



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**TÍTULO: INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DENTRO  
DEL HOTEL “PALMA SOL” EN QUEVEDO “**

**FORMULACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

Melina Palacios Martinetti

**NOMBRE DEL TUTOR:**

José Joaquín Forteza

**SAMBORONDÓN, ABRIL 2017**

**ECUADOR**

## Table of Contents

2)Justificación del proyecto .....	4
3)Problema a resolver .....	5
4)Objetivo General.....	5
5) Resumen Ejecutivo.....	6
6) Misión y Visión .....	6
7) Metas.....	7
8) Viabilidad Legal .....	7
9)Análisis de Mercado.....	10
9.1Mercado Objetivo .....	11
9.2 Análisis Pestal.....	15
9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades,Debilidades, Amenazas).....	18
9.4 Análisis de las 4Ps .....	19
9.5 Análisis de la demanda y oferta.....	22
9.6 Estrategia de diferenciación .....	28
9.7 Acciones de promoción.....	28
9.8 Canal de distribución .....	29
10) Análisis Operativo .....	30
10.1 Localización y descripción de las instalaciones .....	30
10.2 Método de producción y comercialización.....	31
10.3 Capacidad Instalada .....	31
10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento).....	32
10.5 Recursos Humanos .....	34
10.5.1 Descripción de cargos .....	35
11) Análisis Financiero.....	39
11.1 Inversión inicial y Financiamiento .....	39
11.2 Estado de resultados proyectados a 5 años .....	39
11.3 Flujo de caja proyectado a 5 años.....	41
11.4 Análisis de punto de equilibrio .....	41
12) Viabilidad del proyecto.....	42
14) Bibliografía.....	44
13) Anexos .....	46
Figura 1 Canal de distribución .....	29

<b>Figura 2 Encuestas Restaurante .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 3 Encuestas Huéspedes hotel .....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 4 . Interior del restaurante "Coco Plumoso" .....</b>	<b>20</b>
<b>Ilustración 2 Carta Menú del restaurante "Coco Plumoso" .....</b>	<b>21</b>
<b>Ilustración 3 Logo del Restaurante "Coco Plumoso".....</b>	<b>22</b>
<b>Ilustración 4 Distribución Geográfica Vs. establecimientos de comida.....</b>	<b>24</b>
<b>Ilustración 5 Ventas Totales 2009-2015 por actividades de restaurante y de servicio móvil de comidas.....</b>	<b>25</b>
<b>Ilustración 6 Interior del restaurante "Don Camarón.....</b>	<b>27</b>
<b>Ilustración 7 Restaurante "La Española".....</b>	<b>27</b>
<b>Ilustración 8 Restaurante "Jade" .....</b>	<b>28</b>
<b>Ilustración 9 Planos del restaurante "Coco Plumoso" .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 10 Diagrama Front Office .....</b>	<b>32</b>
<b>Ilustración 11 Diagrama Back Office.....</b>	<b>33</b>
<b>Ilustración 12 Diagrama Recursos Humanos .....</b>	<b>34</b>
<b>Ilustración 13 Inversión inicial y financiamiento .....</b>	<b>39</b>
<b>Ilustración 14 Estado de Resultados.....</b>	<b>39</b>
<b>Ilustración 15 Estado de resultados integrales.....</b>	<b>40</b>
<b>Ilustración 16 Flujo de Caja Proyectado .....</b>	<b>41</b>
<b>Ilustración 17 Punto de equilibrio.....</b>	<b>41</b>
<b>Ilustración 18 Cálculo de TIR Y VAN.....</b>	<b>42</b>

## **2)Justificación del proyecto**

La ciudad de Quevedo esta considerada como la novena ciudad mas importante de Ecuador, cuenta con una población de 173.585 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas del Ecuador, 2010)<sup>1</sup>. Debido a su ubicación privilegiada en un punto medio entre la costa y la sierra, la ciudad recepta una gran cantidad de personas, principalmente por motivo de turismo y negocios. Estas resultan en una significativa demanda de establecimientos de restauración de diversa tipología, de acuerdo a las tendencias actuales. Aquí aparece el primer punto justificativo para la apertura de un nuevo establecimiento, basado en que tal y como se expondrá a lo largo del documento, se ha podido observar un cierto nivel de deficit, no sólo en lo referente a la cantidad, sino a su variedad y calidad: la mayoría de establecimientos se inclinan bien hacia la oferta de comida china, bien hacia la comida típica; con la correspondiente pérdida de competitividad y diversificación de la oferta.

Por otro lado, es importante mencionar que en los últimos años, el Gobierno ecuatoriano ha venido dando un impulso a la actividad emprendedora, incluyendola como uno de los pilares dentro de sus estrategias para el cambio de la matriz productiva. Es así que en el Plan Nacional del Buen Vivir (Buen Vivir, 2013)

En base a lo anterior, se plantea la iniciativa emprendedora de desarrollar un nuevo restaurante, en un emplazamiento diferente, aprovechando la alternativa de usar las instalaciones que ofrece el Hotel Palmasol Se trata de un establecimiento que a pesar de su posicionamiento en el mercado durante los últimos ocho años de funcionamiento, nunca optó por aperturar este servicio al público en general. Por lo tanto, se planea aprovechar el buen posicionamiento del mencionado hotel, para partiendo de sus huéspedes como clientes iniciales, captar un nuevo nicho de mercado, que hasta el momento no ha sido contemplado.

---

<sup>1</sup>INEC

Por tanto, el planteamiento de este Plan de Negocios se justifica, por una parte en la necesidad de ofrecer un servicio de excelencia al público, con una propuesta gastronómica diferente a la existente hasta el momento; y por la otra en la oportunidad resultante de la decisión de los propietarios del Hotel Palmasol de abrir el restaurante al público en general, por medio de un arriendo del establecimiento a una persona emprendedora.

### **3)Problema a resolver**

El problema que pretende resolver el presente plan de negocio puede considerarse en dos vías. Por un lado, existe la necesidad del Hotel PalmaSol propiedad de la familia de la emprendedora de redireccionar la oferta gastronómica del establecimiento, para abrirla al público en general, optando con ello a captar a un nicho de mercado que hasta la fecha no había atendido. Adicionalmente, este cambio conllevará una disminución de las responsabilidades en cuanto a la gestión del hotel familiar y su sostenibilidad, sin dejar de ser un ingreso estable por medio del arrendamiento.

Por el otro lado, se contempla la necesidad existente en la ciudad de Quevedo de mejorar la oferta de establecimientos gastronómicos, agregando valor mediante su diversificación, teniendo como base para ello nuevas alternativas de preparación, ingredientes y servicio. Estas pretenden alejarse de lo usualmente ofrecido en el mercado

### **4)Objetivo General**

Convertir al restaurante del hotel “Palmasol” en un referente, reorientando su oferta a toda clientela en general y no sólo para los huéspedes del hotel, tal y como venía funcionando con anterioridad

## **5) Resumen Ejecutivo**

El establecimiento “Coco Plumoso”, es un restaurante de comida variada nacional e internacional dirigido a clientes de la ciudad de Quevedo y sus alrededores, como también a los huéspedes del hotel “Palmasol”. Se busca satisfacer las necesidades del cliente en un ambiente acogedor durante su visita al restaurante.

El restaurante se encuentra ubicado en el Hotel “Palmasol” “km5 Vía El Empalme. Con respecto a la comida, el restaurante brinda a los clientes una exquisita comida variada nacional e internacional, dándose a conocer por los menús que este brinda, además de platos a la carta. También cuenta con un pequeño bar y una sala de television , su capacidad maxima es de 40 personas.

Finalmente el precio de promedio de la comida es de \$9,90, por lo que resulta viable en el ámbito financiero. El plan de negocios representa una inversión \$128.106,74., que a su vez sera recuperado en un tiempo estimado de 1,67 años.

## **6) Misión y Visión**

### **Misión**

Buscamos la excelencia en la preparación de comida típica e internacional, brindando productos y servicios de calidad, agregando valor superior para que nuestros clientes disfruten de nuestro trabajo, comprometidos con el servicio de excelencia al cliente.

### **Visión**

Llegar a ser reconocidos como un restaurante original, solido, profesional, con calidad humana y principios éticos, basándonos en dos pilares: nuestra cultura organizacional y el uso eficiente de los recursos; todo con la finalidad de ofrecer comida típica e internacional de excelencia

## 7) Metas

- Recuperar la inversión inicial en el primer año de funcionamiento
- Obtener un mínimo del 50% de ocupación media del restaurante correspondiente a clientes externos del hotel, no perdiendo el % de clientela actual del hotel.
- Posicionarnos como un establecimiento gastronómico de referencia en la mente del visitante a Quevedo.

## 8) Viabilidad Legal

Para la apertura del establecimiento de restauración, de acuerdo a la normativa ecuatoriana existen un número de procedimientos a seguir, según se trate de la constitución de la empresa o del posterior funcionamiento del restaurante. A continuación de detallan los mismos:.

1. **Reservar un nombre:** Este tipo de trámite se va a realizar en el balcón de los servicios de la Superintendencia de Compañías y dura 30 minutos aproximadamente. En ese momento se revisa que no exista ninguna otra compañía con el mismo nombre.
2. **Elaborar estatutos:** Es un contrato social que se rige a la sociedad y a su vez se deben validar por medio de una minuta firmada por un abogado. Aproximadamente el documento se tarde 3 horas.
3. **Se debe de abrir una “cuenta de integración de capital”:** Se debe realizar en cualquier banco del país. Requisitos básicos que varían dependiendo del banco pueden ser: Capital mínimo: \$400 para una compañía limitada y \$800 para una compañía anónima
  - Carta de socios en la que se estipula y detalla la participación de cada uno
  - Copias de cédula y certificado de votación de cada uno de los socios, luego se pide el certificado de cuentas de integración de capital” la entrega tarde 24 horas.

4. **Eleva a escritura pública:** Se debe ir donde un notario público y se tiene que llevar la reserva del nombre, el certificado de cuentas de integración de la capital y la minuta con sus estatutos.
5. **Aprueba del estatuto:** Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías , para la respectiva revisión y aprobación, en caso que no exista ningún tipo de observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.
6. **Publicación en diario:** La Superintendencia de Compañías entrega 4 copias de resolución y un tipo de extracto para poder realizar una publicación en diario nacional.
7. **Obtener permisos municipales:** En el municipio donde se crea la empresa se debe:
  - Pagar la patente municipal
  - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
8. **Inscribe tu compañía:** Se debe de ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.
9. **Realizar la Junta General de Accionistas:** La primera reunión sirve para nombrar a los representantes de la empresa como por ejemplo presidente, gerente etc.
10. **Obtener los documentos habilitantes:** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se procedera a la entrega de documentos para abrir el RUC de la empresa.
11. **Inscribir el nombramiento del representante:** En el registro mercantil , se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de accionistas, con una razón de aceptación a la misma. Aproximadamente dura 30 días posteriores a la designación.
12. **Obtener el RUC:** El registro Único de contribuyentes (RUC) se obtiene en el servicio de Rentas Internas (SRI) son:
  - Formulario correspondiente debe estar lleno
  - Original y copia de escritura de constitución
  - Original y copia de nombramientos
  - Copias de cédula y papeleta de votación de socios
13. **Obtener la carta para el banco:** Con el RUC, en la Super Intendencia de Compañías se entregara una carta que va dirigida al banco donde se abrió la cuenta, para poder disponer del valor depositado.



El tiempo estimado del proceso para constituir una empresa es entre tres semanas y un mes.

Tabla 1 Permisos Legales para el funcionamiento del restaurante  
Fuente: El autor

<b>PERMISOS</b>	<b>A QUIEN SE DEBE PAGAR</b>	<b>FRECUENCIA DE PAGO</b>
Registro actividad turística	Ministerio de Turismo	Anual
Licencia única de funcionamiento turismo	Ministerio Turismo/Municipios	Anual
Permiso sanitario	Ministerio de salud	Anual
Certificado de salud empleados	Ministerio de salud	Anual
Patente	Municipio	Anual
Rótulos y publicidad exterior	Municipio	Anual
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual
Licencia Ambiental	Municipio	Anual

Tabla 2 Requisitos Legales y tributarios  
Fuente: El autor

<b>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS</b>	<b>A QUIEN SE DEBE PAGAR</b>	<b>FRECUENCIA DE PAGO</b>
Declaración de Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas internas	Anual
Anexos Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas internas	Anual
Anticipo Impuesto a la renta	Servicio de Rentas internas	Jul/Sep
Retenciones en la Fuente-	Servicio de Rentas	Mensual

Renta	internas	
Impuesto al Valor Agregado-IVA	Servicio de Rentas internas	Mensual
Impuesto consumos especiales	Servicio de Rentas internas	Mensual
Anexos Transaccionales	Servicio de Rentas internas	Mensual
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas internas	Anual

### 9)Análisis de Mercado

Con la finalidad de indagar el mercado objetivo del restaurante “Coco Plumoso”, se ha creído oportuno realizar el siguiente estudio de mercado, el cual parte de la metodología investigativa aportada a continuación:

Tabla 3 Variables de investigación para el estudio de mercado

Fuente: El autor

<b>TIPO DE INVESTIGACION</b>	Cuantitativa	Cuantitativas
<b>POBLACIÓN O UNIVERSO</b>	Cifra de huéspedes alojados en el hotel en el 2015, la cual asciende a un total de 2042 personas.	Población del Cantón Quevedo, con una edad comprendida entre los 20 y los 54 años; la cual asciende a 73.870 personas (INEC, 2010).
<b>FÓRMULA A USAR</b>	Fórmula finita	Fórmula finita
<b>ERROR MUESTRAL</b>	8%	8%
<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	90%	90%
<b>TAMAÑO MUESTRAL</b>	100	105
<b>UNIDAD MUESTRAL</b>	Huespedes alojados en el Hotel Palmasol en el año 2015	Habitantes de Quevedo entre 20 y

		60 años
<b>ÁMBITO</b>	Ciudad de Quevedo (Km 5 Via El empalme) - directamente en el hotel, por medio del programa “e-ecuentas”	Ciudad de Quevedo, realizadas de forma digital por medio del programa “e-ecuentas”
<b>TIEMPO</b>	Marzo – Abril 2017	Marzo – Abril 2017

### 9.1 Mercado Objetivo

La diversidad de atractivos turísticos con los que cuenta Ecuador, lo hacen ver como un país atractivo ante los extranjeros y nacionales a la hora de tomar un momento de vacaciones, descanso y realizar negocios, convirtiéndolo en un país que crece día a día en el mercado turístico internacional. Esto es algo que los propietarios del establecimiento hotelero “Palma Sol” han sabido apreciar a la hora de sacar partido de las ventajas aportadas por el posicionamiento del País. Así lo explica el Gerente del establecimiento: *“Como empresa que oferta servicio de estadía y gastronomía en su hotel, esperamos captar más clientes en los años posteriores aprovechando el puerto fluvial de Quevedo, lugares turísticos y su nivel artístico – cultural, haciéndola una ciudad ícono dentro del turismo ecuatoriano*(La Hora, 2013).

De acuerdo a la idea inicial del proyecto, existen dos mercados objetivos para el restaurante, los cuales se enumeran a continuación:

- ✓ Huéspedes del hotel Palma Sol: personas nacionales y extranjeros
- ✓ Clientes externos: población de Quevedo con un nivel socioeconómico medio alto o visitantes que estén de paso por la ciudad de Quevedo.

A continuación se aportan los resultados obtenidos del estudio, los cuales arrojan mayor detalle sobre estos dos mercados.

- a. ***Huéspedes del hotel “Palmasol”***: El promedio de huéspedes que tuvo el hotel en el año 2015 fue de un promedio de 2042 personas nacionales y extranjeras.A

partir de esta cifra, se ha estimado un mercado potencial mínimo a captar para el primer año de funcionamiento, de 2000 personas.

Ya en cuanto al perfil de este cliente, el estudio cuantitativo realizado arroja los siguientes detalles principales:

Tabla 4 Comportamiento de los huéspedes del hotel y su percepción sobre el restaurante del hotel

Fuente: Melina Palacios.

Items	Respuestas	Porcentaje
Procedencia	Nacional y extranjero	Nacional: 81% - Extranjero: 19%.
Edad	21 a 40 años	51%
¿Conoce sobre el hotel “Palmasol”?	Sí	73%
¿Se ha hospedado en el hotel?	Sí	67,47%
Tiempo que se ha hospedado en el hotel “Palmasol”	Menos de una semana	50%
Motivo de la visita al hotel “Palmasol”	Negocios	36,23%
¿Cómo conoció el hotel “Palmasol”?	Redes sociales	40,85%
Tipo de comidas que le gustaría que hubiera en el restaurante de un hotel	Ecuatoriana	46,75%
Tipo de servicio de comida que le gustaría recibir al alojarse en un hotel	Todo incluido	64,56%
¿Conoce usted el		75%

restaurante del hotel “Palmasol”?	Sí	
¿Ha visitado el restaurante del hotel “Palmasol”?	Sí	77,33%
Frecuencia de visita al hotel “Palmasol”	Casi nunca	38,24%
Aspectos de acuerdo a la satisfacción en la visita al restaurante	Atención al personal, Variedad de comida, rapidez en el servicio, precio, calidad en general, decoración.	Atención Personal: 50,69%. Vareidad de Comida: 38,10%. Rapidez en el servicio: 38,10%. Precio: 46,03%. Calidad en general: 49,21%. Decoración: 46,03%.
Tipo de servicios que le gustaría que hubiera en el restaurante	Promociones	61,33%

Como se mencionó en el cuadro metodológico inicial, se realizaron 100 encuestas vía internet para analizar el comportamiento de uno de nuestros clientes que se encuentra dentro del mercado objetivo, que son los huéspedes del hotel Palma Sol. Por tal motivo, en la tabla 4., se mencionan los siguientes resultados: La mayoría de personas que optan por alojarse en el establecimiento son ecuatorianos (81%), con una media de una visita anual. El motivo de su estancia es por negocios (36,23%), seguido por vacaciones (27,54%). La gran mayoría de los huéspedes con un total de 77,33%, han comido en el restaurante del hotel, manifestando como aspectos de satisfacción: la atención del personal, y la decoración.

**b. Clientes externos:** En base a la tabla adjunta a continuación(5), se puede concluir que las personas con un nivel socioeconómico medio alto del cantón Quevedo tienen los siguientes comportamientos sobre el consumo de comida en un restaurante: El 79% de los encuestados tiene una edad entre 21 a 30 años. La frecuencia con que visita un restaurante es de 2-3 veces al mes. Al 57% le gusta la comida variada. Para consultar sobre un restaurante la mayoría acude a redes sociales con un 76%. Por lo general suelen pagar \$15 dólares por un plato de comida en un restaurante. Lo que más valora este segmento de personas en un restaurante es el sabor de la comida, atención del personal, y rapidez del servicio, prefiriendo en un 86% platos a la carta.

Tabla 5 Comportamiento de las personas sobre el consumo de comida de un restaurante y su percepción sobre el restaurante del hotel

Fuente: Melina Palacios

Items	Respuestas	Porcentaje
Edad	21 a 30 años	79%
Frecuencia de visita a un restaurante al mes	2-3 veces	41%
¿Qué tipo de comida le gusta?	Variada	57%
¿Qué fuentes de información consulta antes de ir a un restaurante?	Redes sociales	76%
¿Cuánto suele pagar por una comida?	\$15	42%
¿Qué es lo que más valora a la hora de elegir un restaurante?	Atención del personal, variedad de comida, sabor de la comida, en el servicio, precio, calidad en general, decoración, y ambiente.	Atención del personal: 58%. Variedad de comida: 33%. Sabor de la comida: 80%. Rapidez en el servicio: 42%. Precio: 30%. Calidad en general: 68%. Decoración: 32%.

		Ambiente: 39%
¿Qué tipo de servicio prefiere?	Servicio a la carta	86%
¿Por qué regresaría a un restaurante?	Variedad de la comida	53%

## 9.2 Análisis Pestal

### Político

En Ecuador con respecto a la dimensión política, existe una estabilidad debido a que el actual gobierno ha permanecido en el poder por 10 años sin derrocamiento, a diferencia de los años comprendidos entre 1998 a 2006 que hubo revueltas pasando por siete presidentes. La política fiscal en la actualidad es negativa debido a que el gobierno no cuenta con el presupuesto necesario para solventar el gasto pública y pago de deudas e intereses contraídos en años anteriores, a pesar de recurrir a créditos externos, bonos y deuda interna (Angulo, 2016).

Como política de comercio exterior, el gobierno con el fin de mejorar la balanza comercial ha establecido nuevos impuestos y aranceles, y restricciones a las importaciones, lo que ha generado que el comercio exterior sea negativo para las empresas que realizan importaciones. La balanza comercial en el 2016 presentó un superávit de \$1,247 millones (BCE, 2017).

En lo que respecta a la política de bienestar, principalmente ha sido en beneficio para personas con un nivel socioeconómico bajo, trabajadores, y estudiantes. Esto se debe a que el gobierno ha implementado medidas para que las empresas tanto del sector público como privado realicen cambios en el ambiente laboral, los empleados sean afiliados al seguro social (IESS) y aumentó el salario básico. También aumentó el valor del Bono de Desarrollo Humano para los pobres y ha invertido en educación y salud (La Hora, 2016).

### Económico

De acuerdo a la dimensión económica, en la actualidad el país presenta una recesión económica debido a factores tales como el precio de petróleo, la apreciación de dólar, y la falta de liquidez en el presupuesto general del Estado. Según el Ministro de Finanzas, Patricio Rivera, el déficit presupuestario en 2017 es de \$5.300 millones de dólares, lo que equivale al 5,5% del PIB. El Fondo Monetario Internacional (FMI), manifestó que debido al terremoto ocurrido en el 2016 se otorgó un crédito rápido de financiamiento pero que en el 2017 el Estado no obtendrá los fondos necesarios y la economía decrecerá en un 2,7% (Angulo, 2016). A esto se suma la Deuda Pública total que hasta enero del 2017 se registró en \$39,382,7 millones de dólares correspondiente al 39,1% del PIB (Ministerio de Finanzas, 2017). Con respecto a los ingresos fiscales, estos han aumentado debido al incremento del IVA del 12% al 14% por el terremoto, propuesto por la Ley de Solidaridad y de Corresponsabilidad Ciudadana (SRI, 2016). La inflación en el país hasta el 28 de febrero del 2017 se registró en 0,96% lo cual muestra una disminución con respecto al año anterior que cerró en 1,12% (BCE, 2017).

## **Social**

En lo que respecta a la dimensión social, en la actualidad en el Ecuador hay 16'485.474 ecuatorianos. El país se encuentra estable con respecto a conflictos sociales. Sin embargo, por las elecciones el 19 de febrero hubo reclamos ante un posible fraude electoral (Beltrán, 2017). En la actualidad existe mayor cantidad de jóvenes con título universitario debido a la gratuidad en la educación hasta tercer nivel (Camino, 2016). Según el INEC (2016), hasta septiembre del 2016 la tasa de desempleo se ubicó en 5,2%. El estilo de vida tiene relación directa con el nivel de ingresos económicos y en Ecuador se muestra un incremento de la calidad de vida (El Telégrafo, 2016). De acuerdo a los valores y actitudes sociales, existen casos negativos como: corrupción en el actual gobierno, actos de violencia por parte de los ciudadanos, y crimen organizado (El Universo, 2016; Tipanluisa, 2016)

## **Tecnológico**

En Ecuador, las empresas que se desenvuelven en el ámbito tecnológico se dedican a la creación y desarrollo de software para diversas plataformas, y ensamblaje



de productos importados por empresas internacionales. El desarrollo de productos tecnológicos es mínimo (Ortiz, 2015).

A más de lo anterior, existen empresas que no cuentan con la tecnología necesaria para las diversas áreas como producción y administración, siendo una desventaja con respecto a otras empresas que sí cuentan con tecnología de punta en sus áreas (Marcial, 2014). El gobierno ha realizado inversión en este sector para que se realicen capacitaciones a profesionales y que de esta forma el país pueda convertirse en exportador de tecnología: el equivalente al 1,88% del PIB se ha invertido en este sector (El Telégrafo, 2016).

Para finalizar, a continuación se aportan algunos datos que aclaran el nivel de uso de la tecnología por la sociedad ecuatoriana:

Tabla 6 Tipo de tecnología de la información usadas por los ecuatorianos

Fuente: INEC, (2013)

<b>TIPO DE TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN USADA POR LOS ECUATORIANOS</b>	<b>PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN (%)</b>
Computadoras	43,6%
Internet	40,4%
Cellular activo	51,3%
Smarthphone	16,9%

Tal y como se puede apreciar, de acuerdo al INEC en el 2013, el 43,6% de los ecuatorianos usan computadora, el 40,4% utiliza internet, el 51,3% tiene un celular y de este porcentaje el 16,9% cuenta con SMARTPHONE.

### **Ambiental**

En lo ecológico, existe un atraso en la aplicación de políticas ambientales en las empresas para contribuir a la disminución del impacto ambiental. Aún existen empresas que no cuentan con permisos como licencias ambientales para que sigan laborando de forma legal y amigable con el medio ambiente (Matamoros & Cárdenas, 2013). Se destaca el tratamiento de desechos sólidos que se ha incorporado en la

mayoría de las empresas para que sean clasificados y arrojados en el lugar correcto (Ministerio del Ambiente, 2011). En la actualidad, el país cuenta con hidroeléctricas que permiten generar energía para todo el Ecuador, inclusive exportar energía a otros países, con el fin de disminuir el uso de la energía térmica a combustión que generan contaminación (El Telégrafo, 2016).

### **9.3 Análisis FODA (Fuerzas, oportunidades, Debilidades, Amenazas)**

#### **Fortalezas**

- Personal de cocina capacitado para ofrecer una buena sazón en la comida tanto en desayuno, almuerzo y merienda, con estilo gourmet.
- El restaurante es moderno con la infraestructura adecuada y equipos para servir a los clientes de una manera acogedora.
- Calidad en servicio de atención a los clientes.
- Ofrecer servicios adicionales como: Wifi y áreas verdes.
- Ubicación es estratégica porque se encuentra cerca de Quevedo, lugar que es muy concurrido por los turistas nacionales y extranjeros, y el hotel es reconocido en la ciudad.
- Las redes sociales que emplea la empresa son el principal medio de publicidad que usan las personas que asisten al hotel.

#### **Oportunidades**

- Impulso en Promoción turística por parte del Ministerio de Turismo en la ciudad de Quevedo.
- Crecimiento de la actividad comercial en la ciudad.
- Pocos restaurantes con buena infraestructura para la atención al cliente.
- Promoción del turismo por parte del Ministerio de Turismo en la ciudad de Quevedo (Ley de Feriado).
- Inversión por parte del municipio de Quevedo para mejorar la infraestructura turística del cantón.
- Ofrecer comida variada a los clientes que acuden al restaurante del hotel.
- Aumentar la publicidad de las redes sociales debido a que es el medio que más usa el segmento que asiste a un restaurante.

### **Debilidades**

- Al ser un restaurante nuevo en el mercado, no tiene un posicionada inicial fuerte.
- Falta de personal capacitado en idiomas para atender a los clientes extranjeros.
- Escasez de proveedores de insumos en la ciudad.
- Poca efectividad de la publicidad por medio de volantes.
- Mejorar la decoración en el restaurante, ya que es un atractivo importante para los clientes.

### **Amenazas**

- Aumento de la competencia por apertura de restaurantes y patios de comida en la ciudad.
- Cambios climáticos con lluvia constante que produce en muchos casos el crecimiento de los ríos, dejando incomunicadas las vías de acceso a la ciudad.
- Cambios de impuesto establecidos por el gobierno durante los últimos años para obtener mayores ingresos fiscales.
- Inestabilidad económica en el país debido al excesivo gasto público que tiene el país, y el aumento de la deuda externa e interna.

## **9.4 Análisis de las 4Ps**

### **Precio:**

- El precio promedio del menú en el restaurante es de \$11,33, dividiéndose de la siguiente forma: Menú desayuno \$8,00, Menú almuerzo \$12,00 y Menú Cena \$14,00
- Los precios se adaptarán anualmente en base a la inflación.
- Con respecto a la política de pago se la realizará de dos formas: en efectivo y todo tipo de tarjeta de crédito.

### **Plaza:**

- El restaurante se encuentra dentro del Hotel Palmasol, localizado en el Km5 Vía Quevedo - El Empalme.
- El canal de distribución será directo ya que se venderán los platos de comida a las personas que vayan personalmente al restaurante.

Figura 1 Interior del restaurante "Coco Plumoso"

Elabora por: El autor



**Producto:**

- Variedad en comida nacional e internacional para satisfacer la demanda.
- Bebidas como agua, cerveza, jugos.
- Se va a enfocar a vender menús, y a las personas que soliciten la carta se les venderá los platos que deseen. A continuación, se muestra una imagen con los diversos tipos de menú y platos a la carta que oferta la empresa.

Figura 1 Carta Menú del restaurante "Coco Plumoso"

Elabora por: El autor

<u>MENÚ</u>		
		Precio
Desayuno	Bolón, huevos revueltos, porción de frutas, café y jugo.	\$8,00
Almuerzo	Sopa, segundo (pollo a la plancha, carne o cerdo), postre y bebida.	\$12,00
Cena	Ensalada del Chef, pasta, postre y bebida.	\$14,00

<u>ENTRADAS</u>		
<u>MARISCOS</u>		
Ceviche de pescado		\$ 8.95
Ceviche de camarón		\$ 8.95
Ceviche de calamar		\$ 8.95
Ceviche de mixto		\$ 8.95

TODOS NUESTROS PLATOS ACOMPAÑAN CON CHIFLES, MAÍZ Y SALSA DE AJÍ.

<u>ENSALADAS</u>		
<u>ENSALADA FRÍA</u>		
Cebollin, aceituna, zanahoria, pepino, perla, pimiento rojo, y amarillo bañada en una vinagreta de mostaza.		
<u>ENSALADA CALIENTE</u>		
Brócoli, zanahoria, choclo y vainita.		

<u>ENSALADA DEL CHEFF</u>		
Pimiento rojo, verde y amarillo, perla, perejil, albacá, ajo bañada en una vinagreta a las finas hierbas.		

<u>SOPAS</u>		
Sopa de pollo con vegetales		\$ 3.95
Locro de papa con queso		\$ 3.95
Crema de vegetales con queso parmesano		\$ 3.95
Crema de calabaza con camarones perfumados en coñac		\$ 4.95

<u>PLATOS FUERTES</u>		
<u>AVES</u>		
Pollo a la plancha		\$ 8.95
Pollo en salsa de champiñones		\$ 9.95
Cordon Blue en salsa blanca		\$10.95

<u>CARNES</u>		
Lomo a la plancha		\$ 9.95
Lomo en salsa de champiñones o al vino tinto		\$10.95
Churrasco		\$10.95
Lomo Salteado con vegetal		\$11.95

<u>CERDO</u>		
Chuleta a la plancha		\$ 9.95
Costilla en salsa BBQ		\$10.95
Costilla en salsa de maracuyá		\$10.95

<u>DELICIAS DEL MAR</u>		
Pescado a la plancha		\$ 9.95
Pescado al ajillo		\$10.50
Corvina o picudo en salsa de camarones		\$12.50
Sudado de pescado		\$ 8.50
Encocado de pescado		\$ 9.95
Encocado mixto (pescado y camarón)		\$11.95
Camarones a la plancha		\$11.95
Camarones al ajillo		\$11.50
Arroz con camarones		\$ 7.90

<u>PASTAS</u>		
Lasaña de carne		\$ 6.95
Espagueti en salsa camarón		\$ 7.95
Espagueti Alfredo		\$ 7.95
Espagueti a la boloñesa		\$ 7.95

<u>POSTRE</u>		
Copa de helado		\$ 1.99
Mousse de maracuyá		\$ 2.95
Tiramisú		\$ 3.90
Higos con queso		\$ 2.95

<u>BEBIDAS</u>		
Aguas		\$ 1.00
Agua mineral, Gaseosa, Deli		\$ 1.50
Jugos Naturales		\$ 2.00
Jarra de jugo natural		\$ 2.50
Copa de vino Tinto o Blanco		\$ 4.50
Club Verde		\$ 2.50
Café, té o café con leche		\$ 1.20

**Promoción:**

- Se realizará publicidad a través de: redes sociales, página web, folletos turísticos y volantes.
- En las redes sociales como Facebook e Instagram, se subirán a diario los menús y platos, así como también las promociones disponibles.
- En la página web del restaurante, se especificarán los precios, promociones, contactos del restaurante, y la variedad de platos que se ofertan en el restaurante. Además, se implementará una opción en la página web para que se separen reservaciones.
- Se realizará un convenio con el hotel para que a los huéspedes del hotel tengan incluido el desayuno, y el hotel al final del mes pagará por este rubro al restaurante.

**Figura 2 Logo del Restaurante "Coco Plumoso"**

Elaborada por: El autor

**9.5 Análisis de la demanda y oferta**

La industria de alimentos es la que transforma la materia prima y especies agrícolas en productos finales aptos para el consumo humano y de animales domésticos. Dentro de la cadena de la industria de alimentos se encuentran: actividades primarias (acuacultura, agricultura, ganadería y pesca), generación de insumos y alimentos.

Hoy en día, debido a los problemas de salud las personas tienden a disminuir los malos hábitos alimenticios y se orientan a seguir un estilo de vida “Fitness”, preocupándose por conservar un cuerpo sano y mantener un peso ideal, lo cual conlleva a realizar actividades físicas y tener una dieta alimenticia balanceada, baja en grasas y calorías. Por tal motivo, ciertas personas que comen en la calle se preocupan por ingerir alimentos nutritivos y sanos, y optan por consumir alimentos que no contengan químicos o que hayan sido sometidos a procesos industriales que perjudican la salud humana (Pérez, 2015).

Según el INEC, en el 2013, las principales causas de muerte en el país fueron por enfermedades como diabetes, hipertensión, problemas cardiovasculares y cerebrovasculares. Estas enfermedades son causadas por el estilo de vida que llevan las personas entre los cuales se destacan la alimentación, sedentarismo, estrés, consumo de sustancias psicotrópicas, etcétera. El gobierno ha establecido medidas como impuesto a la comida chatarra, e informar a los consumidores sobre los perjuicios y beneficios de ciertos tipos de alimentos para que las personas disminuyan el consumo de este tipo de comidas y opten por consumir sanas (El Ciudadano, 2014).

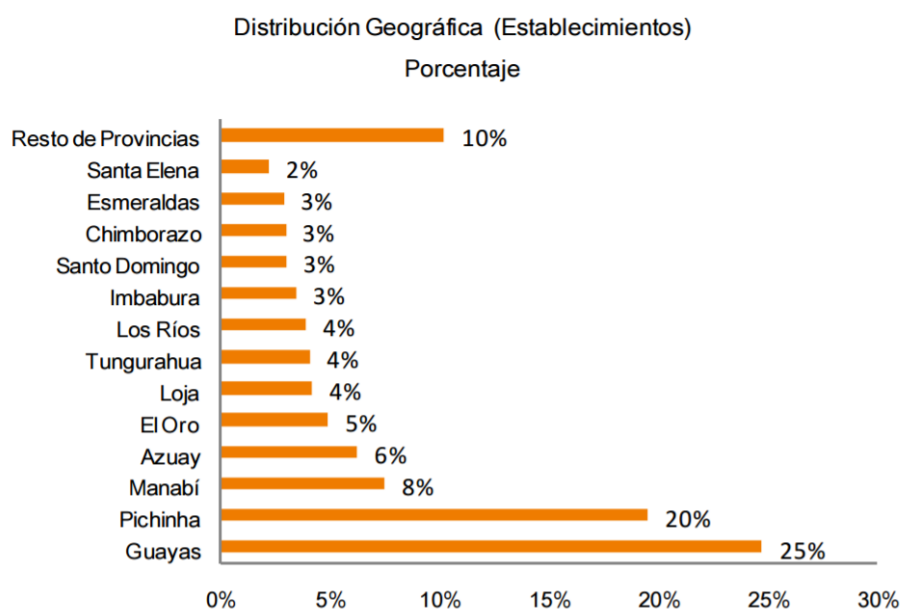
El cantón Quevedo pertenece a la provincia de Los Ríos. La población es de 173.575 personas. De acuerdo a la participación de la actividad económica existen alrededor de 18,900 personas que se encuentran laborando. EL nivel socioeconómico de las personas de este cantón se distribuye de la siguiente manera: alto 8%, medio 38%, bajo 54%.

### **Demanda**

Con respecto a la demanda existente en la industria de alimentos, es directamente proporcional al crecimiento de la población en el país. Por tal motivo, a continuación se muestra un gráfico donde se muestran las provincias con mayor población presentan mayor número de establecimientos de comida. La principal provincia es Guayas con 25%, luego le siguen Pichincha y Manabí con 20% y 8% respectivamente.

Figura 4 Distribución Geográfica Vs. establecimientos de comida

Fuente: INEC, (2012).

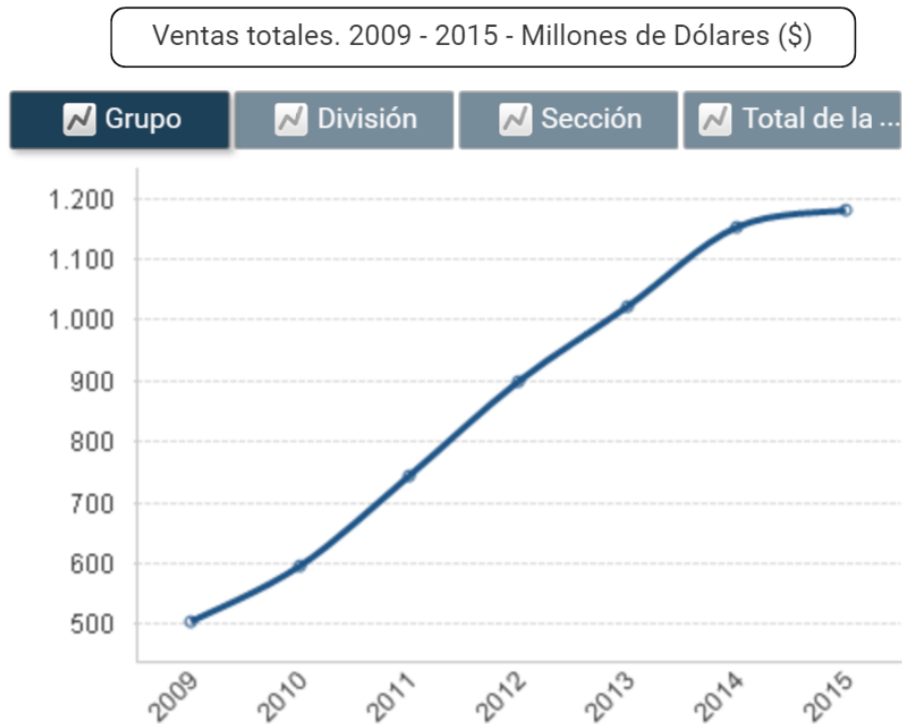


La industria de alimentos presenta varias oportunidades para seguir expandiéndose y continuar representando un sector importante para la economía ecuatoriana y satisfacer la demanda existente debido a los siguientes factores: la geografía del país permite contar con gran cantidad de recursos agrícolas y ganaderos para incentivar que más personas se incorporen a esta actividad, existencia de consumidores más concientizados sobre la salud y exigen calidad en su consumo, alto nivel de gasto en alimentación por los consumidores. Como referencia, de acuerdo al Índice de Precios al Consumidor (IPC), este sector representó el 25,1% dentro del consumo de los hogares ecuatorianos.

El nivel de ventas desde el año 2009 al 2015 ha tenido un crecimiento promedio de un 16,22%. A continuación, se muestra una gráfica de las ventas que ha generado este sector en millones de dólares durante 7 años en los periodos 2009 – 2015.



Figura 3 Ventas Totales 2009-2015 por actividades de restaurante y de servicio móvil de comidas Fuente: INEC, (2016).



Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas (\$ millones)	\$501	\$600	\$754	\$906	\$1012	\$1150	\$1180
Crecimiento (%)	-	19,76%	25,66%	20,16%	11,70%	16,6%	3,46%

Es importante mencionar, que para el presente plan de negocios se debe mencionar la actividad de alojamiento debido a que el restaurante se encuentra dentro de un hotel. De acuerdo a las variables económicas de las actividades de alojamiento, restaurante y servicio de comida móvil hasta el año 2015, se generaron ventas por \$4.751.812.576 dólares y un total de 154.954 personas laborando.

Tabla 5. Variables económicas de las actividades de restaurante y servicio de comida móvil año 2015

Fuente: INEC, (2016).

Grupo	Empresas	Ventas (\$)	Empleo
1561. ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS. División	1.592	1.180.551.755,00	37.959
156. SERVICIO DE ALIMENTO Y BEBIDA. Sección	2.075	1.549.780.758,00	49.799
I. ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS.	2.938	2.021.480.063,00	67.196

En Quevedo, la cantidad de ingresos generados por actividades de restaurante y servicio de comida generaron más de \$3,39 millones de dólares en el 2015, debido al turismo presente en este cantón la demanda en los restaurantes ha aumentado significativamente.

### **Oferta**

El INEC tiene catalogado al sector de la industria de alimentos como el “sector de elaboración de productos alimenticios y bebidas”. En el 2012, representó el 7,7% del Producto Interno Bruto (PIB). Dentro de los valores brutos agregados por industria del PIB ecuatoriano, la industria de alimentos pertenece al sector manufacturero y representó el 54,5% de ese sector en el 2012.

Con respecto al total de establecimientos que se dedican a alguna actividad económica, el 36,9% se dedica a la industria de alimentos. De este porcentaje, el 26,2% se dedica a realizar actividades relacionadas a servicios de alimentos y bebidas, el 5,4% a la elaboración de productos como insumos y alimentos procesados, y el 68,4% al comercio al por mayor y menor (tiendas minoristas y mayoristas).

Este sector genera empleo de forma directa e indirecta. Según el INEC, en el 2012 este sector generó 448.500 puestos de trabajo, representando el 21,8% del total de los empleos en el país. Es importante mencionar que no todos los restaurantes existentes en todo el país cuentan con todos los requerimientos legales y con RUC, el 72,6% si cuenta con todos los permisos de funcionamiento.

En Quevedo, el 4,6% de la población se dedica a actividades de alojamiento y servicio de comidas, representando también el 9,8% del total de establecimientos que existen en esta ciudad. Como competencia para el restaurante dentro de Quevedo que presentan un nivel de precios similar se encuentran: Don Camarón, Las Redes, y Jade.

Restaurante “Don Camarón”: Se encuentra ubicado en el centro de Quevedo, dicho restaurante ofrece una amplia gama de mariscos, y comida típica ecuatoriana. Los precios del plato de comida en este restaurante van de \$8 a \$16 dólares.

Firgura 6 Interior del restaurante "Don Camarón

Fuente: Página Web del restaurante (2016).



Restaurante "La Española": Este restaurante se encuentra ubicado a las afueras del cantón Quevedo, en el km 2 de la Vía Quevedo – Santo Domingo. La variedad de comide que ofrece son platos típicos del país, y parrillada. Los precios en este restaurante oscilan entre \$10 a \$18 dólares.

Firgura 7 Restaurante "La Española"

Fuente: Página web del restaunte (2016).



Restaurante "Jade": Este restaurante se encuentra ubicado en el centro de Quevedo. La especilidad de preparación de comida en este restaurante es la comida china. Los precios del plato oscilan entre \$6 y \$10 dólares. Cuenta con gran espacio para atender a bastantes clientes (2 pisos), con una buena infraestructura y decoración.

## Figura 8 Restaurante "Jade"

Fuente: Página Web del restaurante (2016).



Para obtener mayor información sobre el mercado objetivo y la estimación de clientes durante el primer año se realizaron dos tipos de modelos encuestas tanto para conocer la aceptación de las personas de ir a un restaurante, y si el lugar donde se encuentra que es dentro del Hotel es frecuentado constantemente por los turistas u otro tipo de personas que vayan por otra actividad.

### **9.6 Estrategia de diferenciación**

El restaurante se diferencia de otros del sector al estar dentro de un hotel reconocido en Quevedo, al contar con una gama amplia de oferta de comida nacional y extranjera para satisfacer a los turistas locales y extranjeros, cuenta con chefs especializados, servicio de personal capacitado y una infraestructura adecuada para brindar un buen ambiente a los clientes, siendo una ventaja competitiva con respecto a los restaurantes de Quevedo.

### **9.7 Acciones de promoción**

El restaurante "Coco Plumoso" como acción de promoción, realizará publicidad a través de: redes sociales, página web, folletos relacionados a turismo y volantes. En las redes sociales como Facebook e Instagram, se subirán a diario los

platos elaborados y que se ofertan en el restaurante, así como también las promociones que se realizarán. En la página web, se especificarán los precios, promociones, contactos del restaurante, y la variedad de platos que se ofertan en el restaurante. Además, se implementará una opción en la página web para que se separen reservaciones.

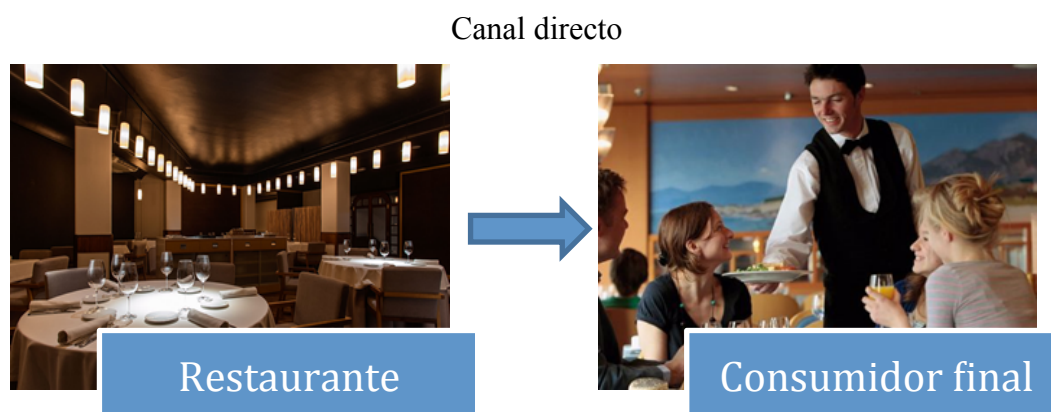
Se realizará una alianza estratégica con el hotel para que las personas que se hospeden obtengan un beneficio en descuentos de hasta un máximo de un 10%, para incentivar que consuman en el restaurante.

### 9.8 Canal de distribución

El canal de distribución empleado por el restaurante “Coco Plumoso” va a ser el canal directo, debido a que los platos de comida serán entregados directamente a los clientes que vayan al restaurante del hotel. La ventaja de este canal de distribución, es que no se incurren en más gastos de ventas por el servicio de transporte para la entrega del producto en un lugar específico a un cliente.

Figura 9 Canal de distribución

Autor: Melina Palacios





## **10.2 Método de producción y comercialización**

Una vez que se los insumos que se compren a los proveedores lleguen al restaurante, se los almacenará en la bodega. La actividad de restaurante empezará a las 6 am en especial en el área de cocina para preparar los desayunos, y para empezar a preparar los diversos platos gastronómicos locales e internacionales para las personas que asistan a partir del medio día en adelante. La cantidad de comida a preparar será en base a la demanda proyectada. Las áreas con las que cuenta el restaurante para que los clientes permanezcan estarán disponibles desde que llegue el primer cliente hasta que se cierre el local que será a las 11 pm, con el personal de servicio para la atención a los clientes también disponible para brindar una excelente atención y tomar los pedidos de los clientes.

Con respecto a la comercialización, las ventas serán directamente a los consumidores finales. El personal de servicio para la atención a los clientes estará pendiente de los pedidos y una vez que ya termina de consumir en el restaurante se le llevará la cuenta para que realice el pago correspondiente.

## **10.3 Capacidad Instalada**

El restaurante tiene un área total de 163 m<sup>2</sup>, con una capacidad de 40 personas, las instalaciones con las que cuenta el restaurante son: cocina, bodega, cafetería, bar, estar – tv y caja. La cantidad de personas proyectadas a atender al día desde 6:30 am a 11:30 pm será de 90 personas, y en el año un total de 32,850 personas.

La cocina cuenta con: horno, microondas, lavaplatos, refrigeradores, congeladores, mesa de trabajo, asador, freidora y licuadoras. La bodega es donde se almacenarán todos los insumos que se comprarán a los proveedores. El bar cuenta con cocteleras, jarras, vasos, vineras, abridores y sacacorchos. La sala de televisión está amueblada para acoger a personas que busquen digustar de un poco de televisión. La caja es donde se realizarán todos los cobros por el consumo de los clientes.

En base a la proyección durante los 5 años, se va a mantener la misma cantidad de empleados y la producción del restaurante aumentará en 16%, basado en el crecimiento promedio anual de la industria de alimentos.

## 10.4 Cadena de abastecimiento Diagrama de flujo de procesos, OTIDA (Operación, transporte, inspección, demora, almacenamiento)

Al momento de presentar una visión amplia de los procesos que se plantean para el restaurante, se ha dividido en dos segmentos , front office y back office. A continuación se presentan los siguientes diagramas.

Diagrama de flujos de procesos en front office del restaurante:

Figura 11 Diagrama Front Office  
Elaborado por: El autor

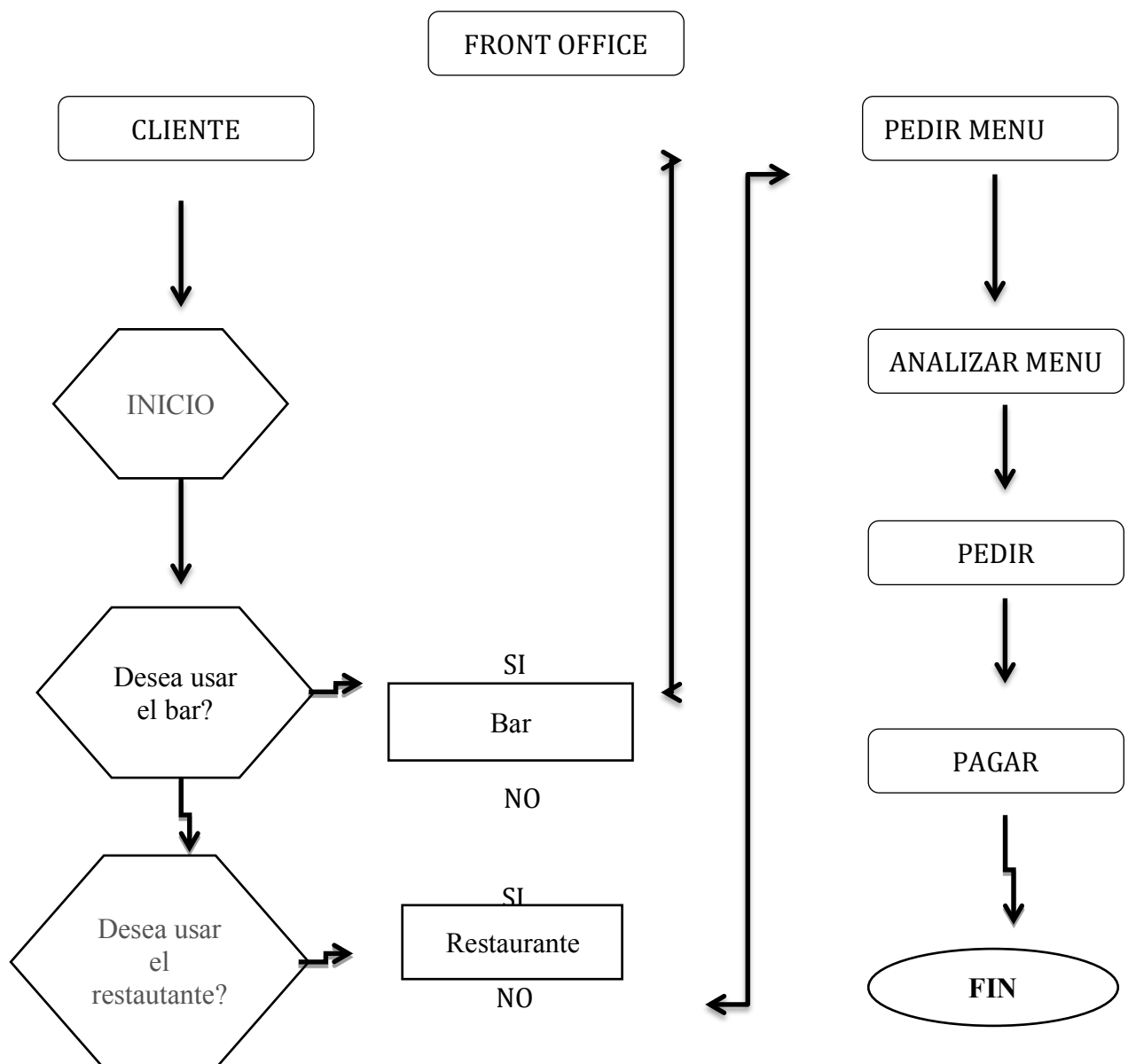
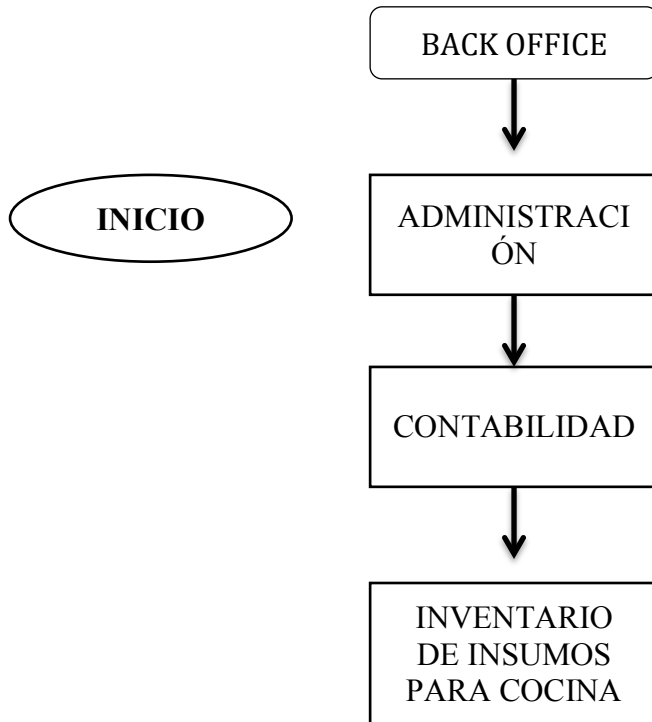




Figura 12 Diagrama Back Office

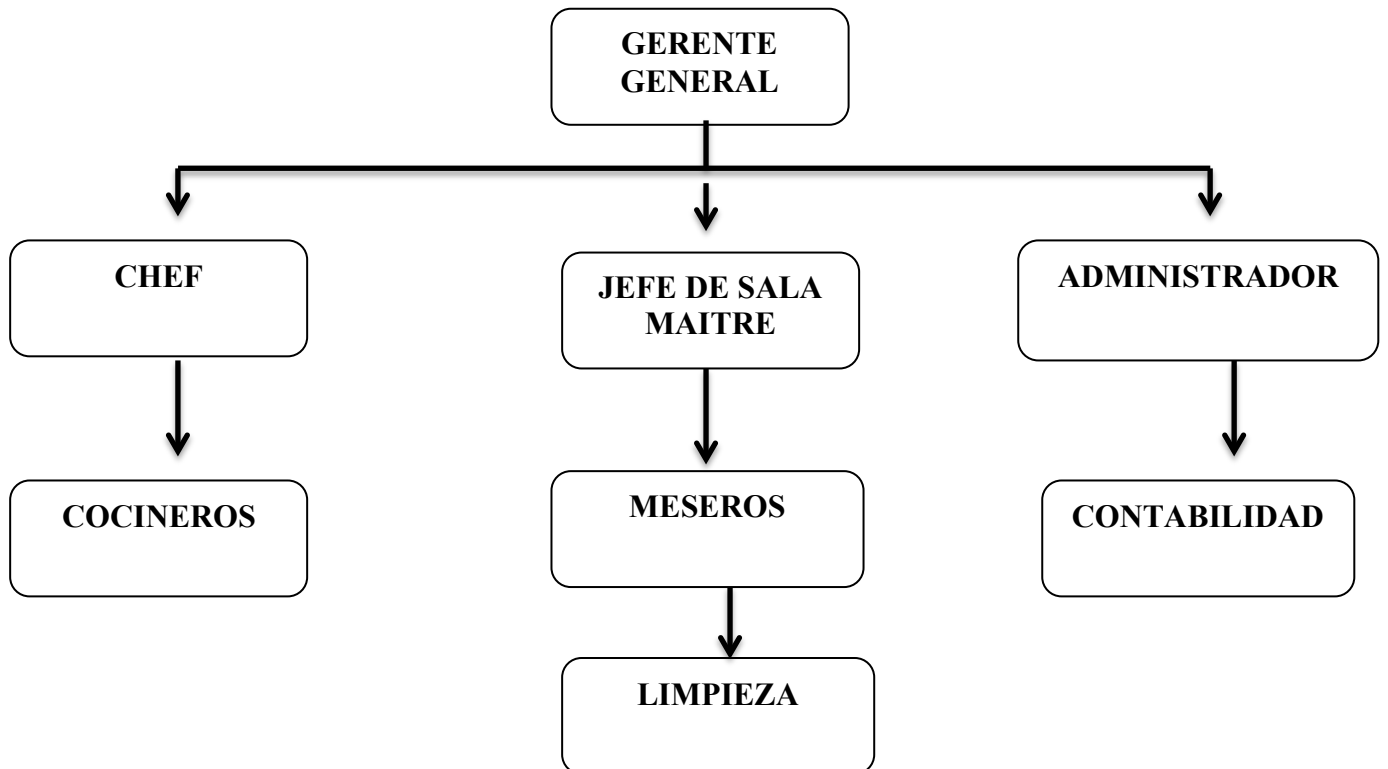
Elaborado por: El autor



## 10.5 Recursos Humanos

Figura 13 Diagrama Recursos Humanos

Elaborado por: El autor



## Nómina de personal

El restaurante contara con una nómina inicial 14 empleados :

1. 1 Gerente general
2. 1 Chef
3. 3 Cocinero
4. 1 Jefe de sala
5. 4 meseros
6. 1 limpieza
7. 1 departamento administrativo
8. 1 contabilidad

- Servicios subcontratados

Las herramientas de marketing y pagina web, serán dirigidas por una agencia de marketing “inmedia”.

### 10.5.1 Descripción de cargos

**Tabla 8 Personal de Recursos Humanos en el restablecimiento**

Elaborado por: El autor

<b>Cargo</b>	Gerente General
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	El gerente general se compromete a generar metas a corto medio y largo plaza en la empresa. Desarrollando estrategias de marketing, publicidad, asumiendo la responsabilidad de las finanzas y administración del restaurante.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Define las descripciones de los puestos , en con los encargados de área</li><li>• Analiza y evalua todos los procesos de reclutamiento contratación del personas y su elección.</li><li>• Realiza entrevistas a futuros candidatos.</li><li>• Verifica que la información dada por el futuro trabajador sea verdadera.</li><li>• Realiza estadísticas semestrales de rotación del personal.</li></ul>

--	--

<b>Cargo</b>	Administrador
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	Verificar que se cumplan todas las actividades dentro del restaurante.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar que el restaurante cuente con los insumos necesarios para poder preparar los alimentos.</li> <li>• Controlar que los empleados cumplan con cada actividad asignada.</li> <li>• Notificar cualquier novedad al gerente general.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	Chef
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	Preparar los alimentos de forma adecuada.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encarga de contratar las áreas operacionales, servicios, restaurantes, alimentos y bebidas.</li> <li>• Promueve las ventas de productos y servicios.</li> <li>• Organización general de la cocina</li> <li>• Se encarga de realizar la lista de menus.</li> <li>• Asesora a la gerencia en compra de equipos</li> <li>• Supervisa toda la cocina</li> <li>• Capacita al personal</li> </ul>

<b>Cargo</b>	Cocinero
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	Ayuda al Chef en la elaboración de cada una de las comidas .
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza las distintas comidas que el Chef le ordene.</li> <li>• Debe de mantener limpia la cocina.</li> <li>• Comunica al jefe de sala cualquier situación que observe.</li> <li>• Supervisa que los alimentos se</li> </ul>

	<p>mantengan separados en las condiciones higiénicas sanitarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elabora los menús con alimentos frescos.</li> <li>• Es responsable de organizar y planificar.</li> </ul>
--	--

<b>Cargo</b>	Jefe de Sala
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	Planifica y organiza todo el servicio de restauración y bar, a su vez coordinando la sala con la cocina.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifica y organiza el servicio del bar y restaurante.</li> <li>• Se encarga de organizar una buena prestación de servicios.</li> <li>• Dirige el equipo de camareros y turnos de trabajo.</li> <li>• Supervisa la decoración y ambientación del establecimiento.</li> <li>• Es el responsable de venta de servicios del restaurante.</li> <li>• Desarrolla una buena estrategia de comunicación para informar y vender los servicios que brinda el establecimiento.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	Meseros
<b>Número de personas</b>	2
<b>Objetivo</b>	Lograr que el cliente quede satisfecho y a gusto en el lugar.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armar mesas</li> <li>• Ubicar mesas y sillas</li> <li>• Decoración de mesas</li> <li>• Cristalería y mantelería.</li> <li>• Servir y retirar los platos a los clientes.</li> <li>• Preparar y servir bebidas</li> <li>• Desmontaje</li> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Conocimiento del menú</li> <li>• Toma de pedidos</li> <li>• Limpiar</li> </ul>

<b>Cargo</b>	Área Limpieza
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	Se debe realizar distintas tareas de limpieza garantizando la higiene del establecimiento.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar con aspiradora el restaurante.</li> <li>• Barrer y trapear pisos</li> <li>• Quitar polvo</li> <li>• Limpiar espejos y ventanas</li> <li>• Lavar platos y vasos</li> </ul>

<b>Cargo</b>	Contabilidad
<b>Número de personas</b>	1
<b>Objetivo</b>	Se manejan de una manera eficiente todas las operaciones financieras de la empresa.
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registra cada una de las operaciones de ingresos y egresos.</li> <li>• Informa y proporciona una imagen real de la situación financiera del establecimiento</li> <li>• Decide suministrar la información requerida para todas las áreas de planeación , evaluación y control.</li> <li>• Prevee las probabilidades futuras del establecimiento.</li> <li>• Registra y controla recursos financieros.</li> </ul>

## 11) Análisis Financiero

### 11.1 Inversión inicial y Financiamiento

Tabla 9 Inversión inicial y financiamiento

Elaborado por: El autor

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total	Años	Principal	Intereses
		1er.	\$ 22.408,52	\$ 3.216,26
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 29.252,40	2do.	\$ 23.080,31	\$ 2.544,47
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 650,00	3er.	\$ 25.721,75	\$ 2.038,43
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 99.062,54	4to.	\$ 26.492,86	\$ 1.139,86
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 128.964,94</b>	5to.	\$ 25.218,95	\$ 405,83
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 122.922,39</b>	<b>\$ 9.344,84</b>

La inversión inicial del presente plan de negocio es de \$128.964,94. Con respecto al financiamiento para poder operar el restaurante, una parte será financiada con capital propio por un monto de \$10.000, y la diferencia que corresponde a \$122.922,39 por medio de un banco a una tasa del 11,83% a un plazo de cinco años.

### 11.2 Estado de resultados proyectados a 5 años

Tabla 10 Estado de Resultados

Elaborado por: El autor

RESTAURANTE CULO PLUMOSO																		
INGRESOS																		
Cantidad de clientes esperados	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Desayuno	1967	2600	1260	2500	1577	1700	1200	1400	2800	1800	2100	2700	23604	27381	31762	36843	42738	
Almuerzo	1800	2400	1100	2300	1477	1600	1000	1200	2723	1600	1900	2500	21600	25056	29065	33715	39110	
Cena	1800	2400	1100	2300	1477	1600	1000	1200	2723	1600	1900	2500	21600	25056	29065	33715	39110	
Cantidad de Unidades por clientes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Precio promedio de Unidad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
PRECIO MENÚ DESAYUNO	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,05	\$ 5,10	\$ 5,15	\$ 5,19	
PRECIO MENÚ ALMUERZO	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,12	\$ 12,23	\$ 12,35	\$ 12,47	
PRECIO MENÚ CENA	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 14,13	\$ 14,27	\$ 14,41	\$ 14,55	
Total Facturación	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	\$ 56.635	\$ 75.400	\$ 34.900	\$ 72.300	\$ 46.287	\$ 50.100	\$ 32.000	\$ 38.200	\$ 84.798	\$ 50.600	\$ 59.900	\$ 78.500	\$ 679.620,00	\$ 795.927,45	\$ 932.139,29	\$ 1.091.661,88	\$ 1.278.484,52	

Tabla 11 Estado de resultados integrales

Elaborado por: El autor

**RESTAURANTE "COCO PLUMOSO"**  
ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 679.620,00	\$ 795.927,45	\$ 932.139,29	\$ 1.091.661,88	\$ 1.278.484,52
(-) Costo de Venta		\$ (527.552,13)	\$ (603.923,07)	\$ (693.230,28)	\$ (797.686,32)	\$ (919.882,41)
(=) Utilidad Bruta		\$ 152.067,87	\$ 192.004,38	\$ 238.909,01	\$ 293.975,56	\$ 358.602,11
(-) Gastos Administrativos		\$ (130.037,24)	\$ (130.681,15)	\$ (132.033,91)	\$ (133.403,69)	\$ (134.790,77)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 22.030,63	\$ 61.323,23	\$ 106.875,10	\$ 160.571,87	\$ 223.811,34
(-) Gastos Financieros		\$ (3.216,26)	\$ (2.544,47)	\$ (2.038,43)	\$ (1.139,86)	\$ (405,83)
(=) UAIT		\$ 18.814,37	\$ 58.778,76	\$ 104.836,67	\$ 159.432,01	\$ 223.405,52
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (2.822,16)	\$ (8.816,81)	\$ (15.725,50)	\$ (23.914,80)	\$ (33.510,83)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (3.518,29)	\$ (10.991,63)	\$ (19.604,46)	\$ (29.813,79)	\$ (41.776,83)
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>\$ 12.473,93</b>	<b>\$ 38.970,32</b>	<b>\$ 69.506,71</b>	<b>\$ 105.703,42</b>	<b>\$ 148.117,86</b>
		1,8%	5%	7%	10%	12%

Con respecto al estado de resultados, se puede observar que en el 1er año de operaciones la empresa obtendrá ventas por \$679.620,00 dólares. Las ventas mensuales se proyectan en base a la asistencia de las personas que fueron al hotel durante el año 2015. Los meses en los cuales hay más asistencia son: febrero, abril, septiembre, noviembre y diciembre. En estos meses se incrementa la asistencia de personas a Quevedo y al hotel debido a los feriados por carnaval, semana santa, fiestas de Quevedo, día de los difuntos, navidad y fin de año.

Las ventas se incrementarán en un 16% anual, este porcentaje está basado en el crecimiento de la industria de alimentos. Se puede observar también que, durante el primer año, se generará una utilidad de aproximadamente \$12.473,93 dólares, que representa el 1,8% del total de ventas que se generarán durante el primer año. En el 5to año, se van a generar utilidades por un monto de \$148.117,86 dólares.



### 11.3 Flujo de caja proyectado a 5 años

Tabla 12 Flujo de Caja Proyectado

Elaborado por: El autor

<b>RESTAURANTE "COCO PLUMOSO"</b>						
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
INVERSIÓN FIJA*	\$ (29.252,40)					
UAIT		\$ 18.814,37	\$ 58.778,76	\$ 104.836,67	\$ 159.432,01	\$ 223.405,52
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.822,16)	\$ (8.816,81)	\$ (15.725,50)	\$ (23.914,80)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.518,29)	\$ (10.991,63)	\$ (19.604,46)	\$ (29.813,79)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ 18.814,37</b>	<b>\$ 52.438,32</b>	<b>\$ 85.028,23</b>	<b>\$ 124.102,05</b>	<b>\$ 169.676,93</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.790,37	\$ 1.790,37	\$ 1.790,37	\$ 1.790,37	\$ 1.790,37
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.667,44	\$ 1.667,44	\$ 1.667,44	\$ 1.667,44	\$ 1.667,44
(+) Aporte Accionistas	\$ 10.000,00					
(-) Préstamo concedido	\$ 122.922,39	\$ (22.408,52)	\$ (23.080,31)	\$ (25.721,75)	\$ (26.492,86)	\$ (25.218,95)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ 103.669,99</b>	<b>\$ (136,34)</b>	<b>\$ 32.815,81</b>	<b>\$ 62.764,29</b>	<b>\$ 101.067,00</b>	<b>\$ 147.915,79</b>
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 103.669,99	\$ 103.533,66	\$ 136.349,47	\$ 199.113,76	\$ 300.180,76
<b>(=) FLUJO ACUMULADO</b>	<b>\$ 103.669,99</b>	<b>\$ 103.533,66</b>	<b>\$ 136.349,47</b>	<b>\$ 199.113,76</b>	<b>\$ 300.180,76</b>	<b>\$ 448.096,55</b>

El flujo de caja proyectado para 5 años, muestra que durante el año 0 se generará un flujo de caja positivo por \$103.669,99. Durante el primer año, debido a las utilidades se obtendrá un flujo acumulado por un monto de \$103.533,66. En el 5to año este flujo acumulado será de \$448.096,55.

### 11.4 Análisis de punto de equilibrio

Tabla 13 Punto de equilibrio

Elaborado por: El autor

<b>PE =</b>	<b>58.286</b>	<b>unidades al año</b>	<b>\$ 602.293,68</b>
<b>PE =</b>	<b>4.857</b>	<b>unidades al mes</b>	<b>\$ 50.191,14</b>

Con respecto al punto de equilibrio, cuando la empresa venda 58.286 unidades del menú que ofrece al año por una facturación de \$602.293,68, no existirá ni pérdida ni ganancia para la empresa, y en base a lo proyectado la empresa va a vender más de esta cantidad al año, por tal motivo, la empresa si es económicamente rentable porque supera el punto de equilibrio.

## 11.5 Análisis de Tasa Interna de Retorno, Índice de Rentabilidad, Valor Actual Neto, Retorno de la Inversión.

Tabla 14 Cálculo de TIR Y VAN

Elaborado por: El autor

<b>RESTAURANTE "COCO PLUMOSO"</b>						
<b>CÁLCULO DE TIR Y VAN</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
INVERSIÓN TOTAL	\$ (128.964,94)					
UAIT		\$ 18.814,37	\$ 58.778,76	\$ 104.836,67	\$ 159.432,01	\$ 223.405,52
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.822,16)	\$ (8.816,81)	\$ (15.725,50)	\$ (23.914,80)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.518,29)	\$ (10.991,63)	\$ (19.604,46)	\$ (29.813,79)
<b>EFFECTIVO NETO</b>		<b>\$ 18.814,37</b>	<b>\$ 52.438,32</b>	<b>\$ 85.028,23</b>	<b>\$ 124.102,05</b>	<b>\$ 169.676,93</b>
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.790,37	\$ 1.790,37	\$ 1.790,37	\$ 1.790,37	\$ 1.790,37
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.667,44	\$ 1.667,44	\$ 1.667,44	\$ 1.667,44	\$ 1.667,44
(+) Aporte Accionistas						
(+) Préstamo concedido		\$ (22.408,52)	\$ (23.080,31)	\$ (25.721,75)	\$ (26.492,86)	\$ (25.218,95)
<b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>	<b>\$ (128.964,94)</b>	<b>\$ (136,34)</b>	<b>\$ 32.815,81</b>	<b>\$ 62.764,29</b>	<b>\$ 101.067,00</b>	<b>\$ 147.915,79</b>

<b>TIR</b>	<b>28,41%</b>
<b>VAN</b>	<b>\$58.584,15</b>
<b>Pay Back</b>	<b>3,53 años</b>

Con respecto al análisis del TIR y VAN, se puede observar que la empresa durante los 5 años proyectados tendrá una TIR de 28,41%, valor que indica que el negocio del restaurante si es viable. El VAN es de \$58.584,15, que indica el valor del negocio en el presente momento, lo cual demuestra que sí es viable el proyecto. La recuperación de la inversión será en 3,53 años, es decir antes de los 5 años proyectados.

## 12) Viabilidad del proyecto

Según el análisis de mercado, la industria de alimentos en Ecuador crece en un 16% anual. Una de las variantes que hace que se crezca esta industria es el sector del turismo, y la actividad comercial. En Quevedo, el 9,8% de los establecimientos se dedican a actividades de comida. En base a las encuestas realizadas a las personas de nivel socioeconómico medio alto de Quevedo, y a las que se hospedan en el hotel: asisten a los restaurantes por la variedad de la comida, y lo frecuentan cuando existe una buena atención del personal, buen sabor de la comida y rapidez en el servicio.

Con respecto a la parte operativa, el restaurante tiene una capacidad de 40 personas, y se proyecta a atender a 60 personas en cada menú ofrecido (desayuno, almuerzo y cena), esta cantidad se basa en la cantidad de personas que frecuentan un restaurante, y también acorde al promedio de personas que se hospedan en el hotel a las cuales se les ofrecerá el desayuno como paquete incluido dentro de su hospedaje, y al final del mes se le cobrará al hotel por este rubro.

De acuerdo al análisis financiero, el restaurante “Coco Plumoso”, presenta una utilidad positiva desde el primer año por un monto de \$62.283,60 dólares. Con el análisis del TIR, durante los 5 años proyectados tendrá una TIR de 28,41%, valor que indica que el negocio del restaurante sí es viable. El VAN es de \$58.584,15, que indica el valor del negocio en el presente momento, lo cual demuestra que sí es rentable el proyecto. La recuperación de la inversión será en 3,53 años, es decir antes de los 5 años proyectados.

## 14) Bibliografía

- Angulo, S. (25 de octubre de 2016). *Necesidades de Ecuador del 2017 suman USD 5.300 millones*. Obtenido de El Comercio:  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-deuda-gasto-economia-pib.html>
- BCE. (febrero de 2017). *Evolución de la Balanza Comercial Enero - Diciembre 2016*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201702.pdf>
- BCE. (8 de marzo de 2017). *Inflación*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:  
[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- Beltrán, J. (21 de febrero de 2017). *Expresidente Gustavo Noboa denuncia fraude electoral en Ecuador*. Obtenido de El Universo:  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2017/02/21/nota/6058351/expresidente-gustavo-noboa-denuncia-fraude-electoral-ecuador>
- Camino, M. (15 de noviembre de 2016). *El libre ingreso y la gratuidad de la educación en Ecuador*. Obtenido de El Telégrafo:  
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/punto-de-vista/1/el-libre-ingreso-y-la-gratuidad-de-la-educacion-en-ecuador>
- Cesla. (2014). *Cesla*. Obtenido de [www.cesla.com](http://www.cesla.com)
- El Telégrafo. (25 de noviembre de 2016). *Ecuador invierte el 1,88% del PIB en tecnología e innovación*. Obtenido de El Telégrafo:  
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/ecuador-invierte-el-1-88-del-pib-en-tecnologia-e-innovacion>
- El Telégrafo. (31 de mayo de 2016). *Ecuador recibe entre \$ 50 millones y \$ 80 millones por exportar energía a Perú*. Obtenido de El Telégrafo:  
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-recibe-entre-usd-50-millones-y-usd-80-millones-por-exportar-energia-a-peru>
- El Telégrafo. (28 de febrero de 2016). *Quito supera a Moscú, Nueva Delhi y Bogotá en calidad de vida*. Obtenido de El Telégrafo:  
<http://www.elcomercio.com/tendencias/quito-calidaddevida-ranking-mercader-ciudades.html>
- Hoteles. (2013). *Ecuador Turístico*. Obtenido de [www.hoteles.com](http://www.hoteles.com)
- Hoteles Ecuador. (2011). *Hoteles Ecuador*. Obtenido de [www.hotelesecuador.com](http://www.hotelesecuador.com).
- INEC. (17 de octubre de 2016). *INEC publica cifras del mercado laboral de septiembre 2016*. Obtenido de Ecuador en cifras:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-cifras-del-mercado-laboral-de-septiembre-2016/>
- Marcial, H. (diciembre de 2014). *Análisis del uso de las tecnologías de información y comunicación, TIC, en el apoyo de la productividad de las MIPYME ecuatorianas*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar:  
<http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Analisis%20del%20uso%20de%20las%20tecnologias%20de%20informacion%20y%20comunicacion.pdf>

- Matamoros, I., & Cárdenas, F. (2013). *Empresas ecuatorianas ponen el ojo al medioambiente*. Obtenido de Revista Gestión:  
[http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/215\\_004.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/07/215_004.pdf)
- Mgar. (2000). *Mgar*. Obtenido de [www.mgar.net](http://www.mgar.net)
- Ministerio de Finanzas. (31 de enero de 2017). *Deuda Pública del Sector Público del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Finanzas:  
[http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/DEUDA-SECTOR-PUBLICO-DEL-ECUADOR\\_enero2017-2.pdf](http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/DEUDA-SECTOR-PUBLICO-DEL-ECUADOR_enero2017-2.pdf)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (Julio de 2012). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec).
- Ministerio del Ambiente. (2011). *Programa 'PNGIDS' Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Ortiz, D. (15 de abril de 2015). *Ecuador no consta en el ranking global de tecnología de la información del Foro Económico Mundial*. Obtenido de El Comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-ranking-tecnologia-foro-economia.html>
- Smart Voyager. (2000). *Smart Voyager*. Obtenido de [www.smartvoyager.org](http://www.smartvoyager.org)
- SRI. (25 de mayo de 2016). *A PARTIR DEL 1 DE JUNIO RIGE NUEVA TARIFA TEMPORAL DE IVA*. Obtenido de Servicio de Rentas Internas:  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/detalle?idnoticia=320&marquesina=1>
- Turismo. (2015). *Turismo*. Obtenido de [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

### 13) Anexos

#### Encuestas Restaurante

Figura 1 Encuestas Restaurante

Con respecto a 100 encuestas realizadas a las personas sobre la asistencia a restaurantes se presentan los siguientes resultados:

#### 1) Género

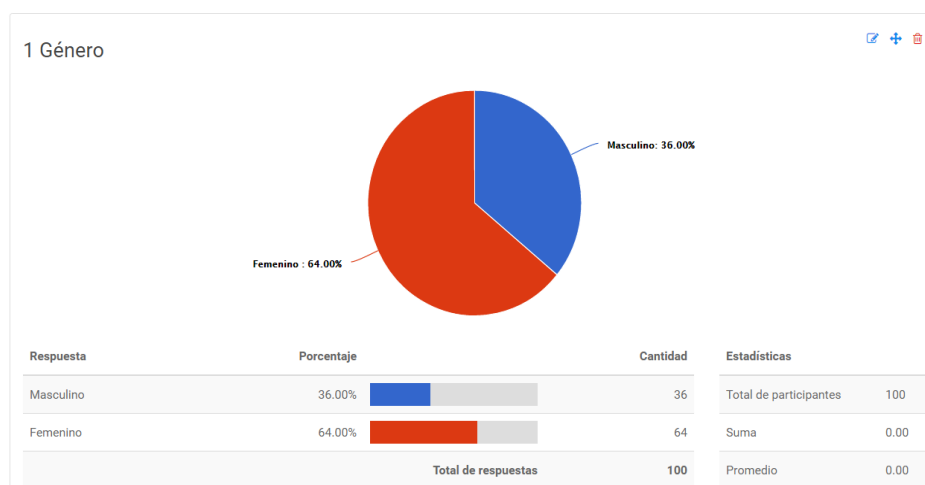


Figura 1 . Género de los encuestados

Autor: Melina Palacios

De un total de 100 encuestas, se tiene que el 36% de los encuestados es de género Masculino y el 64% es de género femenino.

#### 2) Edad

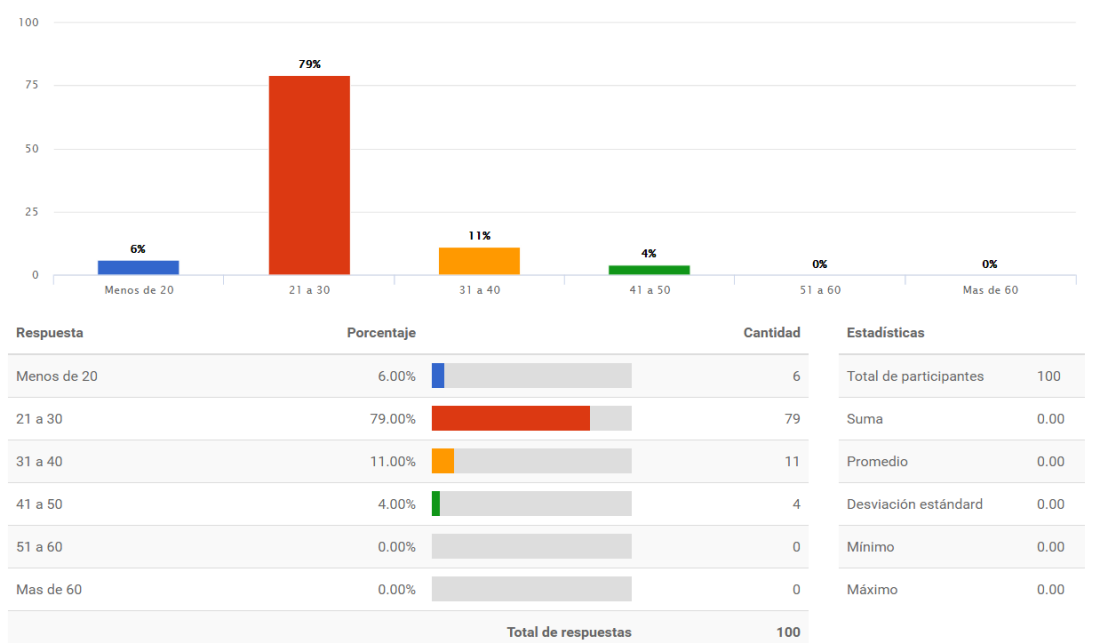


Figura 2. Edad de los encuestados

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la edad se tiene: el 6% de los encuestados tiene menos de 20 años, el 79% que es la gran mayoría tiene entre 21 a 30 años, y el 11% restante tiene entre 41 a 50 años.

### 3) Frecuencia de visita a un restaurante

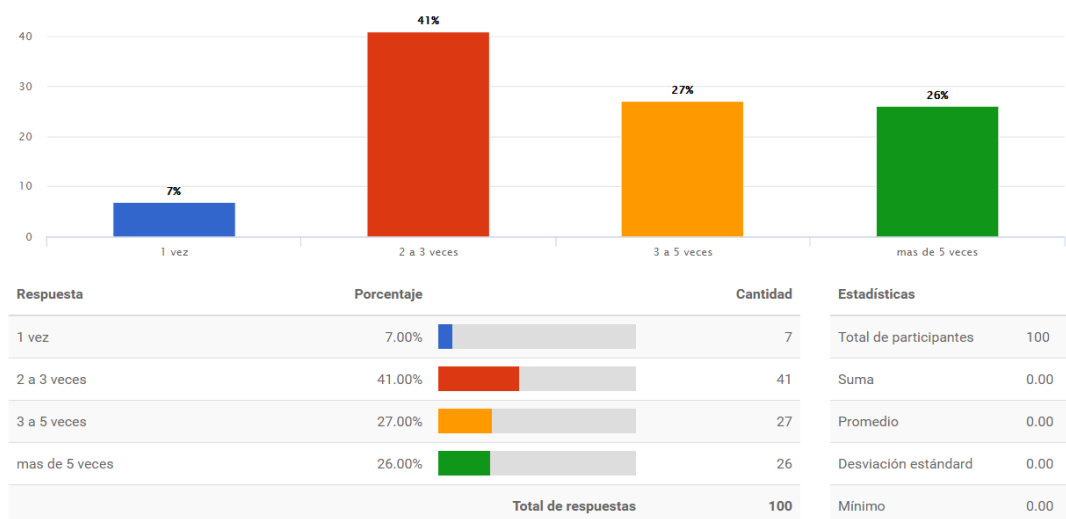


Figura 3. Frecuencia de visita a un restaurante al mes

Autor: Melina Palacios

La frecuencia de visita de los encuestados a un restaurante al mes es la siguiente: el 41% visita un restaurante entre 2 a 3 veces, 27% entre 3 a 5 veces, 26% más de 5 veces, y un 7% una sola vez.

4) ¿Qué tipo de comida le gusta?

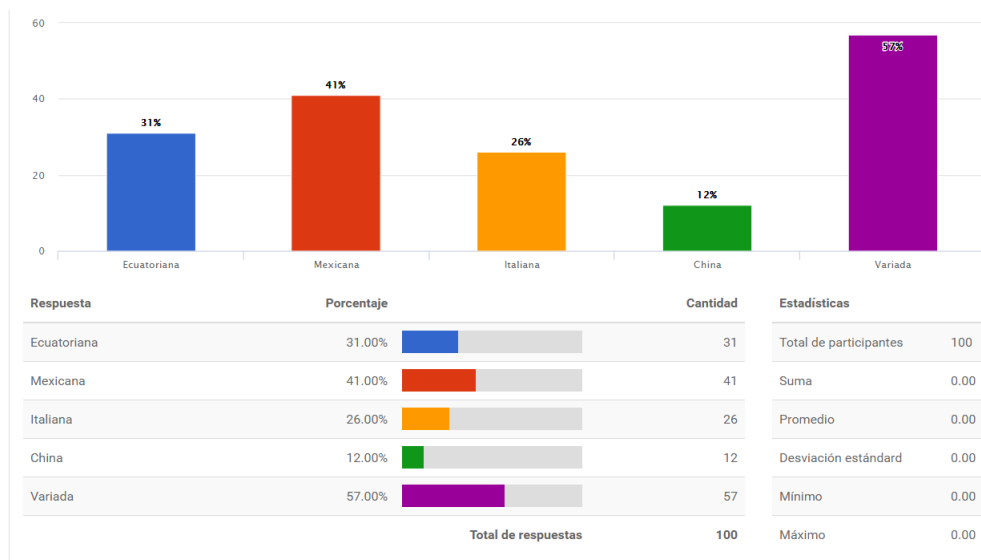


Figura 4. Preferencias de tipo de comida

Autor: Melina Palacios

Las preferencias de tipo de comida fueron las siguientes: el 57% prefiere comida variada, 41% comida mexicana, 31% comida ecuatoriana, 26% comida Italiana, y el 12% restante prefiere comida China.

5) ¿Qué fuentes de información consulta antes de ir a un restaurante?



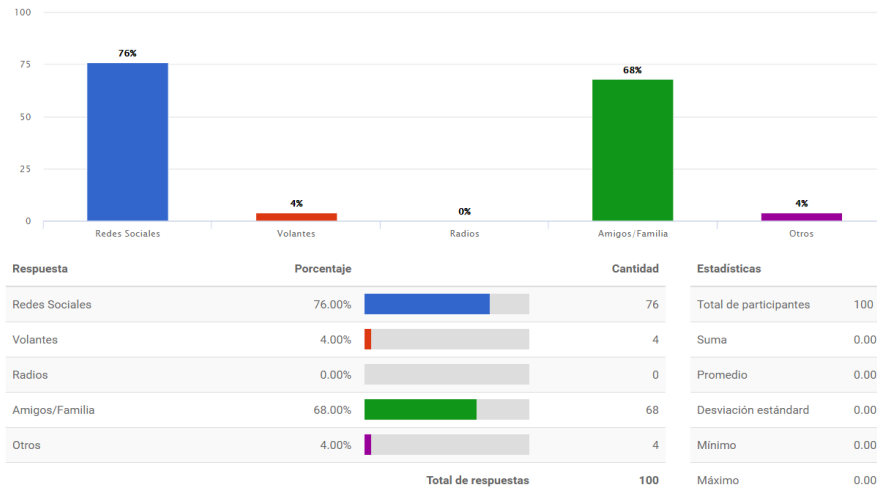


Figura 5. Fuentes de Información de consulta para ir a un restaurante

Autor: Melina Palacios

Las fuentes de información de consulta por los encuestados antes de ir a un restaurante son las siguientes: 76% redes sociales, 68% amigos/familia, 4% volantes y 4% otros.

6) ¿Cuánto suele pagar por una comida?

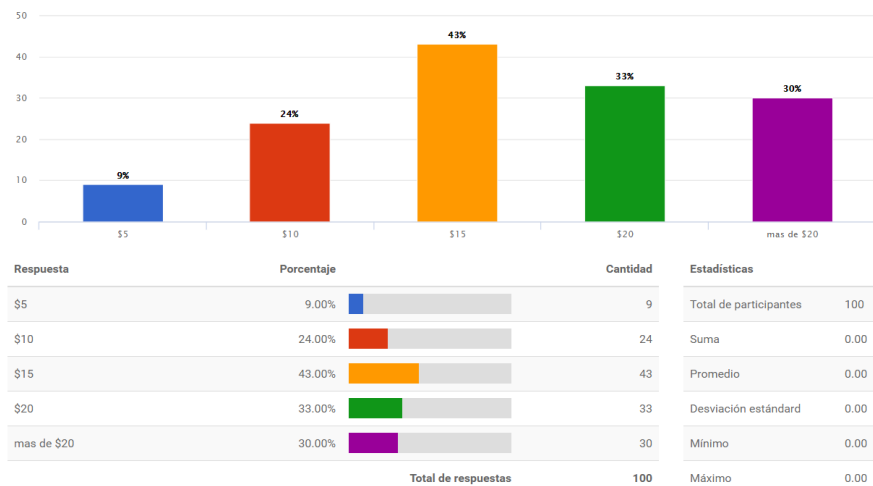


Figura 6. Precio dispuesto a pagar por un plato de comida

Autor: Melina Palacios

Con respecto al precio que suele pagar por una comida se tienen los siguientes resultados: 42% estaría dispuesto a pagar \$15, 33% pagaría \$20, 30% más de 20 dólares, 24% pagaría \$10, y el 9% pagaría \$5.

## 7) ¿Qué es lo que más valora a la hora de elegir un restaurante?

### Atención del personal

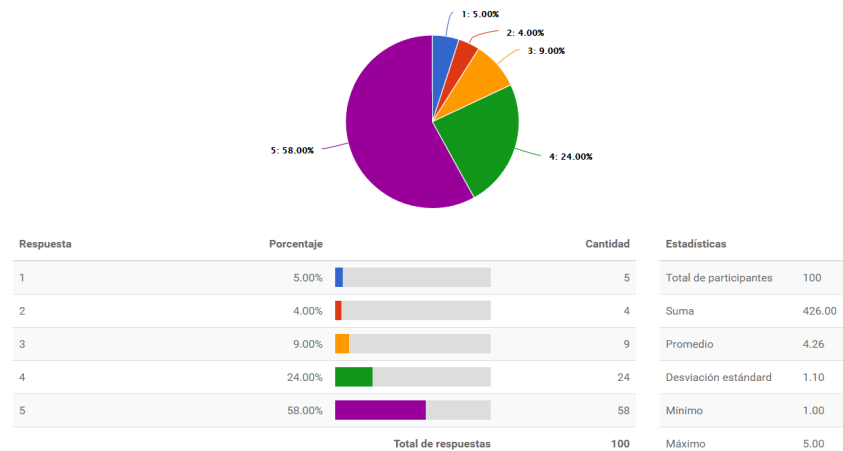


Figura 7. Atención del personal

Autor: Melina Palacios

Del total de las personas encuestadas, con respecto a lo que más valora a la hora de elegir un restaurante se estableció una escala del 1 al 5 como elección de respuesta respuesta al valor que le da a la atención, en donde: el 5 indica significa que valora mucho la atención, 4 valora la atención, 3 valora más a o menos la atención, 2 valora poco la atención y el 1 no valora la atención. Las respuestas fueron las siguientes: el 58% escogió la respuesta 5, el 24% la respuesta 4, el 9% la respuesta 3, y 2% la respuesta 2 y el 5% la respuesta 1.

### Variedad de comida

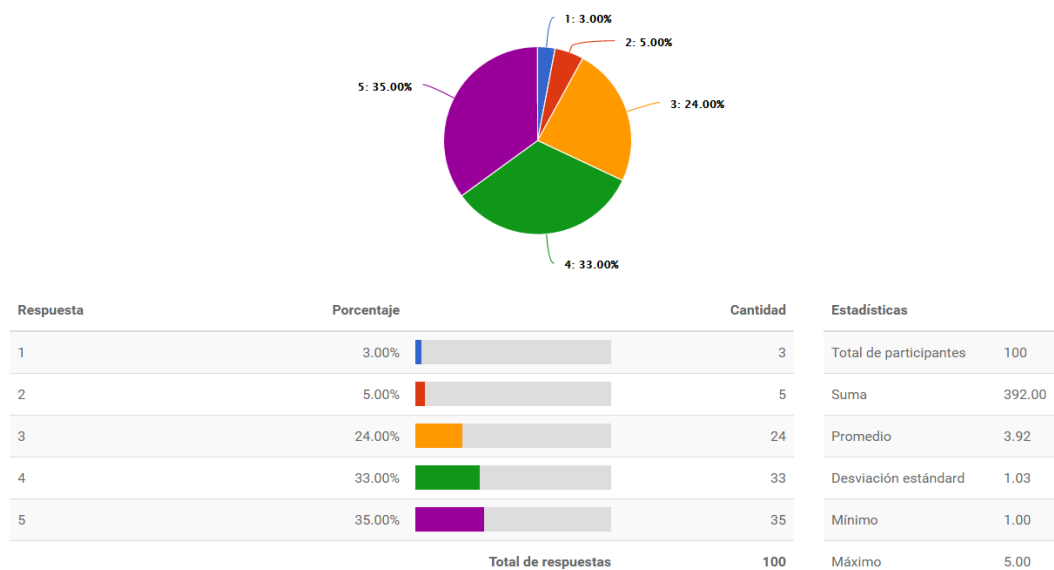


Figura 8. Variedad de Comida

Autor: Melina Palacios

Con respecto a lo que valora en base a la variedad de comida por los encuestados se tiene que: 35% valora mucho la variedad de comida (respuesta 5), 33% valora la variedad de comida (respuesta 4), el 24% valora más o menos la variedad de comida (respuesta 3), el 5% valora poco la variedad de comida (respuesta 2), y el 3% no valora la variedad de comida (respuesta 1).

Sabor de la comida

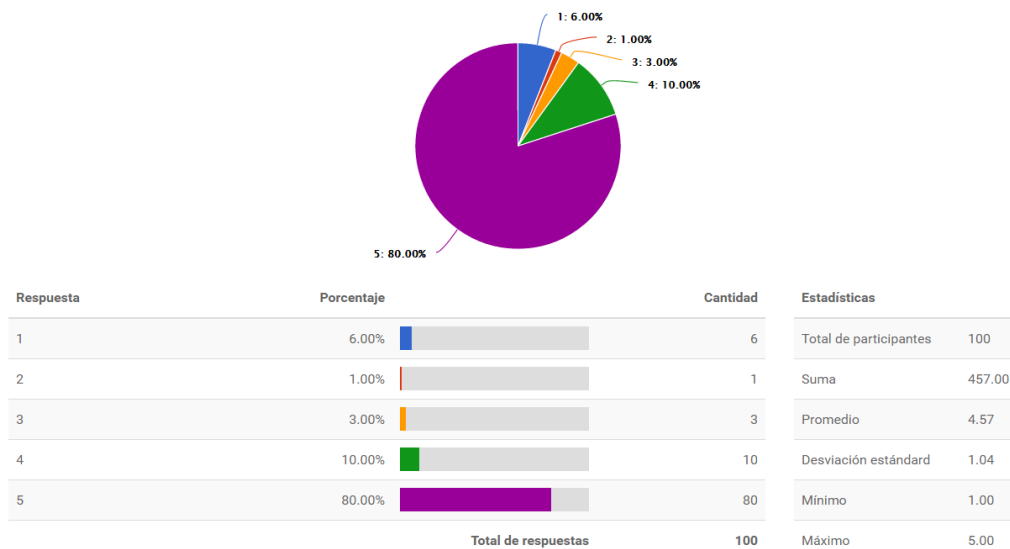


Figura 9. Sabor de la comida

Autor: Melina Palacios

Del total de las personas encuestadas, con respecto a lo que más valora a la hora de elegir un restaurante se estableció una escala del 1 al 5 como elección de respuesta al sabor de comida, en donde: el 5 indica significa que valora mucho el sabor de la comida, 4 valora el sabor de la comida, 3 valora más a o menos el sabor de la comida, 2 valora poco el sabor de la comida y el 1 no valora el sabor de la comida. Los resultados fueron los siguientes: el 80% valora mucho el sabor comida, el 10% valora el sabor de la comida, el 3% valora más o menos el sabor de la comida, el 1% valora muy poco el sabor de la comida y el 6% no valora el sabor de la comida.

### Rapidez en el servicio

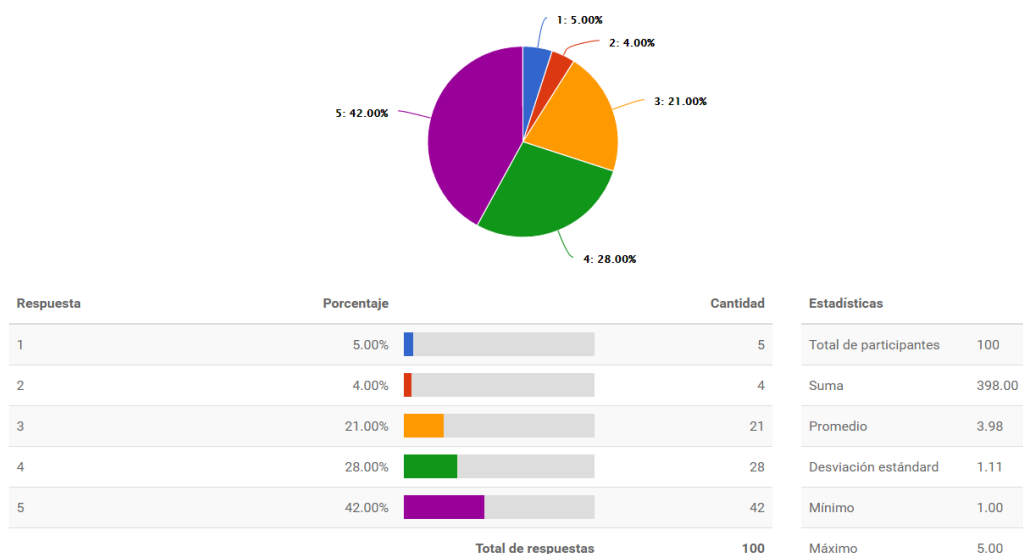


Figura 10. Rapidez en el servicio

Autor: Melina Palacios

La valoración de los encuestados para asistir a un restaurante, en lo que respecta a la rapidez en el servicio se tiene: el 42% valora mucho, el 28% valora significativamente, 21% valora más o menos, 4% valora poco, y 5% no valora nada.

### Precio

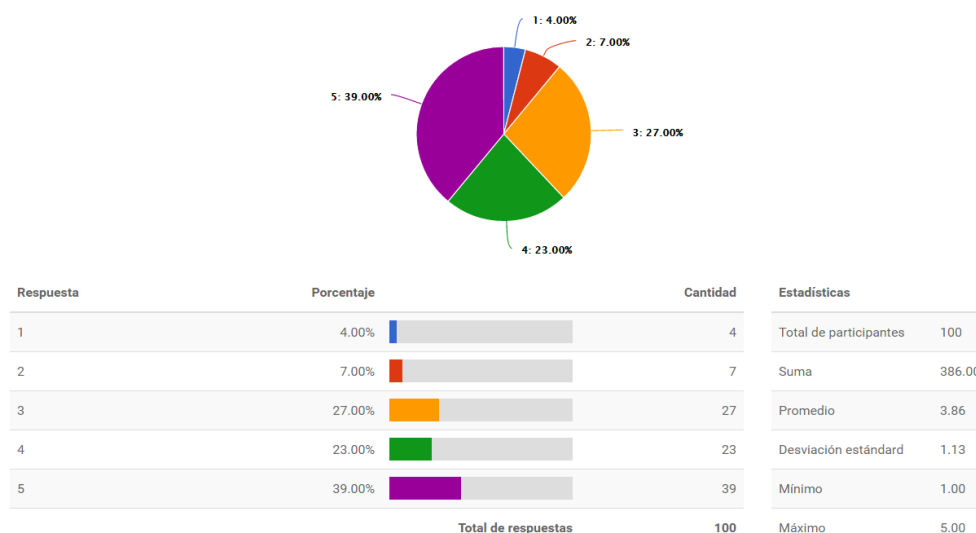


Figura 11. Precio

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la valoración del precio a la hora de elegir a un restaurante se tiene los siguientes resultados: el 30% valor mucho, 23% valora significativamente, 27% valora más o menos, el 7% valora poco, y el 4% no valora nada.

Calidad en general

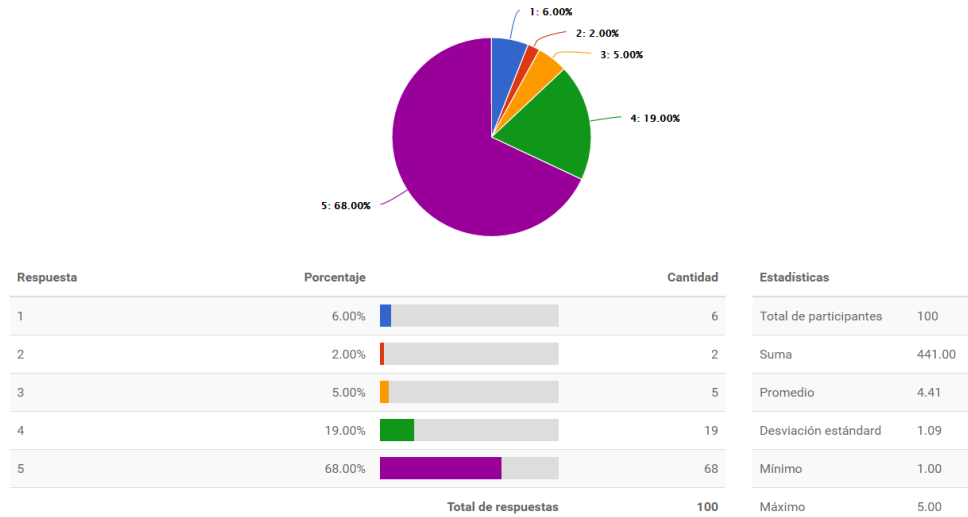


Figura 12. Calidad en general

Autor: Melina Palacios

La valoración por la calidad en general a la hora de elegir un restaurante presenta los siguientes resultados: 68% valora mucho, 19% valora significativamente, 5% valora más o menos, 2% valora poco, y el 6% no valora nada.

## Decoración

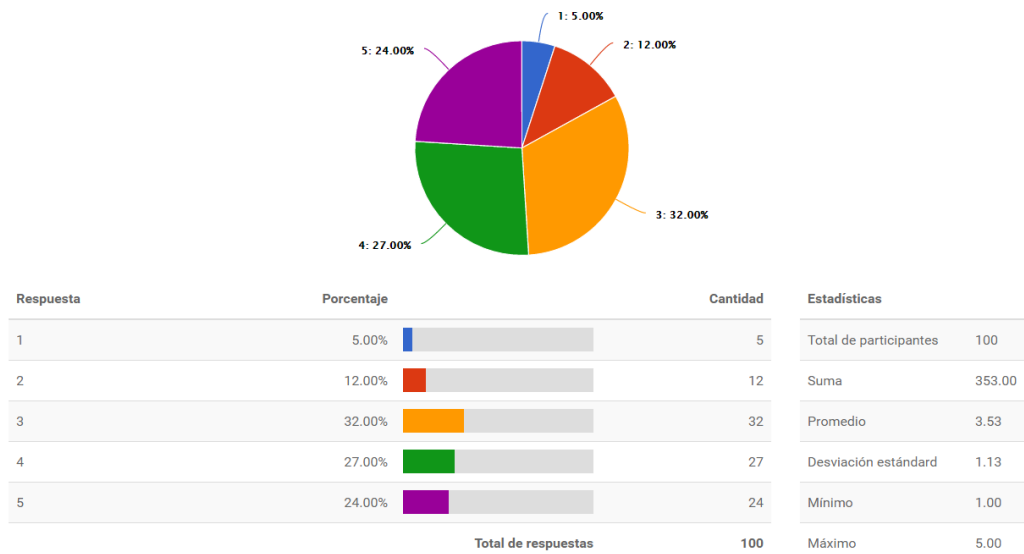


Figura 13. Decoración

Autor: Melina Palacios

La valoración por la decoración a la hora de elegir un restaurante presenta los siguientes resultados: el 24% valora mucho, el 27% valora significativamente, el 32% valora más o menos, el 12% valora poco y el 5% no valora nada.

## Ambiente

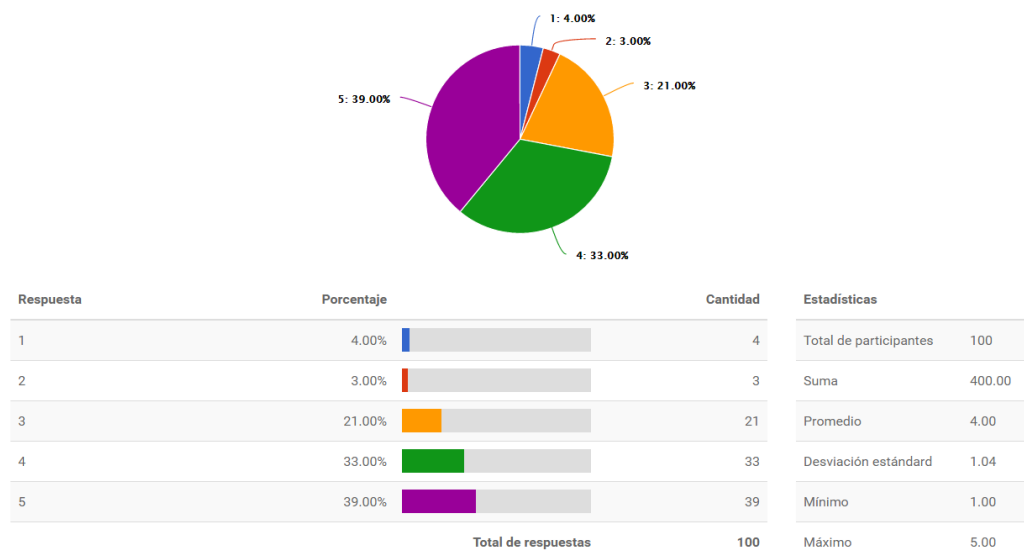


Figura 14. Ambiente

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la valoración del ambiente a la hora de elegir un restaurante, se presentan los siguientes resultados: 39% valora mucho, 33% valora significativamente, 21% valora más o menos, 3% valora poco y el 4% no valora nada.

8) ¿Qué tipo de servicio prefiere?

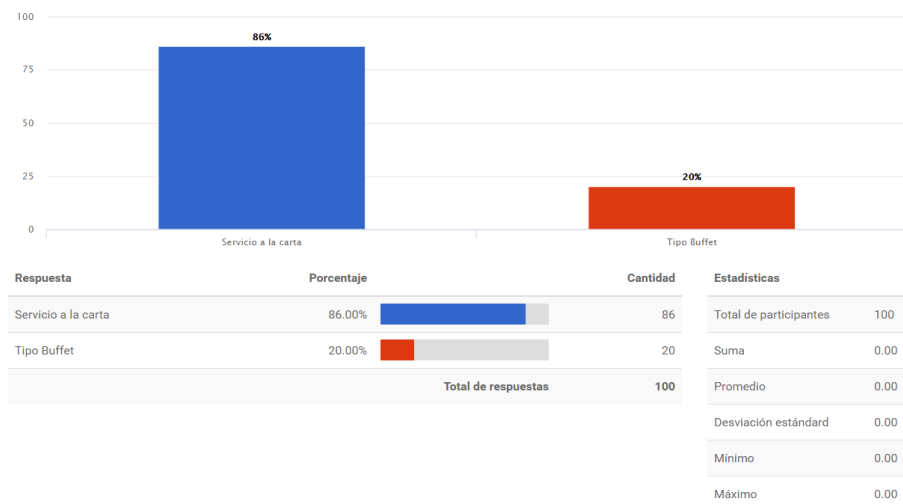


Figura 15. Tipo de servicio

Autor: Melina Palacios

Con respecto al tipo de servicio que prefiere, se presentan los siguientes resultados: 86% prefiere servicio a la carta, y el 20% prefiere buffet.

9) ¿Por qué regresaría a un restaurante?

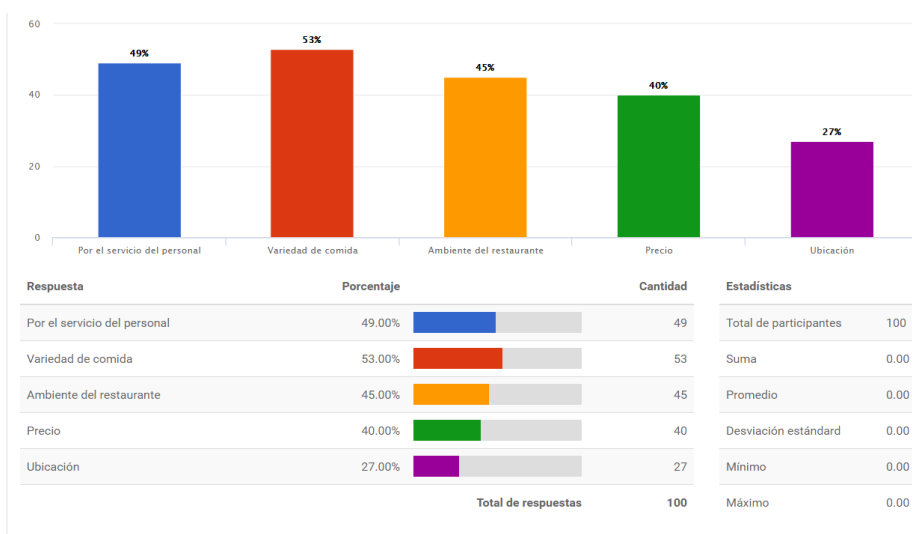


Figura 16. Motivo de regreso a un restaurante

Autor: Melina Palacios

Con respecto al por qué regresaría a un restaurante se presentan los siguientes resultados: 53% por la variedad de comida, 49% por el servicio del personal, 45% por el ambiente del restaurante, 40% por el precio y el 27% por la ubicación.

Para conocer el nivel de aceptación del hotel se realizaron encuestas a 100 personas para conocer las opiniones sobre el comportamiento de los clientes para ir a un hotel, se presentan las siguientes respuestas:

Figura 2 Encuestas Huéspedes hotel

### 1) Género

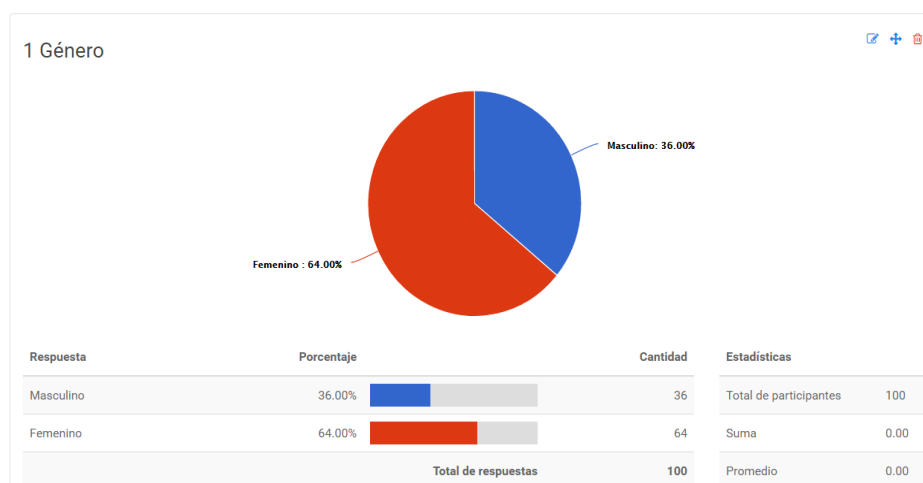


Figura 17 . Género de los encuestados

Autor: Melina Palacios

Del total de encuestados con respecto al género, se tiene que: el 36% de los encuestados es de género Masculino y el 64% es de género femenino.

### 2) ¿Cuál es su procedencia?



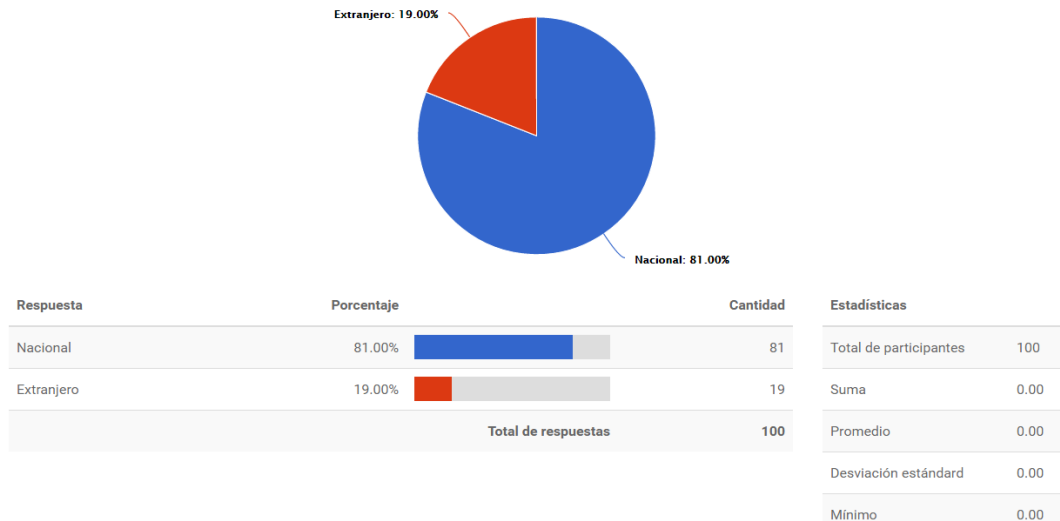


Figura 18. Procedencia

Autor: Melina Palacios

La procedencia del total de los encuestados presenta los siguientes resultados: la mayoría con el 81% son de procedencia nacional y el 19% son de procedencia extranjera.

### 3) Rango de edad

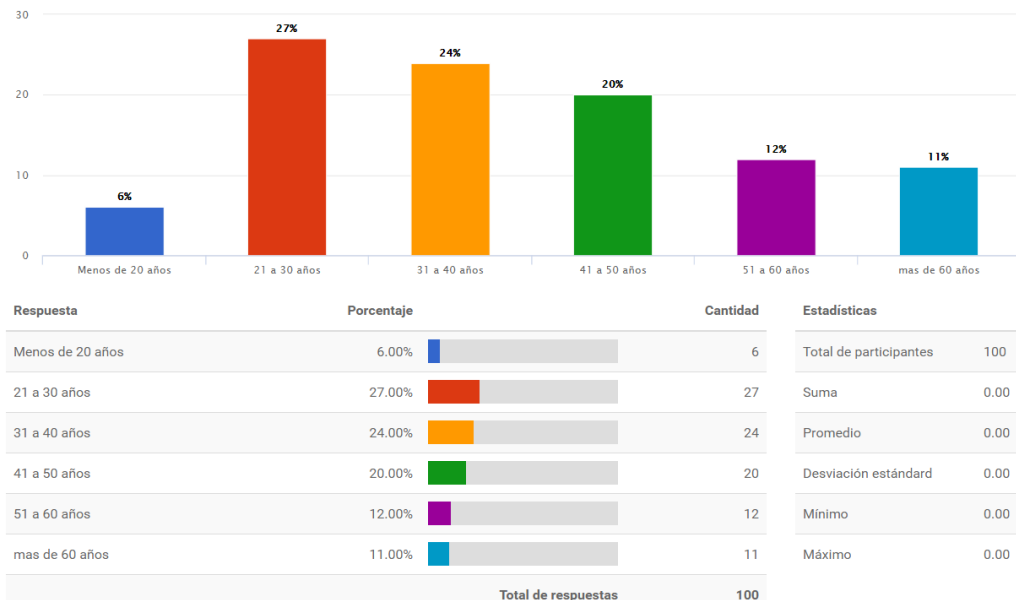


Figura 19. Rango de edad

Autor: Melina Palacios

El rango de edad de los encuestados fue la siguiente: 27% entre 21 a 39 años, 24% entre 31 a 40 años, 20% entre 41 a 50 años, 12% entre 51 a 60 años, 11% más de 60 años, y el 6% menos de 20 años.

4) ¿Conoce el hotel Palmar del Sol?

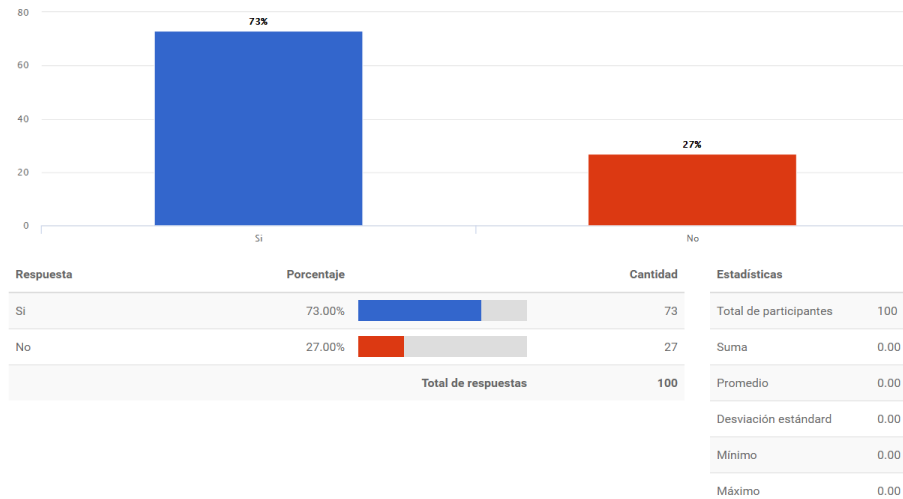


Figura 20. Conocimiento sobre el hotel Palmar del Sol

Autor: Melina Palacios

Con respecto al conocimiento sobre el hotel Palmar del Sol, se tiene que: el 72% sí conoce sobre el hotel, mientras que el 27% no conoce sobre el hotel.

5) ¿Se ha hospedado en el hotel?

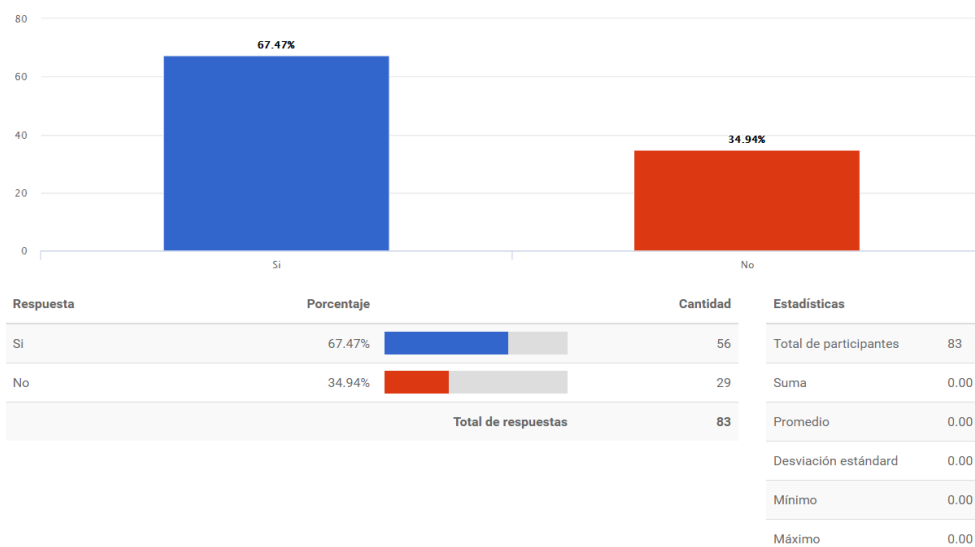


Figura 21. ¿Se ha hospedado en el hotel?

Autor: Melina Palacios

En lo que respecta a si se han hospedado en el hotel, se presentan los siguientes resultados: 67,47% no presenta Sí, mientras que el 34,94% No.

6) ¿Cuánto tiempo ha estado hospedado en este hotel?

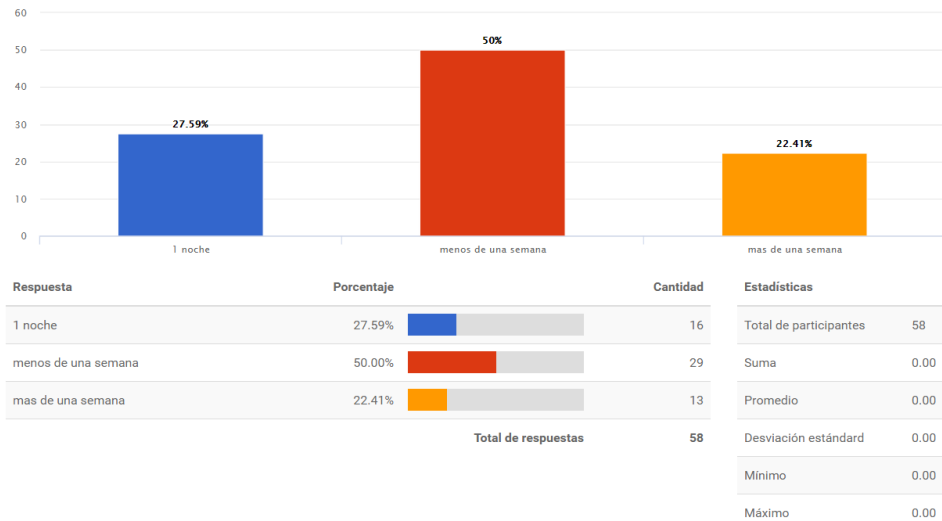


Figura 22. Tiempo que se ha hospedado en el hotel

Autor: Melina Palacios

Con respecto al tiempo que se ha hospedado en el hotel se presentan los siguientes resultados: el 50% menos de una semana, el 27,59% una noche, y el 22,41% más de una semana.

7) ¿Cuál ha sido el motivo de su visita al hotel?

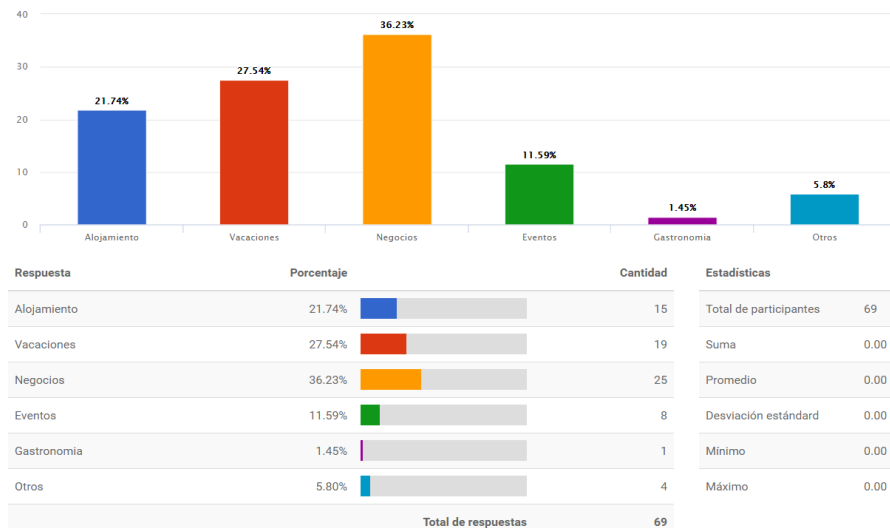


Figura 23. Motivo de visita al hotel

Autor: Melina Palacios

Con respecto al motivo de la visita al hotel, se presentan los siguientes resultados: 36,23% por motivo de negocios, 27,54% por vacaciones, 21,74% por alojamiento, 11,59% por eventos, 5,80% por otro motivo, y el 1,45% por la gastronomía.

8) ¿Cómo conoció usted al hotel?

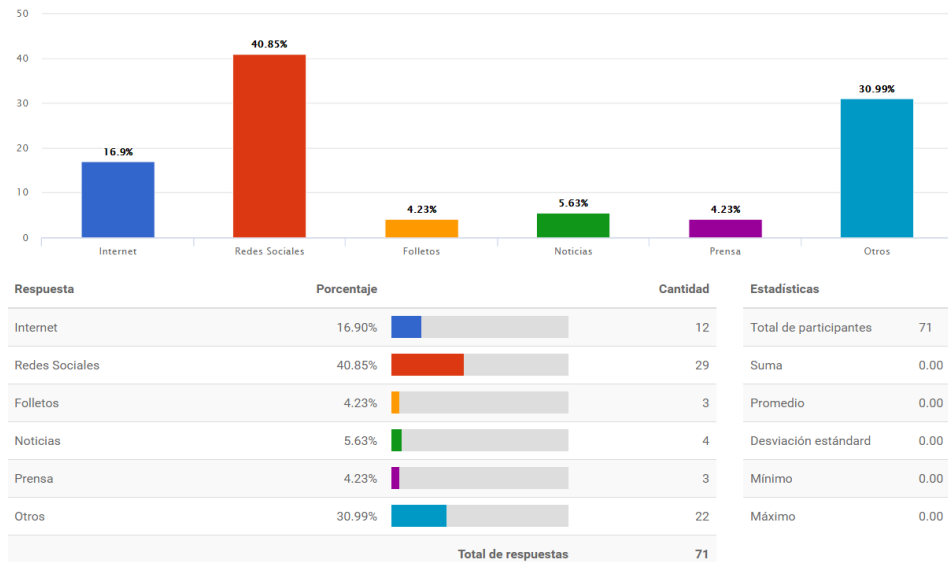


Figura 24. ¿Cómo conoció usted al hotel?

Autor: Melina Palacios

Con respecto a cómo conoció el hotel por parte de los encuestados, se presentan los siguientes resultados: 40,85% por redes sociales, 30,99% por otros medios, 16,90% por internet, 5,63% por noticias, 4,23% por folletos y el 4,23% por la prensa.

9) ¿Qué tipo de comida le gustaría que hubiera en el restaurante del hotel?

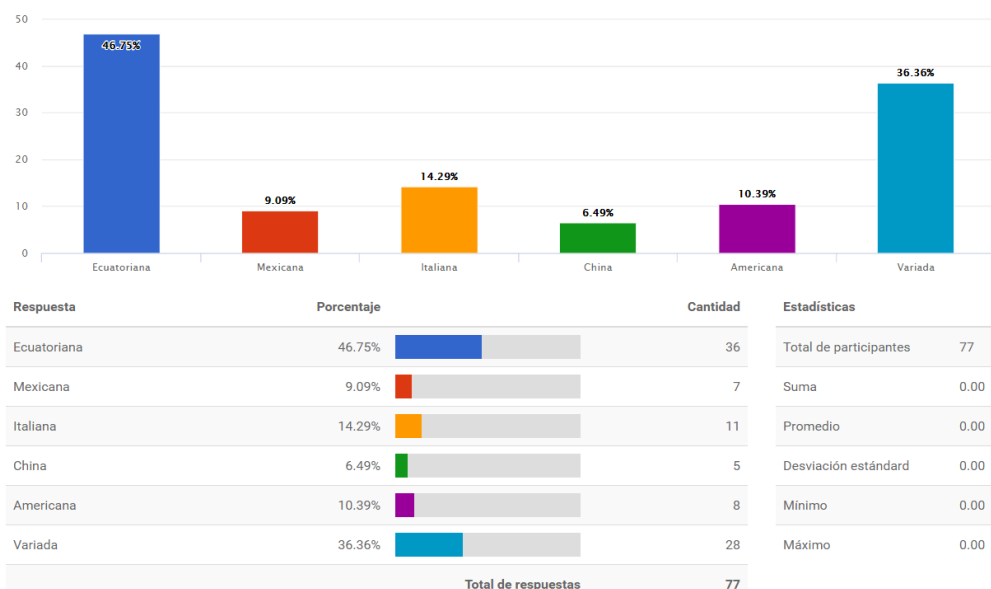
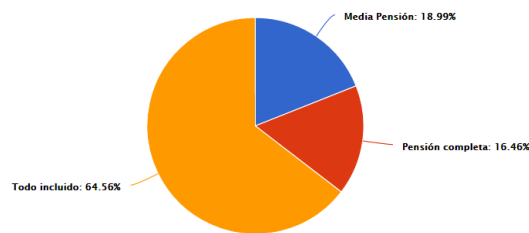


Figura 25. Tipo de comida que le gustaría que hubiera en el restaurante del hotel

Autor: Melina Palacios

Con respecto al tipo de comida que le gustaría que hubiera en el restaurante del hotel, se presentan los siguientes resultados: la mayoría con 46,75% opta por comidas ecuatoriana, 36,36% variada, 12,29% comida italiana, 10,39% por comida americana, 9,09% por comida mexicana, y el 6,49% por comida China.

10) ¿Qué tipo de servicio de comida le gusta recibir al alojarse en un hotel?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
Media Pensión	18.99%	15	Total de participantes 79
Pensión completa	16.46%	13	Suma 0.00
Todo incluido	64.56%	51	Promedio 0.00
<b>Total de respuestas</b>			Desviación estándar 0.00
			Mínimo 0.00
			Máximo 0.00

Figura 26. Tipo de servicio de comida que le gusta recibir al alojarse en un hotel.

Autor: Melina Palacios

De acuerdo al tipo de servicio de comida que le gusta recibir al alojarse en un hotel, se presentan los siguientes resultados: el 64,56% de los encuestados prefiere todo incluido, el 18,99% prefiere media pensión, y el 16,46% pensión completa.

11) ¿Conoce usted el restaurante del hotel?

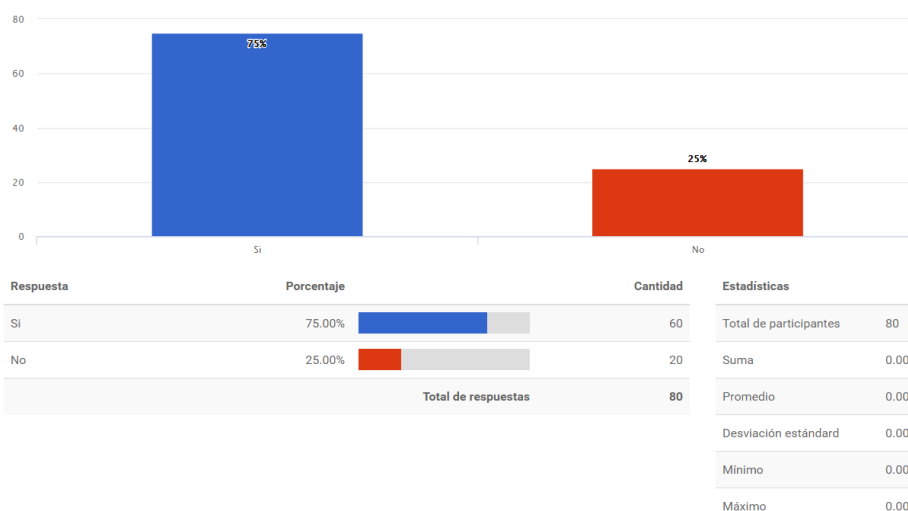


Figura 27. ¿Conoce usted el restaurante del hotel?

Autor: Melina Palacios

Con respecto al pregunta relacionada a si conoce o no el restaurante del hotel, se presentan los siguientes resultados: El 75% si conoce, mientras que el 25% no conoce.

12) ¿Ha visitado el restaurante del hotel?

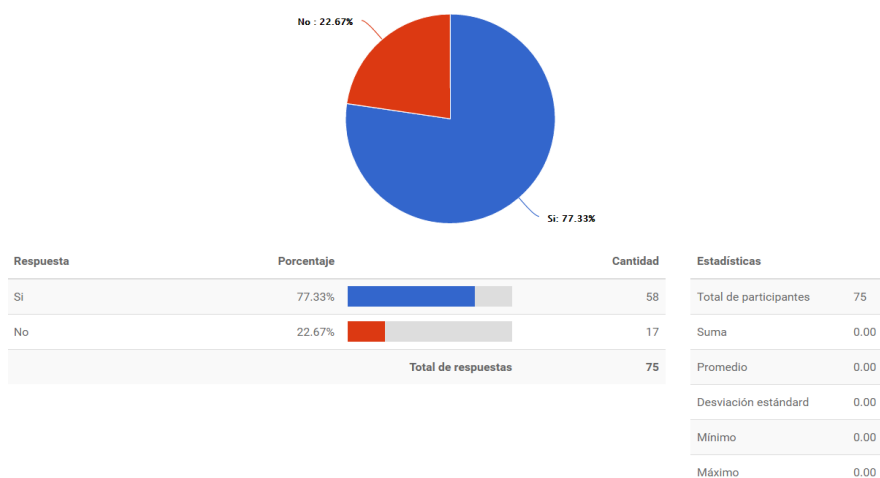


Figura 28. ¿Ha visitado el restaurante del hotel?

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la pregunta sobre si ha visitado o no el restaurante del hotel, se presentan los siguientes resultados: el 77,33% de los encuestados si ha visitado el restaurante del hotel, mientras que el el 22,67% no.

13) ¿Con qué frecuencia?

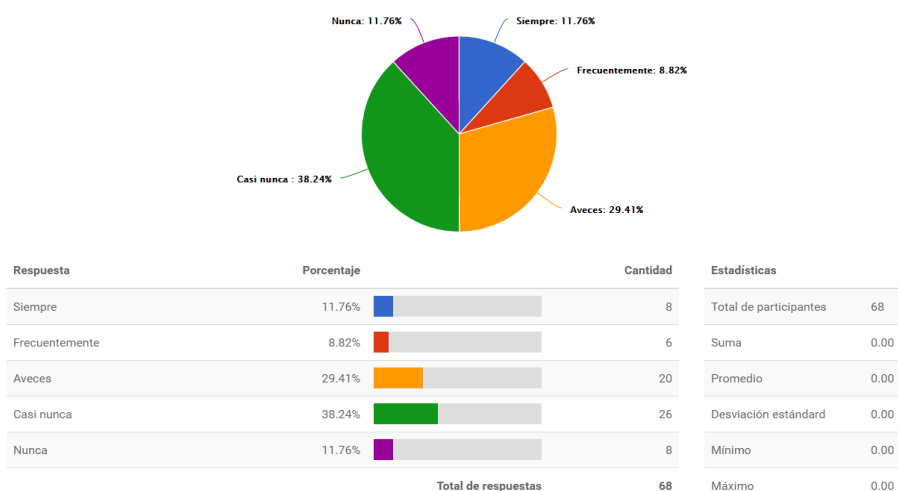


Figura 29. ¿Con qué frecuencia?

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la frecuencia de visita al restaurante del hotel, se presentan los siguientes resultados: el 38,24% casi nunca, el 29,41% aveces, el 11,76% nunca, el 11,76% siempre y el 8,82% frecuentemente.

14) Aspectos de acuerdo a la satisfacción en la visita al restaurante. Usando una escala del 1 al 5, donde el 1 representa nada satisfactorio, y el 5 representa muy satisfactorio.

#### Atención al personal

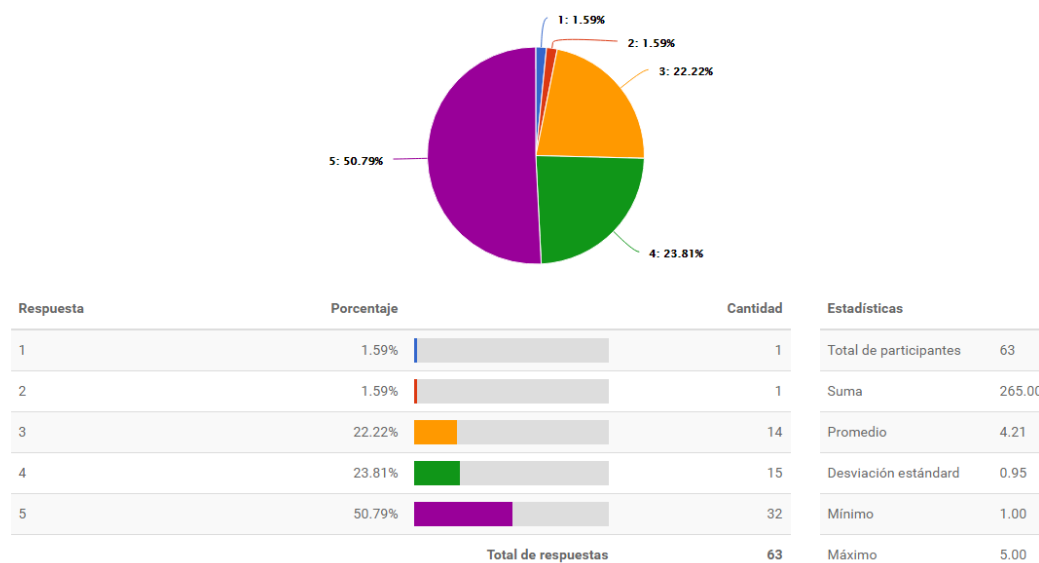


Figura 30. Atención al personal

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la satisfacción en base a la atención del personal, se presentan los siguientes resultados: el 50,69% calificó como muy satisfactoria la atención del personal, mientras que el 1% calificó como nada satisfactorio.



Variedad de comida

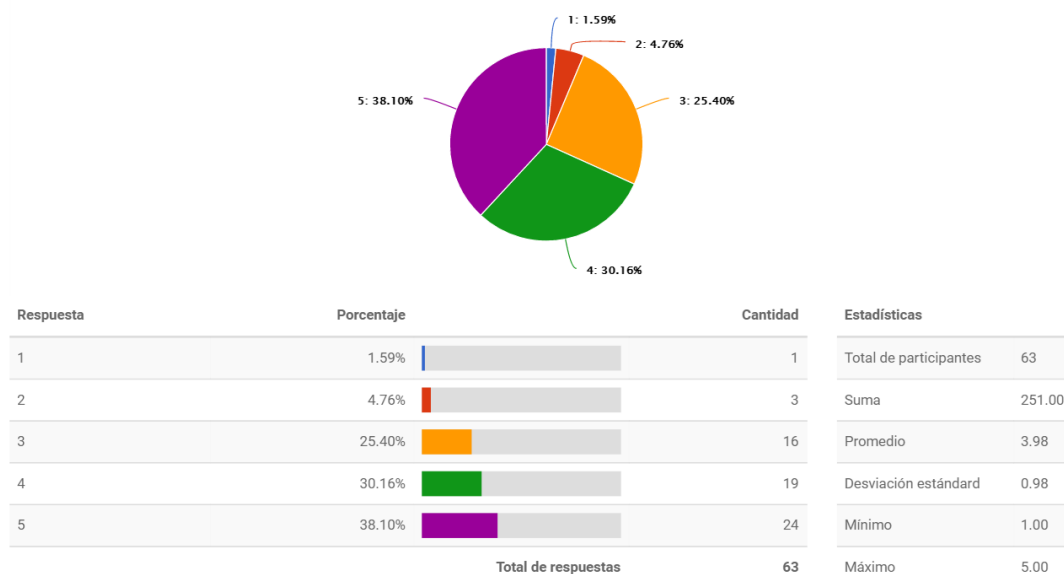


Figura 31. Variedad de comida

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la satisfacción en base a la variedad de comida, se presentan los siguientes resultados: el 38,10% lo calificó como muy satisfactorio, el 30,16% como satisfactorio, el 25,40% como más o menos satisfactorio, el 4,76% como poco satisfactorio mientras que el 1,59% como nada satisfactorio

Rapidez en el servicio

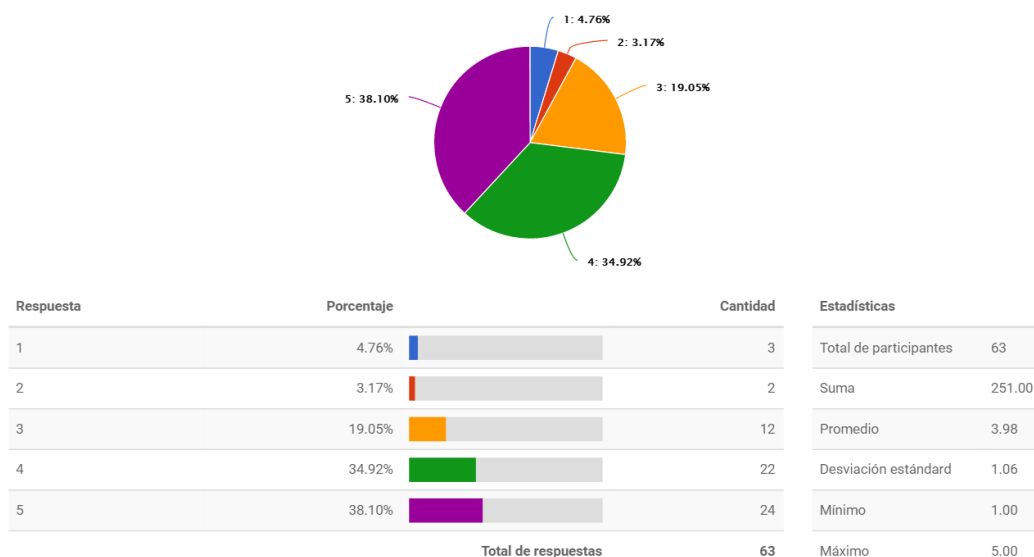


Figura 32. Rapidez en el servicio

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la satisfacción por rapidez del servicio en el restaurante del hotel, se tiene los siguientes resultados: el 38,10% como muy satisfactorio, 34,94% como satisfactorio, el 19,05% como más o menos satisfactorio, el 3,17% como poco satisfactorio y el 4,76% nada satisfactorio.

Precio

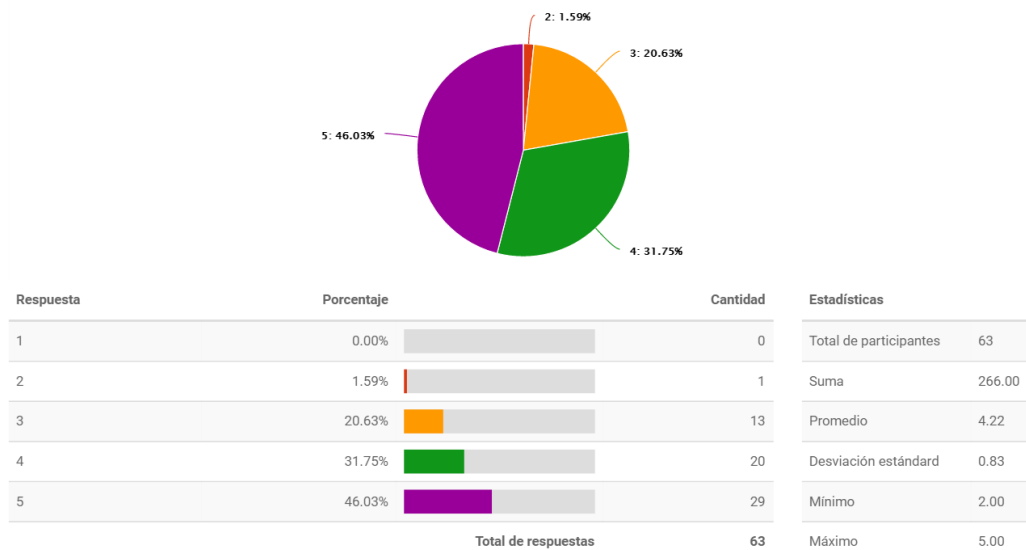


Figura 33. Variedad de comida

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la satisfacción en base al precio de los encuestados que han asistido al restaurante del hotel, se presentan los siguientes resultados: el 46,03% se siente muy satisfactorio con el precio, el 31,75% satisfactorio, el 20,63% más o menos satisfactorio y el 1,59% poco satisfactorio.

### Calidad en general

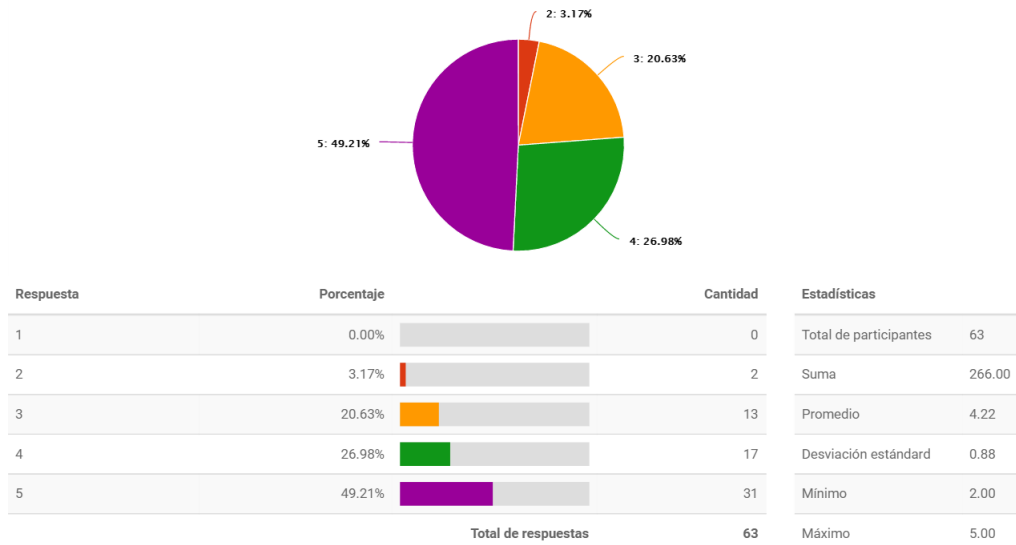


Figura 34. Calidad en general

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la satisfacción por la calidad en general, se presentan los siguientes resultados: el 49,21% muy satisfactorio, 26,98% satisfactorio, 20,63% como más o menos satisfactorio, 3,17% poco satisfactorio.

### Decoración

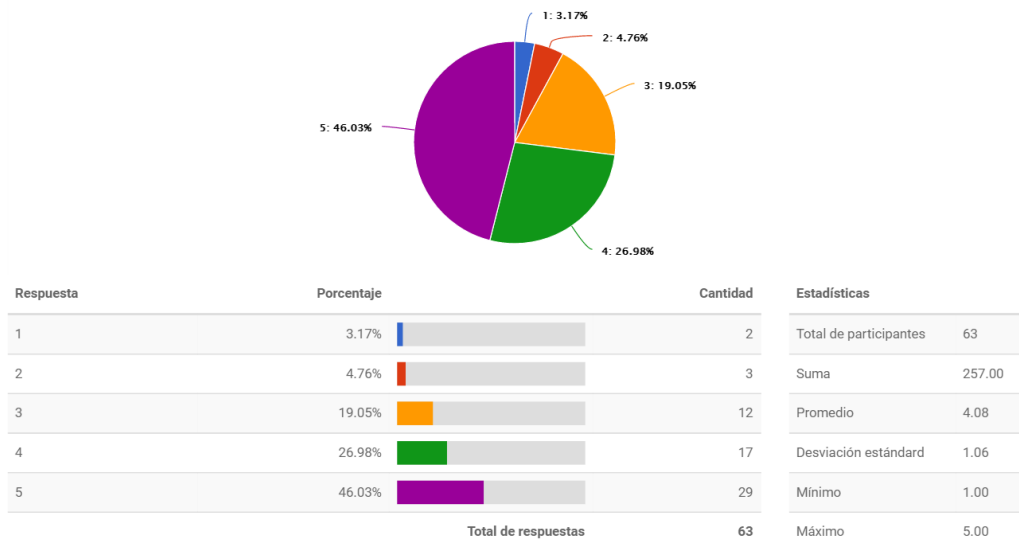


Figura 35. Decoración

Autor: Melina Palacios

Con respecto a la satisfacción de la decoración a los encuestados que han asistido al restaurante del hotes, se presentan los siguientes resultados: 46,03% muy satisfactorio, el 26,98% satisfactorio, el 19,05% más o menos satisfactorio, el 4,76% como poco satisfactorio y el 3,17% nada satisfactorio.

15) ¿Qué tipo de servicios le gustaría que el restaurante tuviera?

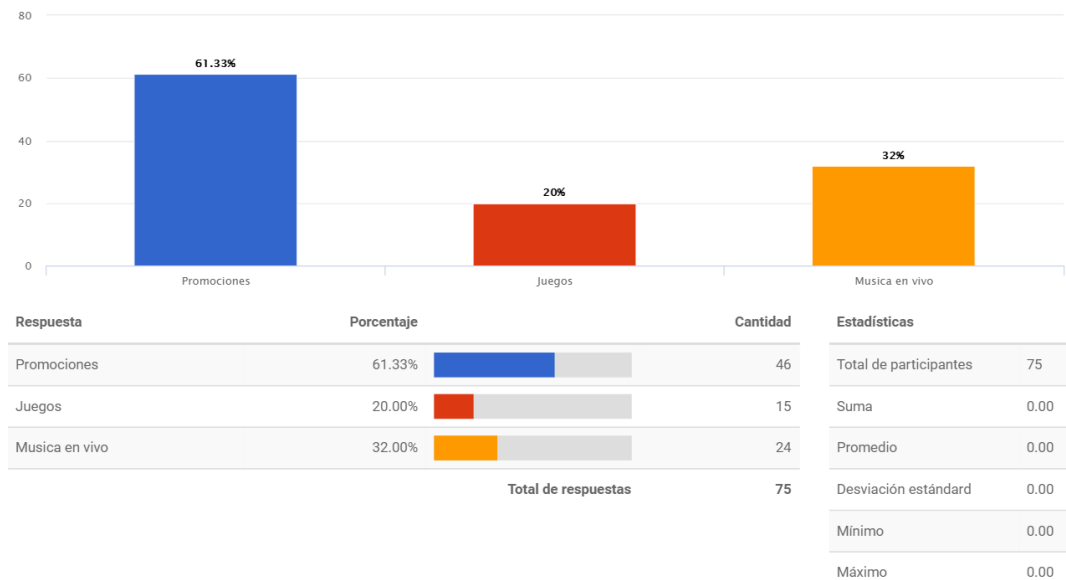


Figura 36. Tipos de servicio que le gustaría que el restaurante tuviera

Autor: Melina Palacios

Con respecto a los tipos de servicio que le gustaría que el restaurante tuviera, se presentan los siguientes resultados en base a los encuestados: el 61,33% que representa más de la mitad prefiere promociones, el 32% música en vivo y el 20% juegos.