PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO DE GRADO:

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.

TEMA:

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN SNACK-CAFÉ-BAR, MULTIAMBIENTE EN LA PLAYA ATACAMES.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Económica/Financiera (Proyecto Micro-Empresariales/Sociales)

AUTOR.

FABIÁN HUMBERTO POZO INTRIAGO.

ASESOR.

LCDO. PATRICIO MARTÍNEZ CEVALLOS.

ESMERALDAS-ECUADOR

2014

"Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos y exigencias del reglamento de grado de la **PUCESE**, previo a la obtención del título de **INGENIERÍA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA".**

_____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.

_____

LECTOR 1.

_____

LECTOR 2.

_____

DIRECTOR DE TESIS.

Fecha: _____

AUTORÍA.

YO FABIÁN HUMBERTO POZO INTRIAGO, con cedula de identidad n°: 080272523-4, declaro bajo juramento que la presente investigación enmarcada en el actual proyecto tesis es auténtica, legítima y de autoría propia.

El contenido de la misma es de total responsabilidad legal y académica de la Pucese y el autor.

FABIÁN POZO INTRIAGO.

AUTOR

AGRADECIMIENTO.

A dios por darme la vida y permitir el logro de tan anhelada meta.

A la universidad por entregarme las herramientas necesarias para mi desarrollo tanto personal como profesional.

A mi familia, mi esposa Gabriela Aguilar y mi hija Briana Pozo Aguilar por ser los pilares fundamentales en mi vida.

A mis padres y hermanos, en especial a mi madre Carmen Intriago Olaya por ser una luchadora incansable que supo con tesón y esfuerzo sacarme adelante, dándome la oportunidad de estudiar en esta institución.

A mis estimados profesores que con su conocimiento y experiencia estructuraron mi formación académica y profesional, en especial a mi asesor Patricio Martínez por su esencial ayuda.

A mi amigo y maestro, Orlin Alava, por brindarme sus enseñanzas, experiencias y apoyo en mis peores momentos.

A mis queridos compañeros y amigos de clase que me brindaron su amistad y me supieron sobrellevar durante toda mi vida universitaria.

A todas aquellas personas que de una u otra forma permitieron el logro esta investigación y la meta de ser ingeniero.

Fabián Pozo Intriago.

DEDICATORIA.

Dedico con mucho amor y respeto a mi madre, amiga Carmen Intriago, mujer entrañable, tenaz e incansable que siempre lucho y trabajo por el bienestar de todos sus hijos y que a pesar de todas las adversidades interpuestas logro sobresalir y aún sigue en pie, mujer que me inculco valores, forjo mi personalidad y me enseño el arte de vivir.

A mi esposa Gabriela Aguilar que ha sido mi compañera, amiga y guía, que gracias a su apoyo incondicional me permitió cristalizar esta meta.

A mi hija Briana Pozo Aguilar por ser el motor de mi lucha y la razón de mi vida, que con su amor y felicidad me alegra y da las fuerzas para salir adelante y lograr todo lo que me proponga.

Fabián Pozo Intriago.

RESUMEN EJECUTIVO

En la playa de Atacames existen alrededor de 35 locales que ofertan el servicio de bar, dicho servicio es muy genérico, básico e inseguro, que sumado a productos de baja calidad, precios exagerados y atención deficiente deja entrevisto un servicio ofertado que va en decadencia, en tal virtud y como respuesta a esta problemática se crea la oportunidad de realizar un proyecto de inversión para la creación de un snack-café-bar multiambiente en la playa de Atacames, un sitio seguro, con buen ambiente, con productos y servicios de calidad, donde se enfatice la buena atención al cliente y cuyo objetivo va encaminado a determinar la factibilidad del mismo, las bases teóricas que le anteceden están ligados a los objetivos del plan nacional para el buen vivir, se fundamenta teóricamente en los criterios y conceptos sobre la atención al cliente y la implementación de un proyecto de inversión de varios autores y legalmente en ley de turismo, para su elaboración se aplicó el tipo de estudio descriptivo y el método de estudio deductivo, cuyos resultados se enmarcan en la existencia de un segmento de mercado potencial en la prestación de servicios de bares en Atacames no explotado, con buenas proyecciones de crecimiento mayor a lo esperado e ideal para el desarrollo del proyecto, necesitando para su ejecución una inversión inicial de $41.961,62, recuperable al 6º año de operación, con una tasa de rentabilidad del 17,30%.

INVESTMENT PROJECT FOR THE CREATION OF A SNACK- COFFEE -BAR, BI- ENVIRONMENT IN THE ATACAMES BEACH.

ABSTRACT.

On the Atacames beach there are about 35 that offer local service bar, the service is very generic, basic and uncertain, which added to low quality products, inflated prices and poor customer service offered leaves interviewed one that is in decline, for those reasons and in response to this problem, the opportunity for an investment project for the creation of a snack-café-bar multi-environment on the beach Atacames, a safe place, good atmosphere, with products and quality service is created where good customer service is emphasizing and whose objective is aimed at determining the feasibility of it, the theoretical bases that precede it are linked to the objectives of the national plan for the good life, is based theoretically on the criteria and concepts customer and the implementation of an investment project of several authors and legally tourism law, for processing the type of descriptive and inferential study method was applied, the results are part of the existence of a market segment potential in providing services Atacames untapped bars, with good prospects of higher than expected and ideal for project development growth, needing to run an initial investment of $ 41,961.62, recovered the 6th year of operation, with a rate of return of 17.30%.

PALABRAS CLAVES.

- ✓ Proyecto.

CONTENIDO

1.-CÁRATULA……I

2.-TRIBUNAL DE GRADUACIÓN……II

3.-AUTORÍA……III

4.-AGRADECIMIENTOS……IV

5.-DEDICATORIA……V

6.-RESUMEN EJECUTIVO……VI

7.-ABSTRACT……VII

8.-ÍNDICE……..VIII

9.-INTRODUCCIÓN……IX

ÍNDICE.

CAPITULO 1 ..... **6**
1.-MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN **6**
1.1.-MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN **6**
1.1.1-TIPO DE ESTUDIO. 6
1.1.2.-MÉTODO DE ESTUDIO. 6
1.1.3.-TÉCNICAS E INSTRUMENTOS. 7
1.1.3.1.-TÉCNICAS. 7
1.1.3.2.-INSTRUMENTOS. 7
1.1.3.2.1.-ENCUESTAS. 7
1.1.3.2.2.-ENTREVISTA. 8
1.1.3.2.3.-DOCUMENTAL. 8
1.1.4.-HERRAMIENTAS. 8
1.2.-CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN **8**
1.2.1.-POBLACIÓN Y MUESTRA. 9
1.2.1.1.-POBLACIÓN DE ESTUDIO. 9
1.2.1.2.-MUESTRA. 9
CAPITULO II **11**
2.-ESTUDIO DE MERCADO **11**
2.1.-DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO. **11**
2.2.-PUNTOS DE VENTAJA. **12**
2.3.-SEGMENTACIÓN DE MERCADO. **12**
2.4.-ANÁLISIS DE LA DEMANDA. **13**
2.4.1.-CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES. 13
2.4.2.-NIVEL DE IMPORTANCIA POR TIPO DE CLIENTE. 13
2.5.1.-CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA. 16
2.5.2.-LISTADO DE BARES. 17
2.5.3.1.-CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES. 18
2.5.4.-OFERTA ACTUAL. **20**
2.6.-DEMANDA INSATISFECHA. **21**
2.7.-CUOTA DE MERCADO. **22**
2.8.-PROYECCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO. **23**

2.9.-PROYECCIÓN DE VENTAS. 24
2.9.1.-PROYECCIÓN VENTAS ANUALES. 25
2.10.-POLITICAS DEL PRODUCTO. 25
2.10.1.-PRODUCTOS. 26
2.11.-POLÍTICA DE PRECIOS. 27
2.11.1.-PRECIOS DE VENTA. 27
2.12.-PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD. 27
2.12.1.-PROMOCIÓN. 27
2.12.2.- PUBLICIDAD. 28
2.12.4.-FORMAS DE PAGO. 29
2.13.-PROVEEDORES. 30
CAPITULO III. 31
3.-ESTUDIO TÉCNICO. 31
3.1.-LOCALIZACIÓN. 31
3.2.-TAMAÑO. 31
3.3.-DIMENSIONES. 32
3.4.-DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN. 32
3.5.-HORARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. 33
3.6.-REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO. 33
3.7.-PROCESOS. 34
3.7.1.-PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO. 34
3.7.2.-PROCESO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA. 35
3.8.-ESTUDIO ORGANIZACIONAL. 36
3.8.1.-NOMBRE DE LA EMPRESA. 36
3.8.2.-SLOGAN. 36
3.8.3.- LOGOTIPO. 36
3.8.4.-MISIÓN. 37
3.8.5.-VISIÓN. 37
3.8.6.-OBJETIVOS. 37
3.8.7.-ACTIVIDAD. 37
3.8.8.- ORGANIGRAMA FUNCIONAL. 38
3.8.9.-DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO HUMANO. 38
3.8.10.-DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO. 39
3.8.11.-SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN. 42
3.9.- ASPECTOS LEGALES. 42

3.9.2.-RUC.....42
3.9.3.-PATENTE MUNICIPAL.....43
3.9.4.-PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS.....43
3.9.5.-PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE HIGIENE ARCSA.....43
3.9.6.-REGISTRO DE LA MARCA INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....44
3.9.7.-REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL REGISTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS-ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MINISTERIO DE TURISMO.....45
3.9.8.-PERMISO DE REPRODUCCIÓN MUSICAL SAYCE (SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y COMPOSITORES)....46
CAPITULO IV....46
4.-ESTUDIO FINANCIERO. 46
4.1.-INVERSIÒN INICIAL.....46
4.2.-FINANCIAMIENTO.....48
4.3.-BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA.....49
4.4.-PROYECCIÓN DE GASTOS.....50
4.5.-CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....51
4.6.-RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS.....52
4.8.- CLASIFICACIÓN DE COSTOS.....54
4.9.-PUNTO DE EQUILIBRIO.....56
4.10.-INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO.....57
4.10.1.-ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS.....58
4.11.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. 59
4.11.1.- ESCENARIO PROBABLE O CONSERVADOR.....59
4.11.2.- ESCENARIO PESIMISTA.....59
4.11.3.- ESCENARIO OPTIMISTA.....60
4.11.4.- RESUMEN DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....61
CAPITULO V 62
5.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 62
5.1.-CONCLUSIONES.....62
5.2.-RECOMENDACIONES.....63
5.3.-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....64
ANEXOS.....66
LISTADO DE ANEXOS....66
ANEXO Nº 1.- MODELO DE ENCUESTA.....66
ANEXO Nº 2.- PROFORMAS VARIAS.....70
ANEXOS Nº 3.-COSTO DE MATERIA PRIMA.....75

ANEXO Nº 4.-NÒMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO. 77
ANEXO Nº 5.-NOMINA DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN. 78
ANEXO Nº 6.- GASTOS. 79
ANEXO Nº 7.-TABLA DE AMORTIZACIÓN GRADUAL. 82
ANEXO Nº 8.- TABLAS DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS. 84
ANEXO Nº 9.- COSTOS DE PRODUCCIÓN. 89
ANEXO Nº 10.- COSTO DE MANO DE OBRA. 93
ANEXO Nº 11.- FLUJO DE CAJA PROYECTADO. 94
ANEXO Nº 12.- REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO. 96

INTRODUCCIÓN

En la playa de Atacames existen alrededor de 35 locales que ofertan el servicio de bar, su negocio gira en torno a la venta de cerveza, y cocteles en menor proporción, los mismos ofertan un servicio muy genérico y básico, tratan cada vez más de imitar a una peña bailable, donde la inseguridad abunda y se pierde la esencia del servicio de bar como tal, limitando sus funciones, todo esto sumado a productos con poca calidad, precios exagerados y atención deficientes, deja entrevisto un servicio ofertado que va en decadencia dejando sin opciones a los turistas que busca un lugar de sano esparcimiento, seguro, con buen ambiente y con servicios de calidad a un precio razonable.

En tal virtud se crea la necesidad de realizar un proyecto de inversión para la creación de un snack-café-bar multiambiente en la playa de Atacames, que va encaminado a cubrir y satisfacer las necesidades y gustos de las personas que demandan el servicio de bar en el balneario. Para la implementación del presente proyecto se plantea la siguiente problemática general y especifica:

¿Es factible la creación de un snack-café-bar multiambiente en la playa Atacames?

- ✓ -¿Qué características tiene la oferta, y la demanda, y cuáles serían las estrategias para la prestación del servicio que debería ofertar un snack-café-bar?
- ✓ -¿Qué características en cuanto a infraestructura, diseño, necesidad de equipamiento, recursos, estructura organizacional y base legal debería tener un snack-café-bar multiambiente ubicado en la playa de atacames?-
- ✓ -¿Cuál sería la inversión inicial, la rentabilidad y las fuentes de financiamiento para la implementación de un snack-café-bar?

En función a la problemática para la realización del proyecto se plantea los siguientes objetivos tanto generales como específicos, que a visión general buscan determinar la factibilidad del mismo.

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un snack-café-bar multiambiente en la playa de Atacames, para determinar su viabilidad económica, técnica y financiera.

- ✓ Diseñar un estudio de mercado para conocer las características de la oferta y la demanda del snack-café-bar y poder determinar la demanda insatisfecha.
- ✓ Determinar la factibilidad técnica-operativa del snack-café-bar, en función de las necesidades, condiciones y requerimientos inherente a la actividad a desarrollar.
- ✓ Desarrollar un estudio financiero para determinar la inversión inicial, la rentabilidad y sustentabilidad del proyecto.

El presente proyecto surge como respuesta a la problemática existente en la oferta de servicios de bares en la playa de Atacames, su implementación tendrá un impacto muy importante en la prestación de servicios de bares en la prenombrada playa, ya que escribirá un precepto en la forma de brindar este servicio, proponiendo que se enfatice el buen trato, en la atención de calidad, la seguridad y sobre todo la satisfacción total de las necesidades de los clientes que eligen de este tipo de establecimiento, dicho impacto no solo será en la oferta del servicio de bares, si no también tendrá influencia en el ámbito social y económico, partiendo que el proyecto se plantea con una visión y aplicación empresarial más amplia, su multiplicación permitirá obtener mayor desarrollo económico de las personas que se sirven de esta actividad y por ende del balneario en mención, teniendo más y mejores plazas de empleo, mayores ingresos, mayor número de establecimiento brindando servicios de calidad, organizados administrativa y contablemente y obteniendo mejores oportunidades de desarrollo.

Para establecer las bases teóricas que anteceden al proyecto se ha tomado el siguiente apartado:

El proyecto al poseer una connotación turística, se encuentra ligado al cumplimiento de los objetivos propuestos por el plan nacional para el buen vivir, los cuales buscan impulsar la transformación de la matriz productiva, para dicho propósito se han establecidos políticas y lineamientos que buscan:

Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios, dentro de los cuales consta el sector de servicios turísticos.

10.3. g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción De inversión nacional y extranjera.

10.3. h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente. (SENPLADES, Plan Nacional para el buen vivir, 2013-2017).

En la fundamentación teórica se consideró conveniente referir los criterios y conceptos que enmarcan varios autores sobre la atención al cliente como eje fundamental para la realización del proyecto, en relación al enunciado anterior (Muñoz, 2007) dice:

El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente.

Por lo tanto si un negocio quiere tener éxito debe obligatoriamente preocuparse por la satisfacción de sus clientes ya que "en toda organización, la calidad de la atención al cliente está directamente relacionada con su éxito. Escuchar, entender, estar predispuesto a ofrecer soluciones, respetar, ayudar, apreciar y recordar al cliente con algunas de las actitudes que hacen a una buena atención al cliente" (Muñoz, 2007).

El propósito de una buena atención, es la búsqueda de la satisfacción total del cliente, en este sentido (Kamin, 2002) "sostiene que la estructura básica de la satisfacción del cliente es que los fundamentos básicos son vistos al inicio: el medio ambiente o la disponibilidad de ayuda. Estas son las primeras impresiones que pueden afectar al resto de la experiencia. Pero una vez que las variables son atendidas, el cliente se preocupa por cosas más específicas, tales como la confiabilidad del personal, el precio, la amabilidad y la posibilidad de mantenimiento después de la compra. La experiencia del cliente, por lo tanto, va desde lo más general a lo más específico".

Es por ello que para tener una satisfacción total del cliente la primera impresión cuenta, y aquí juega un papel importante el medio ambiente, que no es más que el espacio físico donde se va a prestar el servicio, que para establecerlo se necesita la aplicación de un proyecto de

inversión que de acuerdo a (Baca, 2010) proyecto de inversión es "un plan al cual se le asigna un monto de capital y se le proporcionan insumos de diferente naturaleza (materiales, humanos, etc.) de modo que se obtenga un bien o servicio, haciendo un uso racional de los fondos disponibles."

La aplicación del proyecto de inversión implica un estudio previo, conocido como estudio de factibilidad, el cual permitirá prever si conviene o no la aplicación del proyecto.

Según (Varela, 2001) "El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso".

El estudio de factibilidad está compuesto básicamente por tres componentes, los mismos que representa la base para la toma de decisión, en la aplicación de un proyecto:

Estudio de mercado, según (Baca, 2010), "es la determinación y cuantificación de la demanda y a oferta, el análisis de los precios, y el estudio de la comercialización". El mismo determinara la demanda insatisfecha, que permitirá saber con cierta certeza qué y cuánto producir.

Estudio Técnico, según (Baca, 2010)," presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal".

Estudio Financiero. Según (Meza, 2010), Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado y estudio técnico.

Las etapas mencionadas son secuenciales lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto de haya dado cuenta de que existe mercado para el bien o el servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto. (Meza, 2010).

Partiendo de que el proyecto se encuentra en la línea de servicios turísticos, el mismo estará regido por el marco legal de las leyes de turismo, que en función de la actividad que se va realizar, la misma contempla lo siguiente:

Art. 42 Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 y Art. 43 de la Ley de turismo se consideran como tales las siguientes:

b.- Servicio de alimentos y bebidas.

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (Ministerio de Turismo, 2002)

CAPITULO 1

1.-MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.-MÉTODOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

1.1.1-TIPO DE ESTUDIO.

El presente estudio es de tipo descriptivo, este tipo de estudio se utilizó para mostrar la situación actual del mercado de servicio de bares en la playa de Atacames, identificando, analizando y midiendo variables como la oferta y la demanda, con la finalidad de proponer posibles soluciones a la problemática existente implementando nuevos procesos, ideas y estrategias que permitan mejorar este servicio.

1.1.2.-MÉTODO DE ESTUDIO.

El método utilizado en esta investigación es el método Deductivo, ya que partió de la recolección de información estadística de las variables de interés para el proyecto como características de infraestructura y diseño, tendencia de servicios, gustos y preferencias de los clientes de los bares ubicados en la playa Atacames, para conjugar, analizar, particularizar y unir todas las características prenombradas en solo modelo que permita que el proyecto sea rentable y sostenible en el tiempo.

1.1.3.-TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

Teniendo en cuenta el tipo y la metodología de estudio para esta investigación se van a aplicar las siguientes técnicas e instrumentos:

1.1.3.1.-TÉCNICAS.

Las técnicas utilizadas para la realización de esta investigación fueron la *investigación de campo* la misma que permitió recolectar información sobre el segmento de mercado de servicios de bar en la playa de Atacames; y *la técnica documental* que proveyó información secundario sobre las bases teóricas que fundamentan este proyecto, toda la información conseguida a través de la aplicación de estas técnicas fue de esencial ayuda para el desarrollo de la presente investigación.

1.1.3.2.-INSTRUMENTOS.

1.1.3.2.1.-ENCUESTAS.

Las encuestas fueron aplicadas a la población objeto de estudio, las mismas permitieron conocer las características preferenciales por las cuales la población de estudio se inclina al momento de elegir el servicio de bares en la playa Atacames, cabe recalcar que las encuestas se aplicaron en la temporada de semana santa y el fin de semana posterior a dicha temporada

1.1.3.2.2.-ENTREVISTA.

Se realizaron entrevista a las autoridades turísticas y propietarios de los bares de la playa de Atacames para conocer las formas de constitución, manejo administrativo, funcionamiento y general las características importantes en la oferta de este servicio.

1.1.3.2.3.-DOCUMENTAL.

Se realizó la revisión de documentos para la aplicación teórica del análisis y el manejo de fórmulas.

1.1.4.-HERRAMIENTAS.

- ✓ Libros.
- ✓ Internet.
- ✓ Manuales.
- ✓ Revista.
- ✓ Cuestionarios.
- ✓ Fichas Bibliográficas.
- ✓ Cámara fotográfica.
- ✓ Grabadora de voz.

1.2.-CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio tuvo lugar en el malecón de la playa de Atacames y sus alrededores, pertenecientes a la parroquia y cantón del mismo nombre, dirigido a las personas que demandan el servicio de bar, con la finalidad de conocer los distintos gustos y necesidades de los mismos, para la implementación de un servicio integrado.

El presente proyecto se desarrolló en base a los parámetros investigativos establecidos por la PUCESE, metodología propuesta por la docente guía y el asesor del proyecto.

1.2.1.-POBLACIÓN Y MUESTRA.

1.2.1.1.-POBLACIÓN DE ESTUDIO.

La población objeto de estudio de esta investigación fueron las personas comprendidas entre los 20 y 54 años de edad que visitan en calidad de turistas el malecón de la playa de Atacames.

1.2.1.2.-MUESTRA.

- ✓ **Tamaño De La Muestra.**

Para establecer el tamaño de muestra se aplicará la técnica de muestreo aleatorio irrestricto.

Para la determinación del número de encuesta que se van a aplicar se tomará en cuenta los siguientes aspectos.

- ✓ **Nivel de Confianza (z).**

Es un valor constate obtenido mediante un nivel de confianza establecido, que para el caso de esta investigación es del 95%. De acuerdo al grado de confianza establecido corresponde un valor de z=1,96, dado en la tabla de distribución normal.

- ✓ **Nivel de error Aceptable.**

Es el error que se puede aceptar dado un nivel de confianza (x). El nivel de error permisible o aceptable para para determinar el tamaño de la muestra de presente investigación es de 5%, dado un nivel de confianza del 95%.

- ✓ **Porción Estimada (P)**

Es la probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno en específico. Para la investigación corresponde la probabilidad de aceptación que los posibles clientes le den al servicio que se quiere prestar, debido que no se cuenta con información previa se estima el promedio con los que se trabaja en este tipo de casos que es del 50%(0,5).

Para hallar el tamaño de la muestra aplicando la técnica anteriormente nombrada se aplicará la fórmula de una población infinita, ya que según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Atacames 2012-2020, se estima que el número de turistas que visiten el cantón será de aproximadamente 450.000 al año en promedio, sobrepasando las 100.000 unidades de estudio.

- ✓ **Fórmula.**

Fórmula Población Infinita.

$$n = \frac{p.q.z^2}{e^2}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

z: 1,96

p: 0,5.

q:(p-1)= 0,5.

Estableciendo *e*: 5%=0,05.

Se Tiene.

$$n = \frac{(0{,}5)(0{,}5)(1{,}96)^2}{(0{,}05)^2}$$

$$n = 384{,}16 \neq 384$$

CAPITULO II

2.-ESTUDIO DE MERCADO

2.1.-DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

El snack-café-bar, multiambiente, integra varios servicios, en un solo local con dos ambientes, en vista que los turistas buscan calidad a un precio razonable, donde cuenten con alimentación, puedan disfrutar de una buena bebida, bailar y pasar momentos amenos, todo esto es un solo sitio.

La propuesta se compone por las características más relevantes de los servicios de snack, cafetería y bar con matices informales:

- ✓ **Snack.**

Comprende la venta de comida rápida como Hamburguesas, Hot-Dog, Papas fritas, picadas y sanduches fríos.

- ✓ **Cafetería.**

Comprende la venta de variedades de café, cappuccino, té y postres.

- ✓ **Bar.**

Comprende la venta de bebidas alcohólicas como cocteles, cervezas y no alcohólicas como batidos, jugos, colas y aguas, además de otros productos como ensaladas de frutas y una variedad de helados.

2.2.-PUNTOS DE VENTAJA.

- ✓ El servicio a brindar es un servicio integral, en el cual los turistas pueden satisfacer sus necesidades de alimentación y entretenimiento, en un solo lugar, sin tener que preocuparse de su seguridad y economía.
- ✓ El servicio, se enfocara en la atención, satisfacción y seguridad total de sus clientes.
- ✓ El concepto del proyecto multiambiente, brinda más y mejores opciones de diversión y entrenamiento a los clientes, ofertando un servicio con una versatilidad única el mercado.
- ✓ Los precios son bastantes razonables y asequibles, debido a la política de precio a aplicar, optimizando los costos y manejando márgenes de contribución muy por debajo de los de la competencia.
- ✓ A más de su servicio principal, brindara servicios adicionales sin ningún costo, como: wifi, stand de carga de equipos electrónicos y custodia de objetos.
- ✓ Se brinda la posibilidad a los clientes de tener variadas formas de pagos (con tarjeta de crédito, efectivo con dos tipos de cambio diferente, dinero electrónico).
- ✓ Oferta productos, variados con preparación higiénica, con materiales y presentación de calidad.

2.3.-SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

El servicio está dirigido a personas de entre 20 y 54 años de edad, que visiten la playa de Atacames, en calidad de turistas, sin discriminar sexo, nacionalidad, raza y religión.

2.4.-ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

2.4.1.-CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES.

Los turistas que visitan la playa de Atacames en su mayoría son personas con recursos suficientes para sustentar sus gastos turísticos, provienen desde la sierra central, sectores cercanos al cantón Atacames y de otros lugares del mundo, especialmente de Colombia, vienen acompañados de amigos y familiares, buscan descanso y diversión y su afluencia a la playa es en temporada y fines de semana.

2.4.2.-NIVEL DE IMPORTANCIA POR TIPO DE CLIENTE.

A través del siguiente cuadro se muestra de forma más clara la importancia de los distintos tipos de clientes potenciales del snack-café-bar, de acuerdo a dos variables representativas de las características de la demanda del proyecto.

TABLA # 1

NIVEL DE IMPORTANCIA			
CLIENTE	FRECUENCIA DE ASISTENCIA		GASTO
	T. BAJA	T. ALTA	
Local	**ALTA**	**ALTA**	**BAJO-MEDIO**
Nacional	**BAJA**	**ALTA**	**ALTO**
Extranjero	**BAJA**	**BAJA**	**ALTO**

Elaborado por: Autor.

Fuente: INEC-PDOTCA.

2.4.3.-MERCADO POTENCIAL.

La demanda potencial del snack-café-bar está representada por los turistas locales, nacionales e internacionales de todas las edades que visitan el cantón Atacames, los mismos que de acuerdo al último Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Atacames se estiman unos 450000 anualmente, compuestos por el 97,7% de turistas locales-nacionales y 2,30% de los extranjeros.

Para determinar la demanda potencial del proyecto se dividió la población turística en dos grupos**: turistas locales-nacionales y extranjeros,** Para dividir el grupo de los extranjeros**,** se tomó como referencia a falta de datos estadísticos específicos, el porcentaje de turistas extranjeros que visitan el cantón Atacames, que según el Ministerio de Turismo es de 2,3%, dando un total de 10 350 turistas de este grupo, para establecer el grupo de los locales-nacionales se tomó la diferencia entre los 450.000 turistas que visitan el cantón según PDOTCA, y el 2,3% que representa el grupo de turistas extranjeros, dando un 97,7% que ascienden a 439.650.

TABLA # 2

TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN ATACAMES		
CLIENTE	%	N°
LOCALES Y NACIONALES	97,70%	439650
EXTRANJEROS	2,30%	10350
TOTAL	100%	450000

Partiendo que el 97,7% son turistas del grupo locales-nacionales que visitan el cantón Atacames, que en el cantón Atacames existe varios balnearios como Tonsupa, Atacames, Súa y Same, por nombrar los más visitados, que el proyecto se enmarca geográficamente en el balneario de Atacames y que no existen datos estadísticos que especifiquen la distribución turísticas que visita el cantón Atacames, en función a sus balnearios, se sintetizó la demanda de turistas locales-nacionales en base a la variable de segmentación por edades, tomando como referencia la suma porcentual de la población por edades de los rangos que van desde

20 a los 54 años, del censo vigente proporcionado por el INEC, dando un total de 46,20%, es decir se sintetizo la población del grupo locales-nacionales, que visitan el cantón Atacames que es el 97,7%, de los 450.000 que conforman el total de la población turística, en base al segmento de turistas locales-nacionales de edades de entre los 20 y 54 años que el negocio atenderá, tomando como referencia el porcentaje de la población nacional comprendida en dicho rango de edades.

TABLA # 3

PORCENTAJES DE LA POBLACIÓN NACIONAL POR RANGO DE EDADES (20 A 54 AÑOS).	
RANGO DE EDAD	%
20-24 AÑOS	8,90%
25-29 AÑOS	8,30%
30-34 AÑOS	7,40%
35-39 AÑOS	6,50%
40-45 AÑOS	5,70%
46-49 AÑOS	5,20%
50-54 AÑOS	4,20%
TOTAL	46,20%

Elaborado por: Autor.
Fuente: INEC.

Por lo tanto la demanda del proyecto está representada por el 46,2% del grupo de turistas locales-nacionales y 2,3 % del grupo de turistas extranjeros, dando un total de 48,5% o 213.468 turistas.

TABLA # 4

DEMANDA POR TIPO DE CLIENTE		
CLIENTE	%	N°
LOCALES Y NACIONALES	46,20%	203118
EXTRANJEROS	2,30%	10350
TOTAL	48,5%	213468

Elaborado por: Autor

2.5.-OFERTA.

2.5.1.-CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA.

De acuerdo al estudio de mercado realizado en la presente investigación se encontró que en la playa de Atacames existen 35 establecimientos que ofertan el servicio de bar, el mismo que está caracterizado por la venta de bebidas alcohólicas como: cerveza, cocteles, y otros productos como batidos, ensaladas de frutas y en uno pocos la venta de helado.

Datos de la entrevista aplicada revelan que el 93% de los bares tienen como su producto más vendido la cerveza (Pilsener, Club, Pilsener Light y Badweiser), y en poco de ellos los cocteles y batidos, cuyos rangos de precio están entre $2 y $8 dólares.

La capacidad instalada de los establecimientos que ofertan el servicio de bar en la playa de Atacames está entre las 80 a 110 personas, con un porcentaje de ocupación que está entre lo 80% y 100%, en temporadas altas; y, 20% y 50% en temporadas bajas, donde trabajan de 2 a 8 personas, los días jueves, viernes y sábados generalmente porque son los días de la semana donde esta tipo de actividades tiene sus mayores ventas.

El promedio de las ventas semanales de los establecimientos en mención va desde los $600 a $2.500 dólares, las mismas que se disparan los meses de Febrero, Marzo, Julio, Agosto y Diciembre, meses en los que se enmarcan las temporadas altas.

Los bares no cuentan con estrategias de ventas bien estructuradas, ya que se limitan a solo repartir hojas volantes, ofertando algunos de sus productos; de los 35 establecimientos que conforman la oferta , 2 de ellos son los más destacados por su tamaño, nivel de ingresos y su ubicación geográfica.

2.5.2.-LISTADO DE BARES.

TABLA # 5

BARES		
N°	NOMBRE	UBICACIÓN
1	NAGGIBA	MALECON DE LA PLAYA
2	CAIDA DEL SOL	MALECON DE LA PLAYA
3	GUIDOS	MALECON DE LA PLAYA
4	WAIKIKI	MALECON DE LA PLAYA
5	RUM BAR	MALECON DE LA PLAYA
6	ROUTE 66	MALECON DE LA PLAYA
7	PANCHITA	MALECON DE LA PLAYA
8	EL BARQUITO	MALECON DE LA PLAYA
9	POCHITOS	MALECON DE LA PLAYA
10	FERCHOS	MALECON DE LA PLAYA
11	REGGAE NIGHT	MALECON DE LA PLAYA
12	PLANET ATACAMES	MALECON DE LA PLAYA
13	FROZEN	MALECON DE LA PLAYA
14	GEMELOS	MALECON DE LA PLAYA
15	CASA BLANCA	MALECON DE LA PLAYA
16	MOJITOS	MALECON DE LA PLAYA
17	MADERA FINA	MALECON DE LA PLAYA
18	CARMELOS	MALECON DE LA PLAYA
19	JUAN PACHANGA	MALECON DE LA PLAYA
20	RASTA BAR	MALECON DE LA PLAYA
21	HAPPY	MALECON DE LA PLAYA
22	FRIENDS	MALECON DE LA PLAYA
23	COOL	MALECON DE LA PLAYA
24	MERCELOS	MALECON DE LA PLAYA
25	ATACAMES	MALECON DE LA PLAYA
26	HOT ROCK	MALECON DE LA PLAYA
27	D MARIOS	MALECON DE LA PLAYA
28	EL JAVI	MALECON DE LA PLAYA
29	CARLEGUI	MALECON DE LA PLAYA
30	LA ZONA	MALECON DE LA PLAYA
31	WONDERS	MALECON DE LA PLAYA
32	ABUELO	MALECON DE LA PLAYA
33	MIRAMAR	MALECON DE LA PLAYA
34	WASHINTONG	MALECON DE LA PLAYA
35	MANHATAN	MALECON DE LA PLAYA

Elaborado por Autor.

Fuente: Entrevista.

2.5.3.-COMPETENCIA.

Se consideró como competencia los establecimientos que por su tamaño, nivel de ventas, ubicación geográfica, tipos de productos que ofertan, infraestructura y equipamiento tecnológico representa una amenaza potencial para el snack-café-bar, con estas características se identificaron 2 establecimientos que son considerados como los más destacados en el mercado de servicios de bares en la playa de Atacames.

2.5.3.1.-CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES.

Competidor n° 1.

TABLA # 6

CARACTERÍSTICAS DEL COMPETIDOR N° 1	
Tipo de Negocio	Bar: servicio de bar, cuyo giro de negocio es la venta de bebidas alcohólicas como cervezas y cocteles y en menor proporción batidos y frutas.
Nombre del Establecimiento	Naggiba Bar
Nombre del Propietario	Edison Manjarrez
Tamaño	Grande
Ubicación del Establecimiento	Cantón Atacames, parroquia Atacames, malecón de la playa
Infraestructura	Establecimiento de construcción mixta (madera y cemento), muy amplia con dos platas.
Equipamiento Tecnológico	Cuenta con 8 parlantes amplificados, 2 consolas de música, 2 bajos, 2 proyectores, luces robóticas, 2 televisores led y cámara de humo.
Capacidad Instalada	110 personas
Nivel de ventas estimadas	$1300 semanales
Productos más vendidos	Cervezas y Cocteles

Rango de precios	$2,50-$100
Trabajadores	8 personas
Horario de Atención	16:00pm-2:00am
Estrategias de Ventas	Las ventas son al por menor, su forma de pago es en únicamente en efectivo, no dan crédito.

Elaborado Por: Autor.
Fuente: Entrevista.

Competidor n°2.

TABLA # 7.

CARACTERÍSTICAS DEL COMPETIDOR N° 2	
Tipo de Negocio	Bar: servicio de bar, cuyo giro de negocio es la venta de bebidas alcohólicas como cervezas y cocteles y en menor proporción batidos y frutas.
Nombre del Establecimiento	Caída del Sol
Nombre del Propietario	Fabián Loor
Tamaño	Grande
Ubicación del Establecimiento	Cantón Atacames, parroquia Atacames, malecón de la playa
Infraestructura	Establecimiento de construcción mixta (madera y cemento), muy amplia con dos platas.
Equipamiento Tecnológico	Cuenta con 7 parlantes amplificados, 1 consolas de música, 2 bajos, luces robóticas, 1 televisor , luces led
Capacidad Instalada	110 personas
Nivel de ventas estimadas	$1500 semanales

Productos más vendidos	Cervezas y Cocteles
Rango de precios	$2,50-$70
Trabajadores	6 personas
Horario de Atención	14:00pm-2:00am
Estrategias de Ventas	Las ventas son al por menor, pago en efectivo, no dan crédito.

Elaborado por: Autor.
Fuente: Entrevista.

2.5.4.-OFERTA ACTUAL.

La oferta actual se determinó base a la capacidad instalada total de los bares ubicados en la playa de Atacames, tomando como referencia a ciertas características como: de ocupación en temporadas altas y bajas, promedio de la capacidad instalada, días promedio laborados en la semana, número de establecimientos, los meses y semanas de temporada alta y baja.

TABLA # 8

DATOS PARA OBTENER LA OFERTA ACTUAL	
% DE OCUPACIÓN T. ALTAS	80%
% DE OCUPACIÓN T. BAJAS	35%
PROMEDIO DE LA CAPACIDAD INSTALADA EN N° DE PERSONAS	90
DÍAS PROMEDIO LABORADOS EN LA SEMANA	3
N° DE ESTABLECIMIENTOS	35
SEMANAS DE TEMPORADA ALTA(FEBRERO-MARZO-JULIO-AGOSTO-DICIEMBRE)	8
SEMANAS DE TEMPORADA BAJA(ENERO-DICIEMBRE)	40

Fuente: Entrevista.

La oferta Actual del mercado de servicios de bares en la playa de Atacames está dada por la ocupación promedio del mismo, la cual asciende a 192.780 turistas atendidos anualmente.

TABLA # 9

OFERTA ACTUAL	
MESES	OCUPACIÓN MENSUAL EN NÚMERO DE CONSUMIDORES
ENERO	13230
FEBRERO	17482
MARZO	17482
ABRIL	13230
MAYO	13230
JUNIO	13230
JULIO	17482
AGOSTO	30240
SEPTIEMBRE	13230
OCTUBRE	13230
NOVIEMBRE	13230
DICIEMBRE	17482
OCUPACIÓN ANUAL	192780

2.6.-DEMANDA INSATISFECHA.

En los resultados del cálculo de la demanda insatisfecha se puede notar que los establecimientos que brindan el servicio de bar en la playa de Atacames cubren el 89,4% de la demanda real anual; aquí se ve la oportunidad para la implementación del snack-café-bar.

TABLA # 10

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	OFERTA-DEMANDA	%
1	192780	213468	22688	10,6%

Existe una parte de la demanda que no es atendida, la cual representa el 10,6% o 22688 turistas, lo que refleja un mercado potencial con buenas proyecciones de crecimiento, el cual se puede aprovechar.

2.7.-CUOTA DE MERCADO.

Para obtener la cuota de mercado que el proyecto atenderá, se tomó como referencia la capacidad instalada anual estimada del snack-café-bar, partiendo de las características de la oferta.

TABLA # 11

DATOS PARA OBTENER LA CAPACIDAD INSTALADA	
% DE OCUPACIÓN T. ALTAS	80%
% DE OCUPACIÓN T. BAJAS	35%
PROMEDIO DE LA CAPACIDAD INSTALADA EN N° DE PERSONAS	90
DÍAS PROMEDIO LABORADOS EN LA SEMANA	3
N° DE ESTABLECIMIENTOS	1
SEMANAS DE TEMPORADA ALTA(FEBRERO-MARZO-JULIO-AGOSTO-DICIEMBRE)	8
SEMANAS DE TEMPORADA BAJA(ENERO-DICIEMBRE)	40

Fuente: Entrevista.

De los 22.688 turistas que representan la demanda insatisfecha del mercado, se atenderá a 5510 o 24,3%, como cuota de mercado.

TABLA # 12

CAPACIDAD UTILIZADA ANUAL	
MESES	OCUPACIÓN MENSUAL EN NÚMERO DE CONSUMIDORES
ENERO	378
FEBRERO	500
MARZO	500
ABRIL	378
MAYO	378
JUNIO	378
JULIO	500
AGOSTO	864
SEPTIEMBRE	378
OCTUBRE	378
NOVIEMBRE	378
DICIEMBRE	500
OCUPACIÓN ANUAL	5510

2.8.-PROYECCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO.

Para proyectar la demanda que va atender el snack-café-bar, se aplicó el método de estimación de tendencia respecto a una población, teniendo como referencia el porcentaje de crecimiento de la población turística que visita el cantón Atacames, según el análisis de turismo interno del Consejo Provincial de Esmeraldas.

TABLA # 13

DATOS PARA DETERMINAR LA PROYECCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO	
CUOTA DE MERCADO	5510
PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN TURÍSTICA	3,40%
VIDA ÚTIL DEL PROYECTO	10 AÑOS

TABLA # 14

CUOTA DE MERCADO PROYECTADA	
AÑO	N° DE CONSUMIDORES
1	5510
2	5697
3	5891
4	6091
5	6298
6	6513
7	6734
8	6963
9	7200
10	7445

2.9.-PROYECCIÓN DE VENTAS.

Aquí se determina la proyección de venta mensual estimada, de los principales productos ofertados por snack-café-bar, en función de la experiencia del autor, gustos y preferencias de los posibles clientes en concordancia con la información arrojada por la investigación de campo.

TABLA # 14

PROYECCIÓN DE VENTAS MENSUALES													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
SERVICIO DE CAFETERÍA													
CAPPUCCINO	308	440	440	308	308	308	440	484	308	308	308	440	4400
CAFÉ EXPRESO	300	430	430	300	300	300	430	580	300	300	300	430	4400
TE	158	203	203	158	158	158	203	332	158	158	158	203	2250
SERVICIO DE SNACK													
HAMBURGUESAS	715	920	920	715	715	715	920	1535	715	715	715	920	10220
HOT-DOGS	307	395	395	307	307	307	395	661	307	307	307	395	4390
SANDUCHE FRIO	132	170	170	132	132	132	170	286	132	132	132	170	1890
SERVICIO DE BAR													
COCTEL	356	460	460	356	356	356	460	758	356	356	356	460	5090
JUGOS	245	315	315	245	245	245	315	535	245	245	245	315	3510
BATIDOS	305	395	395	305	305	305	395	675	305	305	305	395	4390
CERVEZAS	1010	1445	1445	1010	1010	1010	1445	1720	1010	1010	1010	1445	14570

2.9.1.-PROYECCIÓN VENTAS ANUALES.

TABLA # 15

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES										
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
SERVICIO DE CAFETERÍA										
CAPPUCCINO	4400	4550	4704	4864	5030	5201	5377	5560	5749	5945
CAFÉ EXPRESO	4400	4550	4704	4864	5030	5201	5377	5560	5749	5945
TE	2250	2327	2406	2487	2572	2659	2750	2843	2940	3040
SERVICIO DE SNACK										
HAMBURGUESAS	10220	10567	10927	11298	11682	12080	12490	12915	13354	13808
HOT-DOGS	4390	4539	4694	4853	5018	5189	5365	5548	5736	5931
SANDUCHE FRIO	1890	1954	2021	2089	2160	2234	2310	2388	2470	2554
SERVICIO DE BAR										
COCTEL	5090	5263	5442	5627	5818	6016	6221	6432	6651	6877
JUGOS	3510	3629	3753	3880	4012	4149	4290	4436	4586	4742
BATIDOS	4390	4539	4694	4853	5018	5189	5365	5548	5736	5931
CERVEZAS	14570	15065	15578	16107	16655	17221	17807	18412	19038	19685

El presente cuadro muestra las ventas estimadas anuales de los productos ofertados por el snack-café-bar con iguales características de la proyección de ventas mensuales.

2.10.-POLITICAS DEL PRODUCTO.

Para mantener un buen servicio en el snack-café-bar, es primordial mantener productos con los más altos niveles de calidad, para ello se han establecidos las siguientes políticas de producto.

- Los productos ofertados en el snack-café-bar deben cumplir con las siguientes condiciones:

1. Estética.-Los productos deben guardar un impacto visual que satisfaga el deseo de los clientes.

2. Sencillez.- Todos los productos del establecimiento deben tener facilidad en su elaboración, aquí se aplica la frase "menos es más"

3. Garantía.- Los implementos y materia prima utilizada para la elaboración de los productos deben estar normados por el INEN.

4. Normalización (componentes)

5. Eficiencia.- Para elaborar los productos se debe optimizar al máximo los recursos utilizados

6. Economía.- Los precios deben tener razonabilidad económica.

7. Calidad prevista.- en la presentación, elaboración y la materia prima.

8.-Higiene.- en la elaboración y el tratamiento de los productos.

- Cumplir con los controles que realiza el Ministerio de Salud como lo indica la Ley Orgánica de Salud en el Art. 6: "queda como responsabilidad del Ministerio de Salud Pública: regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados, medicamentos y otros productos para uso y consumo humano".

2.10.1.-PRODUCTOS.

TABLA # 16

PRODUCTO	PROTEÍNAS	CALORÍAS	GRASAS	CARBOHIDRATOS
✓ HAMBURGUESA	✓ 14,1g	✓ 360Kcal	✓ 20,56g	✓ 29,5g
✓ HOT-DOG.	✓ 7,22g.	✓ 175Kcal	✓ 14,89g	✓ 2,54g
✓ SANDUCHES.	✓ 21 g.	✓ 339Kcal	✓ 15g	✓ 33g
✓ CAPPUCCINO.	✓ 4.08g.	✓ 74Kcal.	✓ 3,98g	✓ 5,81g
✓ CAFÉ	✓ 0,59g.	✓ 66Kcal.	✓ 1,9g	✓ 12.23g
✓ TÉ	✓ 0,02g.	✓ 47Kcal.	✓ 0g	✓ 12,51g
✓ COCTEL.	✓ 0,58g.	✓ 230Kcal	✓ 2,54g	✓ 29,65g
✓ JUGO.	✓ 1,74g.	✓ 112Kcal	✓ 0,5g	✓ 25,79g
✓ BATIDOS.	✓ 9,03g.	✓ 382Kcal	✓ 13,84g	✓ 56,91g
✓ CERVEZA.	✓ 1,66g.	✓ 155Kcal.	✓ 0g	✓ 12,78g

Fuente: Fatsecret.

2.11.-POLÍTICA DE PRECIOS.

Para mantener precios competitivos se han establecido las siguientes políticas:

- ❖ Para determinar los precios de los productos a ofertar, se tomara como primera referencia los precios de la competencia.
- ❖ Se aplicaran precios diferenciados dependiendo las temporadas, en determinados productos, siempre y cuando no excedan los precios de la competencia.
- ❖ El precio de los productos estarán expresados en dólares americanos.
- ❖ Cuando el cliente elija la opción de pago con tarjeta, no se aceptaran pagos diferidos.

2.11.1.-PRECIOS DE VENTA.

TABLA # 17.

PRECIOS DE VENTA		
PRODUCTO	PRECIO	
HAMBURGUESA	$	2,60
HOT-DOG	$	2,00
SANDUCHE	$	1,95
CAPPUCCINO	$	1,15
CAFÉ	$	0,75
TE	$	0,35
COCTEL	$	6,50
JUGO	$	1,45
BATIDO	$	1,30
CERVEZA	$	1,50

2.12.-PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

2.12.1.-PROMOCIÓN.

La empresa llevara a cabo las siguientes estrategias de promoción:

- “Happy Hour”, Dos cocteles por el precio de uno de 6pm-8pm.

- Realización de combos con precios cómodos y asequibles.
- Descuentos especiales para grupos mayores a 10 personas, se aplicaran descuentos desde 5 al 10%, todo el año.
- Se ofertaran membrecías de 6 a 12 meses, por un valor determinado, en la que incluye consumo, reservaciones, precios y descuentos especiales.
- Se obsequiaran incentivos, con la marca de la empresa, como vasos y recuerdos.
- Se realizarán Eventos especiales en temporada, como concursos y música en vivo.
- Se aceptará todas las promociones de la competencia, con las debidas restricciones en cuantos horarios y montos.

2.12.2.- PUBLICIDAD.

Para promocionar la el snack-café-bar se usaran los siguientes recursos:

- ✓ **Internet.**

- Se crearán enlaces web corporativos de las empresas en las distintas redes sociales.
- Se publicitará la marca a través de banners.
- Se crearán cuentas de la empresa en las principales redes sociales (Facebook-twitter).

- ✓ **Tarjetas de presentación.**

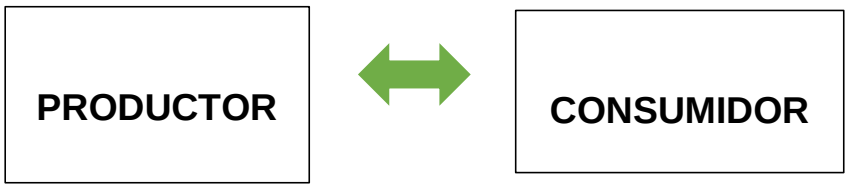
Se entregará a los futuros clientes tarjetas de presentación que contendrá la información básica de la empresa, como teléfono, horarios y croquis de ubicación.

- ✓ **Hojas Volantes.**

Se entregaran hojas volantes que contendrá información sobre las distintas promociones y productos que oferta la empresa.

2.12.3.-CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

La empresa realiza la distribución de su servicio de manera directa, ya que elabora y oferta sus productos para el consumidor final.



2.12.4.-FORMAS DE PAGO.

- ✓ Efectivo.
- ✓ Con tarjeta de débito y crédito.
- ✓ Con cheques certificados.
- ✓ Pago con dinero Electrónico.

2.13.-PROVEEDORES.

TABLA # 18

PROVEEDORES			
EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCIÓN	CONTACTO
Supermercado gran AKI	Materia Prima y Productos de Limpieza	Esmeraldas-Pedro Vicente Maldonado y Manabi-cc.Multiplaza	062710323
La Ganga	Electrodoméstico	Atacames-Principal y Rafael Palacios,	062731453
Todohogar	Electrodomésticos, enseres y equipos de oficina	Esmeraldas-Pedro Vicente Maldonado y Manabi-cc.Multiplaza	062711035
Supercentro ferretero KIWI	Equipos eléctricos y muebles	Esmeraldas-Pedro Vicente Maldonado y Manabi-cc.Multiplaza	062710658
Importadora Castro	Equipos de sonido y ambientación	Esmeraldas-Av. Simón Bolívar y Manuela Cañizares.	062712076
Frutería la Quevedeña	Materia Prima(frutas)	Atacames-vía principal a Muisne.	0987678524

CAPITULO III.

3.-ESTUDIO TÉCNICO.

3.1.-LOCALIZACIÓN.

El snack-café. Bar, estará ubicado en el cantón Atacames, parroquia del mismo nombre, en el sector de la playa, en la parte céntrica del malecón escénico.

GRÁFICO # 1

Fuente: Google map.

3.2.-TAMAÑO.

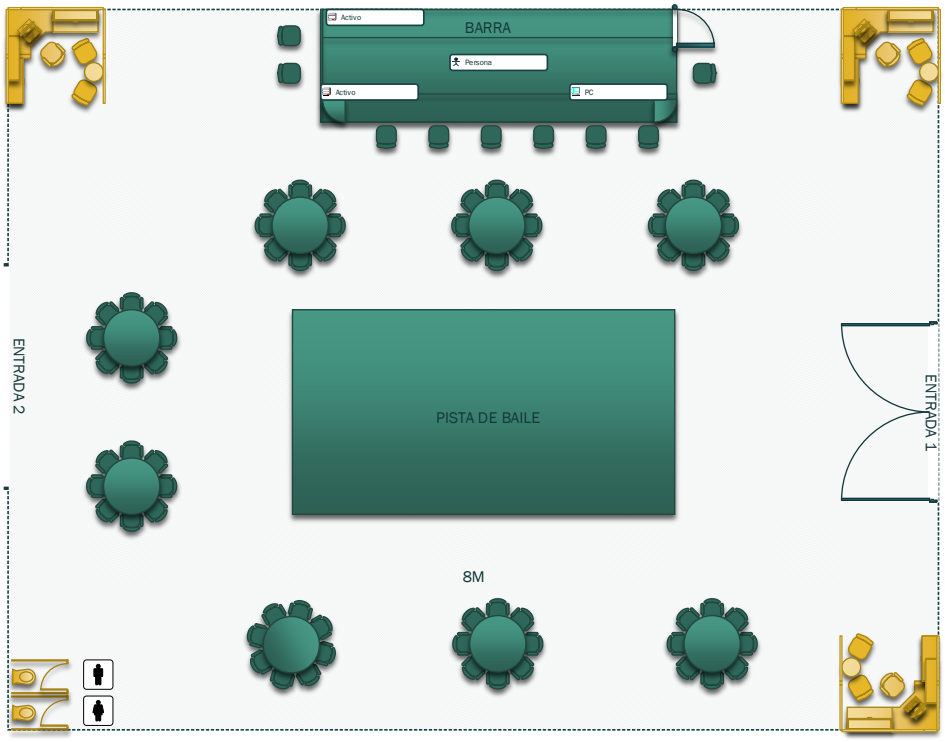
Considerando las dimensiones de otros establecimientos con similares característica, el snack-café-bar es un local relativamente mediano.

3.3.-DIMENSIONES.

Las dimensiones del local son: 8m de profundidad, 6m de ancho, dando un total 48 metros cuadrados de superficie.

3.4.-DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN.

GRAFICO # 2



3.5.-HORARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

Para atender a sus clientes de una mejor manera el snack-café-bar, tiene el siguiente horario regular:

TABLA # 19

Jueves	Viernes y Sábados
14:00 pm-12:00 pm	16:00 pm - 2:00 am

El presente horario es un horario regular, que se respetara en la medida que sea posible, ya que por temporadas y ocasiones especiales tendrá ligeros cambios en el establecimiento de días y horas, respetando siempre las disposiciones legales del caso.

3.6.-REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.

TABLA # 19

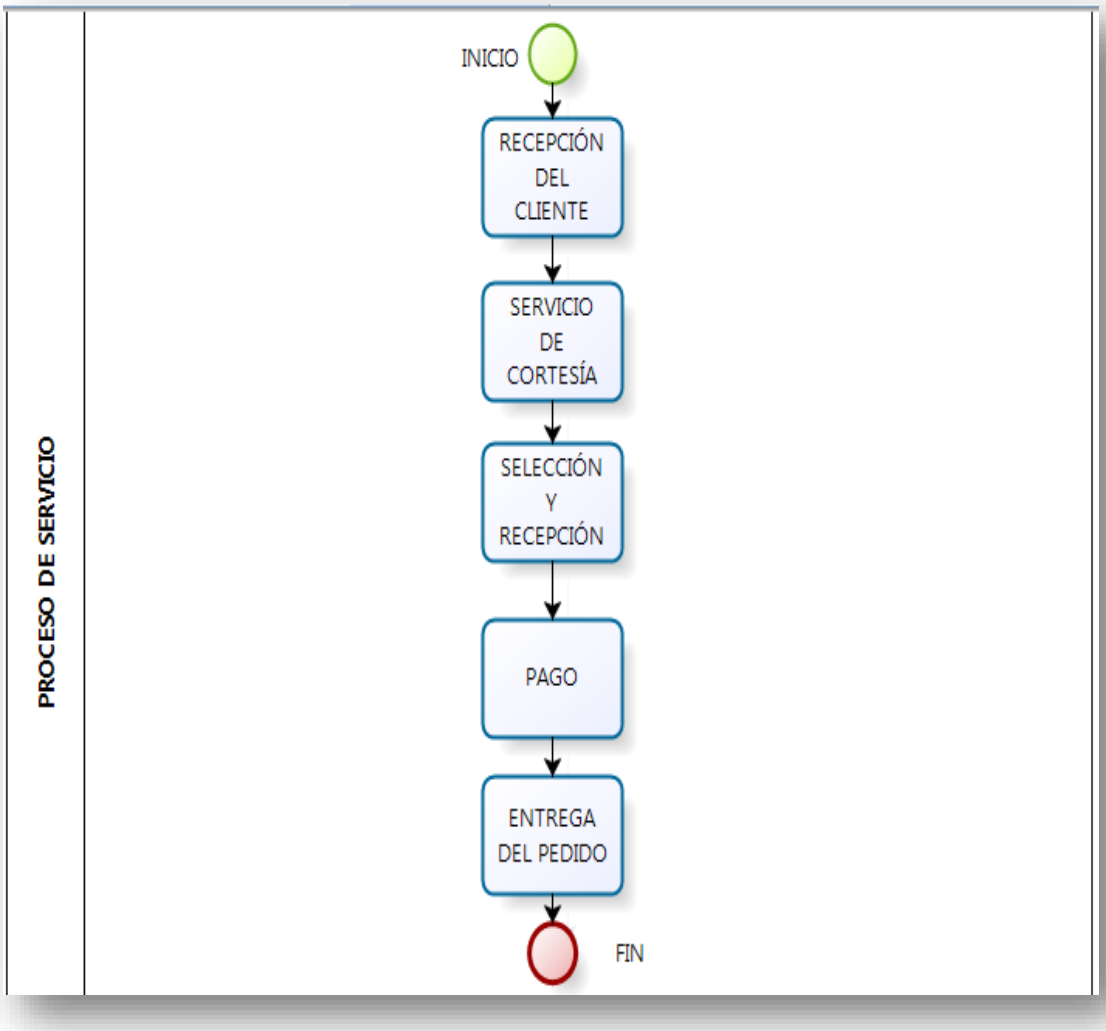
REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO		
DETALLE	TOTAL	
LÍNEA BLANCA	$	6.977,89
CRISTALERÍA	$	204,88
UTENSILIOS DE COCINA	$	197,45
ENSERES DE COCINA	$	374,70
UTENSILIOS DE BAR	$	40,59
MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA	$	6.280,60
EQUIPOS DE OFICINA	$	419,98
EQUIPOS INFORMÁTICOS	$	1.699,98
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	$	1.699,98
EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO	$	1.532,00
RÓTULO PUBLICITARIO	$	250,00

3.7.-PROCESOS.

Comprenden los procesos principales que cumple la empresa.

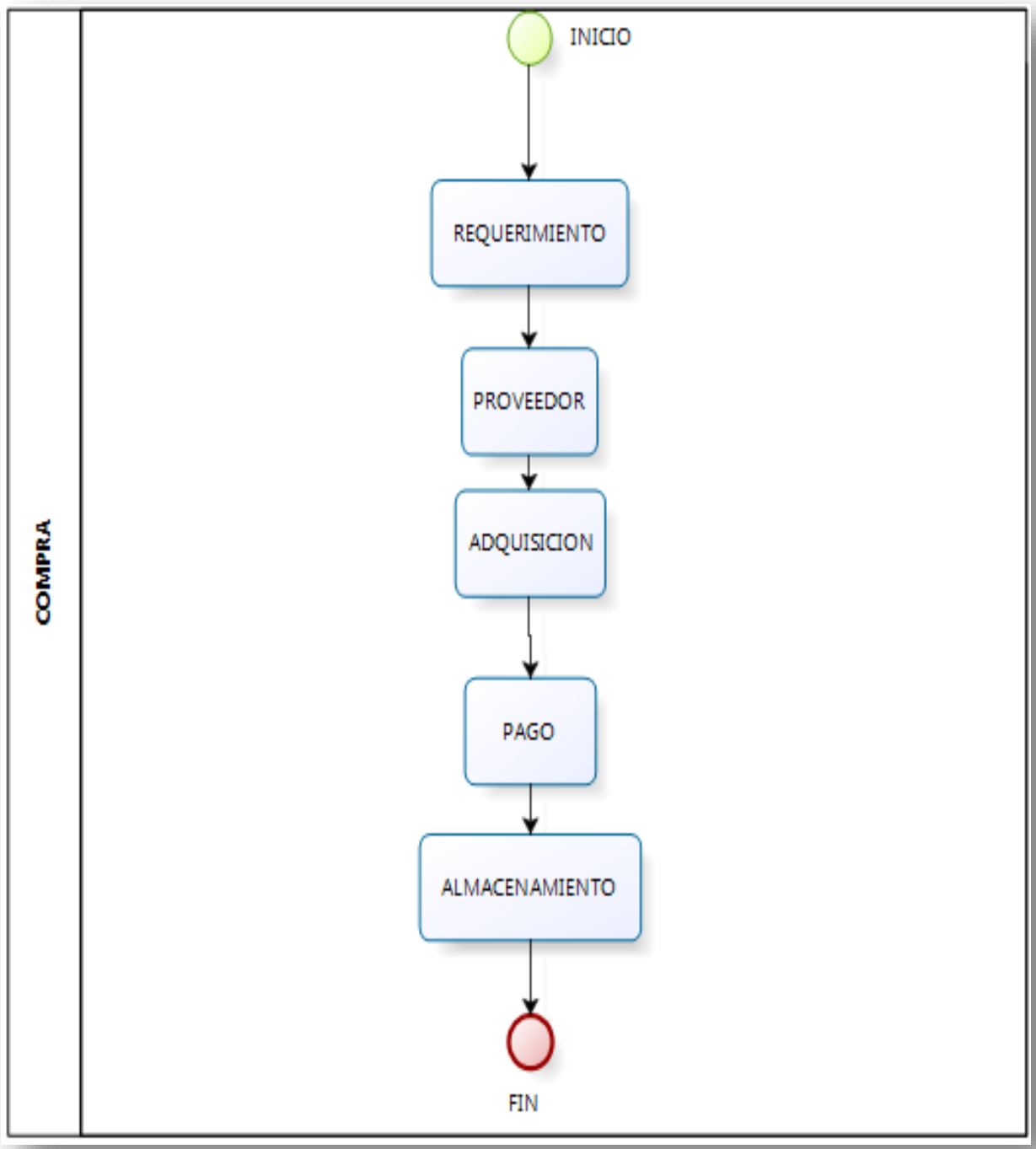
3.7.1.-PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

GRAFICO # 2



3.7.2.-PROCESO DE COMPRA DE MATERIA PRIMA.

GRÁFICO # 3



3.8.-ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

3.8.1.-NOMBRE DE LA EMPRESA.

El proyecto tiene como denominación "**IBISA"-SNACK-CAFÉ-BAR.**

3.8.2.-SLOGAN.

La empresa tiene como eslogan "**TU DIVERSIÓN NUNCA FUE TAN COMPLETA**", esta frase representa la esencia del negocio, como es darle al cliente diferentes opciones para una buena diversión, con un servicio de calidad.

3.8.3.- LOGOTIPO.

GRÁFICO # 4

3.8.4.-MISIÓN.

IBISA es una empresa pionera en integración de los servicios de snack-café-bar en la playa de Atacames, busca la satisfacción total de sus clientes, prestando un servicio de calidad con calidez, en un ambiente seguro, con productos de calidad a costos razonable, trabajando por y para para el desarrollo sostenido de la actividad turística del Cantón Atacames.

3.8.5.-VISIÓN.

IBISA será la empresa líder en la prestación de servicios de bar en la playa de Atacames, con una marca de empresa posesionada en el mercado, reconocida por su innovación y responsabilidad social y ambiental.

3.8.6.-OBJETIVOS.

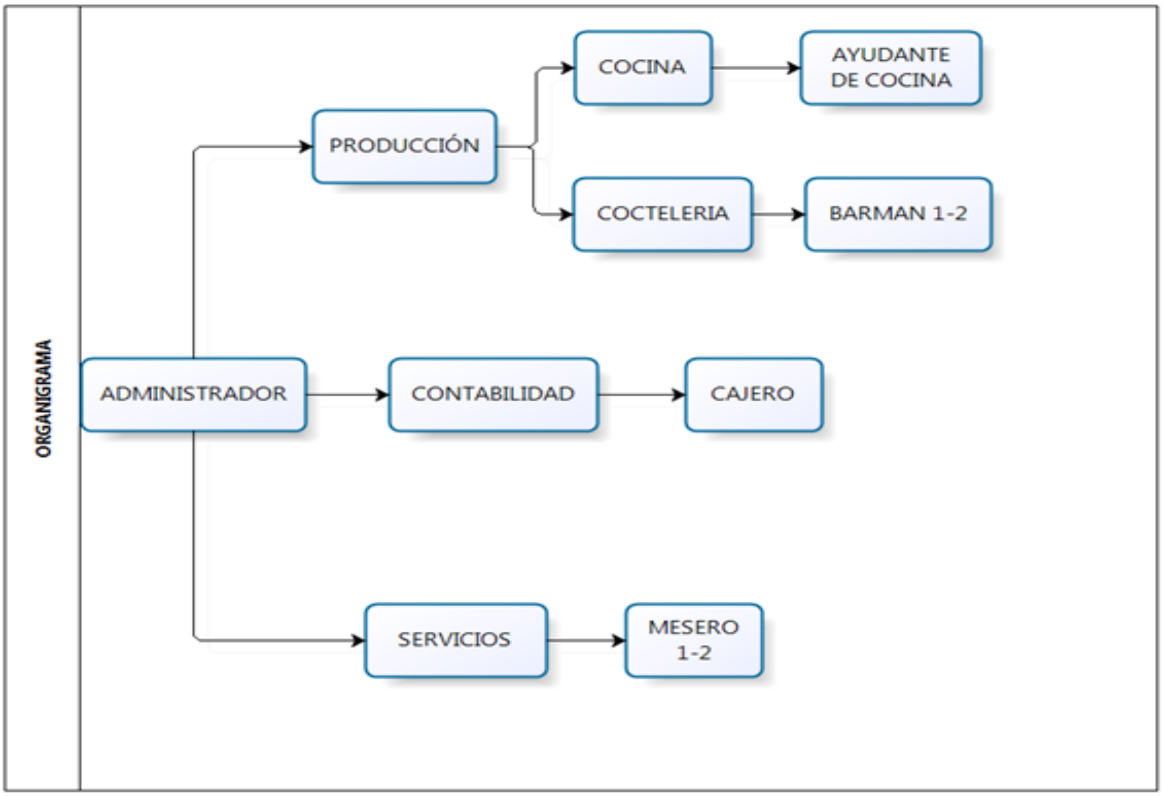
- ✓ Diseñar una imagen corporativa con una visión social y ambientalmente responsable.
- ✓ Brindar un servicio de calidad donde el cliente sea el eje principal del desarrollo de la empresa.
- ✓ Diseñar herramientas y estrategias que permitan a la empresa mantenerse en el mercado de servicios turística en la playa de Atacames.
- ✓ Crear una marca empresarial distinguida por su innovación que brinde seguridad y confianza.

3.8.7.-ACTIVIDAD.

La empresa se dedicara a la prestación de manera integrada de los servicios de snack-café y bar, en dos ambientes agradables, confortables y seguros, ofertando una variedad de productos que satisfagan los gusto y necesidades de todos sus clientes con servicios complementarios e innovadores que aportaran al deleite de los mismos.

3.8.8.-ORGANIGRAMA FUNCIONAL.

GRÁFICO # 5



3.8.9.-DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO HUMANO.

Para iniciar las actividades del snack-café-bar, se ha considerado un requerimiento de un grupo humano conformado por 7 personas.

En el siguiente grafico se detalla los cargos de las personas que conforman el grupo humano requerido para el inicio de las operaciones del snack-café-bar.

TABLA # 20

ÁREA	CARGO	N°
ADMINISTRATIVO	ADMINISTRADOR	1
CONTABILIDAD	CAJERA	1
SERVICIO	MESEROS	2
PRODUCCIÓN	BARMAN	2
PRODUCCIÓN	AYUDANTE DE COCINA	1

3.8.10.-DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.

Aquí se detallan los requisitos y funciones de los principales cargos de la empresa.

ADMINISTRADOR
Las competencias de este cargo esta dirigir y guiar el proceso administrativo de la empresa, manteniendo un buen ambiente laboral, optimizando los recursos de la misma, permitiendo así alcanzar las metas y objetivos trazados.

PERFIL	**FUNCIONES**
• Profesional con título de tercer nivel, en carreras administrativas o afines. • Sin experiencia laboral. • Dinámico, responsable y honesto. • Conocimiento de herramientas informáticas. • Conocimiento basto en contabilidad, tributación y laboral. • Edad entre 23 y 30 años. • Trabajo bajo presión y en horarios nocturnos	• Dirige, gestiona y controla todas las actividades de la empresa. • Encargado de las adquisiciones. • Planifica las tareas operativas. • Decisor en la toma de decisiones. Encargado de gestionar la parte financiera de la empresa.

CAJERA.
Persona que realiza los cobros de los servicios de empresa y emite los distintos comprobantes de venta válidos.

PERFIL	FUNCIONES
• Bachiller en contabilidad. • Sin experiencia laboral. • Dinámico, responsable y honesto. • Conocimiento de herramientas informáticas. • Edad entre 23 y 27 años • Trabajo bajo presión y en horarios nocturnos	• Gestiona los cobros por concepto de venta de la empresa. • Emite, clasifica y ordena los distintos comprobantes de venta de la empresa. • Emite informes de ventas diarias al administrador.

MESERO
Persona que se preocupa de la atención integral de los clientes

PERFIL	FUNCIONES
• Bachiller en Turismo • Sin experiencia laboral. • Dinámico, responsable y honesto. • Conocimiento en el área • Edad entre 20 y 27 años • Trabajo bajo presión y en horarios nocturnos	• Recibe el cliente. • Atiende y recepta los pedidos. • Sirve a la mesa. • Ayuda en las labores de limpieza • Ayuda al cierre y la apertura del local

BARMAN
Persona que prepara y diseña los productos ofertados en el servicio de bar y cafetería.

PERFIL	FUNCIONES
• Bachiller en Turismo preferencialmente • Sin experiencia laboral. • Dinámico, responsable y honesto. • Edad entre 20 y 35 años. • Conocimiento amplio en el área. • Trabajo bajo presión y en horarios nocturnos	• Preparar cocteles, jugos, batidos, etc. • Prepara las variedades de café. • Diseña las decoraciones de los productos. • Ayuda en la limpieza del local. • Ayuda en el cierre y la apertura del local. • Realiza requerimientos de materia prima.

AYUDANTE DE COCINA
Persona se encarga de preparar los productos ofertados en el servicio de snack.

PERFIL	FUNCIONES
• Bachiller en Turismo preferencialmente • Sin experiencia laboral. • Dinámico, responsable y honesto. • Edad entre 20 y 35 años. • Conocimiento amplio en el área. • Trabajo bajo presión y en horarios nocturnos	• Prepara las comidas rápidas. • Diseña las presentaciones de los productos. • Ayuda en la limpieza del local. • Ayuda en el cierre y la apertura del local. • Realiza requerimientos de materia prima.

3.8.11.-SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN.

Para la contratación inicial de los trabajadores la empresa aplicará la modalidad de contrato a prueba, dentro de los parámetros establecidos en el código de trabajo vigente.

Dentro del proceso de contratación del personal se escogerán a los trabajadores que demuestren responsabilidad, eficiencia y honestidad y se les extenderá el contrato bajo la modalidad de contrato por tarea y por temporada en las condiciones que estipule la ley.

3.9.-ASPECTOS LEGALES.

3.9.1.-FORMA JURÍDICA.

Para iniciar sus actividades, la empresa IBISA será constituida legalmente como microempresa con personería natural, para lo cual debe cumplir los siguientes requisitos y obligaciones inherentes a la actividad:

3.9.2.-RUC.

- ✓ Presentar el Original y entregar una copia de la cédula de ciudadanía
- ✓ Presentar el certificado de votación vigente.
- ✓ Presentar Original y entregar copia de cualquiera (solo uno) de los siguientes documentos que certifique la dirección fiscal donde se realizara la actividad económica: Planilla de agua, teléfono o luz de los últimos tres meses; estado de cuenta bancaria, tarjeta de crédito o celular de los últimos tres meses o contrato de arrendamiento.

3.9.3.-PATENTE MUNICIPAL.

- ✓ Registro Único de Contribuyente (RUC) actualizado.
- ✓ Obtener el formulario para la Patente en la Jefatura de Rentas y llenarlo a máquina o con letra imprenta legible.
- ✓ Copia a colores de la cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente.
- ✓ Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos actualizado, en caso de ser necesario.
- ✓ Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio.
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio.
- ✓ Informe de Inspección otorgado por la Unidad de Gestión Ambiental si el caso amerita.

3.9.4.-PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS.

- ✓ Inspección del establecimiento.
- ✓ Copia de cédula de identidad.
- ✓ Copia del certificado de votación vigente.
- ✓ Permiso de funcionamiento.
- ✓ Valor del permiso $40 dólares.
- ✓ Extintor de fuego de 4kg.

3.9.5.-PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE HIGIENE ARCSA.

- ✓ Descargar de la página web del Ministerio de Salud Pública www.salud.gob.ec en el link ARCSA los formularios para solicitar el permiso de funcionamiento: Formulario No. PF-ARCSA-2013-001: solicitud de permiso de funcionamiento (archivo en Word o ODT) Formulario No. PF-ARCSA-2013-002: matriz para base de datos

(archivo en Excel).Formulario No. PF-ARCSA-2013-003: datos para la factura (archivo en Word u ODT).

- ✓ Llenar los tres formularios de solicitud, y enviar un correo electrónico a la dirección: permisosdefuncionamiento@msp.gob.ec con el asunto "Número de registro único de contribuyentes RUC – nombre del establecimiento – Zona a la que pertenece".
- ✓ La revisión documental se realizará en un plazo de 72 horas desde la fecha de recepción de la respectiva documentación por parte de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria.
- ✓ Posteriormente, una vez aprobada la solicitud de permiso de funcionamiento y sus anexos se remitirá vía correo electrónico la orden de pago; y, una vez cancelado el valor el técnico correspondiente enviará el permiso de funcionamiento al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos para la firma electrónica del documento.
- ✓ El Certificado de Permiso de Funcionamiento será enviado vía correo electrónico al usuario solicitante.

3.9.6.-REGISTRO DE LA MARCA INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

Para realizar el registro de marca en el órgano competente, primero se debe hacer la búsqueda de la fonética del nombre de la empresa.

1.-) Requisitos para la búsqueda de la fonética.

- ✓ Copia de cédula de identidad.
- ✓ Copia de papeleta de votación vigente.
- ✓ Depósito de $16 dólares.
- ✓ Pago de $10 dólares por el formulario.

2.-) Requisitos para el registro de la marca.

- ✓ Copia de cédula de identidad.
- ✓ Copia de certificado de votación.

- ✓ Copia del Ruc del establecimiento.
- ✓ Depósito $116 dólares.
- ✓ Pago de $10 por el formulario.
- ✓ 7 copias del logotipo tamaño 5x5mm.

3.9.7.-REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL REGISTRO DE SERVICIOS TURÍSTICOS-ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL MINISTERIO DE TURISMO.

- ✓ Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- ✓ Copia de la cédula de identidad
- ✓ Copia de la última papeleta de votación.
- ✓ Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.
- ✓ Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- ✓ Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- ✓ Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- ✓ (Formulario del Ministerio de Turismo)
- ✓ Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- ✓ Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

3.9.8.-PERMISO DE REPRODUCCIÓN MUSICAL SAYCE (SOCIEDAD GENERAL DE AUTORES Y COMPOSITORES)

Sector diversión y entretenimiento.

- ✓ Discotecas, Bares y Afines.
- ✓ Por difusión pública de obras administradas por SAYCE, pagarán anualmente de acuerdo al siguiente detalle, pago que no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39.
- ✓ Capacidad de 1 a 100 personas, el equivalente a un Salario Básico Unificado más iva

CAPITULO IV.

4.-ESTUDIO FINANCIERO.

4.1.-INVERSIÒN INICIAL.

La puesta en marcha del proyecto requiere una inversión inicial de $ 40902,78 dólares, la misma que está compuesta por una inversión fija que asciende a un total de 19789,36, un rubro de 2% del total de la inversión inicial destinado a imprevistos y por un capital de trabajo de $ 20311,4 provisionado a 3 meses, ya que se espera que a partir del cuarto mes la empresa espera posesionarse y poder cumplir con este rubro con flujos de efectivos propios, generados en la misma.

INVERSIÓN INICIAL			
DESCRIPCIÓN			TOTAL
INVERSIÓN FIJA			
LÍNEA BLANCA			$ 6.977,89
MUEBLES Y ENSERES			$ 6.280,60
EQUIPOS DE OFICINA			$ 419,98
EQUIPOS INFORMÁTICOS			$ 1.699,98
EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO			$ 1.532,00
AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN			$ 2.000,00
ROTULO PUBLICITARIO			$ 250,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			$ 628,91
TOTAL DE LA INVERSIÓN FIJA			$ 19.789,36
CAPITAL DE TRABAJO			
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	3	$ 82,18	$ 246,53
SUMINISTRO DE OFICINA	3	$ 50,98	$ 152,95
SERVICIO DE INTERNET	3	$ 27,98	$ 83,94
SERVICIOS BÁSICOS	3	$ 57,40	$ 172,20
PUBLICIDAD	3	$ 305,00	$ 915,00
ENSERES DE COCINA	ANUAL	$ 374,70	$ 374,70
UTENSILIOS DE COCINA	ANUAL	$ 197,45	$ 197,45
UTENSILIOS DE BAR	ANUAL	$ 40,59	$ 40,59
CRISTALERÍA	ANUAL	$ 204,88	$ 204,88
UNIFORMES	ANUAL	$ 267,00	$ 267,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	ANUAL	$ 540,80	$ 540,80
MATERIA PRIMA	3	$ 3.229,40	$ 9.688,20
MERCADERÍA	3	$ 110,41	$ 331,24
REMUNERACIONES	3	$ 1.942,22	$ 5.826,65
GASTOS DE ALQUILER	3	$ 500,00	$ 1.500,00
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO			$ 20.542,13
SUBTOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL			$ 40.331,49
IMPREVISTOS		2%	$ 806,63
INVERSIÓN INICIAL TOTAL			$ 41.138,12

4.2.-FINANCIAMIENTO.

Partiendo de la constitución del proyecto como personal natural, el mismo se financia con aporte propio que representa el 12,22%, el mismo que está compuesto por las aportaciones de una sola persona y el 87,78% de diferencia con un préstamo al Banco Nacional del Fomento, a través de un convenio con el Ministerio de turismos, a una tasa de 10% anual, a 5 años plazo.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y COSTO DE CAPITAL					
INVERSIÓN INICIAL	**APORTE**	**% APORTE**	**TASAS REFERENCIALES**		**COSTO DE CAPITAL**
APORTE PROPIO	5000	12,22%	T. PASIVA	6,22%	0,76%
APORTE AJENO	35902,78	87,78%	T. ACTIVA	10,00%	8,78%
INVERSIÓN INICIAL	**40902,78**	**100,00%**			**9,54%**

4.3.-BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA.

IVISA					
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA EXPRESADO EN DÓLARES AL 01 DE ENERO. 20XX					
ACTIVOS			**PATRIMONIO**		**$ 5.000,00**
ACTIVOS NO CORRIENTES		**$ 19.789,36**	APORTE SOCIAL	$ 5.000,00	
TANGIBLES					
MUEBLES Y ENSERES	$ 6.280,60		**PASIVOS**		**$ 36.961,62**
EQUIPOS DE OFICINA	$ 419,98		**PASIVOS O CORRIENTES**	**$ 30.963,93**	
LÍNEA BLANCA	$ 6.977,89		PRÉSTAMO BANCARIO L/P	$ 30.963,93	
EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO	$ 1.532,00				
AMBIENTACIÒN Y ADECUACIÒN	$ 2.000,00		**PASIVOS CORRIENTES**	**$ 5.997,69**	
EQUIPOS INFORMATICOS	$ 1.699,98		PRÉSTAMO BANCARIO C/P	$ 5.997,69	
OTROS ACTIVOS	$ 250,00				
INTAGIBLES					
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	$ 628,91				
ACTIVOS CORRIENTES		**$ 22.172,26**			
BANCO	$ 22.172,26				
TOTAL ACTIVO		**$ 41.961,62**	**TOATL P+P**		**$ 41.961,62**

4.4.-PROYECCIÓN DE GASTOS.

Aquí se presenta el resumen los principales gastos operativos, en los que la empresa va incurrir el primer año de operación, los mismos que asciende a un total anual de $ 53268,93 dólares.

PROYECCIÓN DE GASTOS O PRONOSTICO DE GASTO		
DETALLE	**MENSUAL**	**ANUAL**
GASTO DE SUELDO		
***SUELDOS**	$ 1.254,09	$ 15.049,09
***IESS PATRONAL**	$ 152,37	$ 1.828,46
***13° SUELDO**	$ 104,51	$ 1.254,09
***14° SUELDO**	$ 113,33	$ 1.360,00
***VACACIONES**	$ 52,25	$ 627,05
PROVISIÓN POR LIQUIDACIÓN	$ 313,52	$ 3.762,27
***FONDOS DE RESERVA**	$ 104,51	$ 1.254,09
ARRIENDO	$ 500,00	$ 6.000,00
SERVICIOS BÁSICOS	$ 57,40	$ 688,80
SERVICIO DE INTERNET	$ 27,98	$ 335,76
SUMINISTRO DE OFICINA	$ 50,98	$ 611,80
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	$ 82,18	$ 986,12
ENSERES DE COCINA		$ 374,70
UTENSILIOS DE COCINA		$ 197,45
UTENSILIOS DE BAR		$ 40,59
CRISTALERÍA		$ 204,88
GASTOS DE PUBLICIDAD	$ 305,00	$ 3.660,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	$ 540,80	$ 3.244,80
HONORARIOS PROFESIONALES	$ 400,00	$ 2.400,00
UNIFORMES		$ 267,00
GASTO DE MANTENIMIENTO		$ 400,00
GASTO DE DEPRECIACIÓN	$ 236,29	$ 2.835,50
GASTO DE INTERÉS	$ 279,16	$ 3.349,87
SUBTOTAL	$ 4.574,37	$ 50.732,32
OTROS GASTOS (5% TOTAL DE GASTOS)	$ 211,38	$ 2.536,62
TOTAL	$ 4.785,76	$ 53.268,93

4.5.-CRONOGRAMA DE INVERSIONES.

Detalle de los tiempos en los que se realizarán las distintas inversiones y adquisiciones, así como también las fuentes del financiamiento, en función del desgaste y depreciación total de varios activos cuya vida útil es menor a la del proyecto.

CRONOGRAMA DE INVERSIONES										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FUENTES										
Aportación de Capital	5.000,00									
Financiamiento BNF	35.902,78									
TOTAL	40.902,78									
INVERSIONES										
LÍNEA BLANCA	6.977,89				7.187,23					
EQUIPOS DE OFICINA	419,98									
EQUIPOS INFORMÁTICOS	1.532,00		1.750,98			1750,98			1750,98	
MUEBLES ENSERES	6.280,60									
AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN	2.000,00									
EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO	1.532,00									
OTROS ACTIVOS	250,00				257,5					
Gastos de Constitución	628,91									
Capital de Trabajo (3 meses)	21.113,42									

4.6.-RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS.

La siguiente tabla muestra el resumen depreciaciones anuales de los activos de la empresa, calculadas aplicando el método de línea recta, sin valor residual, tomando en consideración el uso y deterioro inherente a la actividad y la ubicación geográfica del proyecto.

RESUMEN DE DEPRECIACIONES				
ACTIVOS	COSTO	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE RESCATE
LÍNEA BLANCA	$ 6.977,89	5	$ 1.395,58	-
MUEBLES Y ENSERES	$ 6.280,60	10	$ 628,06	-
EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO	$ 1.532,00	10	$ 153,20	-
EQUIPOS DE OFICINA	$ 419,98	10	$ 42,00	-
EQUIPOS INFORMÁTICOS	$ 1.699,98	3	$ 566,66	$ 1.167,32
OTROS ACTIVOS	$ 250,00	5	$ 50,00	-

4.7.-ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

4.7.1.-ESTADOS DE RESULTADOS.

Aquí se muestran el flujo de ingresos y egresos operativos del primer año de operación del proyecto, representados en ingresos, costos, gastos y demás deducciones de ley.

ESTADO DE RESULTADO			
EMPRESA "IVISA"			
AL 31 DE DIC. 20XX			
INGRESOS			$ 114.699,00
VENTAS		$ 114.699,00	
COSTOS			$ 51.762,95
MATERIA PRIMA		38504,245	
MERCADERIA		$ 13.258,70	
UTILIDAD BRUTA EN VENTA			**$ 62.936,06**
GASTOS OPERATIVOS			**$ 53.349,09**
*SUELDOS		$ 15.049,09	
*IESS PATRONAL		$ 1.828,46	
*13° SUELDO		$ 1.254,09	
*14° SUELDO		$ 1.360,00	
*VACACIONES		$ 627,05	
*FONDOS DE RESERVA		$ 1.254,09	
PROVISIÒN PARA LIQUIDACIÒN		$ 3.762,27	
ARRIENDO		$ 6.000,00	
SERVICIO DE INTERNET		$ 335,76	
SERVICIOS BÁSICOS		$ 688,80	
SUMINISTRO DE OFICINA		$ 611,80	
SUMINISTRO DE LIMPIEZA		$ 986,12	
PUBLICIDAD		$ 3.660,00	
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO		$ 3.244,80	
HONORARIOS PROFESIONALES		$ 2.400,00	
CRISTALERIA		$ 204,88	
UTENSILIOS DE COCINA		$ 197,45	
ENSERES DE COCINA		$ 374,70	
UTENSILIOS DE BAR		$ 40,59	
GASTOS EN UNIFORMES		$ 267,00	
GASTO DE MANTENIMIENTO		$ 400,00	
GASTO DE DEPRECIACION		$ 2.835,50	
GASTO DE INTERES		$ 3.426,21	
OTROS GASTOS(5% TOTAL DE GASTOS)		$ 2.540,43	
(=)UTILIAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS			**$ 9.586,97**
(-)15% DE UTILIDAD TRABAJADORES	15%		$ 1.438,05
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA			**$ 8.148,92**
(-)22% PARTICIPACION A LA RENTA	22%		$ 1.792,76
(=) UTILIDAD NETA			**$ 6.356,16**

4.8.- CLASIFICACIÓN DE COSTOS.

CLASIFICACIÓN DE COSTOS						
	MENSUAL			ANUALES		
DETALLE	COSTOS FIJOS	C. VARIABLES	TOTAL MENSUAL	C. FIJOS	C. VARIABLES	TOTAL ANUAL
COSTOS FIJOS						
*SUELDOS	$ 1.254,09	$ 682,38	$ 1.254,09	$ 15.049,09		$ 15.049,09
*IESS PATRONAL	$ 152,37	$ 90,21	$ 152,37	$ 1.828,46		$ 1.828,46
*13° SUELDO	$ 104,51	$ 61,87	$ 104,51	$ 1.254,09		$ 1.254,09
*14° SUELDO	$ 113,33	$ 56,67	$ 113,33	$ 1.360,00		$ 1.360,00
*VACACIONES	$ 52,25	$ 30,94	$ 52,25	$ 627,05		$ 627,05
*FONDOS DE RESERVA	$ 104,51	$ 61,87	$ 104,51	$ 1.254,09		$ 1.254,09
PROVISIÓN PARA LIQUIDACIÓN	$ 313,52	$ 185,61	$ 313,52	$ 3.762,27		$ 3.762,27
ARRIENDO	$ 500,00		$ 500,00	$ 6.000,00		$ 6.000,00
SERVICIO DE INTERNET	$ 27,98		$ 27,98	$ 335,76		$ 335,76
SERVICIOS BÁSICOS	$ 57,40		$ 57,40	$ 688,80		$ 688,80
SUMINISTRO DE OFICINA	$ 50,98		$ 50,98	$ 611,80		$ 611,80
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	$ 82,18		$ 82,18	$ 986,12		$ 986,12
PUBLICIDAD	$ 305,00		$ 305,00	$ 3.660,00		$ 3.660,00
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	$ 270,40		$ 270,40	$ 3.244,80		$ 3.244,80
HONORARIOS PROFESIONALES	$ 200,00		$ 200,00	$ 2.400,00		$ 2.400,00
GASTOS EN UNIFORMES			$ -	$ 267,00		$ 267,00
GASTO DE MANTENIMIENTO	$ 33,33		$ 33,33	$ 400,00		$ 400,00
OTROS GASTOS(5% TOTAL DE GASTOS)	$ 211,38		$ 211,38	$ 2.536,62		$ 2.536,62
COSTOS VARIABLES						
MATERIA PRIMA		$ 3.208,69			$ 38.504,25	
MERCADERÍA		$ 1.104,89	$ 1.104,89		$ 13.258,70	$ 13.258,70
COSTOS TOTALES	$ 3.833,25	$ 5.483,13	$ 4.938,14	$ 46.265,94	$ 51.762,95	$ 59.524,64

4.9.-FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO												
	0 AÑO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO	6 AÑO	7 AÑO	8 AÑO	9 AÑO	10 AÑO	TOTAL
INVERSION INICIAL	$ 41.961,62											
INGRESOS												
VENTAS		114699,0	118598,8	122631,1	126800,6	131111,8	135569,6	140179,0	144945,1	149873,2	154968,9	$ 1.339.376,96
TOTAL INGRESOS		114699,0	118598,8	122631,1	126800,6	131111,8	135569,6	140179,0	144945,1	149873,2	154968,9	$ 1.339.376,96
COSTO DE VENTA												
MERCADERIA		13258,7	13709,5	14175,6	14657,6	15155,9	15671,2	16204,1	16755,0	17324,7	17913,7	$ 154.826,09
MATERIA PRIMA		38504,2	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	$ 396.824,75
TOTAL COSTO DE VENTA		51762,9	53522,9	53989,0	54471,0	54969,3	55484,6	56017,5	56568,4	57138,1	57727,1	$ 551.650,84
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		62936,1	65075,9	68642,1	72329,6	76142,5	80085,0	84161,5	88376,7	92735,1	97241,8	$ 787.726,13
GASTOS OPERACIONALES												
UTILIDAD DESP. DE IMPUESTO.		6356,16	7129,81	9089,11	11197,50	13363,95	15320,52	17036,60	18811,02	20645,77	22542,91	$ 141.493,34
(-) PAGO CUOTA PRESTAMO BANCARIO		5997,7	6625,7	7319,5	8086,0	8932,7						$ (36.961,62)
(+) DEPRECIACION ACT. FIJO		2835,5	2835,5	2835,5	2852,5	2852,5	2895,9	2895,9	2895,9	2895,9	2895,9	$ 28.690,80
VALOR DE REPOSICION DE ACTIVOS				-1751,0		7444,7	-1751,0			-1751,0		$ 2.191,79
VALOR DE RESCATE											1167,3	$ 1.167,32
(=) FLUJO NETO DE CAJA PROYEC.		3194,0	3339,6	4605,1	5964,0	7283,8	16465,4	19932,5	21706,9	23541,6	26606,1	$ 132.638,85

El flujo de caja se proyectó a 10 años, en función de la vida útil del proyecto tomando como referencia las tasa de crecimiento de la población turística que es del 3,4%, en este se presentan el resumen(*ver completo en anexo Nº 11*) los flujos tanto de ingresos como de egresos de dinero del snack-café bar, dando como resultados flujos positivos que van creciendo de manera moderada hasta el quinto año y se disparan a partir del 6º año de operación, esto debido en gran parte al a los flujos negativos que se genera en los primeros 5 años por el pago del préstamo adquirido para hacerle frente a la inversión y la reposición de varios activos que ya han sufrido su depreciación total.

4.9.-PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio del proyecto, está determinado en unidades monetarias, representa las ventas mínimas tanto mensuales como anuales, para poder cubrir los costos y gastos operativos del mismo;

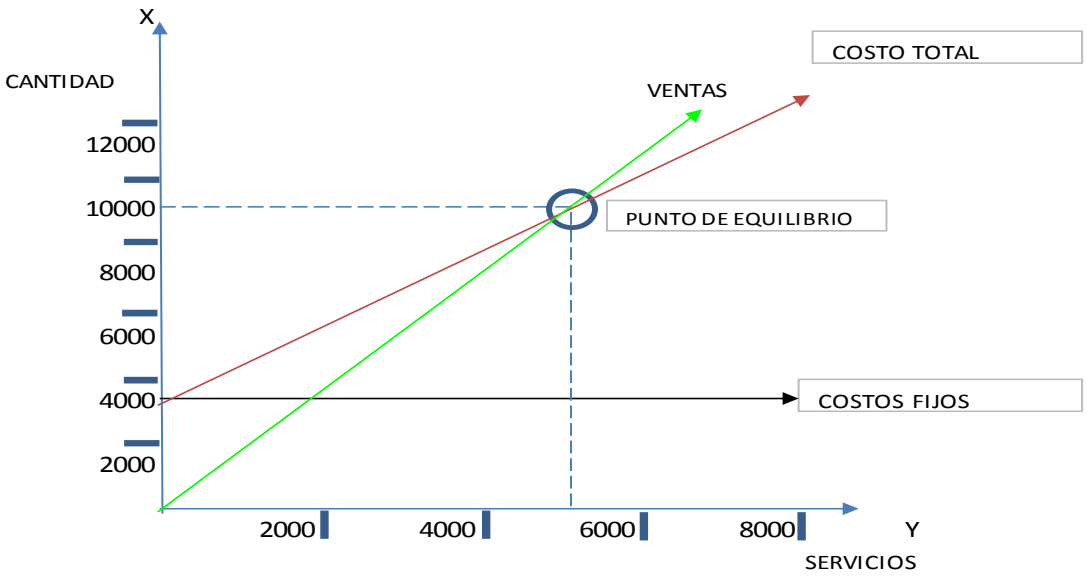
Para que la empresa pueda cubrir sus costos y gastos operativos de mantener ventas mensuales de $ 8991,67 y anuales de $ 84.325,20.

Para el cálculo del punto de equilibrio se aplicó la siguiente fórmula:

$$\textbf{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\textbf{COSTOS FIJOS}}{(\textbf{1} - \textbf{COSTOS VARIABLES/VENTAS})}$$

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
DETALLE	MENSUAL	ANUAL	PROYECTO
VENTAS TOTALES	$ 9.558,25	$ 114.699,00	$ 1.339.376,96
GASTOS FIJOS TOTALES	$ 3.833,56	$ 46.269,76	$ 574.312,34
COSTOS VARIABLES TOTALES	$ 5.483,13	$ 51.762,95	$ 517.629,45
PUNTO DE EQUILIBRIO	$ 8.991,67	$ 84.325,20	$ 936.079,16

GRAFICO # 5



4.10.-INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO.

Los indicadores financieros permiten determinar de manera sintetizada la factibilidad del proyecto, dentro de los indicadores financieros que se usaron para evaluar el proyecto están los siguientes:

INDICADORES FINANCIEROS	
FLUJO PRESENTE NETO TOTAL	$ 63.384,16
INVERSIÓN INICIAL	$ 41.961,62
VAN	$ 21.422,54
TIR	17,30%
PRC	6 AÑOS
RCB	$ 1,90

4.10.1.-ANÁLISIS DE LOS INDICADORES FINANCIEROS.

El análisis de los indicadores del proyecto, es una parte muy importante del mismo ya que permite una evaluación financiera correcta y ayudan a la toma de decisiones entorno a su viabilidad y ejecución, para realizar dicho análisis se tomó en consideración las bases teóricas en función de los resultados económicos-financieros del proyecto.

VALOR ACTUAL NETO VAN.- Luego de determinar y traer todos los fondos futuros proyectados al presente, se tiene un VAN de $ 21.422,54, valor menor a la inversión inicial; dando un VAN favorable o positivo, que permite cubrir la inversión inicial, dejando un beneficio que representa el 51% de la misma, indicando que el proyecto dentro de las condiciones establecidas es rentable por que arroja un retorno mayor a la tasa de descuento, apoyando en la decisión de aceptación del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO.-la tasa interna del proyecto es de 17,30%, tasa mayor al costo de capital de 9,55 %, es decir la tasa de recuperación de la inversión 17,30% es mayor a la tasa de inversión del capital 9,55%, expresando un margen de rendimiento del 7,75%, permitiendo aceptar el proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC).- El tiempo aproximado de recuperación de la inversión del presente proyecto es de 6 años, indica que la inversión inicial se recupera al sexto año de operación, esto se debe y está relacionado con el plazo del préstamo que es de 5 años, porque los beneficios obtenidos en los primeros 5 años de operación del proyecto se destinan en su mayoría al pago de dicho préstamo.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO (RCB).- Este indicador permite prever la rentabilidad por cada dólar invertido, en el caso de este proyecto, esta relación es de $1,90, esto indica que por cada dólar invertido se recupera $0,90 dólares, dando una relación costo beneficio aceptable.

4.11.- ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad del proyecto comprende la modelación de tres escenarios como son: el probable o conservador; el pesimista y optimista, para recrear los mismos se tomó como referencia los niveles de ventas y costos.

4.11.1.- ESCENARIO PROBABLE O CONSERVADOR.

Para establecer este escenario se tomó los niveles de ventas establecidos del proyecto, tomando Las ventas de los meses de temporada baja como de temporada alta, de toda la vida útil del proyecto.

ESCENARIO PROBABLE	
INDICADORES FINANCIEROS	
FLUJO PRESENTE NETO TOTAL	$ 63.384,16
INVERSIÓN INICIAL	$ 41.961,62
VAN	$ 21.422,54
TIR	17,30%
PRC	6 AÑOS
RCB	$ 1,90

Como indica el cuadro se tiene un VAN positivo mayor a 0, una TIR mayor al costo de capital de 9,55%, un periodo de recuperación de la inversión de 6 años, y una recuperación de $0,90 dólares por cada dólar invertido, todo esto demuestra la rentabilidad y la viabilidad del proyecto modelado bajo este escenario en condiciones aceptables y moderadas.

4.11.2.- ESCENARIO PESIMISTA.

Este escenario se recrea bajo la disminución en el nivel de ventas del proyecto suscitado a raíz de considerar el nivel de ventas como si todos los meses de la vida útil del mismo fueran meses de temporada baja.

ESCENARIO PESIMISTA		
INDICADORES FINANCIEROS		
FLUJO PRESENTE NETO TOTAL	$	14.229,60
INVERSIÓN INICIAL	$	41.961,62
VAN	$	(27.732,03)
TIR		-15,56%
PRC		30 AÑOS
RCB	$	(0,02)

Bajo esta condiciones muy poco probables, se obtiene un VAN muy por debajo de la inversión inicial, una TIR negativa, con un periodo de recuperación de la inversión de 30 años, demostrando que en el contexto del escenario pesimista, el proyecto no es rentable y depende en gran medida a los meses donde se establecen las temporadas altas.

4.11.3.- ESCENARIO OPTIMISTA.

Para determinar la recreación de este escenario, se considera el aumento de los niveles ventas, en base a las ventas que presenta el proyecto en los meses de temporada alta, aquí se toman los niveles de ventas como si todos los meses del proyecto fueran meses de temporada alta.

ESCENARIO OPTIMISTA		
INDICADORES FINANCIEROS		
FLUJO PRESENTE NETO TOTAL	$	98.707,52
INVERSIÓN INICIAL	$	41.961,62
VAN	$	56.745,90
TIR		23,75%
PRC		5 AÑOS
RCB	$	3,31

Este escenario es probable en el largo plazo, ya que en el balneario de Atacames existe un fenómeno tendencial enmarcado en la afluencia mayoritaria de turistas extranjeros, en especial los de nacionalidad colombiana, todos los meses del año y en particular en los meses de temporadas bajas, esto en el futuro equiparará en gran parte la ausencia de turistas locales y nacionales en dichos meses, dando un promedio de afluencia turística al balneario relativamente alta.

Bajo estas condiciones este escenario deja un VAN mayor a la inversión inicial, una TIR dos veces mayor al costo del capital invertido, recuperación de la inversión en menor tiempo y un beneficio de $ 2,31 dólares, por cada unidad de dólar invertido.

4.11.4.- RESUMEN DE ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

RESUMEN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
INDICADORES	ESCENARIOS		
	PESIMISTA	PROBABLE	OPTIMISTA
FLUJO PRESENTE NETO TOTAL	$ 14.229,60	$ 63.384,16	$ 98.707,52
INVERSIÓN INICIAL	$ 41.961,62	$ 41.961,62	$ 41.961,62
VAN	$ (27.732,03)	$ 21.422,54	$ 56.745,90
TIR	-15,56%	17,30%	23,75%
PRC	30 AÑOS	6 AÑOS	5 AÑOS
RCB	$ (0,02)	$ 1,90	$ 3,31

CAPITULO V

5.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.-CONCLUSIONES.

- ✓ Luego de concluida la presente investigación se dio respuesta oportunas a la preguntas generadas en la problemática para la aplicación del proyecto, dando como resultado la factibilidad del proyecto tanto técnica como financiera.
- ✓ En el estudio de mercado se pudo evidenciar la existencia de un segmento de mercado no explotado, con buenos indicadores económicos y con proyecciones de crecimiento muy alto, con una demanda insatisfecha, que responde de manera positiva al proyecto.
- ✓ Con la investigación realizada se determinó la viabilidad técnica, administrativa y legal del proyecto, formando un conjunto de factores que apoyan a la buena aplicación y puesta en marcha del proyecto.
- ✓ Para iniciar la ejecución del proyecto se requiere de una inversión inicial de $ 41.961,62, compuesta por un 47% de inversión fija; 51% de capital de trabajo y por un valor destinado a imprevisto que es del 2%; el proyecto presenta un flujo presente neto de $ 87.021,69, mayor a la inversión inicial de $ 40.902,78,dando un VAN de $21.422,54, obteniendo un rentabilidad del 17,30%,con un costo beneficio de $0,90 por unidad de dólar invertido, con una recuperación del capital al 6º año de operación del mismo.

5.2.-RECOMENDACIONES.

- ✓ Se ponga en marcha el proyecto, "IVISA", como una propuesta de negocio distinta, en el mercado de la prestación de servicios de bar en la playa de Atacames, ya que su organización administrativa posee un enfoque amplio que ayuda a que este tipo de servicios se perduren u pueda desarrollarse de mejor manera.
- ✓ Respetar las especificaciones técnicas y demás requerimientos del proyecto para su puesta en marcha, ya que responde a la realidad de la actividad y el giro del negocio.
- ✓ Realizar controles de costos y gastos periódicos, ajustar la tasa de inflación futura e implementar estrategias de ventas innovadoras que permitan mantener y generar mayor rentabilidad y en general la sostenibilidad económica y financiera del proyecto.
- ✓ Se multipliquen este tipo de propuestas, en los distintos servicios prestados en balneario de Atacames, por y para el beneficio de la industria turística del cantón.

5.3.-REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- ✓ Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* Mexico: Mc.Graw Hill.
- ✓ Baldeon, Flores, & Sanchez. (2012). Proyecto De Inversión Para La Implemetación De Un Bar-Cafeteria Rustico En El Cantón General Villamil Playas De La Provincia Del Guayas. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- ✓ Kamin, M. (2002). *Customer Service Training.* USA: ASTD.
- ✓ Lind, d., Marchal, W., & Mason, R. (2004). *Estadistica para Administradores y Economia.* Mexico: Alfaomega.
- ✓ Meza, J. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos.* Bogota: Ecoe Ediciones .
- ✓ Ministerio de Turismo. (2002). *Reglamento para la palicación de la Ley de Turismo.* Quito.
- ✓ Muñoz, L. M. (Abril de 2007). *eumed.net.* Obtenido de eumed.net: http://www.eumed.net/ce/
- ✓ Nassir Sapag, R. S. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos.* Bogota: Mc Graw Hill.
- ✓ Sapag., N. (2007). *Proyecto de Inversión.* Mexico: Pearson.
- ✓ Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de una empresa.* Pearson.
- ✓ Bird. Polly (2008), Aprenda investigación de mercado.
- ✓ Saapah. C, Reinaldo & Saapah C (2008); Preparación y Evaluación de proyectos, Cuarta edición.
- ✓ Kotler. P. (2003).Fundamentos de marketing. Sexta edición, Editorial Prentice Hall.
- ✓ Stanton W. (2004) Fundamentos de marketing; Treceava edición, editorial Mc Graw Hill; México.
- ✓ Barreno, L (2004). Manual de formulación y evaluación de proyectos, primera edición.

- ✓ Borgsted. C & Kettlun. A. (2004). Indicadores de evaluación de proyectos, primera edición.
- ✓ GADMA (2012).Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Atacames (2012-2020).Versión electrónica.
- ✓ SENPLADES (2012). Plan Nacional Para el Buen Vivir (2013-2017). URL, disponible en:http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf

ANEXOS.

LISTADO DE ANEXOS

ANEXO Nº 1.- MODELO DE ENCUESTA.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

ENCUESTA.

Estimados encuestados, la presente tiene la finalidad de recabar información importante sobre las características de la demanda, del servicio de bares en la playa de Atacames, la misma permitirá elaborar un análisis de mercado para mejorar dicho servicio. En virtud de lo anteriormente dicho se le agradece de antemano la atención y el tiempo prestado. Por favor conteste con toda la honestidad del caso muchas GRACIAS.

Datos Generales

NOMBRE: _____ EDAD: _____

N° DE CEDULA: _____ SEXO: M ___F_____

1.- ¿Conoce Ud. La existencia de un snack-café-bar, multiambiente en la playa de atacames?

SI ☐ NO ☐

2.- ¿Le agradaría la idea de que en la playa de atacames, se establezca un snack-café-bar multiambiente?

SI ☐ NO. ☐

3.- ¿Qué tipo de ambiente le gustaría en un snack-café-bar? (Escoja 2 opciones)

Rústico	Moderno
Romántico	Hawaiano.
Automovilístico	Otro:
Futbolístico	

4.- ¿Ordene que es lo más importante para usted al momento de elegir un Bar en la playa de Atacames? (En la escala de 1 al 5 como, considerando 5 lo más importante y 1 lo menos Importante).

Lugar	☐	Ambiente.	☐
Menú	☐	Servicio.	☐
Precio	☐	Otro…	

5.- ¿Con que frecuencia acude a un bar, cuando visita la playa de Atacames?

Una vez a la semana	☐	Una vez al mes.	☐
Dos veces a la semana.	☐	Dos veces al mes	☐
Tres veces a la semana.	☐	Solo en temporada	☐

6.- ¿Que considera importante al momento de recibir un servicio en bar ubicado en la playa de Atacames?

Atención de Calidad. ☐

Rapidez. ☐

Higiene. ☐

7.-Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que brinde un snack-café-bar?

Wifi.	☐	Servicio a Domicilio	☐
Pago con tarjeta.	☐		
Seguridad Privada.	☐		

8.- ¿En qué horarios visitaría usted a un snack-café-bar?

10:00 AM-4:00 PM. ☐

4:00 PM-9:00 PM. ☐

9:00 PM- 2: AM. ☐

9.- ¿Por qué medios de comunicación le gustarían recibir información de un Snack-Café-Bar?

Internet. ☐

Televisión. ☐

Prensa Escrita. ☐

10.- ¿Usted visita un bar por?

Disfrutar un tiempo en familia ☐

Hablar de negocios ☐

Diversión ☐

Otros _____

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto Ud. a gastar en un snack-café-bar, multiambiente ubicado en la playa de Atacames?

$15,00-$20,00. ☐

$21,00-$25,00. ☐

$26,00-$30,00. ☐

De $ 31,00- en Adelante. ☐

12.- ¿Cuál de las siguientes bebidas alcohólicas y no alcohólicas frías es de su preferencia?

Cerveza. ☐	Jugos. ☐	Té helado ☐
Cocteles. ☐	Aguas. ☐	
Batidos. ☐	Gaseosas. ☐	

13.- ¿Cuál de las siguientes bebidas calientes es de su preferencia?

Café.	☐	Mocaccino.	☐
Te.	☐	Chocolate.	☐
Cappuccino.	☐		

14.- ¿Qué tipo de entretenimiento le gustaría que tenga un snack-café-bar?

Música en vivo.	☐
Karaoke.	☐
Concursos en vivo.	☐

ANEXO Nº 2.- PROFORMAS VARIAS.

PROFORMA # 1

COMERCIAL KYWI S.A. AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.I. 1114158369 DEL 16/ENE/2014
RUC 1790041220001 CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI 5368
Matriz : AV. 10 DE AGOSTO N24-59 Y LUIS CORDERO
QUITO Telf: 023987900 P R O F O R M A D O L A R E S
AGENCIA 18 (ESMERALDAS) Telf: 062710658 062710561 DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL
Sucursal : AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S/N Y JULIO ESTUPINAN ESMERALDAS
Senor(es):FABIAN POZO
Codigo: 888885-000000 RUC : 802725234
Direccion: ATACAMES Vend: FREDDY MERA
Ciudad : atacames Telf. :2731762 Fecha de Emision 22/AGO/2014 PAG. 1/1

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNITARIO	TOTAL
259772	SILLA D/BAR TAPA BOTELLA	8	103,40	827,20
365955	SILLA P/BAR PLAS/METAL ROJA C/ESPALDAR	16	59,95	959,20
457434	SILLA P/EXTERIOR ALUMINIO C/RATTAN NATUR	32	39,95	1.278,40
491292	MESA 4 SILLAS P/COMEDOR NAPOLES ECUAMUEB	8	235,30	1.882,40
597716	MANGUERA LED BLANCA C/ METRO 120V	100	3,58	358,00
* 612553	TUBO FLUORESCENTE T12 40W L/DIA SYLVANIA	10	1,39	13,90
618276	REGLETA ELECTRONICA 1X40 S/TUBO	10	5,99	59,90
625094	LAMPARA COLGANTE C26 1L AZUL 60WE27	12	24,99	299,88
644447	OJO D/BUEY DIRIGIBLE LED GU10 BLANCO	6	16,11	96,66
676187	MESA DE VIDRIO Y METAL	4	93,55	374,20

SUBTOTAL	6.149,74
DESCUENTO	0,00
TOTAL	6.149,74

Vta.tarifa 12%	Vta.tarifa 0%	Total Vta.Neta	IVA Tar. 12%	IVA Tar. 0%	TOTAL A PAGAR
5.478,42	13,90	5.492,32	657,41	0,00	6.149,73

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A. En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercaderia, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturacion previo su conocimiento.

Los precios unitarios de esta proforma ** Si incluyen I.V.A. **
ESMERALDAS, 22 de AGO 2014

FABIAN POZO

FIRMA : _____ FIRMA : _____
ESTABLECIMIENTO CLIENTE

PROFORMA # 2

Reporte Página 1 de 2

CORPORACION FAVORITA C.A. - 543 ESMERALDAS Ruc: 1790016919001

COTIZACIÓN (Válida por 6 días)

No. de pedido: 543391423815823

Datos del cliente:

Documento: CI: 0802725234
Nombre: POZO INTRIAGO FABIAN HUMBERTO
Teléfono: TD: SN - TT: SN - TC: SN
Email: fupi2.26@hotmail.com

Datos del contacto:

SIN CONTACTO

Lugar y fecha: ESMERALDAS, 2014-08-26 Elaborado en: 543 - ESMERALDAS
Teléfono local: 062710323 Administrador local: CHRISTIAN BOLAÑOS

Detalle del pedido (I: valor aplicado el IVA)

No	Código barras	Artículo	Cant.	Peso KG.	V.unit.	V.unit.IVA	Tot. bruto Inc. IVA	Tot. neto Inc. IVA
1	7861001345148	DEJA MULTIACCION LIMON, 2000 g 7861001345148, 6	1		5.03	5.63	5.63 I	5.63
2	7861009100077	BRUJITA CEPILLO LAVAR, gde , 12	1		0.58	0.65	0.65 I	0.65
3	7861009100275	BRUJITA CEPIL.SANITARIO, und , 6	1		1.18	1.32	1.32 I	1.32
4	7861023202153	KLEENEX FLOR 3 EN 1., X12 32m 30212738, 4	1		8.11	9.08	9.08 I	9.08
5	7861023303010	LIMPION CUADROS PEQUENO, PEQUENO , 25	3		1.26	1.41	4.23 I	4.23
6	7861024001410	CLEAN MAGIC COC.REPUESTO, 500 ml 406, 12	1		2.23	2.50	2.50 I	2.50
7	7861024001885	POLWAX PLUS ROJA, 1000 ml 107, 12	1		2.86	3.20	3.20 I	3.20
8	7861027543047	MASTER GUANTE AMARILLO-VERDE, 7 1/2 000005160204119, 12	2		1.30	1.46	2.91 I	2.91
9	7861034102824	S.BRITE ESPONJA PEQUENA, und , 48	3		0.59	0.66	1.98 I	1.98
10	7861036712328	LAVA UVA ., 500 g 1232, 18	1		1.19	1.33	1.33 I	1.33
11	7861042519232	AK.CLORO NATURAL, 4000ml , 4	1		2.39	2.68	2.68 I	2.68
12	7861042520535	AK.PALO ESCOBA, Und. AKPE0535, 12	3		0.60	0.67	2.02 I	2.02
13	7861048635554	AK.DESINF.MARINA, 2000ml 5061054C38, 6	1		2.76	3.09	3.09 I	3.09
14	7861057604411	LA GRUESA BOLSA ROLLO INDUSTRIAL, X 20 0001043, 25	2		3.99	4.47	8.94 I	8.94
15	7861164100196	MICROLIMPIA ULTRAMOP STANDAR, und , 12	2		13.16	14.74	29.48 I	29.48
16	8007898001401	SOVRANA ESCOBA, 0 140, 10	3		3.04	3.41	10.21 I	10.21
17	843956410093	PALA D/BASURA PLASTICO, UND 3934, 24	2		2.04	2.29	4.57 I	4.57
							TOTAL A PAGAR:	93.82

(-) El descuento se aplica sobre el precio del artículo sin IVA

RESUMEN TRIBUTARIO

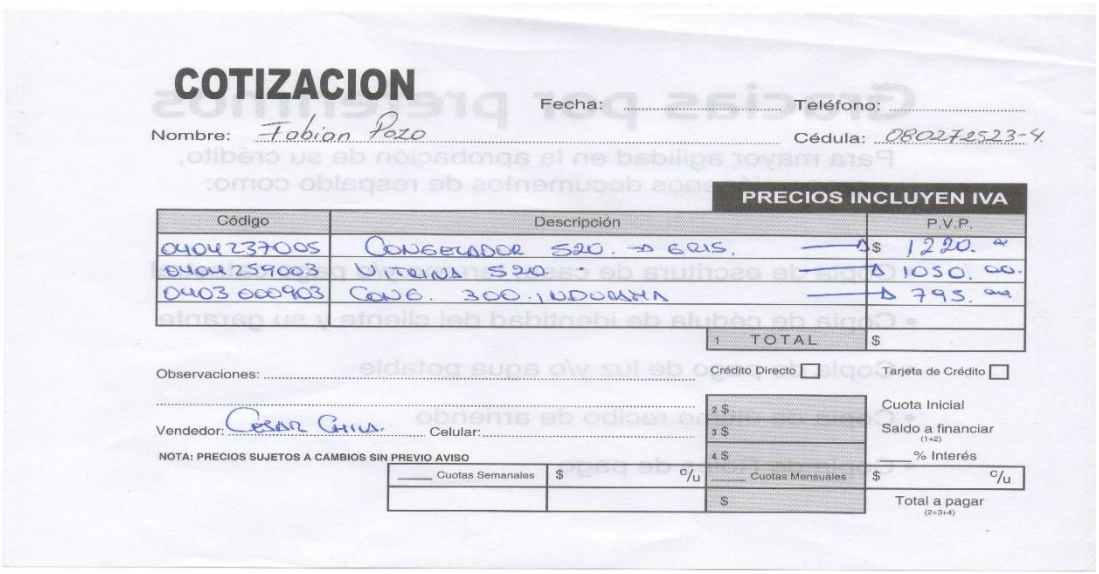
SUBTOTAL BRUTO SIN IVA: 83.78
(-)DESCUENTO: 0.00

SUBTOTAL NETO: 83.78
TARIFA 0%: 0.00
TARIFA 12%: 83.77
12% IVA: 10.05
COSTO FLETE: 0.00
TOTAL: 93.82

NOTAS:
1.- Los artículos que estan marcados con un (*) no tienen suficiente stock.
2.- Le recordamos que el archivo del beneficiario debe tener la siguiente información: Cédula, nombre, teléfono, local o dirección de domicilio, fecha de entrega.

OBSERVACIONES:
1.- Para obtener el precio de afiliado, debe presentar la tarjeta de afiliación (aplican restricciones).
2.- Los precios anotados son de afiliado __X__ No afiliado ___
3.- El pago podra ser: efectivo, tarjeta de crédito, cheque, etc.
4.- Para el pago con cheque presentar la tarjeta de afiliación que deberá ser del titular de la cuenta corriente y el cheque a nombre de Supermaxi, Megamaxi o Corporación Favorita C.A. (aplican restricciones).
5.- En caso de efectuarse retención a la fuente deberá registrarse a nombre de Corporación Favorita C.A.

http://svr-kq24n81:8280/sispe/reportes/cotizacion_reservacion/rptPedidoTexto.jsp?id=14090854... 2014/08/26



COTIZACION

Fecha: ..... Teléfono: .....

Nombre: Fabian Pozo Cédula: 080272523-4

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Descripción	P.V.P.
0404237005	CONGELADOR 520. → 6 CUS.	$ 1220.00
0404259003	VITRINA 520	1050.00
0403 000903	CONG. 300. 1 PUERTA	795.00
	1 TOTAL	$

Observaciones: .....

Crédito Directo ☐ Tarjeta de Crédito ☐

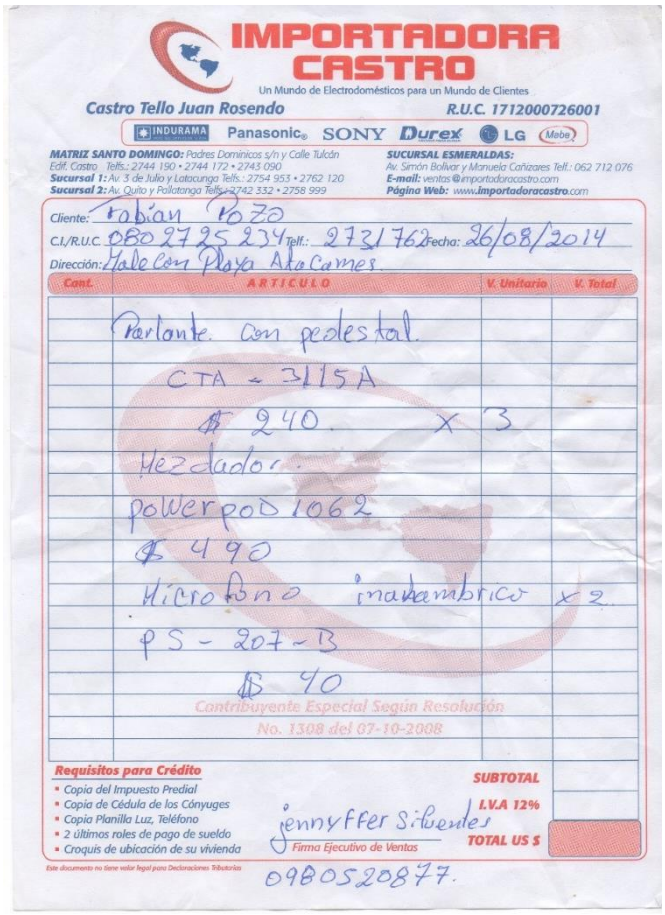
Vendedor: CESAR CHILA. Celular: .....

2 $	Cuota Inicial
3 $	Saldo a financiar (1+2)
4 $	____ % Interés
____ Cuotas Semanales $ ____ c/u	____ Cuotas Mensuales $ ____ c/u
	$ Total a pagar (2+3+4)

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

PROFORMA # 3

PROFORMA # 4



IMPORTADORA CASTRO

Un Mundo de Electrodomésticos para un Mundo de Clientes

Castro Tello Juan Rosendo — R.U.C. 1712000726001

INDURAMA Panasonic SONY Durex LG Mabe

MATRIZ SANTO DOMINGO: Padres Dominicos s/n y Calle Tulcán
Edif. Castro Telfs.: 2744 150 • 2744 172 • 2743 090
Sucursal 1: Av. 3 de Julio y Latacunga Telfs.: 2754 953 • 2762 120
Sucursal 2: Av. Quito y Pallatanga Telfs.: 2742 332 • 2758 999

SUCURSAL ESMERALDAS:
Av. Simón Bolívar y Manuela Cañizares Telf.: 062 712 076
E-mail: ventas@importadoracastro.com
Página Web: www.importadoracastro.com

Cliente: Fabian Pozo
C.I./R.U.C. 080 27 25 234 Telf.: 2731762 Fecha: 26/08/2014
Dirección: Hale Con Playa Atacames

Cant.	ARTICULO	V. Unitario	V. Total
	Parlante con pedestal		
	CTA - 3115A		
	$ 240.	x 3	
	Mezclador.		
	powerpod 1062		
	$ 490		
	Micrófono inalambrico	x 2.	
	PS - 207 - B		
	$ 40		

Contribuyente Especial Según Resolución No. 1308 del 07-10-2008

Requisitos para Crédito
- Copia del Impuesto Predial
- Copia de Cédula de los Cónyuges
- Copia Planilla Luz, Teléfono
- 2 últimos roles de pago de sueldo
- Croquis de ubicación de su vivienda

SUBTOTAL
I.V.A 12%
TOTAL US $

jennyffer Silvestes
Firma Ejecutivo de Ventas
0980520877.

Este documento no tiene valor legal para Declaraciones Tributarias

PROFORMA # 5

CONOHOGAR S.A. - TODOHOGAR
TODOHOGAR ESMERALDAS
RUC. 1790746119001

QUITO , 22 de Agosto de 2014

FABIAN ROZO
0802735234
062731762

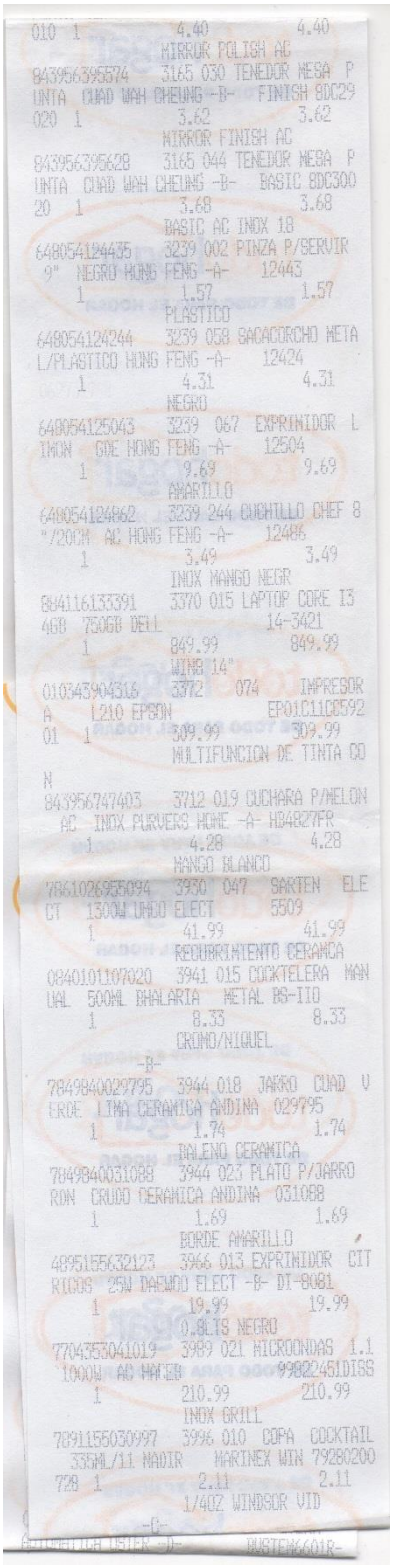
PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente
mercaderia:

CODIGO DESCRIPCION
MARCA REFERENCIA
CANT V.U.DOL V.TOT.DOL

7702147200475 0120 032 VASO CERVECERO
L190 13 PELDAR -D- KASSEL 0055A
L 1 .89 .89
1/40Z KASSEL
7702147201977 0120 182 VASO HB L190
11 1/20Z PELDAR -D- MONTECARLO 2
802 1 .46 .46
MONTECARLO
7702147200888 0120 249 VASO DOF L190
8 1/20Z PELDAR -D- MOZART 0095A
L 1 .78 .78
MOZART
7702147227960 0120 390 COPA AGUA 130Z
RIOJA PELDAR -D- RIOJA 5416AL
1 1.05 1.05
7702147227274 0120 403 VASO HB 15 1/20
Z BOSTON PELDAR -D- BOSTON 0392A
L 1 .98 .98
7702147238485 0120 563 COPA BRANDY 9 1
/4 OZ L15A PELDAR -B- BRANDY 5443A
L24 1 1.28 1.28
7702147240334 0120 564 COPA MARGARITA
9OZ L15A PELDAR -D- MARGARITA 54
44A 1 1.50 1.50
034264408654 0145 401 LICUADORA 6
OOW 3VEL OSTER -D- 4655
1 104.99 104.99
SILVER VASO VIDRIO
034264418479 0145 417 BATIDORA INMER
SION 250W OSTER -D- 2616-12
1 51.99 51.99
BLANCO C/PICATOD
034264407541 0145 425 PLANCHA SANDUCH
ERA 1500W OSTER -D- 3082-012
1 117.99 117.99
4PANES
034264453890 0145 547 CAFETERA
AUTOMATICA OSTER -D- OSTEM6601R-

013 1 298.99 298.99
ESPRESSO/CAPUCCINO/L
502523658619 0356 2405 TELEFONO I
NALAMBRICO PANASONIC -CE- KX-TG4063LAT
/DE 1 109.99 109.99
E/IDENTIFICADOR/ALT
050875532946 0450 390 HORNO TOSTADOR
1200W AC BLACK DECKER -D- TRO965
1 69.99 69.99
INOX
050873809246 0450 485 PLANCHA E
LEBT 22" BLACK DECKER -D- GD2011B
1 73.99 73.99
ANTIADHERENTE
28250487 0825 048 FLORERO MED BIR
MIN SANRO -C- 6278 442
1 3.86 3.86
7576386061032 1811 410 EXTRACTOR OL
ORES 90CM GEN ELECT MEX CGP9020IO/DE
SCO 1 618.99 618.99
PARED 3VEL AC INOX
-NE-
098643219026 2368 004 CUCHILLO JGO X6
BLOQUE YANGDONG -AB- PX-6
1 14.99 14.99
843956744457 2628 092 ENSALADERA
OVAL PED ARTEX DST CO BLANCO TS025
1 10.99 10.99
NATURAL/BLANCO C/ASA
-AB-
843956892200 2651 082 REPOSTERO C/T
APA RUSCA NAVIGATOR -AB- 211439-M3V
1 21.99 21.99
JGOX3 CLEAR/SILVE
7702437019695 2723 010 JARRA 2L
T CLEAR ESTRA -B- 235211 9900
CL 1 4.62 4.62
ESTRAPRENIER PLASTICO
7702437018056 2723 032 JARRA MEDIDORA
NATURAL ESTRA -B- 215238 9900
1 .69 .69
719192592636 2852 645 TV 42" DIGITAL
LSO8-T LED LG ELECT -CED- 42LB5800
1 1099.99 1.099.99
FHD SMART 3HDM
843956970672 3052 196 TAZON 15CM CLEA
R LARGADO ARDA -B- ADELE 7594 C
LEA 1 4.15 4.15
ADELE VIDRIO
843956723216 3109 067 PLATO ENSAL
ADA 19CM RED STAR CERAM RY AMA 19 BY
T11 1 2.76 2.76
BLANCO BORDE AMARILL
-AA-
8901775805744 3125 014 TABLA P/PICAR G
DE BLANCO KOMAX -B- 80574
1 17.99 17.99
8901775716644 3125 021 REPOSTERO HERME
TICO RECT KOMAX -B- 71664
1 21.99 21.99
JGOX5 CLEAR
843956395805 3165 020 CUCHILLO MESA
PUNTA RON WAH CHEUNG -B- POLISH 80C24



010 1 4.40 4.40
MIRROR POLISH AC
843956395674 3165 030 TENEDOR MESA P
UNTA CUAD WAH CHEUNG -B- FINISH 80C29
020 1 3.62 3.62
MIRROR FINISH AC
843956395628 3165 044 TENEDOR MESA P
UNTA CUAD WAH CHEUNG -B- BASIC 80C300
20 1 3.68 3.68
BASIC AC INOX 18
6480541244435 3239 002 PINZA P/SERVIR
9" NEGRO HONG FENG -A- 12443
1 1.57 1.57
PLASTICO
6480541242244 3239 058 SACACORCHO META
L/PLASTICO HONG FENG -A- 12424
1 4.31 4.31
NEGRO
6480541250443 3239 067 EXPRIMIDOR L
IMON CDE HONG FENG -A- 12504
1 9.69 9.69
AMARILLO
6480541248462 3239 244 CUCHILLO CHEF 8
"/20CM AC HONG FENG -A- 12486
1 3.49 3.49
INOX MANGO NEGR
804116133391 3370 015 LAPTOP CORE I3
460 750GB DELL 14-3421
1 849.99 849.99
WIND 14"
010343904316 3372 074 IMPRESOR
A L210 EPSON EP01C11CC592
01 1 309.99 309.99
MULTIFUNCION DE TINTA CO
N
843956747403 3712 019 CUCHARA P/MELON
AC INOX PUEVERO HOME -A- HB4827PR
1 4.28 4.28
MANGO BLANCO
786102695094 3930 047 SARTEN ELE
CT 1300W UHCO ELECT 5509
1 41.99 41.99
RECUBRIMIENTO CERAMCA
0840101107020 3941 015 COCKTELERA MAN
UAL 500ML BHALARTA METAL BS-110
1 8.33 8.33
CROMO/NIQUEL
-B-
7849840029795 3944 018 JARRO CUAD V
ERDE LIMA CERAMICA ANDINA 029795
1 1.74 1.74
TALENO CERAMICA
7849840031088 3944 023 PLATO P/JARRO
RON CRUDO CERAMICA ANDINA 031088
1 1.69 1.69
BORDE AMARILLO
4895155632123 3966 013 EXPRINIDOR CIT
RICOS 25W DAEWOO ELECT -B- DI-9081
1 19.99 19.99
0.8LTS NEGRO
7704353041019 3989 021 MICROONDAS 1.1
1000W AC MARCA 9980245IDISS
1 210.99 210.99
INOX GRILL
7891155030997 3996 010 COPA COCKTAIL
335ML/11 MAOIR MARINEX WIN 79280200
728 1 2.11 2.11
1/40Z WINDSOR VID
-B-
AUTOMATICA OSTER -D- OSTEM6601R-

ANEXOS Nº 3.-COSTO DE MATERIA PRIMA.

COSTO TRIMESTRAL TOTAL DE MATERIA PRIMA								
PRODUC.	COMPONENTES	REQUE.	UNIDAD	P.UNITARIO	REQUE. TRIM	COSTO TRIM.	REQUE. ANUAL	C. ANUAL
HOT-DOG	PAN	1	UNIDAD	$ 0,23	1097	$ 252,31	4390	$ 1.009,70
	SALCHICHA	1	UNIDAD	$ 0,33	1097	$ 362,01	4390	$ 1.448,70
	PAPA	28	GRAMOS	$ 0,0015	30716	$ 46,07	122920	$ 184,38
	CEBOLLA	30	GRAMOS	$ 0,0014	32910	$ 46,07	131700	$ 184,38
	MAYONESA	20	GRAMOS	$ 0,0023	21940	$ 50,46	87800	$ 201,94
	MOSTAZA	10	GRAMOS	$ 0,0035	10970	$ 38,40	43900	$ 153,65
	SALSA DE TOMATE	20	GRAMOS	$ 0,0015	21940	$ 32,91	87800	$ 131,70
HAMBURGUESA	PAN	1	UNIDAD	$ 0,22	2555	$ 562,10	10220	$ 2.248,40
	CARNE MOLIDA	200	GRAMOS	$ 0,0028	511000	$1.430,80	2044000	$ 5.723,20
	TOMATE	24	GRAMOS	$ 0,0015	61320	$ 91,98	245280	$ 367,92
	LECHUGA	30	GRAMOS	$ 0,0028	76650	$ 214,62	306600	$ 858,48
	MAYONESA	20	GRAMOS	$ 0,0023	51100	$ 117,53	204400	$ 470,12
	MOSTAZA	10	GRAMOS	$ 0,0035	25550	$ 89,43	102200	$ 357,70
	SALSA DE TOMATE	20	GRAMOS	$ 0,0015	51100	$ 76,65	204400	$ 306,60
SANDUCHE FRIO	PAN	1	UNIDAD	$ 0,23	472	$ 108,56	1890	$ 434,70
	QUESO CHÉDAR	1	REBANADA	$ 0,19	472	$ 89,68	1890	$ 359,10
	TOMATE	24	GRAMOS	$ 0,0015	11328	$ 16,99	45360	$ 68,04
	LECHUGA	30	GRAMOS	$ 0,0028	14160	$ 39,65	56700	$ 158,76
	MAYONESA	20	GRAMOS	$ 0,0023	9440	$ 21,71	37800	$ 86,94
	JAMÓN	1	REBANADA	$ 0,21	472	$ 99,12	1890	$ 396,90
CAPPUCCINO	LECHE	200	ML	$ 0,00074	237600	$ 175,82	880000	$ 651,20
	CAFÉ-LATE	20	GRAMOS	$ 0,012	23760	$ 285,12	88000	$ 1.056,00
	AZÚCAR	30	GRAMOS	$ 0,0013	35640	$ 46,33	132000	$ 171,60
TÉ	BOLSA DE TE	1	UNIDAD	$ 0,04	564	$ 22,56	2250	$ 90,00
	AZÚCAR	30	GRAMOS	$ 0,0013	16920	$ 22,00	67500	$ 87,75
COCTEL (PIÑA COLADA)	RON	3	ONZ	$ 0,35	3828	$1.339,80	15270	$ 5.344,50
	AMARETTO	1	ONZ	$ 0,34	1276	$ 433,84	5090	$ 1.730,60
	LECHE DE COCO	4	ONZ	$ 0,27	5104	$1.378,08	20360	$ 5.497,20

	PIÑA	1	UNIDAD	$ 0,50	1276	$ 638,00	5090	$ 2.545,00
	CEREZA	1	UNIDAD	$ 0,16	1276	$ 204,16	5090	$ 814,40
	AZÚCAR	20	GRAMOS	$ 0,0013	25520	$ 33,18	101800	$ 132,34
JUGO	NARANJAS	5	UNIDAD	$ 0,10	4375	$ 437,50	17550	$ 1.755,00
	AZÚCAR	20	GRAMOS	$ 0,0013	17500	$ 22,75	70200	$ 91,26
	HIELO	30	GRAMOS	$ 0,0013	26250	$ 34,13	105300	$ 136,89
BATIDO	MORA	75	GRAMOS	$ 0,0033	82125	$ 271,01	329250	$ 1.086,53
	LECHE	200	ML	$ 0,00074	219000	$ 162,06	878000	$ 649,72
	AZÚCAR	20	GRAMOS	$ 0,0013	21900	$ 28,47	87800	$ 114,14
	HIELO	30	GRAMOS	$ 0,0013	32850	$ 42,71	131700	$ 171,21
	CAFÉ	20	GRAMOS	$ 0,012	23200	$ 278,40	88000	$ 1.056,00
CAFÉ	AZÚCAR	30	GRAMOS	$ 0,0013	34800	$ 45,24	132000	$ 171,60
COSTO TRIMESTRAL TOTAL DE MATERIA PRIMA						$9.688,20	ANUAL	$ 38.504,25

ANEXO Nº 4.-NÒMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO.

NOMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO											
CANT.	FUNCION	REMUNERCION UNIFICADA TABLA SECT.	VALOR MENSUAL PROPORCIONAL	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	PROVICIÒN DE LIQUIDACIÒN	TOTAL A RECIBIR	TOTAL GASTO DE SUELDO
1	ADMINISTRADOR	358,22	259,71	21,64	28,33	21,64	10,82	82,44	64,93	342,15	407,08
1	CAJERA	344,42	249,70	20,81	28,33	20,81	10,40	80,36	62,43	330,06	392,49
1	GUARDIAN	344,42	249,70	20,81	28,33	20,81	10,40	80,36	62,43	330,06	392,49
2	MESEROS	341,36	494,972	41,25	28,33	41,25	20,62	131,45	123,74	626,42	750,17
5	TOTAL	1388,42	1254,09	104,51	113,33	104,51	52,25	374,60	313,52	1628,69	1942,22

			MENSUAL	ANUAL						TOTAL ANUAL	
IESS PATRONAL			152,37	1828,46						25135,05	

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERCION UNIFICADA TABLA SECT.	VALOR POR H.			HOR. TRAB. POR SEM.			VALOR SEMANAL			MENSUAL PROPORCIONAL
			HN	HNC	HNE	HN	HNC	HNE	HN	HNC	HNE	
1	ADMINISTRADOR	358,22	1,49	1,87	3,731	6	18	6	8,96	33,58	22,39	259,71
1	CAJERA	344,42	1,44	1,79	3,588	6	18	6	8,61	32,29	21,53	249,70
1	GUARDIAN	344,42	1,44	1,79	3,588	6	18	6	8,61	32,29	21,53	249,70
2	MESEROS	341,36	1,42	1,78	3,556	6	18	6	8,53	32,00	21,34	247,49

HN	HORAS NORMALES
HCN	HORAS NORMALES NOCTURNAS
HNE	HORAS NOCTURNAS EXTRAORDINARIA

ANEXO Nº 5.-NOMINA DEL PERSONAL DE PRODUCCIÓN.

NOMINA PERSONAL DE PRODUCCIÒN											
CANT.	FUNCION	REMUNERCION UNIFICADA TABLA SECT.	TOTAL	10° TERCER SUELDO	10° CUARTO SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	PROVICIÒN PARA LIQUIDACIÒN	TOTAL A RECIBIR	TOTAL GASTOS DE SUELDOS
2	BARMAN	341,7	495,465	41,29	28,33	41,29	20,64	131,56	123,87	627,02	750,89
1	AYUDANTE DE COCINA	340,68	246,99	20,58	28,33	20,58	10,29	79,79	61,75	326,78	388,53
2	TOTAL	682,38	742,46	61,87	56,67	61,87	30,94	211,35	185,61	953,80	1139,42

			MENSUAL	ANUAL				TOTAL ANUAL
IESS PATRONAL			90,21	1082,50				14755,52

CANTIDAD	FUNCION	REMUNERCION UNIFICADA TABLA SECT.	VALOR POR HORA			HOR. TRAB. POR SEM.			VALOR SEMANAL			TOTAL MENSUAL PROPORCIONAL
			HN	HNC	HNE	HN	HNC	HNE	HN	HNC	HNE	
1	BARMAN	341,7	1,42	1,78	3,559	6	18	6	8,54	32,03	21,36	247,73
1	AYUDANTE DE COCINA	340,68	1,42	1,77	3,549	6	18	6	8,52	31,94	21,29	246,99

HN	HORAS NORMALES
HCN	HORAS NORMALES NOCTURNAS
HNE	HORAS NOCTURNAS EXTRAORDINARIA

ANEXO Nº 6.- GASTOS.

MATERIALES DE OFICINA				
CANTIDAD	DETALLE	P.U	TOTAL	TOTAL ANUAL
FUNGIBLES				
2	CAJAS DE BOLÍGRAFO NEGRO-AZUL	$ 2,68	$ 5,36	$ 64,32
2	CORRECTOR	$ 2,98	$ 5,96	$ 71,52
2	MOJA DEDOS PASTA20 GR	$ 1,77	$ 3,54	$ 42,48
2	LÁPIZ-BORRADOR	$ 1,20	$ 2,40	$ 28,80
2	CINTA ADHESIVA	$ 4,01	$ 8,02	$ 96,24
2	RESMAS DE PAPEL	$ 5,20	$ 10,40	$ 124,80
1	LIGAS	$ 8,47	$ 8,47	$ 101,64
TOTAL FUNGIBLES MENSUAL			$ 44,15	$ 529,80
NO FUNGIBLES				
4	ARCHIVADORES	$ 5,90	$ 23,60	$ 47,20
2	TIJERAS	$ 0,75	$ 1,50	$ 3,00
2	GRAPADORAS	$ 4,25	$ 8,50	$ 17,00
2	TABLEROS PLÁSTICOS	$ 3,70	$ 7,40	$ 14,80
TOTAL NO FUNGIBLES SEMESTRAL			$ 41,00	$ 82,00

GASTOS DE ALQUILER				
CANTIDAD	DETALLE	P.U	MENSUAL	ANUAL
1 MES	ALQUILER	$ 500,00	$ 500,00	6.000,00

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
PERMISOS MUNICIPALES	$ 120,00
HONORARIOS ABOGADO	$ 250,00
REGISTRO ARCSA	$ 90,00
REGISTRO DE MARCA	$ 152,00
REGISTRO TURÍSTICO	$ 16,91
TOTAL	628,91

GASTOS SERVICIOS BÁSICOS				
CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD	MENSUAL	ANUAL
60	AGUA	M3	$ 11,00	$ 132,00
400	LUZ	KV/H	$ 36,00	$ 432,00
120	TELÉFONO	MIN	$ 10,40	$ 124,80
TOTAL			$ 57,40	$ 688,80

UNIFORMES			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	ANUAL
14	CAMISETAS	$ 12,00	$ 168,00
7	GORRAS	$ 7,00	$ 49,00
5	DELANTALES	$ 10,00	$ 50,00
TOTAL			$ 267,00

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	
DETALLE	ANUAL
PATENTE MUNICIPAL	$ 60,00
PERMISO DE HIGIENE	$ 60,00
PERMISO SAYCE	$ 380,80
PERMISO DE BOMBEROS	$ 40,00
TOTAL	$ 540,80

HONORARIOS PROFESIONALES		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
CONTADOR	400	4800
TOTAL	400	4800

GASTOS DE MANTENIMIENTO	
DETALLE	ANUAL
MANTENIMIENTO	400
TOTAL	400

GASTOS DE PUBLICIDAD		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
PERFIL CORPORATIVO EN REDES SOCIALES	$ 90,00	1.080,00
HOJAS VOLANTES	$ 8,00	96,00
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	$ 12,00	144,00
BANNERS	$ 195,00	2.340,00
TOTAL	$ 305,00	3.660,00

GASTO SERVICIO DE INTERNET				
CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD	MENSUAL	ANUAL
500	INTERNET	MB	$ 27,98	$ 335,76
TOTAL			$ 27,98	$ 335,76

MATERIALES DE LIMPIEZA				
CANTIDAD	DETALLE	P.U	TOTAL	TOTAL ANUAL
NO FUNGIBLES				
2	TRAPEADORES	$ 3,00	$ 6,00	24,00
3	ESCOBAS	$ 4,20	$ 12,60	50,40
2	RECOGEDOR DE BASURA(PALA)	$ 2,80	$ 5,60	22,40
TOTAL NO FUNGIBLES TRIMESTRAL			$ 24,20	96,80
FUNGIBLES				
2	CERAS LIMPIA PISOS	$ 2,70	$ 5,40	64,80
1	GALÓN DE CLORO	$ 7,24	$ 7,24	86,88
1	DESINFECTANTE 1L	$ 1,75	$ 1,75	21,00
1	DETERGENTE 4K	$ 8,30	$ 8,30	99,60
1	CREMA LAVA PLATOS 500 GR	$ 1,22	$ 1,22	14,64
3	ESPONJAS LAVA PLATOS	$ 0,60	$ 1,80	21,60
TOTAL FUNGIBLES MENSUAL			$ 74,11	889,32

ANEXO Nº 7.-TABLA DE AMORTIZACIÓN GRADUAL.

TABLA DE AMORTIZACIÓN GRADUAL					
MÉTODO		CUOTA FIJA			12
CAPITAL	36.961,62	PAGO CADA		1	MESES
TASA DE INTERÉS ANUAL		10,00%	PERIODOS		60
PLAZO		5	AÑOS		
PAGOS ANUALES		12	INTERÉS	0,83%	MENSUAL
PAGO PERIÓDICO					785,33
PERIODO	PAGO		INTERÉS	CAPITAL	SALDO
PERIODO	PERIÓDICO		PAGADOS	PAGADO	INSOLUTO
0					36.961,62
1	785,33	0,83%	308,01	477,31	36.484,31
2	785,33	0,83%	304,04	481,29	36.003,02
3	785,33	0,83%	300,03	485,30	35.517,72
4	785,33	0,83%	295,98	489,34	35.028,38
5	785,33	0,83%	291,90	493,42	34.534,96
6	785,33	0,83%	287,79	497,53	34.037,42
7	785,33	0,83%	283,65	501,68	33.535,74
8	785,33	0,83%	279,46	505,86	33.029,88
9	785,33	0,83%	275,25	510,08	32.519,81
10	785,33	0,83%	271,00	514,33	32.005,48
11	785,33	0,83%	266,71	518,61	31.486,87
12	785,33	0,83%	262,39	522,93	30.963,93
TOTAL	9.423,90	10,00%	3.426,21	5.997,69	
13	785,33	0,83%	258,03	527,29	30.436,64
14	785,33	0,83%	253,64	531,69	29.904,95
15	785,33	0,83%	249,21	536,12	29.368,83
16	785,33	0,83%	244,74	540,58	28.828,25
17	785,33	0,83%	240,24	545,09	28.283,16
18	785,33	0,83%	235,69	549,63	27.733,53
19	785,33	0,83%	231,11	554,21	27.179,31
20	785,33	0,83%	226,49	558,83	26.620,48
21	785,33	0,83%	221,84	563,49	26.057,00
22	785,33	0,83%	217,14	568,18	25.488,81
23	785,33	0,83%	212,41	572,92	24.915,89
24	785,33	0,83%	207,63	577,69	24.338,20
TOTAL	9.423,90	10,00%	2.798,17	6.625,73	
25	785,33	0,83%	202,82	582,51	23.755,69
26	785,33	0,83%	197,96	587,36	23.168,33
27	785,33	0,83%	193,07	592,26	22.576,08

28	785,33	0,83%	188,13	597,19	21.978,89
29	785,33	0,83%	183,16	602,17	21.376,72
30	785,33	0,83%	178,14	607,19	20.769,53
31	785,33	0,83%	173,08	612,25	20.157,29
32	785,33	0,83%	167,98	617,35	19.539,94
33	785,33	0,83%	162,83	622,49	18.917,45
34	785,33	0,83%	157,65	627,68	18.289,77
35	785,33	0,83%	152,41	632,91	17.656,85
36	785,33	0,83%	147,14	638,18	17.018,67
TOTAL	**9.423,90**	**10,00%**	**2.104,37**	**7.319,53**	
37	785,33	0,83%	141,82	643,50	16.375,17
38	785,33	0,83%	136,46	648,87	15.726,30
39	785,33	0,83%	131,05	654,27	15.072,03
40	785,33	0,83%	125,60	659,73	14.412,30
41	785,33	0,83%	120,10	665,22	13.747,08
42	785,33	0,83%	114,56	670,77	13.076,31
43	785,33	0,83%	108,97	676,36	12.399,96
44	785,33	0,83%	103,33	681,99	11.717,97
45	785,33	0,83%	97,65	687,68	11.030,29
46	785,33	0,83%	91,92	693,41	10.336,88
47	785,33	0,83%	86,14	699,18	9.637,70
48	785,33	0,83%	80,31	705,01	8.932,69
TOTAL	**9.423,90**	**10,00%**	**1.337,92**	**8.085,98**	
49	785,33	0,83%	74,44	710,89	8.221,80
50	785,33	0,83%	68,52	716,81	7.504,99
51	785,33	0,83%	62,54	722,78	6.782,21
52	785,33	0,83%	56,52	728,81	6.053,40
53	785,33	0,83%	50,45	734,88	5.318,52
54	785,33	0,83%	44,32	741,00	4.577,52
55	785,33	0,83%	38,15	747,18	3.830,34
56	785,33	0,83%	31,92	753,41	3.076,93
57	785,33	0,83%	25,64	759,68	2.317,25
58	785,33	0,83%	19,31	766,01	1.551,23
59	785,33	0,83%	12,93	772,40	778,83
60	785,33	0,83%	6,49	778,83	-0,00
TOTAL	**9.423,90**	**10,00%**	**491,21**	**8.932,69**	

ANEXO Nº 8.- TABLAS DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS.

EQUIPOS INFORMÁTICOS.

CUENTA:	**EQUIPOS INFORMÁTICOS**		
COSTO:	$ 1.699,98		
VIDA ÚTIL:	3	**(1º--3º AÑO)**	
DEPRE. ANUAL:	$ 566,66		
VIDA ÚTIL	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBRO**
0			$ 1.699,98
1	$ 566,66	$ 566,66	$ 1.133,32
2	$ 566,66	$ 1.133,32	$ 566,66
3	$ 566,66	$ 1.699,98	$ -

CUENTA:	**EQUIPOS INFORMÁTICOS**		
COSTO:	$ 1.750,98		
VIDA ÚTIL:	3	**(4º--6º AÑO)**	
DEPRE. ANUAL:	$ 583,66		
VIDA ÚTIL	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBRO**
0			$ 1.750,98
1	$ 583,66	$ 583,66	$ 1.167,32
2	$ 583,66	$ 1.167,32	$ 583,66
3	$ 583,66	$ 1.750,98	$ -

CUENTA:	**EQUIPOS INFORMÁTICOS**		
COSTO:	$ 1.750,98		
VIDA ÚTIL:	3	**(7º--9º AÑO)**	
DEPRE. ANUAL:	$ 583,66		
VIDA ÚTIL	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBRO**
0			$ 1.750,98
1	$ 583,66	$ 583,66	$ 1.167,32
2	$ 583,66	$ 1.167,32	$ 583,66
3	$ 583,66	$ 1.750,98	$ -

CUENTA:	EQUIPOS INFORMÁTICOS		
COSTO:	$ 1.750,98		
VIDA ÚTIL:	3	(10º--12º AÑO)	
DEPRE. ANUAL:	$ 583,66		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			$ 1.750,98
1	$ 583,66	$ 583,66	$ 1.167,32
2	$ 583,66	$ 1.167,32	$ 583,66
3	$ 583,66	$ 1.750,98	$ -

LÍNEA BLANCA.

CUENTA:	LÍNEA BLANCA		
COSTO:	$ 6.977,89		
VIDA ÚTIL:	$ 5,00	(1º--5º AÑO)	
DEPRE. ANUAL:	$ 1.395,58		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			$ 6.977,89
1	$ 1.395,58	$ 1.395,58	$ 5.582,31
2	$ 1.395,58	$ 2.791,16	$ 4.186,73
3	$ 1.395,58	$ 4.186,73	$ 2.791,16
4	$ 1.395,58	$ 5.582,31	$ 1.395,58
5	$ 1.395,58	$ 6.977,89	$ -

CUENTA:	LÍNEA BLANCA		
COSTO:	$ 7.187,23		
VIDA ÚTIL:	5	(6º--10º AÑO)	
DEPRE. ANUAL:	$ 1.437,45		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			$ 7.187,23
1	$ 1.437,45	$ 1.437,45	$ 5.749,78
2	$ 1.437,45	$ 2.874,89	$ 4.312,34
3	$ 1.437,45	$ 4.312,34	$ 2.874,89
4	$ 1.437,45	$ 5.749,78	$ 1.437,45
5	$ 1.437,45	$ 7.187,23	$ -

EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO.

CUENTA:	EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO		
COSTO:	$ 1.532,00		
VIDA ÚTIL:	10		
DEPRE. ANUAL:	$ 153,20		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			$ 1.532,00
1	$ 153,20	$ 153,20	$ 1.378,80
2	$ 153,20	$ 306,40	$ 1.225,60
3	$ 153,20	$ 459,60	$ 1.072,40
4	$ 153,20	$ 612,80	$ 919,20
5	$ 153,20	$ 766,00	$ 766,00
6	$ 153,20	$ 919,20	$ 612,80
7	$ 153,20	$ 1.072,40	$ 459,60
8	$ 153,20	$ 1.225,60	$ 306,40
9	$ 153,20	$ 1.378,80	$ 153,20
10	$ 153,20	$ 1.532,00	$ -

MUEBLES Y ENSERES.

CUENTA:	MUEBLES Y ENSERES		
COSTO:	$ 6.280,60		
VIDA ÚTIL:	10		
DEPRE. ANUAL:	$ 628,06		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			$ 6.280,60
1	$ 628,06	$ 628,06	$ 5.652,54
2	$ 628,06	$ 1.256,12	$ 5.024,48
3	$ 628,06	$ 1.884,18	$ 4.396,42
4	$ 628,06	$ 2.512,24	$ 3.768,36
5	$ 628,06	$ 3.140,30	$ 3.140,30
6	$ 628,06	$ 3.768,36	$ 2.512,24
7	$ 628,06	$ 4.396,42	$ 1.884,18
8	$ 628,06	$ 5.024,48	$ 1.256,12
9	$ 628,06	$ 5.652,54	$ 628,06
10	$ 628,06	$ 6.280,60	$ -

EQUIPOS DE OFICINA.

CUENTA:	EQUIPOS DE OFICINA		
COSTO:	$ 419,98		
VIDA ÚTIL:	10		
DEPRE. ANUAL:	$ 42,00		
VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
0			$ 419,98
1	$ 42,00	$ 42,00	$ 377,98
2	$ 42,00	$ 84,00	$ 335,98
3	$ 42,00	$ 125,99	$ 293,99
4	$ 42,00	$ 167,99	$ 251,99
5	$ 42,00	$ 209,99	$ 209,99
6	$ 42,00	$ 251,99	$ 167,99
7	$ 42,00	$ 293,99	$ 125,99
8	$ 42,00	$ 335,98	$ 84,00
9	$ 42,00	$ 377,98	$ 42,00
10	$ 42,00	$ 419,98	$ -

OTROS ACTIVOS.

CUENTA:	**RÓTULO**		
COSTO:	$ 250,00		
VIDA ÚTIL:	5	**(1º--5º AÑO)**	
DEPRE. ANUAL:	$ 50,00		
VIDA ÚTIL	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBRO**
0			$ 250,00
1	$ 50,00	$ 50,00	$ 200,00
2	$ 50,00	$ 100,00	$ 150,00
3	$ 50,00	$ 150,00	$ 100,00
4	$ 50,00	$ 200,00	$ 50,00
5	$ 50,00	$ 250,00	$ -

CUENTA:	**RÓTULO**		
COSTO:	$ 257,50		
VIDA ÚTIL:	$ 5,00	(6º--10º AÑO)	
DEPRE. ANUAL:	$ 51,50		
VIDA ÚTIL	**DEPRECIACIÓN ANUAL**	**DEPRECIACIÓN ACUMULADA**	**VALOR EN LIBRO**
0			$ 257,50
1	$ 51,50	$ 51,50	$ 198,50
2	$ 51,50	$ 103,00	$ 147,00
3	$ 51,50	$ 154,50	$ 95,50
4	$ 51,50	$ 206,00	$ 44,00
5	$ 51,50	$ 257,50	$ -

ANEXO Nº 9.- COSTOS DE PRODUCCIÓN.

HOT- DOG				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
PAN	1	UNIDAD	$ 0,23	$ 0,23
SALCHICHA	1	UNIDAD	$ 0,33	$ 0,33
PAPA	28	GRAMOS	$ 0,0015	$ 0,04
CEBOLLA	30	GRAMOS	$ 0,0014	$ 0,04
MAYONESA	20	GRAMOS	$ 0,0023	$ 0,05
MOSTAZA	10	GRAMOS	$ 0,0035	$ 0,04
SALSA DE TOMATE	20	GRAMOS	$ 0,0015	$ 0,03
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,76
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,04
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,30
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 1,09
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 0,87
PRECIO				$ 1,97
PRECIO DE VENTA				$ 2,00

HAMBURGUESA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
PAN	1	UNIDAD	$ 0,22	$ 0,22
CARNE MOLIDA	200	GRAMOS	$ 0,0028	$ 0,56
TOMATE	24	GRAMOS	$ 0,0015	$ 0,04
LECHUGA	30	GRAMOS	$ 0,0028	$ 0,08
MAYONESA	20	GRAMOS	$ 0,0023	$ 0,05
MOSTAZA	10	GRAMOS	$ 0,0035	$ 0,04
SALSA DE TOMATE	20	GRAMOS	$ 0,0015	$ 0,03
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 1,01
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,05
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,38
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 1,44
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 1,15
PRECIO				$ 2,59
PRECIO DE VENTA				$ 2,60

SANDUCHE FRIO				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
PAN	1	UNIDAD	$ 0,23	$ 0,23
QUESO CHÉDAR	1	REBANADA	$ 0,19	$ 0,19
TOMATE	24	GRAMOS	$ 0,0015	$ 0,04
LECHUGA	30	GRAMOS	$ 0,0028	$ 0,08
MAYONESA	20	GRAMOS	$ 0,0023	$ 0,05
JAMÓN	1	REBANADA	$ 0,21	$ 0,21
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,80
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,04
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,23
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 1,06
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 0,85
PRECIO				$ 1,91
PRECIO COMERCIAL				$ 1,95

CAPPUCCINO				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
LECHE	200	ML	$ 0,00074	$ 0,15
CAFÉ-LATE	20	GRAMOS	$ 0,012	$ 0,24
AZÚCAR	30	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,04
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,43
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,02
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,19
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 0,64
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			95%	$ 0,60
PRECIO				$ 1,24
PRECIO DE VENTA				$ 1,25

TÉ				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
BOLSA DE TE	1	UNIDAD	$ 0,04	$ 0,04
AZÚCAR	30	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,04
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,08
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,00
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,11
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 0,20
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			150%	$ 0,29
PRECIO				$ 0,49
PRECIO DE VENTA				$ 0,50

COCTEL(PIÑA COLADA)				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
RON	3	ONZ	$ 0,35	$ 1,05
AMARETTO	1	ONZ	$ 0,34	$ 0,34
LECHE DE COCO	4	ONZ	$ 0,27	$ 1,08
PIÑA	1	UNIDAD	$ 0,50	$ 0,50
CEREZA	1	UNIDAD	$ 0,16	$ 0,16
AZÚCAR	20	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,03
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 3,16
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,16
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,30
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 3,61
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 2,89
PRECIO				$ 6,50
PRECIO DE VENTA				$ 6,50

JUGO(NARANJA)				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
NARANJAS	5	UNIDAD	$ 0,10	$ 0,50
AZÚCAR	20	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,03
HIELO	30	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,04
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,57
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,03
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,19
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 0,78
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 0,62
PRECIO				$ 1,41
PRECIO DE VENTA				$ 1,45

BATIDO(MORA)				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
MORA	75	GRAMOS	$ 0,0033	$ 0,25
LECHE	200	ML	$ 0,00074	$ 0,15
AZÚCAR	20	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,03
HIELO	30	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,04
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,46
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,02
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,23
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 0,71
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 0,57
PRECIO				$ 1,28
PRECIO DE VENTA				$ 1,30

CAFÉ				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL UNITARIO
CAFÉ	20	GRAMOS	$ 0,012	$ 0,24
AZÚCAR	30	GRAMOS	$ 0,0013	$ 0,04
COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA				$ 0,28
CIF UNITARIO (5% DECMT)				$ 0,01
COSTO DE MANO DE OBRA				$ 0,11
COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				$ 0,41
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			80%	$ 0,32
PRECIO				$ 0,73
PRECIO DE VENTA				$ 0,75

ANEXO Nº 10.- COSTO DE MANO DE OBRA.

COSTO DE MANO DE OBRA					
PRODUCTO	TIEMPO DE PREPARACIÓN	UNIDAD	COSTO POR HORA PROMEDIO	COSTO POR MINUTOS PROMEDIO	COSTO DE MANO DE OBRA
HOT-DOG	8	MINUTOS	2,25	0,0375	0,30
HAMBURGUESA	10	MINUTOS	2,25	0,0375	0,38
SANDUCHES	6	MINUTOS	2,25	0,0375	0,23
CAPPUCCINO	5	MINUTOS	2,25	0,0375	0,19
TÉ	3	MINUTOS	2,25	0,0375	0,11
CAFÉ	3	MINUTOS	2,25	0,0375	0,11
COCTEL	8	MINUTOS	2,25	0,0375	0,30
BATIDO	6	MINUTOS	2,25	0,0375	0,23
JUGO	5	MINUTOS	2,25	0,0375	0,19

ANEXO Nº 11.- FLUJO DE CAJA PROYECTADO.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO												
	0 AÑO	**1 AÑO**	**2 AÑO**	**3 AÑO**	**4 AÑO**	**5 AÑO**	**6 AÑO**	**7 AÑO**	**8 AÑO**	**9 AÑO**	**10 AÑO**	**TOTAL**
INVERSIÓN INICIAL	**$ 41.961,62**											
INGRESOS												
VENTAS		114699,0	118598,8	122631,1	126800,6	131111,8	135569,6	140179,0	144945,1	149873,2	154968,9	$ 1.339.376,96
TOTAL INGRESOS		**114699,0**	**118598,8**	**122631,1**	**126800,6**	**131111,8**	**135569,6**	**140179,0**	**144945,1**	**149873,2**	**154968,9**	**$ 1.339.376,96**
COSTO DE VENTA												
MERCADERÍA		**13258,7**	13709,5	14175,6	14657,6	15155,9	15671,2	16204,1	16755,0	17324,7	17913,7	**$ 154.826,09**
MATERIA PRIMA		**38504,2**	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	39813,4	**$ 396.824,75**
TOTAL COSTO DE VENTA		**51762,9**	**53522,9**	**53989,0**	**54471,0**	**54969,3**	**55484,6**	**56017,5**	**56568,4**	**57138,1**	**57727,1**	**$ 551.650,84**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		**62936,1**	**65075,9**	**68642,1**	**72329,6**	**76142,5**	**80085,0**	**84161,5**	**88376,7**	**92735,1**	**97241,8**	**$ 787.726,13**
GASTOS OPERACIONALES												
*SUELDOS		15049,1	15560,8	16089,8	16636,9	17202,5	17787,4	18392,2	19017,5	19664,1	20332,7	$ 175.733,00
*IESS PATRONAL		1828,5	1890,6	1954,9	2021,4	2090,1	2161,2	2234,7	2310,6	2389,2	2470,4	$ 21.351,56
*13° SUELDO		1254,1	1296,7	1340,8	1386,4	1433,5	1482,3	1532,7	1584,8	1638,7	1694,4	$ 14.644,42
*14° SUELDO		1360,0	1406,2	1454,1	1503,5	1554,6	1607,5	1662,1	1718,6	1777,1	1837,5	$ 15.881,16
*VACACIONES		627,0	648,4	670,4	693,2	716,8	741,1	766,3	792,4	819,3	847,2	$ 7.322,21
*FONDOS DE RESERVA		1254,1	1296,7	1340,8	1386,4	1433,5	1482,3	1532,7	1584,8	1638,7	1694,4	$ 14.644,42
PROVISIÓN PARA LIQUIDACIÓN		3762,3	3890,2	4022,5	4159,2	4300,6	4446,9	4598,0	4754,4	4916,0	5083,2	$ 43.933,25
ARRIENDO		6000,0	6204,0	6414,9	6633,0	6858,6	7091,8	7332,9	7582,2	7840,0	8106,6	$ 70.063,92
SERVICIO DE INTERNET		335,8	347,2	359,0	371,2	383,8	396,9	410,3	424,3	438,7	453,6	$ 3.920,78
SERVICIOS BÁSICOS		688,8	712,2	736,4	761,5	787,4	814,1	841,8	870,4	900,0	930,6	$ 8.043,34
SUMINISTRO DE OFICINA		611,8	632,6	654,1	676,3	699,3	723,1	747,7	773,1	799,4	826,6	$ 7.144,18
SUMINISTRO DE LIMPIEZA		986,1	1019,6	1054,3	1090,2	1127,2	1165,6	1205,2	1246,2	1288,5	1332,3	$ 11.515,24
ENSERES DE COCINA		374,7	387,4	400,6	414,2	428,3	442,9	457,9	473,5	489,6	506,3	$ 4.375,49
UTENSILIOS DE COCINA		197,5	204,2	211,1	218,3	225,7	233,4	241,3	249,5	258,0	266,8	$ 2.305,69
UTENSILIOS DE BAR		40,6	42,0	43,4	44,9	46,4	48,0	49,6	51,3	53,0	54,8	$ 473,98
CRISTALERÍA		204,9	211,8	219,0	226,5	234,2	242,2	250,4	258,9	267,7	276,8	$ 2.392,45
PUBLICIDAD		3660,0	3784,4	3784,4	3784,4	3784,4	3784,4	3784,4	3784,4	3784,4	3784,4	$ 37.719,96

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	3244,8	3355,1	3355,1	3355,1	3355,1	3355,1	3355,1	3355,1	3355,1	3355,1	$	33.440,91
UNIFORMES	267,0	276,1	276,1	276,1	276,1	276,1	276,1	276,1	276,1	276,1	$	2.751,70
MANTENIMIENTO	400,0	413,6	413,6	413,6	413,6	413,6	413,6	413,6	413,6	413,6	$	4.122,40
HONORARIOS PROFESIONALES	2400,0	2481,6	2481,6	2481,6	2481,6	2481,6	2481,6	2481,6	2481,6	2481,6	$	24.734,40
GASTO DE DEPRECIACIÓN	2835,5	2835,5	2835,5	2852,5	2852,5	2895,9	2895,9	2895,9	2895,9	2895,9	$	28.690,80
GASTO DE INTERÉS	3426,2	2798,2	2104,4	1337,9	491,2						$	10.157,89
OTROS GASTOS(5% DEL TOTAL DE GASTOS)	2540,4	2626,8	2716,1	2716,1	2808,5	2904,0	3002,7	3104,8	3210,3	3319,5	$	28.949,21
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	53349,1	54322,0	54933,1	55440,5	55985,7	56977,1	58465,3	60004,1	61595,2	63240,4	$	574.312,34
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. E IMP.	**9587,0**	**10753,9**	**13709,1**	**16889,1**	**20156,8**	**23107,9**	**25696,2**	**28372,6**	**31139,9**	**34001,4**	**$**	**213.413,79**
(-)15% DE UTILIDAD TRABAJADORES	1438,0	1613,1	2056,4	2533,4	3023,5	3466,2	3854,4	4255,9	4671,0	5100,2	$	32.012,07
(=)UTILIDAD ANTES DE IR	**8148,9**	**9140,8**	**11652,7**	**14355,8**	**17133,3**	**19641,7**	**21841,8**	**24116,7**	**26468,9**	**28901,2**	**$**	**181.401,72**
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	1792,8	2011,0	2563,6	3158,3	3769,3	4321,2	4805,2	5305,7	5823,2	6358,3	$	39.908,38
UTILIDAD DESP. DE IMPUESTO.	6356,16	7129,81	9089,11	11197,50	13363,95	15320,52	17036,60	18811,02	20645,77	22542,91	**$**	**141.493,34**
(-) PAGO CUOTA PRÉSTAMO BANCARIO	5997,7	6625,7	7319,5	8086,0	8932,7						$	(36.961,62)
(+) DEPRECIACIÓN ACT. FIJO	2835,5	2835,5	2835,5	2852,5	2852,5	2895,9	2895,9	2895,9	2895,9	2895,9	$	28.690,80
VALOR DE REPOSICIÓN DE ACTIVOS			-1751,0		7444,7	-1751,0			-1751,0		$	2.191,79
VALOR DE RESCATE										1167,3	$	1.167,32
(=) FLUJO NETO DE CAJA PROYEC.	**3194,0**	**3339,6**	**4605,1**	**5964,0**	**7283,8**	**16465,4**	**19932,5**	**21706,9**	**23541,6**	**26606,1**	**$**	**132.638,85**

ANEXO Nº 12.- REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.

MAQUINARIAS Y EQUIPOS.

MAQUINARIA Y EQUIPOS				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
Congelador Indurama 520-Gris	Unidad	1	$ 1.220,00	$ 1.220,00
Vitrina Exhibidor Vtv 520	Unidad	1	$ 1.050,00	$ 1.050,00
Congelador Indurama 300-Gris	Unidad	1	$ 795,00	$ 795,00
Licuadora Oster Silver 3 Velocidades	Unidad	2	$ 104,99	$ 209,98
Batidora Inmersión 250 W Oster	Unidad	1	$ 51,99	$ 51,99
Plancha Sanduchera1500 W Oster 4 Panes	Unidad	1	$ 117,99	$ 117,99
Cafetera Automática Oster	Unidad	1	$ 298,99	$ 298,99
Horno Tostador 1200w Black-Decker	Unidad	1	$ 69,99	$ 69,99
Plancha Eléctrica 22" Black-Decker	Unidad	1	$ 73,99	$ 73,99
Extractor De Olores 90 Cm Gen-Electric	Unidad	1	$ 618,99	$ 618,99
Sartén Eléctrico 1300 W Umco	Unidad	1	$ 41,99	$ 41,99
Exprimidor Eléctrico 25w Daewoo	Unidad	1	$ 19,99	$ 19,99
Microondas 1000w Haceb	Unidad	1	$ 210,99	$ 210,99
Televisor-Led-Digital Lg Smart-3hdm	Unidad	2	$ 1.099,00	$ 2.198,00
TOTAL				$ 6.977,89

CRISTALERÍA.

CRISTALERÍA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
Vaso Cervecero liso 4 onz kassel	Unidad	40	$ 0,89	$ 35,60
Vaso Highball liso 1/2 onz Montecarlo	Unidad	12	$ 0,46	$ 5,52
Vaso Dof liso 1/2 onz Mozart.	Unidad	10	$ 0,78	$ 7,80
Copa agua 13 onz Rioja	Unidad	24	$ 1,05	$ 25,20
Copa Brandy 4 onz	Unidad	12	$ 1,28	$ 15,36
Copa Margarita 9 onz	Unidad	15	$ 1,50	$ 22,50
Copa coctel 10 onz	Unidad	30	$ 2,11	$ 63,30
Copa Postre 10 onz	Unidad	10	$ 2,96	$ 29,60
TOTAL				$ 204,88

UTENSILIOS DE COCINA.

UTENSILIOS DE COCINA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P.UNITARIO	P.TOTAL
Juego de reposteros x 3	Unidad	1	$ 21,99	$ 21,99
Jarras 2l	Unidad	10	$ 4,62	$ 46,20
Jarra medidora	Unidad	2	$ 0,69	$ 1,38
Repostero hermético	Unidad	2	$ 21,99	$ 43,98
Tabla de picar	Unidad	2	$ 17,99	$ 35,98
Cuchillo chef	Unidad	4	$ 3,49	$ 13,96
Bowl 15 cm	Unidad	2	$ 4,15	$ 8,30
Exprimidor de limón	Unidad	2	$ 9,69	$ 19,38
Pinza para Hielo	Unidad	4	$ 1,57	$ 6,28
TOTAL				$ 197,45

ENSERES DE COCINA.

ENSERES DE COCINA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Ensaladera	Unidad	20	$ 2,76	$ 55,20
Cuchillo de mesa	Unidad	20	$ 4,40	$ 88,00
Tenedor	Unidad	20	$ 3,68	$ 73,60
Cucharas	Unidad	20	$ 3,62	$ 72,40
Jarros	Unidad	15	$ 1,74	$ 26,10
Plato pequeño	Unidad	20	$ 1,69	$ 33,80
Azucareras	Unidad	8	$ 3,20	$ 25,60
TOTAL				$ 374,70

UTENSILIOS DE BAR.

UTENSILIOS DE BAR				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Coctelera manual 500 ml	Unidad	2	$ 8,33	$ 16,66
Decorador acero inoxidable	Unidad	2	$ 4,28	$ 8,56
Mezclador	Unidad	2	$ 1,67	$ 3,34
Medidores	Unidad	2	$ 3,86	$ 7,72
Sacacorchos	Unidad	1	$ 4,31	$ 4,31
TOTAL				$ 40,59

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA.

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Mesas pequeñas vidrio y metal	Unidad	4	$ 93,55	$ 374,20
Mesa grande-4 sillas-comedor napoles	Unidad	8	$ 235,30	$ 1.882,40
32 sillas p/exterior de aluminio	Unidad	32	$ 39,95	$ 1.278,40
Silla de bar tapa de botella	Unidad	8	$ 103,40	$ 827,20
Silla de bar plástica-metal-con espaldar	Unidad	32	$ 59,95	$ 1.918,40
TOTAL				$ 6.280,60

EQUIPOS DE OFICINA.

EQUIPOS DE OFICINA				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Impresora EPSON multifunción	Unidad	1	$ 309,99	$ 309,99
Teléfono inalámbrico Panasonic	Unidad	1	$ 109,99	$ 109,99
TOTAL				$ 419,98

EQUIPOS INFORMÁTICOS.

EQUIPOS INFORMÁTICOS				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Laptop DELL 14" 4gb	Unidad	2	$ 849,99	$ 1.699,98
TOTAL				$ 1.699,98

EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO.

EQUIPOS DE ENTRETENIMIENTO				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
Consola power pod 1062	Unidad	1	$ 490,00	$ 490,00
Parlantes con pedestal cta-3115ª	Unidad	4	$ 240,00	$ 960,00
micrófono inalámbrico ps-207-B	Unidad	2	$ 20,00	$ 40,00
cables	Metros	12	$ 3,50	$ 42,00
TOTAL				$ 1.532,00

RÓTULO PUBLICITARIO

RÓTULO PUBLICITARIO				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
RÓTULO PUBLICITARIO DE NEÓN	Unidad	1	$ 250,00	$ 250,00
TOTAL				$ 250,00

AMBIENTACIÓN Y ADECUACIÓN.

ADECUACIONES Y AMBIENTACIÓN			
CANTIDAD	DETALLE	P.U	ANUAL
1	ADECUACIÓN Y AMBIENTACIÓN	$ 2.000,00	$ 2.000,00
TOTAL			$ 2.000,00