	Control en la implementación del negocio	59
6.9	Conclusión en cuanto a la implementación	60
6.10	Plan y objetivos estratégicos	60
6.11	Plan de inversiones	62
6.12	Conclusión del plan de inversión	77
6.13	Recomendaciones Finales	78
6.14	Desarrollo del Plan Publicitario	78

BIBLIOGRAFÍA **83**

Referencias Bibliográficas	84
Referencias Linkográficas	84

ANEXOS **85**

ANEXO 1	Cuestionario utilizado para la encuesta	86
ANEXO 2	Patio Comidas Paseo Shopping	87
ANEXO 3	Restaurant Don Nino	88
ANEXO 4	Restaurant Mama Silvia	89
ANEXO 5	Restaurant TZ	90
ANEXO 6	Patio Comidas Shopping Center	91
ANEXO 7	Restaurant ROSSY	92
ANEXO 8	Hostal Residencial Riverside	93
ANEXO 9	Diseño de Díptico	94
ANEXO 10	Cronograma de Actividades	98
ANEXO 11	Presupuesto para el proyecto	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Usted pertenece a la ciudad de:	33
Gráfico 2. Mencione algunos establecimientos hoteleros que usted conozca en la ciudad de Quevedo.	34
Gráfico 3. ¿Con qué frecuencia asiste a un establecimiento hotelero?	35
Gráfico 4. ¿Por qué motivo utiliza los servicios de un hotel?	36
Gráfico 5. ¿Qué servicios aparte del hospedaje le gustaría que ofreciera el hotel en donde se va hospedar?	37
Gráfico 6. ¿Alguna vez ha visitado un establecimiento hotelero en la ciudad de Quevedo que ofrezca el servicio de Restaurante?	38
Gráfico 7. ¿Qué características usted considera importante al momento de elegir el lugar donde comer? (Ordene del 1 al 6, siendo el 1 de mayor importancia y 6 de menor importancia)	39
Gráfico 8. El hotel donde usted se hospede le gustaría que estuviese ubicado.....	40

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Usted pertenece a la ciudad de:.....	33
Cuadro 2. Mencione algunos establecimientos hoteleros que usted conozca en la ciudad de Quevedo.	34
Cuadro 3. ¿Con qué frecuencia asiste a un establecimiento hotelero?.....	35
Cuadro 4. ¿Por qué motivo utiliza los servicios de un hotel?	36
Cuadro 5. ¿Qué servicios aparte del hospedaje le gustaría que ofreciera el hotel en donde se va hospedar?.....	37
Cuadro 6. ¿Alguna vez ha visitado un establecimiento hotelero en la ciudad de Quevedo que ofrezca el servicio de Restaurante?	38
Cuadro 7. ¿Qué características usted considera importante al momento de elegir el lugar donde comer? (Ordene del 1 al 6, siendo el 1 de mayor importancia y 6 de menor importancia).....	39
Cuadro 8. El hotel donde usted se hospede le gustaría que estuviese ubicado.....	40

negocios para la creación de un restaurante en el Hostal Residencial Riverside de la ciudad de Quevedo, teniendo como referencia que la mayoría de los establecimientos hoteleros no brinda el servicio de restaurante de acuerdo con el estudio de mercado realizado en el trabajo.

Dentro de este contexto, se plantea responder la siguiente pregunta de investigación: ¿La carencia del servicio de restaurante en el Hostal Residencial Riverside no permite la conservación y fidelización de los clientes; factor que afecta directamente a la empresa?

El objetivo general que se planteó para esta investigación fue; Diseñar un plan de negocios para la creación de un restaurante con la finalidad de incrementar un servicio personalizado a los usuarios que se hospeden y las personas que deseen hacer consumos de alimentos en el Hostal Residencia Riverside.

De esta manera y mediante la hipótesis planteada se pudo demostrar que, la no elaboración de un plan de negocios incide y fomenta el desarrollo de la empresa y mejora su nivel competitivo frente a la competencia de las empresas servicios hoteleras en la ciudad de Quevedo.

Por otra parte las empresas de servicios hoteleras en su mayoría no han incursionados en ofrecer los servicios adicionales de alimentación para sus usuarios, sin embargo con el transcurso del tiempo esto se hará una necesidad para retener su demanda, lo cual representa una oportunidad para la institución, de ampliar sus horizontes mediante el crecimiento empresarial.

Como recomendaciones principales se plantea gestionar la aplicación del Plan de negocios para la creación de un restaurante en el Hostal Residencial Riverside de la ciudad de Quevedo, que se incluya la estructura principal y orientación de los procesos, además que se incentive a los usuarios en general a hacer uso del nuevo servicio que se propone.

EXECUTIVE SUMMARY

The present project determines the viability that will have the elaboration of the Plan of businesses for the implementation of a restaurant in the Residential Inn Riverside of the city of Quevedo, having like reference that most of the hotel establishments does not offer the service of restaurant in agreement with the study of market made in the work.

Within this context, one considers to respond the following question of investigation: The deficiency of the service of restaurant in the Residential Inn Riverside does not allow to the conservation and fidelización of the clients; factor that directly affects the company?

The general mission that considered for this investigation was; To design a plan of businesses for the implementation of a restaurant with the purpose of increasing a customized service to the users who stay themselves and the people who wish to make consumptions of foods in the Inn Riverside Residence.

This way and by means of the raised hypothesis it was possible to be demonstrated that, the elaboration of a plan of businesses does not affect and foments the development of the company and improves its competitive level front to the competition of the hotel companies services in the city of Quevedo.

On the other hand the hotel companies of services in their majority have not incursionados in offering the additional services of feeding for their users, nevertheless of the course of the time this will take control a necessity to retain their demand, which represents an opportunity for the institution, to extend its horizons by means of the enterprise growth.

As main recommendations consider to manage the application of the Plan of businesses for the implementation of a restaurant in the Residential Inn Riverside of the city of Quevedo, that includes the main structure and direction of the processes, in addition that stimulate the users in general to make use of the new service that sets out.

Capítulo I
MARCO
CONTEXTUAL

1.1 Introducción

Hoy en día existen muchos cantones productivos, entre los que se destaca Quevedo, considerándose como una de las ciudades con mayor desarrollo competitivo, en lo que se refiere a microempresa y grandes empresas, esta ciudad es punto que diariamente confluye una población de 173,585, según información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) correspondiente al censo del año 2010.

En la actualidad en esta ciudad encontramos diferentes tipos de empresas o negocios que van desde actividades comerciales, producción, servicios turísticos y hoteleros, los mismo que han crecido con el pasar del tiempo, conllevando a que existan nuevos proyectos de negocios, ya que son múltiples las necesidades de los habitantes de esta ciudad.

El Hostal Residencia Riverside es un establecimiento Hotelero que brinda servicio de alojamiento, ubicado en la Provincia de Los Ríos. Cantón Quevedo, ciudadela nuevo Quevedo, viene funcionando desde alrededor de 12 años, tiene una categorización otorgada por el Ministerio de Turismo del Ecuador, ya que esta entidad como tal es la que regula la actividad turística del país, por lo que dentro del catastro nacional se encuentra registrado como Hostal Residencial de segunda categoría. Según información obtenida catastro nacional de establecimientos turísticos año 2010.

La implementación de un "Restaurante en el Hostal Residencial Riverside" surge a partir de la falta de servicio en la empresa y que permita brindar este beneficio y se obtenga una satisfacción completa de las personas que deseen hospedarse en el hotel. Para el hostel consiente de la importancia de mejorar sus servicios, se presenta esta propuesta que se desarrollara tendencias en sus acciones a través de políticas y valores sugeridas al talento humano de la empresa. El seguimiento en sus actividades será fundamental en el restaurante, por lo tanto se espera que el servicio sea de excelencia en el ejercicio, orientado a brindar el servicio de alimentación.

1.2 Situación actual de la problemática.

El análisis de la situación de la empresa “Hostal Residencial Riverside” se basa al ámbito local. En el Cantón Quevedo existen aproximadamente alrededor de 300 establecimientos dedicados a las actividades de alimentos y bebidas, de los cuales 100 están legalmente registrados en el ministerio de turismo.

1.2.1 Localización Geográfica

- **PROVINCIA:** Los Ríos
- **CANTÓN:** Quevedo
- **SITIO:** Nuevo Quevedo tras Planta de Agua.

1.3 Problematización

En los últimos 10 años la ciudad de Quevedo ha tenido un desarrollo empresarial acelerado. Lo que ha generado que inversionistas de distintas zona se acrecienten en este lugar, teniendo como resultado la gran diversificación de actividades comerciales y generación de flujos de dinero.

Una vez determinado este contexto podemos determinar que los establecimientos que prestan servicios de alimentos que se encuentran en la ciudad son muchos y que no existe una aplicación de los estándares de calidad en los procesos y espacios físicos reducidos donde predomina la poca comodidad. Esto hace que visitantes y habitantes de la zona no tenga una fidelidad por determinado establecimiento que oferte servicios de alimentación.

El análisis comprueba que él no cumplir con la exigencia de los diversos estándares de calidad hacia la satisfacción de las necesidades del consumidor final, genera un problema económico en el crecimiento de los negocios y en el cumplimiento de necesidades que podrían satisfacerse de forma local, generando el ingreso de divisas al establecimiento y extendiendo nuevos nichos de mercados en el sector gastronómico.

1.3.1 Matriz de estudio del problema

MATRIZ DE ESTUDIO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN			
CAUSA	EFEECTO	DIAGNÓSTICO	PRONÓSTICO
Falta de gestión para aprovechar las oportunidades de servicios.	Deficiencia organizacional.	Carencia de una visión para generar nuevos servicios.	Bajo nivel competitivo
Falta de gestión para obtención de recursos financieros.	Limitada disponibilidad de recursos financieros.	Falla en la mejora continua	No permite el crecimiento empresarial.
Deficiente capacitación de empleados.	Servicio al cliente inadecuado	Negligencia en la capacitación del talento humano	No garantiza un buen servicio al cliente.
Desconocimiento de nuevas tendencias del mercado.	Conformismo con los servicios actuales ofertados.	Carencia de incentivo de crecimiento empresarial.	No permitirá implementar e innovar nuevos servicios.
Falta de actividades promocionales.	Incompetencia en el mercado objetivo	Disminución en la demanda	Baja la rentabilidad de la empresa.

1.3.2 Formulación del Problema

¿La carencia del servicio de restaurante en el Hostal Residencial Riverside no permite la conservación y fidelización de los clientes; factor que afecta directamente a la empresa?

1.3.3 Sistematización del Problema

- ¿Qué problema conlleva al Hostal Residencial Riverside a realizar un plan de negocios?
- ¿Será la falta de un restaurante el motivo para que las personas conozcan y utilicen los servicios que presta el Hostal Residencial Riverside?
- ¿Qué efecto socio-cultural tendría en la población con la creación de este tipo de actividad?
- ¿Será un plan de negocios el recurso para crear el Restaurante en el Hostal Residencial Riverside?

1.4 Justificación

En el análisis de las diferentes opciones del negocio, se llegó a la conclusión de demostrar la viabilidad que tiene esta propuesta, el propósito de este proyecto, es crear el "Restaurante en el Hostal Residencia Riverside" para el año 2013,

El estudio se justifica porque un buen servicio de restaurant en un hostel como servicio complementario tributa a la retención de los clientes, este nuevo servicio aumentara logrando una mayor rentabilidad para la empresa; mientras que al cliente se le satisface su exigencia.

El propósito de este proyecto es que una vez puesta en funcionamiento el servicio de restaurante los usuario del hostel no tiene que preocuparse por la adquisición de la gastronomía; porque dicho servicios lo encontrara en la el lugar de hospedaje.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Diseñar un plan de negocios para la creación de un restaurante con la finalidad de incrementar un servicio personalizado a los usuarios que se hospeden en el Hostal Residencia Riverside.

1.5.2 Específicos

- Determinar el mercado objetivo de la empresa.
- Elaborar una adecuada propuesta para la creación del restaurante en el Hostal Residencial Riverside.
- Definir el proceso administrativo en la propuesta.
- Ampliar su cartera de clientes.
- Determinar la viabilidad económica al invertir en la implementación de los servicios de restaurante.

1.6 Hipótesis

1.6.1 General

La creación del plan de negocios para el servicio restaurante en el “Hostal Residencia Riverside”, permitirá ampliar la demanda en el mercado.

1.6.2 Específicas

- Se brindará un mejor servicio mediante la diversificación en el restaurante.
- Se aprovechará las oportunidades del mercado mediante el planteamiento de plan de negocios.
- Se ofrecerá servicios con características especiales que busca el consumidor tales como atención, tiempo de espera y calidad en los alimentos.
- Incrementar la demanda de consumidores en el Restaurante Riverside.

1.6.3 Variable Independiente

- Ampliar la demanda del mercado

1.6.4 Variable Dependiente

- Servicio de restaurante

Capítulo II
MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Conceptual

2.1.1 Plan de Negocios

Es un documento que describe por escrito, un negocio que se pretende formar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización.

De estos documentos se extraen temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida.¹

2.1.2 Contenido del Plan de Negocios

El plan de negocios no es un documento estático; por el contrario, se trata de un plan dinámico, cambiante y adaptable que se renueva de manera forzosa con el tiempo, de acuerdo con respuesta y resultados que se obtienen.²

2.1.3 Análisis del Mercado Objetivo

Una vez considerado el entorno económico y los factores externos que en el futuro pueden afectar la marcha de la empresa, el paso siguiente consiste en analizar la situación y perspectivas del sector concreto en el que la empresa se ubicará. Esto se consigue definiendo, a su vez, al cliente del producto a colocar en el mercado, donde compra, con qué frecuencia y por qué, tanto para los consumidores finales, como para aquellos que utilizan el bien como intermedio para producir, a partir de él, otros bienes.³

Es importante resaltar los motivos por los que el mercado objetivo seleccionado esta mejor dispuesto a comprar el producto que otros mercados. Para definir el mercado objetivo, se utilizan criterios demográficos, geográficos, psicológicos, y estilo de vida.

¹Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

²Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

³Investigación de Mercados – THOMAS C. KINNEAR – JAMES R. TAYLOR

2.1.4 Selección y presentación de la idea

Esta sección sirve para darle forma a la idea, justificando su creación y redactando, entre otros puntos, misión, objetivos y ventajas del mismo.⁴

2.1.5 Mercadotecnia

Punto relativo a los probables clientes potenciales, donde están, cuántos son y donde compran, para diseñar un buen plan de introducción al mercado.⁵

2.1.6 Recursos materiales y lógicos

Se planteara aspectos como las necesidades de materiales, equipos, proveedores y controles de calidad.⁶

2.1.7 Recursos humanos y aspectos legales

En esta sección se revisaran los aspectos relacionados con el personal, puestos y funciones específicas, así como el marco legal al que deberá sujetarse la empresa.⁷

2.1.8 Finanzas

Este rubro se refiere a la cantidad de dinero necesaria para iniciar la empresa, donde se obtendrá y cuáles son los gastos y ganancias en periodo determinado.⁸

2.1.9 Plan de trabajo

Se requiere elaborar un cronograma de las actividades que marquen los tiempos para iniciar las operaciones de la empresa.⁹

2.1.10 El presupuesto de capital

Consiste justamente en considerar el dinero que se va a necesitar para llevar adelante el proyecto que se tiene en mente, así el empresario se autofinancie o tenga que salir a buscar socios. Es fundamental realizar este presupuesto basado en el estudio de todas las erogaciones que se realizarán para poner a punto el establecimiento, como comprar o alquilar un local, hacer refacciones,

⁴Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

⁵Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

⁶Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

⁷Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

⁸Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

⁹Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

adquirir muebles y útiles, instalaciones, vajilla, contratar personal, contratar publicidad, etc.¹⁰

2.1.11 El plan de inversiones

Consiste en asignar el capital que se dispuso para la instalación del negocio a las distintas erogaciones requeridas, teniendo en cuenta los requisitos de fondos que se demandarán en los distintos momentos del proyecto. Esto es muy importante si el empresario piensa financiarse a través de socios o con alguna institución financiera. Tener un plan de inversiones detallado brinda una imagen de responsabilidad en cuanto a que se están realizando las cosas bien, y contribuye al mejoramiento de la financiación.¹¹

2.1.12 El estado de pérdidas y ganancias proyectado

Es necesario saber si el negocio será rentable y si los ingresos previstos cubrirán los gastos que será necesario afrontar. Como es un negocio que recién comienza, será fundamental contar con todos los estudios que se hayan realizado previamente sobre la zona en que se va a instalar, qué tipo de público serán los clientes, qué menú y por lo tanto qué precios se fijarán para analizar si se cubren los costos. Muchas veces un mal cálculo de la estructura de ingresos y costos hace fracasar el negocio.¹²

2.1.13 El análisis del punto de equilibrio

El conocimiento del punto de equilibrio es muy importante, pues realizándolo se sabrá cuánto hay que vender, en qué valores para cubrir los costos fijos y luego a partir de allí comenzar a generar ganancias. Este análisis inicial exhibe la pauta sobre su viabilidad, pues probablemente el punto de equilibrio se logra con una cantidad de comensales que no se podrá determinar, o por diversas causas como puede ser un espacio reducido o precios altos, entre muchos otros factores.¹³

¹⁰Plan de negocios para emprendedores al éxito – DIANA M. GONZALES SALAZAR

¹¹www.promonegocios.net

¹²www.promonegocios.net

¹³www.promonegocios.net

2.1.14 El análisis del flujo de caja

En gastronomía prácticamente se trabaja todo de contado (efectivo o tarjeta) y el control del flujo diario debe ser tenido muy en cuenta para evitar cualquiera de los múltiples problemas que pueden existir con el manejo del efectivo: hurto, escasez para hacer frente a las compras y pagos, manejo del efectivo y los cupones de tarjeta en cuanto al control que debe existir, controles cruzados entre las comandas y lo facturado, entre lo facturado y lo ingresado, etc.¹⁴

2.1.15 Herramientas básicas para la conducción empresarial

El producto a vender tiene una serie de características, todas importantes, que deben analizarse adecuadamente: su conformación, presentación, calidad, frescura, y precio. Es muy común en esta actividad establecer los precios sin tener un conocimiento exacto de cuál es el costo del producto -a nuestro entender, el principal elemento a tener en cuenta-, pues más allá de que el precio estará atado al mercado, la zona, los clientes habituales, y demás, si no es conocido su costo unitario, es decir cuánto cuesta cada uno de los platos que se venden en el establecimiento, no se puede obtener información gerencial que permita saber cómo marcha el negocio y, sobre todo, si es rentable.¹⁵

2.1.16 Sistema de costos

Es fundamental implementar un sistema de costos que permita conocer el costo unitario de cada plato de la cartilla o menú. En las empresas de servicios los recursos humanos son un costo muy importante dentro del total de costos y se los debe capacitar adecuadamente. Además, la actividad es caracterizada por el escaso ciclo de vida del producto ya que es altamente perecedero- con lo cual, si sumamos a esta característica las pérdidas que se producen por mermas, cocción de los alimentos, limpieza, y demás, el no tener un análisis exhaustivo del costo unitario que considere todas estas variables para incluirlas como un costo más, se obtendrán márgenes de rentabilidad distorsionados.

¹⁴www.promonegocios.net

¹⁵www.promonegocios.net

Dentro de un establecimiento gastronómico, por más pequeño que sea, hay una cantidad de costos fijos importantes, que se producen más allá de la venta o no de los productos, por el solo hecho de tener abierto al público el lugar. Por lo tanto, si no hay un flujo de demanda adecuado, se hace difícil cubrir estos costos; situación en que muchos empresarios del sector se ven tentados a subir los precios de la carta, lo que puede ser más contraproducente aún.

De allí la importancia de conocer los costos unitarios elaborando recetas de todos los productos a vender, cuyos costos (variables + fijos) le van a permitir manejar los precios por producto haciendo un mix de aumentos que no encarezca toda la carta y sea atractiva al cliente. También es muy importante saber cuál es el nivel de actividad y qué estructura de costos fijos se tiene, pues la capacidad de cubiertos que se pueden hacer por turnos tiene un límite y muchas veces no se realiza el cálculo de la estructura adecuada; con lo cual, por más que tenga una rotación de turnos razonable y la capacidad de cubiertos al máximo, si la estructura de costos fijos es inadecuada, el precio final será alto para cubrirlos y se puede perder mercado.¹⁶

2.2 Fundamentación teórica

¹⁶www.promonegocios.net

2.2.1 Servicio al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing para determinar cuáles son los servicios o productos que el cliente demanda y se debe realizar encuestas periódicas que permitan identificar las posibles necesidades, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno.¹⁷

2.2.2 Definición del Servicio

La identidad ecuatoriana se manifiesta a través de la cocina popular, la misma que utilizando los productos agrícolas típicos de cada una de sus regiones, da lugar a innumerables platos, que con sus colores y aromas identifican la costumbre alimenticia de los diferentes pueblos que conforman el Ecuador.

La tradición oral permite la transmisión del conocimiento respecto a la preparación de diferentes platos y sus secretos para adquirir sabor. El restaurante tiene como objetivo dar a sus clientes el mejor servicio y la más esmerada atención.¹⁸

2.2.3 Menú

El menú a continuación está separado por cada zona o región en la que se encuentra separado el restaurante, destacando los más conocidos y deliciosos platos típicos, así mismo sus jugos naturales, sus maravillosos postres y el exquisito café ecuatoriano.¹⁹

2.2.4 Restaurante

¹⁷www.wikipedia.net

¹⁸www.wikipedia.net

¹⁹Turismo, hoteles y restaurantes – OCEANO CENTRUM

El origen de los restaurantes tal y como se les conoce actualmente no es muy antiguo. En el siglo 18, en los sitios donde se servía comida, sólo se podía comer a una hora fija y usted tenía que someterse a lo que sirviera el establecimiento. A principio de la época moderna en el año 1658, se introdujeron los carruajes en Inglaterra, impulsando este desarrollo de la transportación el auge de las posadas y tabernas.

El término "RESTAURANTE" es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, por un francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de 'restaurants' porque reconfortaban, y así las anunciaba en el exterior de su negocio: venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos. No eran los parisinos que en el año 1775 sabían leer francés y menos latín, pero los que podían sabían que Dossier Boulanger, el propietario decía: venid a mis todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo restauraré.²⁰

2.2.5 Importancia del servicio de alimentos

El servicio de alimentos y bebidas es un renglón muy importante en la operación de un hotel, al grado de que el ingreso generado por esta fuente en ocasiones llega a superar al de la renta de habitaciones. Cabe señalar que los ingresos por concepto de alimentos y bebidas se incrementan considerablemente, cuando el hotel ofrece servicios para banquetes y convenciones; por lo anterior, el gerente de alimentos y bebidas es un miembro clave entre el personal directivo. Aun cuando es subalterno del gerente general del hotel, disfruta de cierto grado de independencia y libertad de acción dentro de su departamento, para planear la operación de alimentos y bebidas, así como la compra de cientos de artículos que son necesarios para los restaurantes y bares.²¹

2.2.6 Hostal Residencial

²⁰www.emagister.com

²¹www.wikipedia.net

Es todo establecimiento hotelero que preste al público en general, servicios de alojamiento, debiendo ofrecer adicionalmente servicio de desayuno, pudiendo disponer de servicio de cafetería para tal efecto, pero no ofrecerá el servicio de comedor y tendrá un máximo de 29 y un mínimo 12 habitaciones.²²

2.2.7 El proceso administrativo

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas sucesivas necesarios para llevar a cabo una actividad o lograr un objetivo, a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral. JAMES A.F. STONER, define las principales actividades administrativas como:

- Planear
- Organizar
- Dirigir
- Controlar

Entonces el Proceso Administrativo está compuesto por la fase mecánica y la dinámica.²³

2.2.8 Fase mecánica

Comprende a la planificación trata más o menos de que cosas se van a realizar en la empresa, se realizan planes, programas, presupuestos, etc., y la organización de cómo se va a realizar y se cuenta con los organigramas, recursos y funciones.²⁴

2.2.9 Fase dinámica

Esta es la dirección que se encarga de ver que se realicen las tareas y para ello cuenta con la supervisión, liderazgo, comunicación y motivación y por último, encontramos al control que es el encargado de decir como se ha realizado, que se hizo, como se hizo y compara los estudios de los resultados con los objetivos planteados.²⁵

²²www.promonegocios.net

²³JAMES A.F. STONER

²⁴JAMES A.F. STONER

²⁵JAMES A.F. STONER

2.2.10 Planificación

Es el método por el cual el administrador ve hacia el futuro y descubre las alternativas, cursos de acción a partir de los cuales establece los objetivos.

ERNEST DALE lo define como determinación del conjunto de objetivos para obtenerse en el futuro y los pasos necesarios para alcanzarlos a través de técnicas y procedimientos definidos.

Proceso por el cual se obtiene una visión del futuro, en donde es posible determinar y lograr los objetivos, mediante la elección de un curso de acción.²⁶

2.2.11 Organización

El proceso de combinar el trabajo que los individuos o grupos deben efectuar, con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que así se ejecutan, sean los mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada del esfuerzo disponible.

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización. Diferentes metas requieren diferentes estructuras para poder realizarlos.

Mediante una organización eficaz, los gerentes coordinan mejor los recursos humanos, materiales y de información. El éxito de una organización depende en gran medida de la habilidad gerencial para utilizar con eficiencia y eficacia esos recursos.²⁷

2.2.12 Dirección

²⁶JOSEEPH L. MASSIE

²⁷SHELDON

Comprende la influencia interpersonal del administrador a través de la cual logra que sus subordinados obtengan los objetivos de la organización (mediante la supervisión, la comunicación y la motivación).

Una vez que la gerencia ha elaborado los planes, creado una estructura y contratado al personal idóneo, alguien debe dirigir la organización. La dirección supone hacer que los demás realicen las tareas necesarias para lograr los objetivos de la organización. No puede haber dirección si no concluido la planeación y la organización; también es un elemento crucial de estas funciones.²⁸

2.2.13 Control

El proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorización y, si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado.

Un sistema de control transmite mensajes a los gerentes de que las cosas no marchan de acuerdo con lo planeado y la necesidad de que se adopten medidas correctivas. El control es importante, porque es el enlace final en la cadena funcional de las actividades de administración. Es la única forma como los gerentes saben si las metas organizacionales se están cumpliendo o no y por qué sí o por qué no.²⁹

2.2.14 Calidad

La calidad y la reducción de costos serán el objetivo de la dirección empresarial que intente sobrevivir en los entornos actuales. La adopción de la CALIDAD TOTAL ha llevado a muchas empresas a introducir cambios importantes tanto en los patrones de comportamiento de los costos relacionados con los procesos productivos, como a su medición y control. Esto ha producido una metamorfosis en la gestión de costos, que se traduce en un replanteamiento de los sistemas de costos tradicionales ofrecidos por la Contabilidad de Gestión.

²⁸ROBERT B. BUCHELE

²⁹GEORGE R. TERRY

Es por ello que la Contabilidad de Gestión debe encontrar y proponer técnicas y procedimientos para implantar, presentar y evaluar los costos de calidad en la empresa.³⁰

2.2.15 Costos Tangibles

Los costos tangibles o costos explícitos son aquellos que se pueden calcular con criterios convencionales de costos, normalmente siguiendo principios de contabilidad generalmente aceptados. Por lo general estos costos van acompañado de un desembolso de efectivo por parte de la empresa, se trata básicamente de costos de personal, materia prima y material.³¹

2.2.16 Costos Intangibles

Los costos intangibles, también denominados costos implícitos son aquellos que se calculan con criterios subjetivos y que no son registrados como costos en los sistemas de contabilidad. La mayoría de los costos intangibles se sitúan en la categoría de costos de fallos externos, como por ejemplo la pérdida de imagen de la Compañía. No obstante también pueden aparecer cuando la empresa incurre en fallos internos, por ejemplo la desmotivación de los empleados.

En términos cuantitativos, la importancia relativa de los costos intangibles es mayor que la de los costos tangibles. Muchos autores usan el ejemplo del iceberg, señalando que la mayoría de los costos intangibles se sitúan en la parte oculta del mismo, siendo ignorados por los sistemas convencionales de contabilidad, posesionándose los tangibles en la parte visible, dando a entender que los mismos están perfectamente localizados en el sistema contable.³²

2.2.17 Eficacia

Es cumplir metas y objetivos. Es un indicador que mide el grado de cumplimiento de esas metas y esos objetivos, pero hace hincapié en el aspecto

³⁰Cuadro de Mando Integral – KAPLA ROBERT S. y NORTON DAVID P. Editora Gestión 2000

³¹Cuadro de Mando Integral – KAPLA ROBERT S. y NORTON DAVID P. Editora Gestión 2000

³²Cuadro de Mando Integral – KAPLA ROBERT S. y NORTON DAVID P. Editora Gestión 2000

cuantitativo, no en el cualitativo, no tiene en cuenta la calidad. Se prioriza el cumplimiento del plan técnico – económico en valores, no en unidades físicas.³³

2.2.18 Eficiencia

Es un indicador económico que expresa la relación entre los gastos que se realizan y los resultados que se obtienen donde se trabaja por reducir los gastos y los costos para incrementar los resultados pero con calidad, con excelencia. Si se incurre en los mismos gastos se lucha porque los resultados sean superiores. Significa que la empresa debe ser rentable, obtener un margen de ganancia pero tomando en consideración ¿qué se produce? y ¿cómo se produce?, aquí el plan se cumple tanto en unidades físicas como en valores. En otras palabras, es producir más y mejor con menos gastos, pero con menos gastos irracionales, sin despilfarro de recursos.³⁴

2.2.19 Efectividad

Es lograr el resultado máximo en todo lo que se haga, con la mayor excelencia y calidad posible. Es una categoría socio – económica que integra a la eficacia y la eficiencia.³⁵

³³www.emagister.com

³⁴www.emagister.com

³⁵www.emagister.com

2.3 Fundamentación Legal

2.3.1 Ley de turismo

Norma: Ley 97 Status: Vigente

Publicado: Registro Oficial Suplemento 733

Fecha: 27 de Diciembre del 2002

Ley de turismo de las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite

idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el

desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Art. 9 El registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el ministerio de turismo.

El registro de turismo

Inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de la Ley de Turismo. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas
- c) Transportación cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considera parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Categorización de Restaurantes:

- LUJO
- PRIMERA
- SEGUNDA
- TERCERA
- CUARTA

2.3.2 Normas Generales (IMPUESTO A LA RENTA)

Art. 1.- Objeto del Impuesto.- Establécese el Impuesto a la Renta Global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 2.- Concepto de Renta.- Para efectos de este impuesto se considera renta:

1. Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y,

2. Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales ecuatorianas domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 94 de esta Ley.

Art. 3.- Sujeto Activo (Sustituido por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Art. 4.- Sujetos Pasivos.- (Segundo inciso agregado por el Art. 18 de la Ley 99-24, R.O. 181-S, 30-IV-99).-Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley. Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.

Art. 5.- Ingresos de los cónyuges.- Los ingresos de la sociedad conyugal serán imputados a cada uno de los cónyuges en partes iguales, excepto los provenientes del trabajo, que serán atribuidos al cónyuge que los perciba. A este mismo régimen se sujetarán las sociedades de bienes determinados en el artículo 23 (38) dela Constitución Política de la República.

Art. 6.- Ingresos de los bienes sucesorios.- Los ingresos generados por bienes sucesorios indivisos, previa exclusión de los gananciales del cónyuge sobreviviente, se computarán y liquidarán considerando a la sucesión como una unidad económica independiente.

Art. 7.- Ejercicio Impositivo.- El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad

generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1o. de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

2.3.3 Ordenanzas municipal GAD Quevedo

Que, el artículo 553 del COOTAD establece la obligación que tienen las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras que ejerzan permanentemente actividades económicas y que estén obligadas a llevar contabilidad, de pagar el impuesto del 1.5 por mil sobre los Activos Totales; Que, el COOTAD, en el inciso segundo del artículo 553 determina que para efectos de la base imponible de este impuesto los sujetos pasivos podrán deducirse las obligaciones de hasta un año plazo y los pasivos contingentes;

Que, los gobiernos descentralizados autónomos están llamados a fortalecer su capacidad fiscal; a fin de disponer de mayores recursos económicos para la ejecución de obras y prestación de servicios públicos que promuevan el desarrollo integral del cantón. En uso de sus atribuciones y facultades.

2.3.4 Declaración y pago del impuesto

Art. 10.- PLAZO PARA LA DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO.- Este impuesto se declarará y pagará hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta del sujeto pasivo. La declaración se realizará en los formularios previstos por la Unidad de Rentas o por medio del sistema informático que se genere para declarar este impuesto, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 555 del COOTAD.

La declaración hace responsable al declarante por la exactitud y veracidad de los datos que contenga.

Art. 11.- SUJETOS PASIVOS QUE REALICEN ACTIVIDADES EN MAS DE UN CANTON.- Los sujetos pasivos que realicen actividades en más de un cantón presentarán la declaración y pago del impuesto en el cantón en donde tenga su domicilio principal, especificando el porcentaje de los ingresos obtenidos en cada uno de los cantones donde tenga sucursales, y en base a

dichos porcentajes determinarán el valor del impuesto que corresponde a cada Municipio.

Cuando los sujetos pasivos de este impuesto tengan su actividad en una jurisdicción distinta al Municipio en el que tienen su domicilio social, el impuesto se pagará al Municipio del lugar en donde se encuentre ubicada la fábrica o planta de producción.

Art.12.- COBRO DE INTERESES.- Vencido el plazo indicado en el artículo diez de esta Ordenanza, se estará a lo previsto en el Código Tributario.

Art.13.- COBRO DE MULTAS.- Los sujetos pasivos que no presenten su declaración y pago dentro del plazo establecido en el artículo 13 de esta Ordenanza, serán sancionados sin necesidad de resolución administrativa con una multa equivalente al 3% por cada mes o fracción de mes de retraso en la presentación de la declaración, la cual se calculará sobre el impuesto causado correspondiente al cantón Quevedo según la respectiva declaración, multa que no excederá del valor de 1.500 dólares de los Estados Unidos de América. Si de acuerdo a la declaración no se hubiere causado impuesto, la multa por declaración tardía será de 30 dólares de los Estados Unidos de América.

Capítulo III
METODOLOGÍA
DE LA
INVESTIGACIÓN

3.1 Localización de la investigación

La presente investigación se la realizara en el Hostal Residencial Riverside, ubicado en la ciudad de Quevedo. Ciudadela Nueva Quevedo. Av. Quito, tras planta tratamiento de Agua Potable.

3.2. Métodos de Investigación

- **3.3.1. MÉTODO EXPLORATIVO:** es considerado como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes.
- **3.3.2. MÉTODO DESCRIPTIVO EXPLICATIVO:** por cuanto a través del cual la información obtenida se clasificó en elementos y estructuras para caracterizar una realidad permite obtener conocimiento donde se está realizando la investigación.
- **3.3.3. MÉTODO INDUCTIVO DEDUCTIVO:** permite establecer las características de la problemática a través del razonamiento y por ende analizar las características de la problemática que se presenta en el estudio.

3.3. Tipo de investigación

Se realiza una encuesta (investigación exploratoria) a través de un cuestionario, dirigido a la ciudadanía que tienen un nivel socioeconómico alto, medio alto y medio del cantón Quevedo.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Para la investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- **3.4.1. La encuesta:** que permite elaborar un cuestionario de preguntas dirigido a la ciudadanía en función del problema planteado, para obtener la información necesaria para respaldar el proyecto.
- **3.4.2. Entrevista:** con el gerente y personal que labora en el Hotel Riverside para obtener información necesaria de la empresa.

3.5 Fuentes

Datos Primarios.- Las fuentes de datos primarios están constituidas por el propio usuario del establecimiento hotelero, es necesario entrar en contacto directo (con el proyecto) y de esto se puede obtener mediante observación directa, experimentación y entrevista directa (encuestas), que es básicamente la investigación de campo que efectúa.

Datos Secundarios.- Son los datos que han sido recopilados previamente y que pueden servir para resolver el problema que se está abordando como: ubicación, mercado objetivo, población de la ciudad, competencia, niveles socioeconómicos; nos permitirá tener un enfoque de la problemática que presenta el Hostal Residencial Riverside, ubicado en la ciudad de Quevedo.

3.6. Materiales:

- Computadora
- Internet
- Pen – Drive
- Impresora
- Cámara fotográfica
- Libros de biblioteca
- Documentos de información del hotel
- Resmas de papel
- Esferográficos
- Viáticos

3.7. Población y Muestra:

Población: Para establecer el universo y muestra se obtuvo información del INEC correspondiente al censo del año 2010, obteniendo la cantidad en la población de 173,585 habitantes.

Muestra: Para la obtención de la muestra utilizamos la población objetivo que es la población del cantón Quevedo.

Cálculo de la muestra:

Z = Nivel de confianza
P = Probabilidad de que el evento ocurra
Q = Probabilidad de que el evento no ocurra
E = Error de estimación
N = Población
n = Muestra

Tamaño de la muestra:

Datos:

Nivel de Confianza	Z	1.96	Cifras constantes: Z, p,q,e.
Probabilidad de Ocurrencia	p	0.5	
	q	0.5	
Universo o Población	N	173,585	POBLACIÓN DEL CANTÓN QUEVEDO: • CENSO 2010
Margen Error	e	5%	El error es constante, será siempre del 5%
Muestra	n	383	

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * e^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 173585}{173585 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 173585}{173585 * 0.0025 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{166711}{434 + 0.9604}$$

$$n = 383.28 \cong 383$$

Capítulo IV
ANÁLISIS E
INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

4.1.1 Encuesta dirigida a la ciudadanía del cantón Quevedo.

PREGUNTA1: Usted pertenece a la ciudad de:

CUADRO: 1

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Quevedo	214	56%
Otro sector	169	44%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 1
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

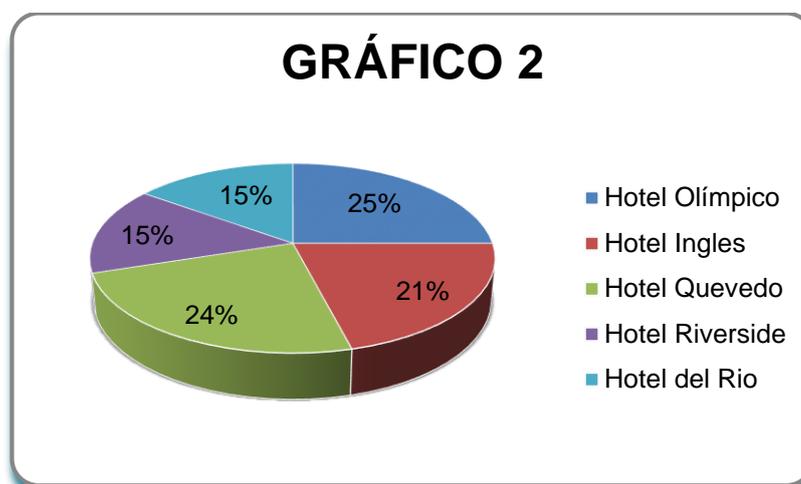
De 383 personas encuestadas, 214 pertenecen a la ciudad de Quevedo lo que representa un 56%, mientras que 169 personas corresponden a otro sector y equivale a un 44%.

PREGUNTA 2: Mencione algunos establecimientos hoteleros que usted conozca en la ciudad de Quevedo.

CUADRO: 2

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Hotel Olímpico	95	25%
Hotel Ingles	80	21%
Hotel Quevedo	92	24%
Hotel Riverside	58	15%
Hotel del Río	58	15%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 2
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

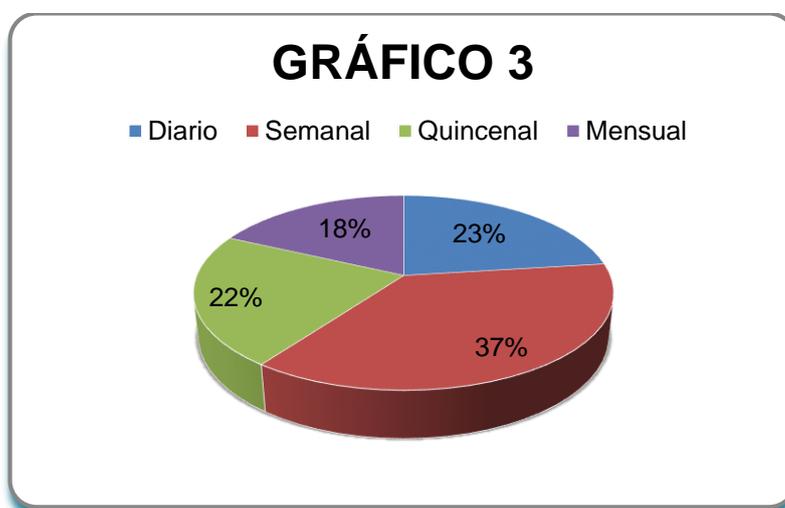
Del 100% de personas encuestadas, los establecimientos hoteleros más reconocidos en la ciudad de Quevedo son: el Hotel Olímpico con el 25%, el Hotel Quevedo con el 24%, el Hotel Ingles con un 21%, el Hotel Riverside con el 15% y el Hotel del Río con un 15%.

PREGUNTA 3: ¿Con qué frecuencia asiste a un establecimiento hotelero?

CUADRO: 3

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Diario	88	23%
Semanal	142	37%
Quincenal	84	22%
Mensual	69	18%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 3
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

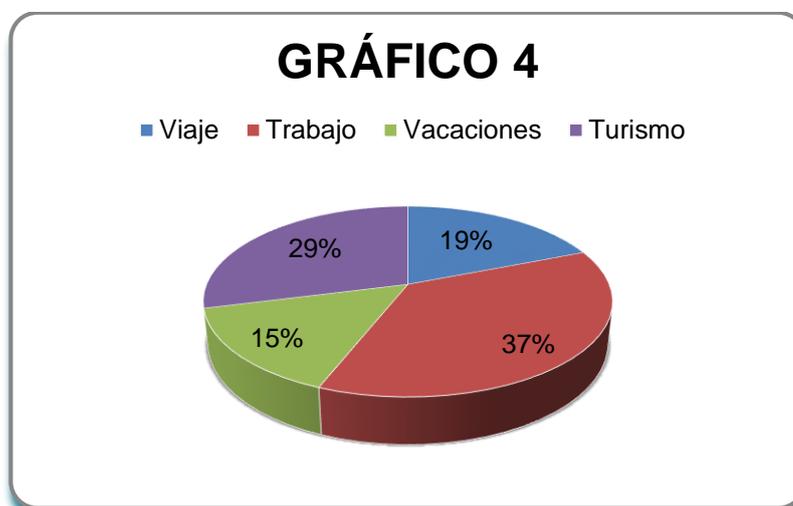
Del 383 de encuestados, 88 asiste a un establecimiento hotelero a diario correspondiente al 23%, mientras que 142 lo realiza semanalmente correspondiente al 37%, 84 personas lo hacen de forma quincenal lo que corresponde al 22% y 69 lo hacen mensualmente lo que corresponde al 18%.

PREGUNTA 4: ¿Por qué motivo utiliza los servicios de un hotel?

CUADRO: 4

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Viaje	72	19%
Trabajo	142	37%
Vacaciones	58	15%
Turismo	111	29%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 4
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

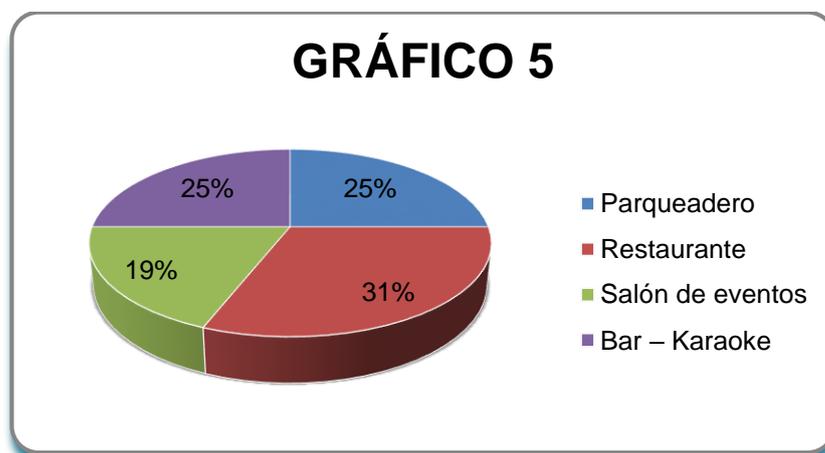
Del total de encuestados que utiliza los servicios de un hotel el principal motivo es por trabajo, que corresponde al 37%; y con una gran frecuencia de un 29% lo hace por turismo.

PREGUNTA 5: ¿Qué servicios aparte del hospedaje le gustaría que ofreciera el hotel en donde se va hospedar?

CUADRO: 5

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Parqueadero	96	25%
Restaurante	119	31%
Salón de eventos	72	19%
Bar – Karaoke	96	25%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 5
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

De 383 personas encuestadas aparte del servicio de hospedaje, 96 desearían que se ofreciera el servicio de Parqueadero que equivale al 25%, 119 personas desearían servicio de Restaurante correspondiente al 31%; 72 encuestados quisieran que tenga Salón de Eventos correspondiente al 19%; y 96 desearía que ofrecieran servicio de Bar Karaoke equivalente al 25%.

PREGUNTA 6: ¿Alguna vez ha visitado un establecimiento hotelero en la ciudad de Quevedo que ofrezca el servicio de Restaurante?

CUADRO: 6

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	111	29%
NO	272	71%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 6
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

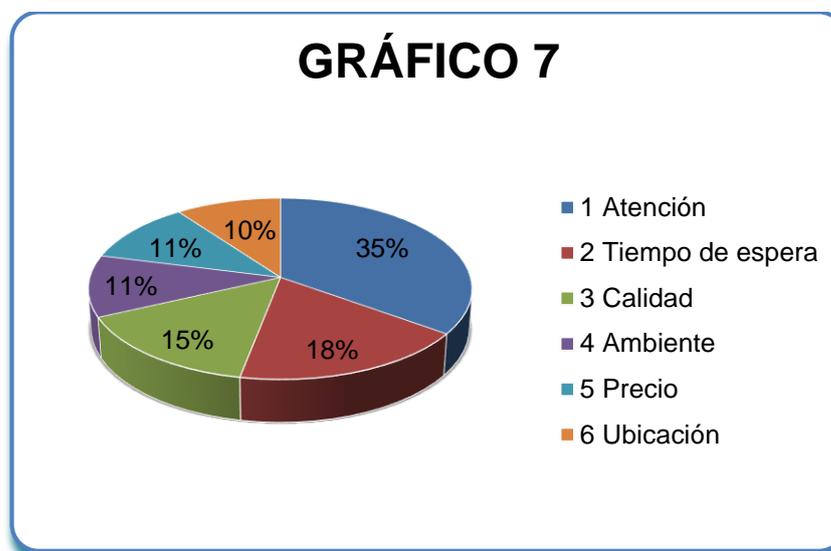
Del total de 383 encuestados, en su gran mayoría con 272 personas han visitado establecimientos hoteleros pero no ofrecen el servicio de restaurante en la ciudad de Quevedo lo que corresponden a un 71%.

PREGUNTA 7: ¿Qué características usted considera importante al momento de elegir el lugar donde comer? (Ordene del 1 al 6, siendo el 1 de mayor importancia y 6 de menor importancia).

CUADRO: 7

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
1 Atención	134	35%
2 Tiempo de espera	69	18%
3 Calidad	58	15%
4 Ambiente	42	11%
5 Precio	42	11%
6 Ubicación	38	10%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 7
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

Del total de encuestados las características que consideran importantes del lugar donde va a consumir sus alimentos tenemos a la Atención con el 35% como más importante; el Tiempo de espera con el 18%; la Calidad con el 15%; el Ambiente y el Precio con un 11%, y la Ubicación con el 10%.

PREGUNTA 8: El hotel donde usted se hospede le gustaría que estuviese ubicado:

CUADRO: 8

OPCIONES	NÚMERO	PORCENTAJE
Dentro de la ciudad	299	78%
Fuera de la ciudad	84	22%
TOTAL	383	100%

FUENTE: Encuesta
ELABORACIÓN: Autor



FUENTE: Cuadro 8
ELABORACIÓN: Autor

Análisis:

De 383 personas encuestadas, 299 que el hotel este ubicado dentro de la ciudad lo que corresponde a un 78%; mientras que 84 personas desean que esté ubicado fuera de la ciudad lo que equivale a un 22%.

Capítulo V
CONCLUSIONES
Y
RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Después de analizar la situación de la encuesta realizada se llega a las siguientes conclusiones:

- Se determinó el 37% es la mayor frecuencia que nos dio en el análisis de resultados y corresponde a las personas que frecuentan un establecimiento hotelero semanalmente en la ciudad de Quevedo.
- El motivo más habitual por los que se utiliza los servicios hoteleros es el laboral el cual comprende hospedarse por trabajo.
- Se determinó que un 31% de las personas encuestadas les gustaría recibir el servicio adicional de restaurante cuando se hospedan en un hotel de la localidad siendo este el mayor porcentaje en las opciones según el gráfico 5 del análisis de resultados.
- Las características de mayor prioridad que buscan las personas al momento de buscar un sitio para consumir alimentos son la atención, el tiempo de espera en el servicio y la calidad en los alimentos.

5.2 Recomendaciones

Tomando en cuenta lo anterior descrito en análisis de los resultados y las conclusiones se desea precisar las siguientes recomendaciones:

- Crear un servicio adicional como es un restaurante en el hotel, permitirá brindar mayor comodidad que buscan los usuarios, además de captar más clientes y mejorar su posicionamiento frente a la competencia local.
- Priorizar en el hotel las características que buscan los clientes con mayor frecuencia en todo servicio alimenticio tales como la atención, el tiempo de espera en el servicio y la calidad en los alimentos.
- Aprovechar la ubicación de preferencia de los usuarios por los hoteles del cantón Quevedo.
- Tener un análisis de fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas del “Hostal residencial Riverside”.
- Contar con un estudio técnico, económico, financiero y organizacional del “Hostal residencial Riverside”.
- Obtener la viabilidad del proyecto para la implementación del servicio de restaurante del establecimiento hotelero.

Capítulo VI
**PROPUESTA DEL
PLAN DE NEGOCIOS**

6.1 Resumen Ejecutivo de la Propuesta

El presente estudio pretende demostrar la factibilidad técnica de la creación de un restaurante en las instalaciones del Hostal Residencial Riverside, que está ubicado en el Cantón Quevedo, provincia de los Ríos, proyecto que es administrado por el dueño del negocio en este caso el Sr. Rommel Campos Padilla.

Con la información obtenida de fuentes primarias y secundarias se ha logrado estructurar el presente plan en el cual se ha realizado los análisis pertinentes en áreas como mercado, competencia, ingeniería turística, administrativos y financiero, que posibilitarían determinar la viabilidad de otorgar el financiamiento necesario.

- a. Se tiene proyectado percibir 1792 clientes siendo un promedio mensual de la capacidad del futuro establecimiento. En cuanto al análisis financiero, se parte de la determinación, el costo total del proyecto turístico, bordea los \$ 23359.84 de dólares, para lo cual se pretende financiar este valor vía crédito del Banco Nacional de Fomento (BNF), este crédito pretende cubrir el costo de la adquisición de equipamiento para el restaurante. Según la propuesta de penetración en el mercado con el que cuenta la zona. Se tiene proyectado percibir anualmente 43000 clientes, la capacidad del futuro establecimiento permitiría tener una participación directa de este mercado creciendo anualmente en un 10% anual lo que nos da una demanda de 47300 de usuarios.

- b. Para el diseño del servicio y su posicionamiento se realizó un benchmarking territorial, se analizó a los principales competidores, definiendo que existen 4 competidores que se encuentra cercano el cual tiene influencia sobre el establecimiento.

- c. Básicamente se pretende implementar el área de restaurante con capacidad para 12 plazas y 48 comensales, de esta forma mejorando tiempo de espera y respuesta a los clientes. Las características del establecimiento apuntan a constituirse en un restaurante de primera calidad y calidez.

- d. En cuanto al análisis financiero, parte de la determinación del costo total del proyecto vía crédito del BNF por un valor de US\$. 23359,84, este crédito pretende cubrir la compra del equipamiento para el restaurant. Tomando como base la estructura del crédito y la implementación del negocio el primer año y segundo se enfrentarían ganancias ya que solo se posee obligaciones en cuanto al pago de capital e interés, la fuente de repago de la deuda por el periodo de un año será partir del primer año se percibirán un, crecimiento anualmente en un 10% de ventas vs una inflación estimada del 3% anual, los principales servicios a comercializar serán el ingresos por la venta de alimentos y bebidas. Estas tendencias nos permiten manifestar que en un periodo de 10 años el proyecto es viable en base a que presenta una tasa interna de retoro del 106.26%, un Valor Actual Neto positivo de US\$ 110722.70, y un periodo de recuperación de la inversión en un plazo de 2 años.

6.2 Introducción

6.2.1 Nombre del Proyecto

Plan de Negocios para la creación de un Restaurant en el Hotel Riverside

6.2.2 Objetivo del Proyecto:

Determinar la viabilidad económica y la rentabilidad al invertir en la creación de un proyecto turístico de alimentos y bebidas usando las instalaciones del Hostal Residencial Riverside, en calidad de un establecimiento de primera línea.

6.3 Antecedentes

El cantón Quevedo cuya Población esta aproximadamente en 173,585, según información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) correspondiente al censo del año 2010, es una ciudad de Ecuador, situada al norte de la provincia de Los Ríos.

Se encuentra a unos 190 km de Guayaquil y 240 de Quito. La ciudad es un importante cruce de carreteras, que conecta a la Provincia de Santo Domingo de los Colorados, Guayaquil, Portoviejo y Quito. Quevedo es considerada como la novena ciudad más importante del Ecuador. Esta ciudad es la principal arteria económica y comercial de toda la provincia, constituyéndose como una de las más importantes del país.

El Sr. Rommel Campos Padilla propietario del Hostal Residencial Riverside, ubicado a 40 metros de la Av. Quito, sector nuevo Quevedo tras planta de agua de potable, del cantón antes mencionado han encontrado un objetivo común de vida durante sus 11 años, que es la de seguir con el mejoramiento continuo de sus servicios de alojamiento mediante la diversificación de los productos hacia los visitantes.

- a. La ubicación del Hostal Residencial Riverside en relación al movimiento de visitantes en la zona es neurálgico, debido a que se encuentra a las riveras del Río que lleva el nombre de la misma ciudad.

- b. La posibilidad de constituirse en uno de los favorecidos mediante la financiación de créditos para negocios mediante la propuesta del plan de negocio con el Banco Fomento.

6.4 Análisis FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de contar con mano de obra operativa para la fase de operación del proyecto. • Infraestructura propia • Ubicado en un sector principal altamente visitado. • Alternativas de generar ingresos mediante la diversificación de productos como alternativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil del visitante residente identificado con alto poder adquirido. • Creciente flujo de visitante para la zona. • Obtención de financiamiento a largo plazo mediante un sistema cómodo de pago. • Programas de capacitación y consolidación por medio de instituciones del estado.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Inexperiencia en la gestión de este tipo de proyectos. • Recursos de capacidad son escasas • Capacitación talento humano • Gestión financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación • Complejidad en la aplicación de leyes de regulación • Establecimientos cercanos potencien su infraestructura e inviertan en equipamiento. • Inseguridad. • Fenómenos naturales

Fuente: Autor

6.5 Oportunidades del Mercado

6.5.1 Demanda

6.5.1.1 Zona De Influencia De Mercado

El sector de influencia del “**HOSTAL RESIDENCIA RIVERSIDE**” y sobre todo los principales establecimientos de alimentos y bebidas considerados competencia son los siguientes: Restaurante Asadero Viejo Fabi. Patio comidas Paseo Shopping. Restaurant Don Nino y Restaurant Mama Silvia, los cuales se encuentran relativamente cerca del lugar mencionado, teniendo estos locales un efectivo flujo de visitantes relativamente constantes reconocidos por sus servicios ofertados, a continuación se realiza una demarcación del territorio para ubicación de la zona de influencia a analizar para justificación de mercado.

6.5.1.2 Cuantificación de estimados de visita del visitante

INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.- Durante el mes de ENERO del 2013 llegaron al país un total de 130.842 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en ENERO del 2012 ingresaron un total de 127.119 visitantes. Ubicándonos en el puesto 5 en los productos que mayor generan ingresos como lo es el petróleo, banano, camarón y derivados de petróleos, lo cual genera una balanza comercial positiva para el país según datos tomados del Ministerio de Turismo.

Se presume que 47300 clientes podrían visitar el establecimiento antes mencionado en el periodo de un año.



Entradas en el Ecuador

MES	AÑO 2012
Enero	127.119
Febrero	99.551
Marzo	96.975
Abril	92.627
Mayo	92.646
Junio	118.293
Julio	130.783
Agosto	106.368
Septiembre	85.986
Octubre	99.145
Noviembre	99.676
Diciembre	122.784
TOTAL	1.271,953

Fuente: Ministerio Turismo

6.5.1.3 El visitante para el proyecto

INFORMACIÓN GENERAL

<i>Edad promedio de visitantes</i>	Desde los 18 años en adelante
<i>Procedencia (país o cantón)</i>	Quevedo y zonas aledañas
<i>Frecuencia de vista</i>	Diarios
<i>Motivo principal de visita a la zona</i>	Consumo de alimentos y hospedaje
<i>Promedio de gasto diario</i>	\$ 3. 80 gasto promedio

Fuente: Autor

6.5.2 Los Competidores Directos

En su conjunto, el sector de la prestación de servicios de alimentos y bebidas en el cantón en el canto Quevedo está conformado por 100 establecimientos legalmente registrados y unos 200 establecimientos no registrados en el Ministerio de Turismo, generando un aproximado de 900 fuentes de empleo permanente. La inversión de estas empresas, salvo ciertos casos en su mayoría es de propiedad e iniciativa de residentes, con lo que en gran medida los réditos y beneficios generados por esta actividad se quedan y redistribuyen en el nivel local, dinamizando así la economía y a diferentes sectores que en forma indirecta o directa se relacionan. Las principales competencias lo constituyen los siguientes establecimientos que se detallan a continuación:

6.5.2.1 Principales Competidores

PATIO COMIDAS PASEO SHOPING

UBICACIÓN	Ubicado en la parroquia Venus del Río Quevedo. Av. Quito
ACTIVIDAD	Es un establecimiento dedicado a la actividad servicios de alimentos y bebidas.
PRODUCTO	Servicio de alimentos y bebidas (parrilladas, almuerzos y meriendas, platos a la carta) como actividad principal.
CAPACIDAD	Este establecimiento cuenta con una capacidad máxima de 320 plazas que pueden ser recibidas con todas las comodidades.
TARIFA	Existen 2 tarifas identificadas: <ul style="list-style-type: none"> - Los precios de los alimentos bordean entre 4 y 8 usd, según los gustos y preferencias de los usuarios.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

ASADERO DE POLLOS VIEJO FABI	
UBICACIÓN	Ubicado en el sector Nuevo Quevedo. Av. Quito, diagonal al parque Rotary.
ACTIVIDAD	Es un establecimiento dedicado a la actividad servicios de alimentos y bebidas.
PRODUCTO	Servicio de alimentos y bebidas (pollos asados, almuerzos y meriendas) como actividad principal.
CAPACIDAD	Este establecimiento cuenta con una capacidad máxima de 40 plazas que pueden ser recibidas con todas las comodidades que ofrece el lugar.
TARIFA	Existen 2 tarifas identificadas: <ul style="list-style-type: none"> - Los precios de los alimentos bordean entre 2.5 y 5 usd, según los gustos y preferencias de los usuarios.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

RESTAURANT DON NINO

UBICACIÓN	Ubicado en el casco central del canto Quevedo. Av. June Guzmán de Cortez, entre calles novena y décima.
ACTIVIDAD	Establecimiento dedicado a la actividad servicios de alimentos y bebidas.
PRODUCTO	Servicio de alimentos y bebidas (desayunos y almuerzos) como actividad principal.
CAPACIDAD	Este establecimiento cuenta con una capacidad máxima de 48 plazas que pueden ser recibidas con todas las comodidades que ofrece el lugar.
TARIFA	Existe 1 tarifa identificada: <ul style="list-style-type: none"> - Los precios de los alimentos bordean los 2,50 usd, según los gustos y preferencias de los usuarios.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

RESTAURANT MAMA SILVIA	
UBICACIÓN	Ubicado en el casco central del canto Quevedo. Av. 7 de Octubre y calle primera, esquina.
ACTIVIDAD	Establecimiento dedicado a la actividad servicios de alimentos y bebidas.
PRODUCTO	Servicio de alimentos y bebidas (desayunos y almuerzos) como actividad principal.
CAPACIDAD	Este establecimiento cuenta con una capacidad máxima de 40 plazas que pueden ser recibidas con todas las comodidades que ofrece el lugar.
TARIFA	Existe 1 tarifa identificada: <ul style="list-style-type: none"> - Los precios de los alimentos bordean los 3,00 usd, según los gustos y preferencias de los usuarios.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

6.4.2 Conclusión sobre el mercado en la zona analizada

Gracias a la información obtenida es posible determinar la existencia de provisión de clientes para el proyecto, existiría un mercado constante de alrededor 173.585 de visitantes en la zona, siendo un promedio mensual de 4584 visitantes, el grado de penetración prevista para será de mínimo el 10% en relación directa con su capacidad operativa anual, que no debería desbordar los 47300 clientes.

Clientes	Días	Mensual
128	28	3584

6.6 Aspectos Técnicos

6.6.1 Localización del Proyecto

La propiedad pertenece al Sr Rommel Campos Padilla, cantón Quevedo provincia de Los Ríos, ubicado en ubicado en la parroquia Quevedo, sector ciudadela Nuevo Quevedo, tras planta de agua del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Quevedo, adicional se puede mencionar que el predio posee las siguientes características.

Se encuentra en un sector urbano junto a las riveras del rio Quevedo de estrato socio económico medio, cuenta con los servicios básicos de infraestructura urbana, así como también el camino de acceso principal esta asfaltado, se dispone de equipamiento urbano cercano en todos los ámbitos como educación, salud y comercial; con bajo índice de circulación vehicular, por lo que la incidencia de contaminación visual y auditiva es baja.

La ubicación del predio permite tener un acceso directo a los clientes que visitan este establecimiento turístico de suma importancia el cantón, se puede afirmar que su ubicación y accesibilidad le permiten contar con una relativa ventaja comparativa con respecto a otros emprendimientos en el sector.

6.6.2 Estado actual de la propiedad

Un vez justificada la ubicación del proyecto y definido cuales serían las características que poseería la nueva propuesta, la implementación de la misma requiere de combinar una serie de componentes a nivel de obras civiles y equipamiento, esta información base permitirá en el capítulo financiero, cuantificar el costo del proyecto.

Esta validación estará dada a través de los siguientes aspectos.

- a) Terrenos y estado actual de la propiedad.
- b) Obras Civiles.
- c) Muebles y Enseres.

6.6.3 Terrenos

El Hostal Residencial Riverside se encuentra en un área que comprende más de 3000 mts², el terreno se sitúa en una zona alta, rodeada de naturaleza.

6.6.4 Obras Civiles

El bien inmueble tiene algunas construcciones de 3 plantas entre las que se cuenta el área de alojamiento, existe una edificación sin usos de una planta, posee área de descanso, áreas verdes de recreación, estacionamiento.

Se describe las siguientes características de la construcción, a continuación se lo cita textualmente:

6.6.4.1 Características de la construcción:

- *Edad de la construcción:* Aproximadamente 12 años.
- *Tipología arquitectónica:* Establecimiento funcional, con ambientes definidos y con acabados propios de la época actual y de la función.
- *Cubierta:* con dura techo y tumbados

6.6.4.2 Acabados de la edificación:

- *Pisos:* Varios materiales, Utilización de cemento en el área dependiendo del ambiente
- *Baños y cocina:* Cemento
- *Paredes:* Enlucidas y pintadas interiormente; en baños revestimiento parcial con baldosas.
- *Sanitarios, grifería y accesorios:* Sanitarios Fv, nivel intermedio, grifería que se compadece con la forma y los espacios.
- *Instalaciones Hidrosanitarias:* Redes y bajantes de desagüe: PVC, empotradas, agua potable con tubería PVC.
- *Instalaciones eléctricas:* Empotradas con ductos de mangueras de polietileno, cableado y piezas nacionales; seguros y breakers.

6.6.5 Muebles y Enseres

En la visita realizada a la propiedad y específicamente el establecimiento, el mobiliario, y decoración, así como las plantas ornamentales, y las plazas conforman el conjunto de muebles y enceres con los que actualmente cuenta el bien inmueble. En términos de confort y ambientación los objetos que comprenden el inmobiliario se constituyen en un valor agregado para el proyecto.

6.7 Definición del uso de las instalaciones

En la visita al sitio y la observación de las edificaciones se ha podido precisar que en un inicio solo se deban intervenir en el equipamiento del restaurante para 12 mesas y 48 plazas, acondicionando de esta forma el área de alimentos y bebidas, se procurar sobrepasar los estándares que en la actualidad se encuentran en vigencia en la Legislación Turística Ecuatoriana.

6.7.1 Área de alimentos y bebidas

Esta área posee la particularidad de funcionar como, restaurant, se ha establecido una capacidad máxima de establecimiento de 12 mesas y 48 sillas, las cuales podrán ser usadas según el tipo de servicio solicitado.

Cabe mencionar que ha adicionado un índice de rotación de, siendo este una media que se utiliza para efecto de cálculo en la capacidad instalada de un establecimiento que se dedica a la prestación de servicios de alimentación y bebidas.

6.8 Control en la implementación del negocio

La implementación del proyecto se realizara en una fase, principalmente se procederá al equipamiento del área de alimentos y bebidas.

ACTIVIDADES	Meses	ABRIL				MAYO			
	Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4
1.- Ingreso de solicitud a banca y revisión de documentos crediticios		■	■						
2.- Evaluación crediticia			■	■					
3.- Revisión y aprobación proyectos crediticio					■				
4.- Informe final					■				
5.- Aprobación crédito y Liquidación						■			
6.- Gestión de adquisición equipos							■		
7.-Implementacion equipos restaurant en el hostel Riverside.							■		
9.- Funcionalidad Establecimiento								■	

Fuente: Autor

6.9 Conclusión en cuanto a la implementación

La propuesta del restaurant según la propuesta de penetración en el mercado con el que cuenta la zona. Se tiene proyectado percibir anualmente 43000 clientes siendo un promedio mensual de 3584 visitantes, la capacidad del futuro establecimiento permitiría tener una participación directa de este mercado creciendo anualmente en un 10%, lo cual nos arroja una demanda de 47300 clientes.

6.10 Plan y objetivos estratégicos

6.10.1 Visión

Constituirse en 10 años en un establecimiento reconocido de la zona llegando a mantener un 70% en promedio de clientes.

6.10.2 Misión

Proveer a la comunidad de un servicio de restaurante de que brinde de satisfacción alimenticia que buscan y necesitan los consumidores a través de atención, agilidad en el servicio y la calidad del producto.

6.10.3 Objetivos de la empresa

Objetivo general:

- a. Posicionar al Restaurant del Hostal Residencial Riverside como una empresas dinámica con la capacidad de generar ingresos a una tasa de crecimiento del 10% anual.

Objetivos específicos:

- b. Insertarse en un proceso de formación técnica y práctica de una manera continua.
- c. Integrar servicios complementarios a través de la puesta en marcha de nuevos procesos para complementar la oferta de servicios de alimentos para la actividad.
- d. Capacitar constantemente al personal para el proceso óptimo del nuevo servicio de restaurante que se ofrece al consumidor.
- e. Impulsar los estándares de calidad en los procesos para el Hostal Residencial Riverside.

6.11 Plan de Inversión

6.11.1 Introducción y aspectos generales a considerar

Una vez definido e identificada una potencial demanda insatisfecha, realizado la búsqueda de información referencial en cuanto al diseño de instalaciones y el equipamiento de las mismas, la definición de un estimado de materia prima, suministros y servicios básicos, así como los requerimientos mínimos en cuanto a personal y gastos de ventas, se procederá con la evaluación del proyecto por medio de métodos matemáticos financieros.

A partir del presente acápite, se procede a formular y evaluar un proyecto de inversión gastronómico, en el que se explicará las interacciones de las fórmulas, cuyos supuestos iniciales es:

- El proyecto es un establecimiento de alimentos y bebidas de tercera categoría.
- En la investigación de mercado se concluye que existe un flujo constante de visitantes y que poseen el perfil necesario para suplir los servicios de la categoría que brinda el proyecto según su categoría.
- Las proyecciones se realizan a precio constante en dólares.
- El período de proyecciones es 10 años, que se ha definido en función de la vida útil de los activos fijos.
- Las proyecciones son anuales.
- El financiamiento incluye un crédito externo.

Existe una particularidad que es necesario sea mencionada, ya que de la misma dependerá el desarrollo del presente capítulo. La propuesta integral presentada por el empresario consiste en financiar la adquisición de equipos principalmente para el área de alimentos y bebidas

Por tanto el presente plan de inversión aborda netamente el tema turístico, para lo cual se tomarán datos que estén vinculados a esta actividad en lo relacionado a endeudamiento, bienes y otros ítems, sin tener en cuenta los ingresos adicionales que se generarían por otras actividades.

6.11.2 Presupuesto de la inversión

“Las inversiones están constituidas por la suma de todos los bienes y servicios necesarios para la implantación del proyecto. Las inversiones son el conjunto de erogaciones destinadas a dotar al proyecto de capacidad operativa. Para efecto de análisis financiero del presente proyecto las inversiones se clasificarán en los siguientes rubros: en este caso son activos fijos. Estos rubros han sido detallados en el capítulo técnico de la propuesta, a continuación se muestra un cuadro resumen de la inversión total del proyecto.

PRESUPUESTO: RESTAURANT RIVERSIDE				
	CANT.	UNIDAD	SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS	P. TOTAL
EQUIPOS				
RESTAURANT				
COCINA INDUSTRIAL DE 3 QUEMADORES	2,00	DOS	380,00	760,00
OLLAS AROCERAS DE 25 LBS	2,00	DOS	480,00	960,00
TOSTADORA DE 6 PANES	1,00	UN	480,00	480,00
LAVADERO DE 2 POZAS	2,00	DOS	780,00	1560,00
MESAS DE TRABAJO	2,00	DOS	520,00	1040,00
LLAVES DE LAVADERO TIPPO DE CUELLO DE GANZO	2,00	DOS	350,00	700,00
CALENTADOR DE AGUA	1,00	UN	250,00	250,00
LICUADORA 4 LITROS	1,00	UN	507,00	507,00
GRANIZADORA DE 2 POZOS	1,00	UN	2600,00	2600,00
EXPRIMIDOR DE CITRICOS	1,00	UN	250,00	250,00
MODULO DE CAJA TIPO L	1,00	UN	1150,00	1150,00
MOLINO DE CARNE TC2	1,00	UN	680,00	680,00
AUTOSERVICIO DE BANDEJAS BAÑO MARIA	1,00	UN	1800,00	1800,00
HORNO PARA PAN	1,00	UN	280,00	280,00
VITRINA PASTELERA	1,00	UN	1800,00	1800,00
VITRINA TERMICA	1,00	UN	480,00	480,00
VITRINA VERTICAL DE 2 PUERTAS	1,00	UN	3100,00	3100,00
RAYADOR DE COCOS	1,00	UN	685,00	685,00
CORTADOR DE PAPAS	1,00	UN	50,00	50,00
FREIDORA ECINOMCA	1,00	UN	450,00	450,00
PLACHA ASADORA	1,00	UN	600,00	600,00
SUBTOTAL				20182,00
IVA 12%				2421,84
TOTAL EQUIPOS				22603,84
MOBILIARIOS MENAJE				
RESTAURANT				
MESAS	12,00	DOCE	33,00	396,00
SULLAS	48,00	CUARENTA Y OCHO	7,50	360,00
SUBTOTAL				756,00
TOTAL MOBILIARIO				756,00
INSCRIPCIÓN MINTUR				
LUA F				
LUA F	1,00	UN	60,00	60,00
SUBTOTAL				60,00
TOTAL INSCRIPCIÓN MINTUR				60,00
EQUIPOS	22603,84	10 AÑOS		
MOBILIARIOS MENAJE	756,00	10 AÑOS		
INSCRIPCIÓN MINTUR	60,00			
INVERSION TOTAL	23359,84			
% DE FINANCIAMIENTO				
PROPIO	0%		\$ 0,00	
BANCO "BNF"	100%		\$ 23.359,84	
TOTALES	100%		\$ 23.359,84	

Fuente: Autor

La inversión a captarse a través del préstamo alcanza un monto de \$23.359.84

Con respecto al presupuesto referencial han sido tomados de proformas de equipos en las empresas Fritega (Frigoríficos y equipos de gastronomía) y Centro pica Quevedo.

6.11.3 Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO BANCO FOMENTO			
ITEM	APORTE SOCIO	APORTE VIA CREDITO	TOTAL
Equipamiento	-	\$ 23.359.84	\$ 23.359.84
TOTAL	-	\$ 23.359.84	\$ 23.359.84
PORCENTAJE		100%	100%

Fuente: Autor

El costo total del proyecto gastronómico, bordea los **\$ 23.359.84**, para lo cual se pretende financiar este valor vía crédito del Banco Nacional de Fomento (BNF), este crédito pretende cubrir el costo de la adquisición de equipamiento.

6.11.4 Amortización de la deuda

Siguiendo los parámetros del convenio e instructivo generado entre el BNF, el préstamo sería otorgado a un plazo de 10 años, a una tasa de interés del 10%, con la posibilidad de un periodo de gracia de hasta dos años (para efectos de determinar en el peor escenario la viabilidad del proyecto no se ha adicionado periodo de gracia alguno), el método para calcular los montos a cancelar la deuda será el determinar cuotas decrecientes, fijando la amortización del capital en cuotas fijas adicionada el porcentaje de interés sobre el saldo total de la deuda.

PRESTAMO	\$ 23.359,84
% TASA ANUAL	10,00%
% TASA MENSUA	0,83%
TIEMPO /MESES	120

6.11.5 Resumen de la deuda

RESUMEN DE FINANCIAMIENTO DEL PRESTAMO				
	PAGO	INTERES	ABONO	DEUDA
AÑO 0				\$ 23.359,84
AÑO 1	\$ 4.545,44	\$ 2.209,45	\$ 2.335,98	\$ 21.023,86
AÑO 2	\$ 4.525,97	\$ 2.189,99	\$ 2.335,98	\$ 18.687,87
AÑO 3	\$ 4.506,50	\$ 2.170,52	\$ 2.335,98	\$ 16.351,89
AÑO 4	\$ 4.487,04	\$ 2.151,05	\$ 2.335,98	\$ 14.015,90
AÑO 5	\$ 4.467,57	\$ 2.131,59	\$ 2.335,98	\$ 11.679,92
AÑO 6	\$ 4.448,10	\$ 2.112,12	\$ 2.335,98	\$ 9.343,94
AÑO 7	\$ 4.428,64	\$ 2.092,65	\$ 2.335,98	\$ 7.007,95
AÑO 8	\$ 4.409,17	\$ 2.073,19	\$ 2.335,98	\$ 4.671,97
AÑO 9	\$ 4.389,70	\$ 2.053,72	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98
AÑO 10	\$ 4.370,24	\$ 2.034,25	\$ 2.335,98	\$ 0,00

Fuente: Autor

Bajo la el método de cuotas decrecientes al final del periodo establecido para el pago total de la deuda, el propietario pagaría un monto de \$ 23359.84 de dólares.

6.11.6 Depreciaciones

El método para la fijación de la depreciación de los activos fijo, en directa relación a los años que cada ítem según su característica debería depreciarse, este método genera una depreciación variable, resultando en los primeros años una fuerte carga, pero en años posteriores se reduciría.

Activos(Equipos de trabajos)

VALOR	\$ 23.359,84		
AÑOS DE VIDA UTIL	10		
PERIODO	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 23.359,84
1	\$ 2.335,98	2335,984	\$ 21.023,86
2	\$ 2.335,98	4671,968	\$ 18.687,87
3	\$ 2.335,98	7007,952	\$ 16.351,89
4	\$ 2.335,98	9343,936	\$ 14.015,90
5	\$ 2.335,98	11679,92	\$ 11.679,92
6	\$ 2.335,98	14015,904	\$ 9.343,94
7	\$ 2.335,98	16351,888	\$ 7.007,95
8	\$ 2.335,98	18687,872	\$ 4.671,97
9	\$ 2.335,98	21023,856	\$ 2.335,98
10	\$ 2.335,98	23359,84	\$ 0,00

Fuente: Autor

6.11.7 Presupuesto de costos y gastos

El crecimiento tanto de costos y gastos anuales se los ha tasado sobre el porcentaje del 3% anual en cuanto a la inflación de los precios.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO DE PRODUCCION	\$ 54.400,00	\$ 53.304,00	\$ 58.274,64	\$ 60.314,25	\$ 62.425,25	\$ 64.610,14	\$ 66.871,49	\$ 69.211,99	\$ 71.634,24	\$ 74.141,62
COSTOS OPERATIVOS	\$ 22.569,60	\$ 20.391,79	\$ 22.141,43	\$ 24.055,56	\$ 26.154,64	\$ 28.453,54	\$ 30.972,73	\$ 33.734,20	\$ 36.761,48	\$ 40.081,16
COSTO TOTAL	\$ 76.969,60	\$ 73.695,79	\$ 80.416,07	\$ 84.369,81	\$ 88.579,89	\$ 93.063,68	\$ 97.844,22	\$ 102.946,19	\$ 108.395,72	\$ 114.222,78

Fuente: Autor

6.11.8 Costos de Producción

RESTAURANTE							
DEMANDA	CANT.	DESGLOSE	DETALLE	PRECIOS	TOTAL DIARIO	DIAS LABORAL	TOTAL ANUAL
ESPERADA	128	128	ALIMENTOS	1,25	160	340	54400
					0	0	0
					0	0	0
					0	0	0
							54400

RESTAURANTE (COSTO DIARIO)					
CANT.	PRODUCTOS	PRECIO COSTO	VALORES	DIAS	TOTALES
64	DESAYUNOS	1,25	80	340	27200
64	ALMUERZOS	1,25	80	340	27200
			0		0
			0		0
			0		0
			0		0
					54400

6.11.9 Presupuesto de ventas

6.11.9.1 Fijación de precios y tarifario en relación a los precios de la competencia

RESTAURANTE							
DEMANDA	CANT.	DESGLOSE	DETALLE	PRECIOS	TOTAL DIARIO	DIAS LABORAL	TOTAL ANUAL
ESPERADO	128	128	ALIMENTOS	2,5	320	340	108800
					0		0
					0		0
					0		0
							108800

Fuente: Autor

6.11.9.2 Proyección de ventas con crecimiento anual del 10% según el crecimiento de la demanda

RESTAURANTE					
CANT.	PRODUCTOS	PRECIO	INGRESOS	DIAS	TOTALES
64	DESAYUNOS	2,5	160	340	54400
64	ALMUERZOS	2,5	160	340	54400
			0		0
			0		0
			0		0
			0		0
					108800

6.11.10 Gastos de Sueldos y Salarios

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS

Año	SALARIO POR EMPLEADO	IESS 20,5%		FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	Reserva 13	Reserva 14	Pago Anual x empleado
		PATRONAL 12,15 (empleador)	PERSONAL (empleado)					
		IESS	9,35%					
		12,15%						
1	14.400,00	1.749,60	1.346,40			1.200,00	1.200,00	18.549,60
2	11.499,84	1.397,23	1.075,24	958,32	479,16	958,32	958,32	16.251,19
3	12.650,04	1.536,98	1.182,78	1.054,17	527,09	1.054,17	1.054,17	17.876,61
4	13.914,00	1.690,55	1.300,96	1.159,50	579,75	1.159,50	1.159,50	19.662,80
5	15.306,12	1.859,69	1.431,12	1.275,51	637,76	1.275,51	1.275,51	21.630,10
6	16.836,84	2.045,68	1.574,24	1.403,07	701,54	1.403,07	1.403,07	23.793,26
7	18.520,56	2.250,25	1.731,67	1.543,38	771,69	1.543,38	1.543,38	26.172,64
8	20.372,76	2.475,29	1.904,85	1.697,73	848,87	1.697,73	1.697,73	28.790,11
9	22.410,00	2.722,82	2.095,34	1.867,50	933,75	1.867,50	1.867,50	31.669,07
10	24.651,00	2.995,10	2.304,87	2.054,25	1.027,13	2.054,25	2.054,25	34.835,97
TOTALES	170.561,16	20.723,18	15.947,47	13.013,43	6.506,72	14.213,43	14.213,43	239.231,35

GASTOS GENERALES MENSUALES		
DETALLE	VALORES MENSUALES	VALORES ANUALES
AGUA	65	780
LUZ	120	1440
GAS INDUSTRIAL	120	1440
TELEF + INTERNET	30	360
		4020

INGRESOS	
RESTAURANTE	108800
TOTAL INGRESOS	108800
INCREMENTO DE LAS VENTAS	
AÑO 1	108.800,00
AÑO 2	119.680,00
AÑO 3	131.648,00
AÑO 4	144.812,80
AÑO 5	159.294,08
AÑO 6	175.223,49
AÑO 7	192.745,84
AÑO 8	212.020,42
AÑO 9	233.222,46
AÑO 10	256.544,71

Fuente: Autor

6.11.11 Impuestos por pagar

LUAF	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
IVA COBRADO	\$ 13.056,00	\$ 14.361,60	\$ 15.797,76	\$ 17.377,54	\$ 19.115,29	\$ 21.026,82	\$ 19.899,68	\$ 23.189,50	\$ 27.986,70	\$ 30.785,37
UTILIDAD POR F	\$ 8.071,84	\$ 5.768,60	\$ 7.008,81	\$ 8.393,39	\$ 9.936,99	\$ 11.656,76	\$ 13.313,74	\$ 13.570,95	\$ 18.065,53	\$ 20.692,75
IMPUESTO A LA	\$ 4.092,74	\$ 5.518,59	\$ 8.737,65	\$ 9.988,14	\$ 11.261,62	\$ 13.210,99	\$ 15.088,91	\$ 15.380,41	\$ 20.474,27	\$ 23.451,79
IESS POR PAGA	\$ 1.749,60	\$ 1.397,23	\$ 1.536,98	\$ 1.690,55	\$ 1.859,69	\$ 2.045,68	\$ 2.250,25	\$ 2.475,29	\$ 2.722,82	\$ 2.995,10
TOTAL IMPUEST	\$ 27.030,18	\$ 27.106,02	\$ 33.141,20	\$ 37.509,62	\$ 42.233,59	\$ 48.000,25	\$ 50.612,58	\$ 54.676,15	\$ 69.309,32	\$ 77.985,01

Fuente: Autor

6.11.12 Estado de Pérdidas y Ganancias (PYG)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS EN EFECTIVO	\$ 108.800,00	\$ 119.680,00	\$ 131.648,00	\$ 144.812,80	\$ 159.294,08	\$ 175.223,49	\$ 192.745,84	\$ 212.020,42	\$ 233.222,46	\$ 256.544,71
EGRESOS EN EFECTIVO										
(-) COSTO DE PRODUCCION	\$ 54.400,00	\$ 56.304,00	\$ 58.274,64	\$ 60.314,25	\$ 62.425,25	\$ 64.610,14	\$ 66.871,49	\$ 69.211,99	\$ 71.634,41	\$ 74.141,62
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 54.400,00	\$ 63.376,00	\$ 73.373,36	\$ 84.498,55	\$ 96.868,83	\$ 110.613,35	\$ 125.874,35	\$ 142.808,43	\$ 161.588,05	\$ 182.403,09
(-) COSTOS OPERATIVOS	\$ 22.569,60	\$ 20.391,79	\$ 22.141,43	\$ 24.055,56	\$ 26.154,64	\$ 28.453,54	\$ 30.972,73	\$ 33.734,20	\$ 36.761,48	\$ 40.081,16
(-) DEPRECIACION	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98
(=) UTILIDAD OPERATIVA	\$ 29.494,42	\$ 40.648,23	\$ 48.895,94	\$ 58.107,00	\$ 68.378,20	\$ 79.823,83	\$ 92.565,63	\$ 106.738,25	\$ 122.490,59	\$ 139.985,95
(-) INTERESES BANCARIOS	\$ 2.209,45	\$ 2.189,99	\$ 2.170,52	\$ 2.151,05	\$ 2.131,59	\$ 2.112,12	\$ 2.092,65	\$ 2.073,19	\$ 2.053,72	\$ 2.034,25
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 27.284,96	\$ 38.458,24	\$ 46.725,42	\$ 55.955,95	\$ 66.246,62	\$ 77.711,71	\$ 90.472,98	\$ 104.665,06	\$ 120.436,87	\$ 137.951,70
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS	\$ 4.092,74	\$ 5.768,74	\$ 7.008,81	\$ 8.393,39	\$ 9.936,99	\$ 11.656,76	\$ 13.570,95	\$ 15.699,76	\$ 18.065,53	\$ 20.692,75
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 5.566,13	\$ 7.518,59	\$ 8.737,65	\$ 9.988,14	\$ 11.261,92	\$ 13.210,99	\$ 15.380,41	\$ 17.793,06	\$ 20.474,27	\$ 23.451,79
(-) LUAF	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(=) UTILIDAD NETA	\$ 17.566,09	\$ 25.110,92	\$ 30.918,96	\$ 37.514,42	\$ 44.987,70	\$ 52.783,96	\$ 61.461,63	\$ 71.112,24	\$ 81.837,07	\$ 93.747,15

Fuente: Autor

6.11.13 Balance General Proyectado

ACTIVOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
CORRIENTES	\$ 42.030,56	\$ 71.723,16	\$ 89.111,08	\$ 105.882,99	\$ 124.676,02	\$ 145.711,90	\$ 168.576,69	\$ 193.984,43	\$ 222.198,62	\$ 253.509,23
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 21.023,86	\$ 18.687,87	\$ 16.351,89	\$ 14.015,90	\$ 11.679,92	\$ 9.343,94	\$ 7.007,95	\$ 4.671,97	\$ 2.335,98	\$ -
EQUIPO DE TRABAJO RESTAURANT (COCINA,MESAS, SILLAS, ETC)										
TOTAL ACTIVOS	\$ 63.054,42	\$ 90.411,03	\$ 105.462,97	\$ 119.898,90	\$ 136.355,94	\$ 155.055,84	\$ 175.584,64	\$ 198.656,40	\$ 224.534,60	\$ 253.509,23
PASIVOS										
DEUDA BANCARIA	\$ 21.023,86	\$ 18.687,87	\$ 16.351,89	\$ 14.015,90	\$ 11.679,92	\$ 9.343,94	\$ 7.007,95	\$ 4.671,97	\$ 2.335,98	\$ -
IVA COBRADO	\$ 13.056,00	\$ 14.361,60	\$ 15.797,76	\$ 17.377,54	\$ 19.115,29	\$ 21.026,82	\$ 23.129,50	\$ 25.442,45	\$ 27.986,70	\$ 30.785,37
UTILIDAD POR PAGAR	\$ 4.092,74	\$ 5.768,74	\$ 7.008,81	\$ 8.393,39	\$ 9.936,99	\$ 11.656,76	\$ 13.570,95	\$ 15.699,76	\$ 18.065,53	\$ 20.692,75
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 5.566,13	\$ 7.518,59	\$ 8.737,65	\$ 9.988,14	\$ 11.261,92	\$ 13.210,99	\$ 15.380,41	\$ 17.793,06	\$ 20.474,27	\$ 23.451,79
IESS POR PAGAR	\$ 1.749,60	\$ 1.397,23	\$ 1.536,98	\$ 1.690,55	\$ 1.859,69	\$ 2.045,68	\$ 2.250,25	\$ 2.475,29	\$ 2.722,82	\$ 2.995,10
TOTAL PASIVOS	\$ 45.488,33	\$ 47.734,02	\$ 49.433,10	\$ 51.465,52	\$ 53.853,82	\$ 57.284,18	\$ 61.339,05	\$ 66.082,53	\$ 71.585,29	\$ 77.925,00
PATRIMONIO										
CAPITAL APORTADO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 17.566,09	\$ 25.110,92	\$ 30.918,96	\$ 37.514,42	\$ 44.987,70	\$ 52.783,96	\$ 61.461,63	\$ 71.112,24	\$ 81.837,07	\$ 93.747,15
UTILIDAD ANTERIOR	\$ -	\$ 17.566,09	\$ 25.110,92	\$ 30.918,96	\$ 37.514,42	\$ 44.987,70	\$ 52.783,96	\$ 61.461,63	\$ 71.112,24	\$ 81.837,07
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	\$ 63.054,42	\$ 90.411,03	\$ 105.462,97	\$ 119.898,90	\$ 136.355,94	\$ 155.055,84	\$ 175.584,64	\$ 198.656,40	\$ 224.534,60	\$ 253.509,23

Fuente: Autor

6.11.14 Flujo de Caja

	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS EN EFECTIVO		\$ 108.800,00	\$ 119.680,00	\$ 131.648,00	\$ 144.812,80	\$ 159.294,08	\$ 175.223,49	\$ 192.745,84	\$ 212.020,42	\$ 233.222,46	\$ 256.544,71
EGRESOS EN EFECTIVO											
(-) COSTO DE PRODUCCION		\$ 54.400,00	\$ 56.304,00	\$ 58.274,64	\$ 60.314,25	\$ 62.425,25	\$ 64.610,14	\$ 66.871,49	\$ 69.211,99	\$ 71.634,41	\$ 74.141,62
(=) UTILIDAD BRUTA		\$ 54.400,00	\$ 63.376,00	\$ 73.373,36	\$ 84.498,55	\$ 96.868,83	\$ 110.613,35	\$ 125.874,35	\$ 142.808,43	\$ 161.588,05	\$ 182.403,09
(-) COSTOS OPERATIVOS		\$ 22.569,60	\$ 20.391,79	\$ 22.141,43	\$ 24.055,56	\$ 26.154,64	\$ 28.453,54	\$ 30.972,73	\$ 33.734,20	\$ 36.761,48	\$ 40.081,16
(-) DEPRECIACION		\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98
(=) UTILIDAD OPERATIVA		\$ 29.494,42	\$ 40.648,23	\$ 48.895,94	\$ 58.107,00	\$ 68.378,20	\$ 79.823,83	\$ 92.565,63	\$ 106.738,25	\$ 122.490,59	\$ 139.985,95
(-) INTERESES BANCARIOS		\$ 2.209,45	\$ 2.189,99	\$ 2.170,52	\$ 2.151,05	\$ 2.131,59	\$ 2.112,12	\$ 2.092,65	\$ 2.073,19	\$ 2.053,72	\$ 2.034,25
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 27.284,96	\$ 38.458,24	\$ 46.725,42	\$ 55.955,95	\$ 66.246,62	\$ 77.711,71	\$ 90.472,98	\$ 104.665,06	\$ 120.436,87	\$ 137.951,70
(-) 15% REPARTICION EMPLEADOS		\$ 4.092,74	\$ 5.768,74	\$ 7.008,81	\$ 8.393,39	\$ 9.936,99	\$ 11.656,76	\$ 13.570,95	\$ 15.699,76	\$ 18.065,53	\$ 20.692,75
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 5.566,13	\$ 7.518,59	\$ 8.737,65	\$ 9.988,14	\$ 11.261,92	\$ 13.210,99	\$ 15.380,41	\$ 17.793,06	\$ 20.474,27	\$ 23.451,79
(-) LUAF		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(=) UTILIDAD NETA		\$ 17.566,09	\$ 25.110,92	\$ 30.918,96	\$ 37.514,42	\$ 44.987,70	\$ 52.783,96	\$ 61.461,63	\$ 71.112,24	\$ 81.837,07	\$ 93.747,15
(+) DEPRECIACION		\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98	\$ 2.335,98
(=) FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ (23.359,84)	\$ 19.902,07	\$ 27.446,90	\$ 33.254,94	\$ 39.850,40	\$ 47.323,68	\$ 55.119,94	\$ 63.797,61	\$ 73.448,23	\$ 84.173,05	\$ 96.083,14
FLUJO DESCONTADO	-	3.457,77	23.989,13	57.244,07	97.094,48	144.418,16	199.538,10	263.335,72	336.783,94	420.957,00	517.040,13

Fuente: Autor

6.11.15 Evaluación financiera del flujo

PERIODO DE RECUPERACION	2 ANOS		
TASA DE RETORNO	106,26%		
TASA DE DESCUENTO = TASA BANCARIA + NIVEL DE INFLACION ESPERADA			
TASA DE DESCUENTO = 9,05% + 3,53%			
TASA DE DESCUENTO =	13,50%		
VALOR ACTUAL	\$	110.722,70	

Fuente: Autor

El periodo aproximado de recuperación de la inversión es de 2 años, con una tasa interna de retorno que es de 106.26%.

6.12 Conclusión del Plan de Inversión

Los costos y gastos, más el porcentaje de utilidad han determinado que el servicio a ofrecer sea dirigido a un estrato social de clase bajo y media, ya que los precios son considerables relativamente normales.

En cuanto al análisis financiero, se parte de la determinación, el costo total del proyecto gastronómico, bordea los \$ 23359.84 de dólares, para lo cual se pretende financiar este valor vía crédito del Banco Nacional de Fomento (BNF), este crédito pretende cubrir el costo de la adquisición de equipamiento para el restaurante. Según la propuesta de penetración en el mercado con el que cuenta la zona. Se tiene proyectado percibir anualmente 43000 clientes, la capacidad del futuro establecimiento permitiría tener una participación directa de este mercado creciendo anualmente en un 10% anual lo que nos da una demanda de 47300 de usuarios.

6.13 Recomendaciones finales del Plan de Negocios

Una vez determinada la viabilidad técnica y financiera del proyecto, para asegurar el éxito del emprendimiento se han generado las siguientes recomendaciones.

- a. Se recomienda realizar una constante actualización de conocimiento al talento humano del establecimiento, para de esta forma brindar un servicio más eficaz y eficiente a los clientes.

- b. Realizar gestiones de convenios con instituciones públicas y privadas de la localidad con la finalidad de establecer un flujo constante de visitantes lo cual genera un incremento de divisas.

6.14 Desarrollo del Plan Publicitario

6.14.1 Visión

Este nuevo servicio tiene como visión posicionarse en el cantón Quevedo como referente en el área de alimentos, a través de excelencia con calidez y calidad que brindará el restaurante.

6.14.2 Misión

Ser una empresa dedicada a brindar servicios de alimentos a la comunidad en un ambiente cordial y agradable.

6.14.3 Mercado Objetivo

El plan publicitario tendrá el siguiente desarrollo que estará dirigido segmento de clase media y media del cantón Quevedo, y está propuesto en los diferentes medios que se utilizarán para dar a conocer los servicios que oferta el establecimiento.

6.14.4 Objetivos del Plan Publicitario

Objetivo General:

Fortalecer la imagen Hostal Residencial Riverside dando a conocer el nuevo servicio de restaurante a la ciudadanía.

Objetivos Específicos:

- Identificar el mercado meta
- Especificar las estrategias de comunicación para fortalecer la imagen del establecimiento.
- Elaborar un mensaje claro en los medios de comunicación sobre los nuevos servicios que ofrecerá el establecimiento.

6.14.5 Publicidad Radial:

El objetivo de la publicidad radial, es para tener una mayor cobertura con el mensaje que vamos a comunicar, será transmitida por la emisora Audiorama 3 cuñas diarias de lunes a domingo en horarios de 08H00(mañana), a las 12H30(medio día) y 19H30(noche) en los meses de Abril. Mayo y Junio, con una duración de 30 segundos donde se informara acerca de los servicios que ofrece el restaurant Riverside, además la dirección y número de teléfono del establecimiento, para la atención de los clientes.

Total presupuesto radial

DETALLE	MESES	VALOR
Inversión campaña	Abril	\$ 200
Inversión campaña	Mayo	\$ 200
Inversión campaña	Junio	\$ 200
	Total	\$ 600

Diseño del Spot publicitario radial

CLIENTE: Hostal Residencial Riverside (Restaurante Riverside)

PRODUCTO: Servicios Alimentos

DURACION: 30"

MEDIO: Radio Audiograma

FECHA: Abril. Mayo y Junio

MUSICA: Introducción música de fondo de tenedores

LOCUTOR: Amigo ya está en Quevedo, para los paladares más exigentes el Restaurante Riverside, que ofrece a sus clientes el servicio de alimentos (desayuno y almuerzos). Visítenos en nuestro local ubicado en la Av. Quito. Cdla Nuevo Quevedo, atrás del tanque agua potable de Quevedo, en las instalaciones de Hostal Residencial Riverside en un ambiente agradable en armonía con la naturaleza.

V.O.: Para mayor información y reservaciones comunicarse al teléfono 0983502307, será un placer atenderlo.

medio día (12:30) y en la noche (19:30)

6.14.6 Publicidad de Dípticos

El objetivo de esta publicidad, es para tener una cobertura con el mensaje que vamos a comunicar a nivel, utilizando una persona promotora para realizar esta labor.

Dípticos

Mes de actividad:			
• Abril			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Costo Total
2500	Hoja volante 10 x 20	0.20	500.00
TOTAL			500.00

Promotor

Mes de actividad:			
• Abril			
Promotoras	Total de días	Sueldo	Total
1	20	200.00	200.00

Total presupuesto de Dípticos

Costo total de Dípticos	500.00
Total de sueldo de Promotora	200.00
Total	700.00

6.14.7 Presupuesto de campaña publicitaria

DETALLE	VALOR
Total presupuesto radial	600.00
Total presupuesto de Dípticos	700.00
TOTAL	1,300.00

Nota: Este valor del presupuesto publicitario no se tomó para datos de plan de inversión ya que se lo financiara con capital propio del dueño de establecimiento hotelero.

6.14.8 Medición de resultados

Para medir los resultados del plan de comunicación del se lo hará por medio de:

- Elaborar un estudio el primer semestre para determinar si el mensaje del plan de comunicación llego hasta el mercado objetivo.
- Llevar un control diario de número de clientes que son atendidos en el restaurante Riverside, para analizar mensualmente el incremento de las ventas.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas:

- Kapla Robert S. y Norton David P. 2000. Cuadro de Mando Integral, Editora Gestión
- Océano Centrum. 2005. Turismo, hoteles y restaurantes, Océano Grupo Editorial
- Ley Especial de Desarrollo Turístico - Registro Oficial 118
- Diana M. Gonzales Salazar. 2004. Plan de negocios para emprendedores al éxito, Mc Graw Hill
- Thomas C. Kinnear – James R. Taylor. 1995. Investigación de Mercados – Mc Graw Hill
- Pardinás Felipe. 1992. Metodologías y Técnicas de Investigación
- Bernal Cesar. 2006. Metodología de la Investigación
- Océano Centrum. 2005. Enciclopedia de Marketing y Ventas, Océano Grupo Editorial
- Kotler Philip. 1991. Fundamentos de Mercadotecnia, Pearson Educación Edit.
- Robert B. Buchele. Administration – Concepts, Pearson
- James A.F. Stoner. Fundamentos básicos de Administración, Car Graphic.

Referencias Linkográficas:

- http://www.wikipedia.org/wiki/trabajos&temas_esmpresarial.html
- http://www.promonegocios.net/fuentes_investigacion.html
- <http://www.monografías.com/proyectos/cofis.html.html>
- <http://www.gestiopolis.net/proyectos-pymes.html>
- <http://www.inec.gob.ec/documentos/pdf/ley%turismo.pdf>
- <http://www.emagister.com/trabajos-sector-empresariales.html>
- <http://www.quevedo.gob.ec/PDF/decretos%ley%municipal.pdf>
- <http://www.sri.gob.ec/PDF/informacion%impuestos.pdf>

ANEXOS

Distinguido ciudadano reciba un cordial saludo, por medio de la presente encuesta se pretende determinar las características por las cuales usted se utiliza el servicio de hospedaje en un hotel de la ciudad.

INSTRUCCIONES:

Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una **X** en el casillero correspondiente a su respuesta. Gracias por su gentil colaboración.

ENCUESTA:

PREGUNTAS:

1.- Usted pertenece a la ciudad de:

Quevedo

Otro sector

2. Mencione algunos establecimientos hoteleros que usted conozca en la ciudad de Quevedo.

3.- ¿Con qué frecuencia asiste a un establecimiento hotelero?

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

4.- ¿Por qué motivo utiliza los servicios de un hotel?

Viaje

Trabajo

Vacaciones

Turismo

5.- ¿Qué servicios aparte del hospedaje le gustaría que ofreciera el hotel en donde se va hospedar?

6.- ¿Alguna vez ha visitado un establecimiento hotelero en la ciudad de Quevedo que ofrezca el servicio de alimentos?

SI

NO

7.- ¿Qué características usted considera importante al momento de elegir el lugar donde comer? (Ordene del 1 al 6, siendo el 1 de mayor importancia y 6 de menor importancia)

Ambiente____ Atención____ Precio____

Ubicación____ Calidad____ Tiempo de espera ____

8.-. El hotel donde usted se hospede le gustaría que estuviese ubicado:

Dentro de la ciudad

Fuera de la ciudad

ANEXO 2

PATIO COMIDAS PASEO SHOPING



ANEXO 3

RESTAURANT DON NINO



ANEXO 4

RESTAURANT MAMA SILVIA



ANEXO 5

RESTAURANT TZ



ANEXO 6

PATIO COMIDAS SHOPING CENTER



ANEXO 7

RESTAURANT ROSSY



ANEXO 8

HOSTAL RESIDENCIAL RIVERSIDE



ANEXO 9

DISEÑO DE DÍPTICO



FRITEGA S.A.
 Refrigeración y Equipos de Gastronomía
 Quededo: Calle 7 Oct y Parque de la Madre - Teléfono: 052-709325
 Email: fritega_sa@hotmail.com
 R.U.C.: 0992573805001

Morón Km. 1.8 Vía Dorado también tallados por el sector
 Avenida 1: entre de Mayo y Mariscal en Tallados 206079
 Quededo: Calle 7 Oct y Parque de la Madre
 Teléfono: 052-709325 Email: fritega_sa@hotmail.com

COTIZACION
0000047

Fecha: 14/03/2013
 Cliente: Sra Violeta Maudes (HOTEL RIVERIDE) Ciudad: Quededo
 Dirección: Ciudadela Nueva Quededo al lado del Tanque agua potable
 Teléfono: 05192461976
 Guía de Remisión: _____
 R.U.C. / Céd. Ident. _____

Cant.	DESCRIPCIÓN	V. Unit.	Valor de Venta
2	Cocina industrial de 3 quemadores en acero inoxidable	\$ 380,00	\$ 760,00
2	Ollas azooceras de 25 litros	\$ 480,00	\$ 960,00
1	Tostadora de 6 panes	" 480,00	" 480,00
2	Lavadero de 2 pozos de 1.50x0.70x0.90cm	" 380,00	" 760,00
2	Mesa de trabajo de 1.50 x 0.70 x 0.90 mts	" 500,00	" 1.000,00
2	Clavos para lavadero tipo uello de gansa 2cm de alt. aprox. 2 clavos adicional tipo uello de gansa 2cm	" 350,00	" 700,00
1	Calentador de agua de 20 litros	" 250,00	" 250,00
1	Batidora de 4 litros Licuadora de 4 litros	" 509,00	" 509,00
1	Granizado de 2 pozos de 15 litros cada tanque a 2.20 voltios	" 2.600,00	" 2.600,00
1	Exprimidor de cítricos semi industrial	" 250,00	" 250,00
1	Módulo de copa tipo L de 1.65x1.10x0.90	" 1.150,00	" 1.150,00
1	Molino de carne TC-12	" 680,00	" 680,00
1	Autoservicio de 6 bandejas verticales en acero inoxidable	" 1.900,00	" 1.900,00
1	Horno para pan de 3 bandejas en acero brillante	" 380,00	" 380,00
1	Vitrina pastelera de 1.50m	" 2.800,00	" 2.800,00
1	Vitrina térmica WF-4	" 480,00	" 480,00
1	Vitrina Vertical de 2 puertas mixto en acero	" 3.200,00	" 3.200,00

Las mercaderías viajan por cuenta y riesgo del comprador no siendo responsable los vendedores por rotura, pérdidas, robos y otras averías ocasionadas en el tránsito. La responsabilidad de Fritega S.A. cesa al salir las mercaderías de su almacén. Todas las mercaderías despachadas por nosotros seguirán siendo de nuestra propiedad hasta la cancelación total de la factura y posibles salidos a nuestro favor que con ellas se relacionen.

VENDEDOR:

SUBTOTAL	\$ 18.391,00
I.V.A.	\$ 2.207,64
TOTAL \$	20.598,64

ANEXO 10

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.- Selección de Tema			■										
2.- Recolección de la Información.			■										
3.- Diseño y elaboración proyecto de tesis				■									
4.- Revisión y Aprobación del Proyecto				■									
5.- Búsqueda de referencia documentales					■								
6.- Entrevista con expertos en el tema						■							
7.-Formulación de la propuesta						■							
9.-Redacción del Informe preliminar							■						
10.-Elaboración del informe final								■	■				
11.-Revisión del informe final										■	■		
12.-Sustentación del informe final												■	

ANEXO 11

PRESUPUESTO PARA EL PROYECTO

El presente trabajo de investigación será financiado por recursos propios de la autora.

RUBROS	CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MATERIALES DE OFICINA				
Papel bond	3	Resma	3.60	10.80
Copias	910	Unidad	0.02	18.20
Anillado	6	Unidad	1.00	6.00
Empastado	5	Unidad	8.00	40.00
Pen Drive 2GB	1	Unidad	15.00	15.00
Impresiones de documentos	130	Unidad	0.25	32.50
SERVICIOS ADQUIRIDOS				
Servicios informáticos	170	Horas	0.80	136.00
Servicios de asesoramiento	150	Horas	1.00	150.00
COMUNICACIÓN				
Telefónica				60.00
VIÁTICOS				
Alimentación				120.00
Transporte				50.00
MATERIAL DE SUSTENTACIÓN				
Alquiler de proyector visual				10.00
			Subtotal	\$ 648.50
			Imprevistos 3%	\$ 19.455
			TOTAL	\$667.955