



Universidad de Especialidades Espíritu Santo

Facultad de Economía y Ciencias Empresariales

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACIÓN E
IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA EN EL RESTAURANT
FUSIÓN LATINA.**

Trabajo de investigación que se presenta como requisito para la
obtención del título de Ingeniería en Ciencias Empresariales

Autor: Iván Enrique Ordóñez Suquilanda

Tutor: Freddy Johnny Campoverde Gill

Samborondón, Septiembre 2014
Ecuador

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA EN EL RESTAURANT FUSIÓN LATINA.

INDICE GENERAL:

Resumen ejecutivo

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DEL PLAN DE NEGOCIOS: RESTAURANT FUSIÓN LATINA.

Justificación del plan de negocios

Problema planteado: ampliación e implementación de tecnología.

Objetivo General

Fusión Latina Restaurant empresa

Misión

Visión

Metas

Viabilidad Legal: permisos, licencias administrativas para el funcionamiento.

Requisitos legales para inscripción IEPI. Registro de Marca.

CAPITULO II: ANÁLISIS DE MERCADOS. ESTRATEGIAS APLICABLES

Mercado objetivo:

Análisis PESTAL (políticos, económico, social, tecnológico, ambiental).

Análisis FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades, amenazas)

Análisis de las 4ps (plaza, precio, producto, promoción)

Análisis de la demanda y oferta

Estrategia de diferenciación

Acciones de diferenciación

Canal de distribución

CAPITULO III: ANÁLISIS OPERATIVO: ASPECTOS EXTERNOS E INTERNOS DEL RESTAURANT FUSIÓN LATINA.

Localización y descripción de las instalaciones

Método de producción

Capacidad instalada

Cadena de abastecimiento, diagrama de flujo de procesos, OTIDA

(OPERACIÓN,TRANSPORTE, INSPECCIÓN,DEMORA, ALMACENAMIENTO)

Recursos humanos

CAPITULO IV: ANÁLISIS FINANCIERO DE APLICACIÓN PARA EL RESTAURANT FUSIÓN LATINA.

Estados de resultados proyectados a 5 años

Flujo de caja proyectado a 5 años

Análisis del punto de equilibrio

Análisis de Sensibilidad respecto a:

Localización y descripción de las instalaciones

Método de producción

Análisis de Tasa Interna de Retorno.

Índice de rentabilidad

Valor actual neto

Retorno de la inversión

CAPITULO V: PLAN DE NEGOCIOS: VIABILIDAD DEL PROYECTO EN RESTAURANT FUSIÓN LATINA. CONCLUSIONES.

RECOMENDACIONES

Modelo gerencial

Modelo de talento humano

Procesos de implementación de tecnología: la necesidad de la tecnificación en el Restaurant Fusión Latina.

Ampliación y crecimiento empresarial

Estrategia de control de Talento humano: control de calidad. Organización externa e interna.

Estudio de mercado: competencia, oferta, demanda. Segmentación

Encuestas a consumidores

Posicionamiento de la marca. Estrategia de marketing: marketing operativo y estratégico. Atracción de potenciales clientes

Branding diseño promocional e imagen corporativa

Conclusiones. Análisis de mercado ,operativo y financiero.

Inclusivos

Impacto ambiental

Innovación tecnológica

Valor agregado

Recomendaciones

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios es un instrumento que servirá como herramienta de apoyo para la nueva etapa que pretende iniciar Fusión Latina Restaurant. Para lograr el crecimiento de la empresa la ampliación de su infraestructura e implementación de tecnologías que sirvan para el mejoramiento, control a nivel administrativo y organizacional y su recurso humano.

En el capítulo I se tratarán aspectos generales al plan de negocios del restaurant Fusión Latina que van desde la justificación de la realización del presente documento empresarial hasta la viabilidad legal.

En el capítulo II del presente trabajo se tratará lo referente al análisis del mercado y sus estrategias aplicables en la empresa.

En el capítulo III se tratará el análisis operativo, aspectos internos y externos del restaurant Fusión Latina.

En el capítulo IV se realizará el análisis financiero y de factibilidad económica.

Por último en el capítulo V se realizará el documento empresarial con la propuesta superadora del plan de negocios seguidas de sus respectivas conclusiones y recomendaciones .

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL PLAN DE NEGOCIOS: RESTAURANT FUSIÓN LATINA.

Justificación del plan de negocios

Durante este periodo 2014, el Restaurant Fusión Latina se encuentra en búsqueda de un crecimiento preponderante que le permita atraer mayor cantidad de clientes potenciales, a través de la ampliación de su infraestructura.

Para ello desde el ámbito gerencial la empresa está buscando implementar procesos tecnológicos tecnificantes que sirvan para el mejoramiento integral de los aspectos organizacionales, administrativos, contables en el ámbito interno y externo. Esto debe entenderse como la implementación de controles de mesa, control de inventario en caja, registro de personal para conocer horarios de entrada y salida, administración del talento humano para lograr una calidad total del servicio que se ofrece en el restaurant, tanto en la atención que se suministra al cliente día a día como cuando realiza sus servicios de catering empresarial contratado para la ocasión.

En este sentido los procesos tecnológicos con un tinte de tecnificación fueron implementados en la modernidad para simplificar maneras de control a nivel organizacional, permitiendo una mejor manera de administrar los recursos en las empresas.

En este sentido el uso de la tecnología mejora la productividad. Por ello la empresa Fusión Latina necesita adaptarse a esta nueva etapa de crecimiento de los bienes y servicios que brinda para alinearse al cumplimiento de nuevas metas y objetivos.

Problema a resolver

El problema se plantea a partir de la siguiente premisa:

¿La ampliación de infraestructura e implementación de tecnología servirá para que el Restaurant Fusión Latina incremente su productividad y crecimiento empresarial?

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios para la ampliación e implementación de tecnología en el restaurant Fusión Latina.

Objetivos específicos:

-Implementar procesos tecnológicos de tecnificación en el restaurant Fusión Latina para el mejoramiento y control a nivel organizacional y gerencial para el aumento del volumen de ventas en el local.

- Aplicar un modelo de gestión eficiente y moderno a nivel contable en la empresa.

- Crear nuevas estrategias de marketing y posicionamiento de marca para conseguir nuevos contratos para concesión de comedores en empresas

Misión del Restaurant Fusión Latina

La misión del restaurant Fusión Latina es brindar el mejor servicio al cliente y ser una garantía de satisfacción.

Visión

La visión está relacionada con la toma de decisiones que quiere realizar una organización desde el presente mirando hacia futuro.

En este sentido el restaurante está enfocado en el crecimiento empresarial tanto a nivel de su infraestructura como de su aspecto organizacional interno.

Metas

El establecimiento de metas de corto y largo alcance es una herramienta necesaria para el cumplimiento de objetivos .

Los resultados que espera obtener Fusión Latina están relacionados con los siguientes componentes:

-Crecimiento del nivel de clientes que requieran almuerzos y servicios de catering empresarial.

-Creación de innovadoras maneras de marketing estratégico y operativo.

-Implementación de tecnologías para mayor control a nivel gerencial y organizacional.

En el mismo sentido desde el punto de vista teórico las metas de la organización empresarial están relacionadas con la planificación y el desarrollo de un instrumento que sirva para el desarrollo, control y sistematización de su vida organizacional.

Tal como lo señala Weick “Planificar es controlar el futuro, no sólo pensar en él”.¹

Viabilidad Legal:

Desde el aspecto jurídico la empresa está constituida de manera legal cuenta con los permisos necesarios para funcionar cuenta con las licencias administrativas pertinentes, aunque no posee en la actualidad registro de marca en el IEPI ni un logo diseñado como imagen de marca registrada.

Requisitos legales para inscripción IEPI. Registro de Marca

Este trámite es importante para registrar la marca de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual para que el nombre comercial y apariencia

¹ (Weick, 1969)

distintiva de productos y servicios que ofrece Fusión Latina puedan ser protegidos por la ley.

Al respecto el cuerpo legal expresa en los siguientes apartados:

Art. 216. El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones que signifiquen modificaciones o alteraciones secundarias del signo registrado.

En el mismo sentido en el capítulo VII de la ley que se refiere a nombres comerciales y su carácter proteccionista:

Capítulo VII

Nombres Comerciales

Art. 229. Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica.

Art. 230. El nombre comercial será protegido sin obligación de registro.

El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial nace de su uso público y continuo y de buena fe en el comercio, por al menos seis meses.

Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, pero el derecho a su uso exclusivo solamente se adquiere en los términos previstos en el inciso anterior. Sin embargo, tal registro constituye una presunción de propiedad a favor de su titular.

***Art. 231.** No podrá adoptarse como nombre comercial un signo o denominación que sea confundible con otro utilizado previamente por otra persona o con una marca registrada.*

***Art. 232.** El trámite de registro de un nombre comercial será el establecido para el registro de marcas, pero el plazo de duración del registro tendrá el carácter de indefinido.*

***Art. 233.** Los titulares de nombres comerciales tendrán derecho a impedir que terceros sin su consentimiento usen, adopten o registren nombres comerciales, o signos idénticos o semejantes que puedan provocar un riesgo de confusión o asociación.*

***Art. 234.** Las disposiciones de esta Ley sobre marcas serán aplicables en lo pertinente a los nombres comerciales. Las normas sobre marcas notoriamente conocidas y de alto renombre se aplicarán a nombres comerciales que gocen de similar notoriedad o alto renombre.*

De igual manera en el capítulo VIII que se refiere a las apariencias distintivas de los productos y servicios de una marca:

Capítulo VIII

De las Apariencias Distintivas

Art. 235. Se considera apariencia distintiva todo conjunto de colores, formas, presentaciones, estructuras y diseños característicos y particulares de un establecimiento comercial, que lo identifiquen y distingan en la presentación de servicios o venta de productos.

Art. 236. Las apariencias distintivas serán protegidas de idéntica manera que los nombres comerciales.²

² http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/ecuador/L320h.asp

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE MERCADOS. ESTRATEGIAS APLICABLES

Mercado objetivo

Se puede definir al mercado objetivo como: el segmento o grupo social que se va a atender, también tiene relación al bien o servicio que se ofrece analizando diversos aspectos sociales, demográficos, económicos y otros . (Kotler,2006)

Análisis PESTAL (políticos, económico, social, tecnológico, ambiental).

Esta herramienta empresarial sirve como elemento estratégico para analizar los distintos factores externos e internos que a nivel organizacional influyen en el resultado de sus objetivos.

Se divide en cuatro componentes que a continuación se analizarán:

a- Componente político

Desde el punto de vista estratégico a nivel país se está generando un impacto positivo para negocios del rubro de Fusión Latina.

Las políticas de estado están generando nuevas oportunidades para que empresarios jóvenes puedan formar parte del proceso de cambio de matriz productiva. En el mismo sentido el turismo y la gastronomía suman su atractivo para que la actividad empresarial de restaurantes pueda ser sustentable.

b- Componente económico

Desde el aspecto económico a nivel país la gastronomía y el turismo están convirtiéndose de a poco en actividades con una importante fuente de ingresos que mueve un promedio anual de \$200 o \$300 millones al año y de ese total tan solo el 30 % representa el turismo culinario o gastronómico que mueve cifras de un máximo de 60 millones al año (PIB Ecuatoriano,2014)

Esta situación avizora un crecimiento sustentable para que un negocio como Fusión Latina que ha tenido una excelente acogida en el mercado siga siendo un modelo a seguir para otros jóvenes empresarios que decidan emprender en la ciudad de Guayaquil.

c- Componente social

En la actualidad los restaurantes son el espacio de encuentro por excelencia en la Ciudad de Guayaquil.

Las costumbres de las personas han cambiado debido al ritmo acelerado que impone la sociedad posmoderna, y estas nuevas formas de vida han influido directamente en dejar de cocinar en casa. Por ello las empresas y los seres humanos han optado por comer en otro lugar.

En este sentido el restaurant Fusión Latina pretende ser un espacio comfortable tanto para los clientes que lo visitan como para los clientes externos que contratan el servicio de catering empresarial de manera ocasional.

d- Componente tecnológico

Las nuevas tecnologías han influido en las estrategias de posicionamiento de los negocios. Hoy en día las redes sociales son un elemento necesario para la consolidación de una empresa. En este sentido Fusión Latina está en este proceso de promoción y difusión por medio de su Facebook.

Fuente: Facebook.fusiónlatina

EL MUNDIAL SE VIVE MEJOR EN... LATINA

FUSIÓN... CON LAS SABROSAS JUGADAS LATINAS

JUGADA 1
2 TACOS DE
COLLO

JUGADA 2
1 PORCIÓN DE PATACONES O YUCUITAS FRITAS MAS 2 CERVEZAS

¡GOOOO!
FRITADA
TODOS LOS DÍAS DE 8 AM. A 10 AM. Y DE 6 PM. A 8 PM.

Fusion Latina Restaurant
 Restaurante cubano · Restaurante mexicano

Me gusta **+ Seguir** **Mensaje** **...**

Me gusta

Opiniones

Fotos

Información

Biografía

PERSONAS

★★★★★
1781 Me gusta
219 visitas

A **Mary Ortiz Navas** y **Jonathan Alvarez** les gusta esto.



Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

Publicación **Foto/Video**

Escribe algo en esta página...



Fusion Latina Restaurant
 13 de junio

Menú especial por el día del padre para este domingo 15 de junio ademas podran compartir el partido de nuestra seleccion en HD con nuestras promociones "las jugadas latinas".



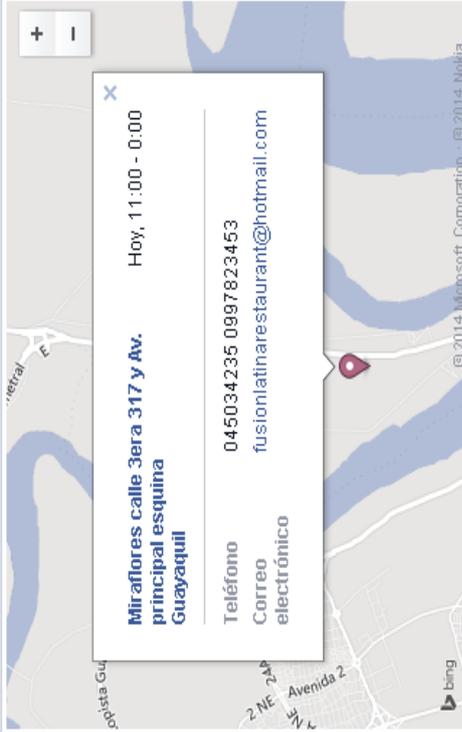
Biografía

Información

Fotos

Opiniones

Me gusta



Acerca de

Especialidades en comida Cubana, Mexicana y Ecuatoriana.

Información básica

Se unió a Facebook 21/08/2013

Estilos de comida Cubana Latinoamericana

Precios \$

Horario Lun - Jue: 11:00 - 22:00
Vie - Sáb: 11:00 - 0:00

Especialidades Almuerzo
Cena
Bebidas

Servicios Acepta reservas
Ideal para grupos
Para llevar
Catering

Opciones de pago Visa
American Express
MasterCard
Discover
Efectivo



Opiniones

Escribe una opinión



Juan Carlos Zambrano Zambrano



Excelente atención y un ambiente agradable , muy buena gastronomía se los recomiendo .

Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 6 meses

A 2 personas les gusta esto.

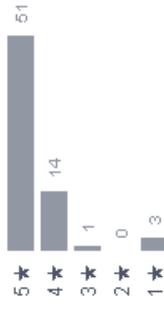
Escribe un comentario...



Calificación promedio de usuarios

4,6

Distribución



Margarita Cedeño



Muy buena la atención y la comida

Me gusta · Comentar · hace aproximadamente un mes



Roger Ballester



La fusión de sabores latinos

Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 10 meses



Bilma Brigitte Mendoza Sanchez



Me encanta este lugar buena su gastronomía es muy buena ...visten ...

Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses

e- Componente ambiental

Este aspecto está relacionado con lo que se considera el factor ambiental este puede definirse como : los elementos externos e internos que pueden relacionarse a través de lo que se considera el ambiente social, ecológico e individual de los seres humanos, desde el aspecto empresarial este concepto está ligado con los elementos ambientales donde se encuentra la organización empresarial comprendido por: aspectos sociales, económicos y demográficos.

Análisis FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades, amenazas)

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>1-Crecimiento del rubro gastronómico</p> <p>2-Buen servicio al cliente en el local</p> <p>3-Buen servicio de catering empresarial</p>	<p>1-Falta de capacidad instalada para demanda de cliente en el local.</p> <p>2- Falta capacidad instalada de producción para conseguir nuevos contratos de catering.</p> <p>3-Falta de control eficiente y moderna de la contabilidad del restaurante.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>1-Crecimiento de la demanda del sector de los restaurantes Miraflores.</p> <p>2-Ofrecimiento de una nueva imagen corporativa</p> <p>3-Innovación en el servicio</p>	<p>1-Competencia de otros restaurantes</p> <p>2-Afectación de la variación de precios en el mercado</p> <p>3-Pérdida de clientes</p> <p>4-Falta de optimización de recursos con el uso de tecnología de punta para el manejo del restaurante en relación a los almuerzos diarios que ofrece y el servicio de catering.</p>

Análisis de las 4ps (plaza, precio, producto, promoción)

Plaza: se refiere a la capacidad que tiene un producto de posicionarse en el mercado para (Sussman, 1994) está relacionado con la estrategia de promoción y los diversos métodos que utilizan las compañías que quieren mejorar la captación de clientes en sus productos y servicios.

En este sentido el restaurante Fusión Latina posee en la actualidad productos que se ofrecen al público en general en su local mediante menús a la carta y de manera simultánea ofrece también servicio de almuerzos de catering y eventos .

Precio:

Para Lamb, Hair y Mc Daniel, el precio es aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos³.

Según Dwyer y Tanner, un *precio* es el dinero que paga un comprador a un vendedor por un producto o servicio particular.⁴

Desde el aspecto general los precios que se manejan en la empresa son los siguientes:

³ (Lamb et al, 2006)

⁴ (Dwyer, Tanner, 2007)

- El precio de los almuerzos es de \$3 dólares, los platos a la carta que se ofrecen oscilan entre los \$5 a \$10 dólares promedio.
- El almuerzo de catering tiene un precio de \$3,20.
- Eventos de catering: \$12 a \$15 dólares por persona incluye alquiler de local y bufet.



Fuente: Elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda

- **Producto:** para **Philip Kotler** y **Gary Armstrong**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", afirman que *"la gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios. Un **producto** es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso"*

o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (Sin embargo), el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo".⁵

- Complementando el anterior concepto, Philip Kotler, en su libro "Dirección de Marketing Conceptos Esenciales", menciona que un **producto** es "*cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo, y podría ser una de las 10 ofertas básicas: bienes, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas*".⁶

El estilo de comida que se sirve en el restaurante consiste en ofrecer comida mexicana, comida cubana, comida ecuatoriana.

⁵ (Kotler, 2006)

⁶ (Kotler, 2006)

A continuación se adjunta modelo de menú semanal que se ofrece a la carta:



Almuerzos I

Sopa

- Caldo de albondigas

Segundo

- Fettuccini al pesto con camarones
- Alitas en salsa BBQ

Guarniciones

- Ensalada de aguacate
- Papas doradas
- Acompañados de jugo de melon o tomatillo frozen

Precio: \$3,00



Fusión Latina
R E S T A U R A N T

Almuerzos I

Sopa

- Aguado de pollo
- Caldo de legumbres con queso

Segundo

- Seco de pollo
- Fritada
- Pescado frito

Guarniciones

- Ensalada criolla
- Maduro a la canela
- Papas al perejil
- Ⓢ Acompañados de jugo de tamarindo o avena frozen

Precio: \$3,00



Fusión Latina
R E S T A U R A N T

Almuerzos I

Sopa

- Menestrón de queso
- Caldo de legumbres

Segundo

- Bollo de pescado
- Pollo a la naranja
- Ensalada de camarón

Guarniciones

- Papas doradas
- Maduro acaramelado
- Ensalada de frejol
- Ⓢ Acompañados de jugo de piña o avena frozen

Precio: \$3,00



Fusión Latina

R E S T A U R A N T

Almuerzos I

Sopa

- Sancocho blanco
- Crema de zapallo

Segundo

- Chuleta en salsa tamarindo
- Pollo a curry
- Enchilada de carne

Guarniciones

- Maduro frito
- Ensalada de rabano
- Rollitos primavera
- Ⓢ Acompañados de jugo de maracuyá o limonada frozen

Precio: \$3,00



Fusión Latina

R E S T A U R A N T

Almuerzos I

Sopa

- Sopa de pollo
- Potaje de garvanzo

Segundo

- Chaulafan
- Cazuela mixta
- Fricase de pollo

Guarniciones

- Maduro acaramelado
- Ensalada de fideo
- Ensalada de pepino
- Ⓢ Acompañados de jugo de tomatillo o frutilla frozen

Precio: \$3,00



Almuerzos I

Sopa

- Caldo de bolas
- Locro de legumbres

Segundo

- Bistec de carne
- Yapingacho
- Pollo en salsa champiñones

Guarniciones

- Maduro frito
- Ensalada criolla
- Ensalada de verduras
- Acompañados de jugo tomatillo o sandía frozen

Precio: \$3,00

Promoción: Según Bonta y Farber (2008), en su obra titulada "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", la promoción se define como "el conjunto de técnicas de marketing y publicidad plenamente integradas en el plan anual de marketing para alcanzar los objetivos específicos inicialmente planteados, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados.⁷

En este ámbito el restaurante optó por una promoción basada en las redes sociales, por medio de Facebook promociona todos los servicios y productos que oferta. En el capítulo V del presente plan de negocios se logrará consolidar esta estrategia mediante el marketing operativo y el marketing estratégico.

⁷ (Bonta, Farber, 2008)

Otras opciones de promoción planteadas son las siguientes: volantes, bolígrafos y la creación a futuro de una página web.

Análisis de la demanda y oferta

OFERTA: económicamente, oferta es el acto de presentar para el cambio los productos y servicios.⁸

Fusión Latina ofrece comida de calidad y atención al cliente personalizada.

DEMANDA: La demanda representa la necesidad, por ello en el nicho de mercado de restaurantes donde se encuentra ubicado Fusión Latina se produce el siguiente fenómeno mientras mayor es el aumento de la oferta, mayor es la cantidad de demanda de clientes que buscan un espacio diferente para satisfacer sus necesidades a pesar de encontrarse compitiendo con otros productos y servicios que se ofrecen en la misma zona de Miraflores.

Estrategia de diferenciación: acciones de diferenciación

(Michel Porter, 2006) define como: lo que ofrece la empresa en el mercado, un producto que por los motivos que sea el consumidor percibe como único y por tanto está dispuesto a pagar un sobreprecio por adquirirlo.

En este punto se aplicará la estrategia de diferenciación de este autor citado, basado en los siguientes puntos:

⁸ (Piernas, 2007)

- Recursos y habilidades necesarias
- Requisitos organizacionales comunes

Esta estrategia de diferenciación permitirá que los clientes puedan conocer la potencialidad de servicios y productos que ofrece el restaurante Fusión Latina, dando origen a una consolidación social de la imagen corporativa de la empresa.

Tal como lo sostiene también (Porter, 2006):

“El consumidor debe percibir esa diferencia, si no fuera así no pagaría el sobreprecio.

En el producto se incluyen atributos tan dispares como la calidad, el prestigio, la imagen de marca, el envase, etc. Por tanto a la hora de diferenciar el producto, la empresa, puede optar por cualquiera de esas alternativas.

Estas alternativas de diferenciación las podemos agrupar en dos clases:

La primera consiste en potenciar las características intrínsecas del producto, entre las que están la calidad y el grado de innovación que tenga el producto.

*La segunda consiste en emplear las variables del marketing, entre las que están la producción, la distribución y lo que llamamos características extrínsecas del producto, que son la marca, el envase, el prestigio o imagen social y la amplitud de la gama”.*⁹

⁹(Porter, 2006)

Canal de distribución

Según (Lamb, Hair y McDaniel, 2006), "desde el punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que realizan un proceso desde el punto de origen del producto hasta el consumidor.

En la actualidad la empresa no cuenta con un canal de distribución ya que trabaja con su vehículo propio. Aunque realiza el siguiente proceso de distribución: en relación al servicio existe una prestación para comenzales dentro del local y por otro lado se trasladan los almuerzos desde el local a las empresas que contratan el servicio de catering.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS OPERATIVO: ASPECTOS EXTERNOS E INTERNOS DEL RESTAURANT FUSIÓN LATINA.

Localización y descripción de las instalaciones

El restaurante Fusión Latina se encuentra en la ciudadela Miraflores en la siguiente dirección: avenida principal y calle tercera número 317.

En las siguientes imágenes podemos apreciar las instalaciones del local comercial propio.



Fuente: elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda



Fuente: Elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda



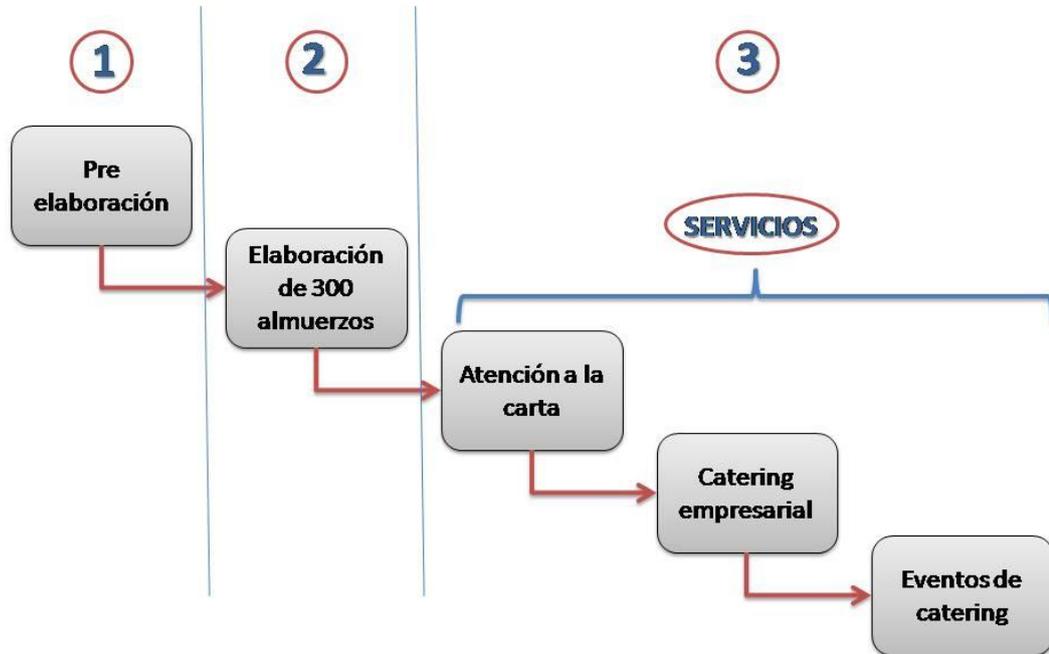
Fuente: elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda



Fuente: elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda

Método de producción:

PROCESOS DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS



Control de calidad, seguridad e higiene: en este aspecto se siguen recetas con tinte tradicional donde se unen diversos sabores latinos fusionados en las comidas para lograr los productos: comida mexicana, comida ecuatoriana y comida cubana.

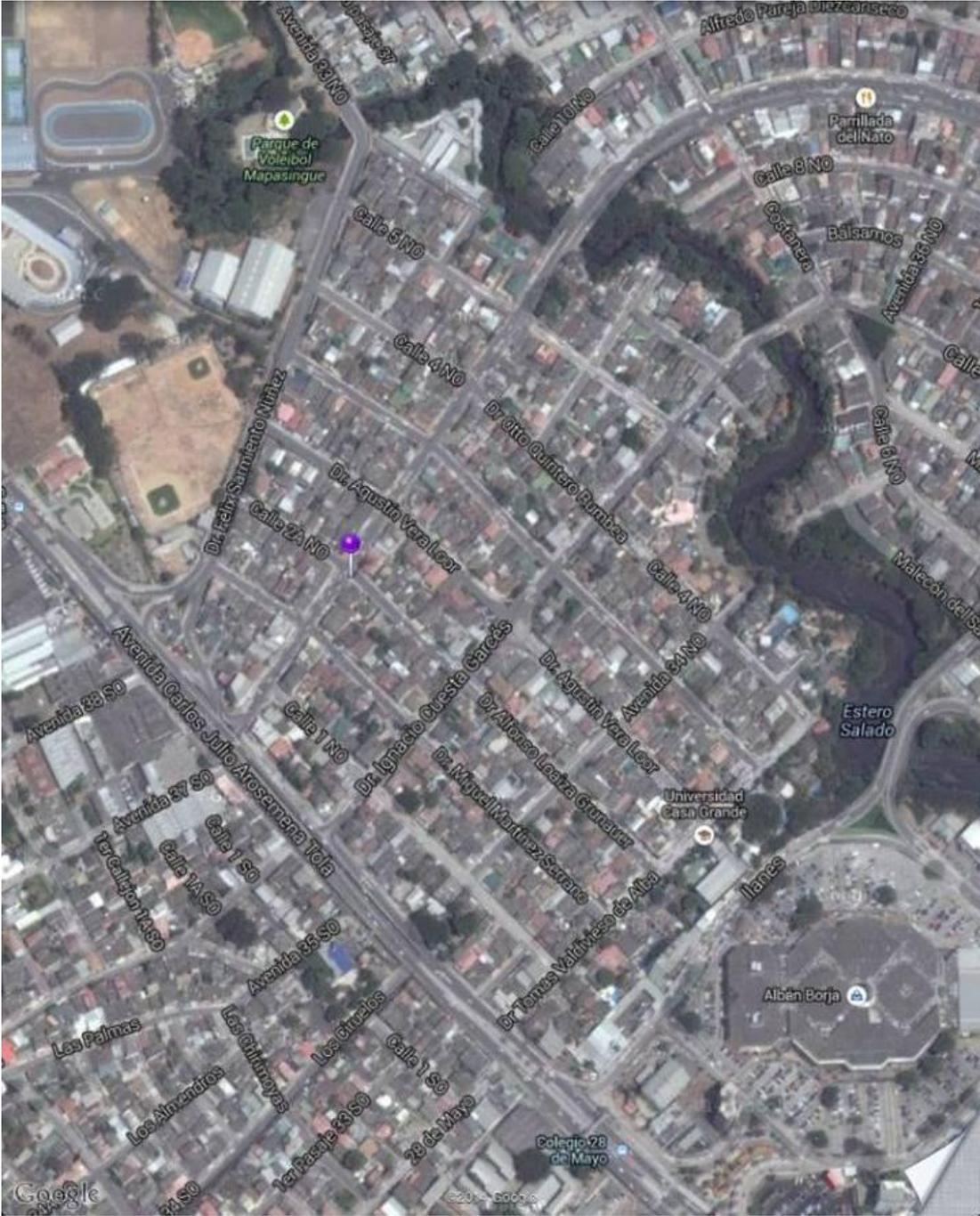
Las recetas tienen un secreto de elaboración y forman parte de lo que se considera el proceso de producción. El método de producción de los almuerzos desde el aspecto gastronómico varía en razón del almuerzo o plato a la carta que se sirva.

Básicamente lo que se necesita para cocinar como materia prima es: Carne, arroz, papa, pollo, verde, legumbre, frutas y verduras en general, fideos, pescados, mariscos en general, frejoles, cerdo.

El proceso diario de realización de almuerzos es planificado mediante un menú semanal en función de esto se realiza la compra necesaria, por lo general se compra con dos días de anticipación. Se realiza un pre-elaborado el día anterior con un tiempo de 2 horas aproximadamente.

La jornada laboral comienza a las 8:00 am y termina a las 11:00am cuando se despacha las cantidades de almuerzos que se entregan a dos empresas Cristaltech S.A y Afecor, corporaciones que reciben el servicio de catering empresarial.

Capacidad instalada: el restaurante tiene una capacidad en la actualidad de 120 personas sentadas, su local tiene un total de 120 metros cuadrados de construcción se prevé una ampliación de 250 metros cuadrados para agregar una capacidad para 300 personas sentadas.

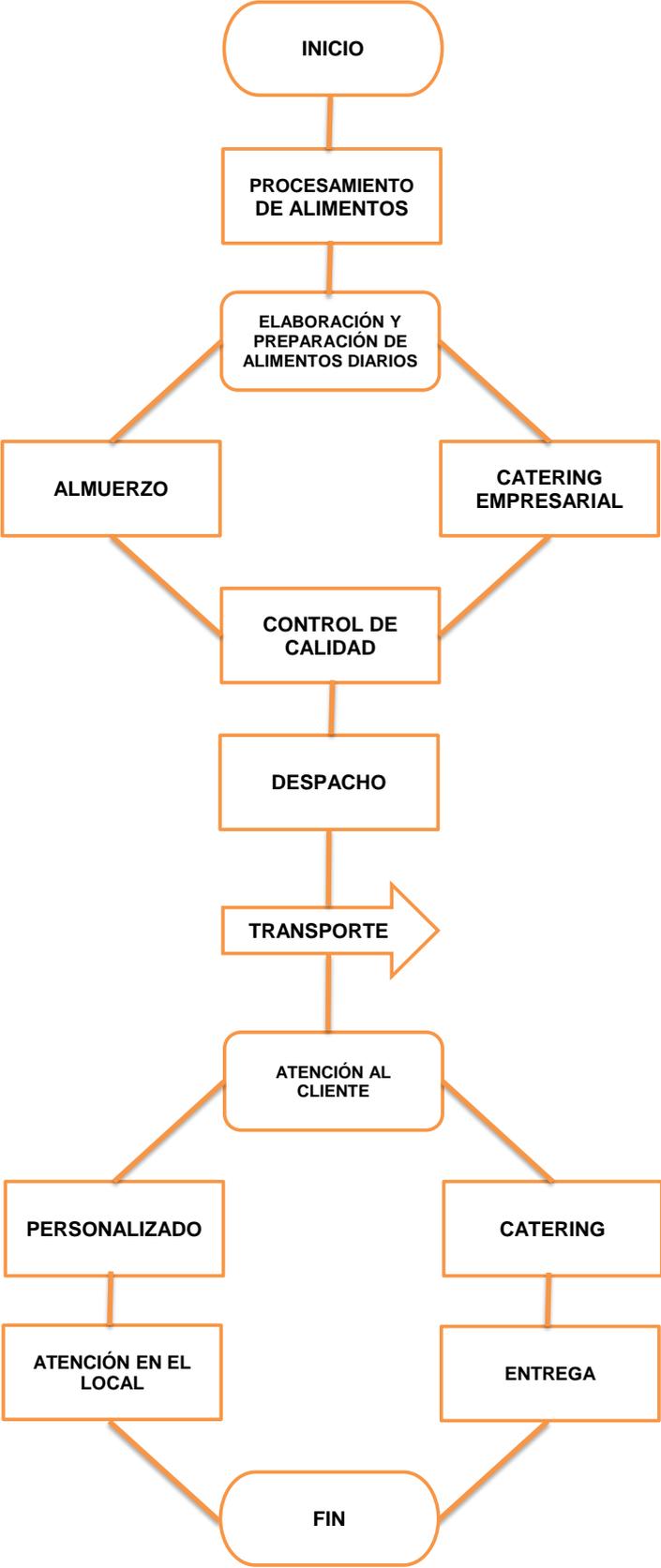


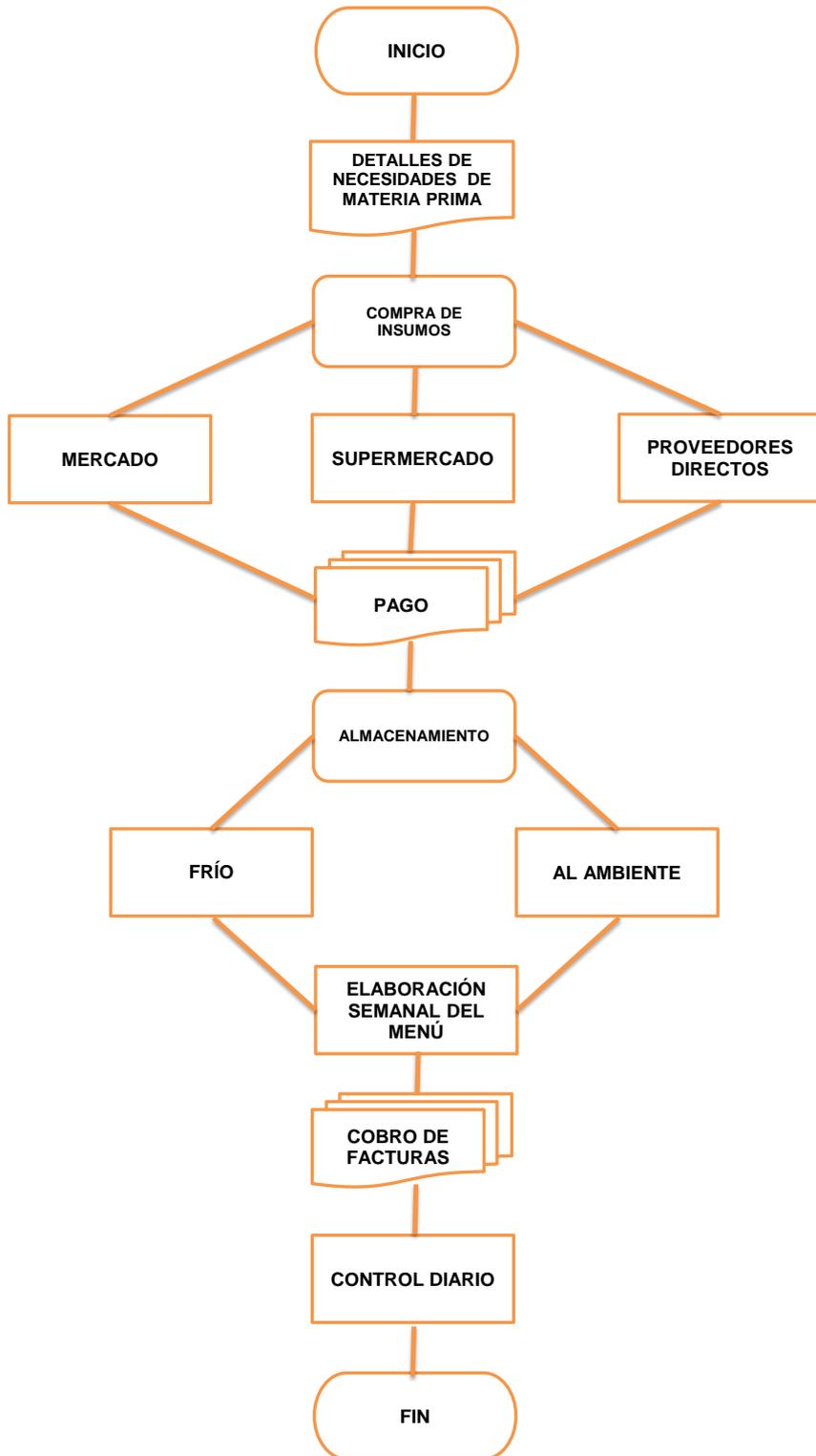
Cadena de abastecimiento, diagrama de flujo de procesos, OTIDA

Simbología



Fuente: elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda





Fuente: elaborado por Enrique Ordoñez Suquilanda

Talento humano

El talento humano, es definido por (Balza,2010), como el conjunto de saberes de los individuos y grupos de trabajo en las organizaciones, pero también a sus actitudes, habilidades, convicciones, aptitudes, valores, motivaciones y expectativas respecto al sistema individuo, organización, trabajo y sociedad.¹⁰

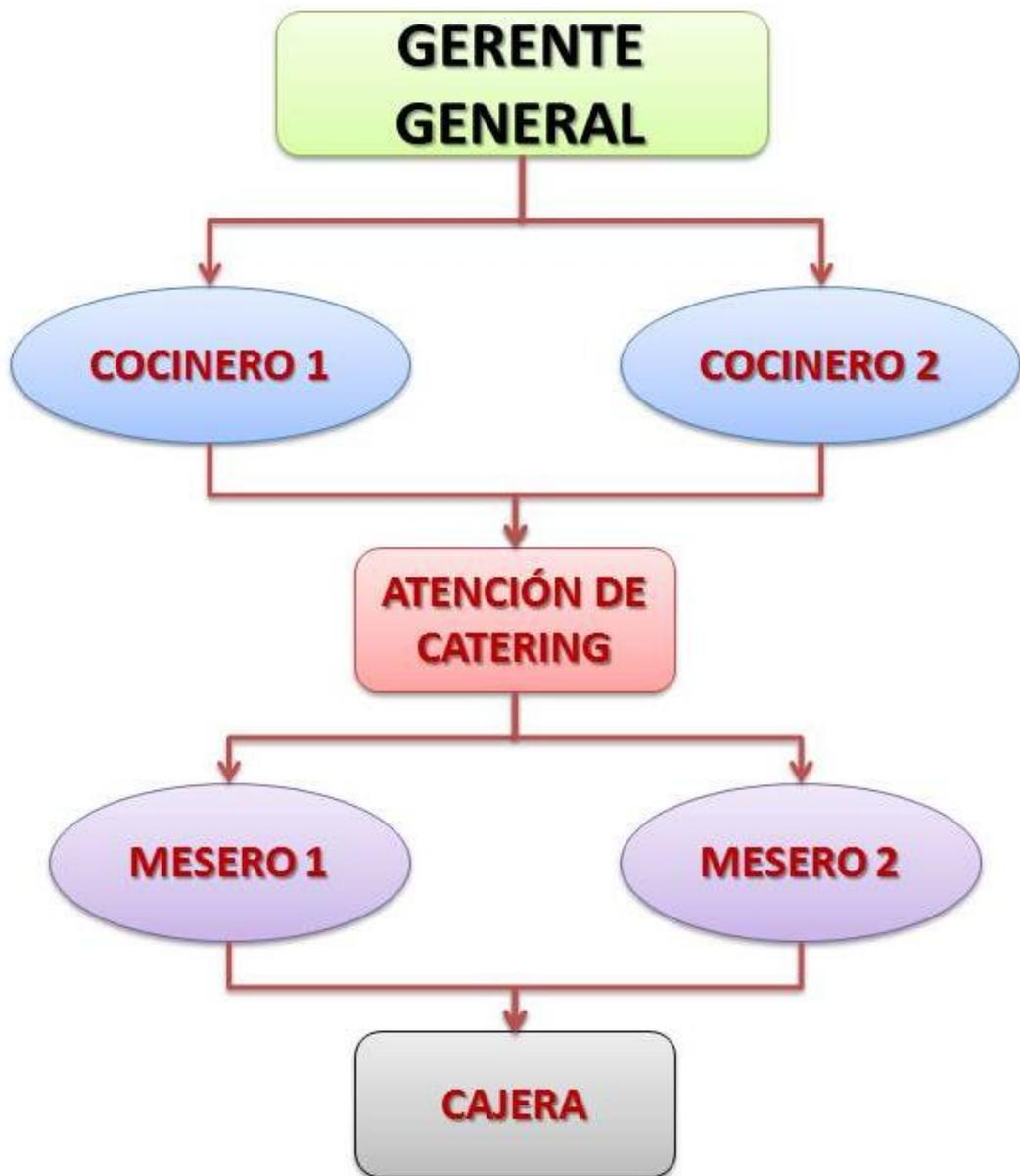
En la actualidad se trabaja con personal eventual para los servicios de catering que solo trabajan a medio tiempo y recursos que tienen su trabajo a tiempo completo en el restaurante.

Como la empresa aun es pequeña trabajan 7 personas incluido el gerente.

El plantel de trabajo se constituye de la siguiente manera:

- COCINERO 1
- COCINERO 2
- CAJERA
- ATENCIÓN DE CATERING
- MESERO 1
- MESERO 2
- GERENTE GENERAL

¹⁰ <http://centrodesarrollogerencial.blogspot.com/2012/03/el-talento-humano-como-el-principal.htm>



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS FINANCIERO DE APLICACIÓN PARA RESTAURANTE FUSIÓN LATINA

En el presente capítulo se presentarán los siguientes análisis de estados de resultados proyectados para los siguientes periodos: 2014, 2015, 2016, 2017, 2018; como así también el flujo de caja proyectado por el mismo periodo, análisis de punto de equilibrio; análisis de sensibilidad en relación a: localización y descripción de las instalaciones, método de producción, análisis de tasa interna de retorno, índice de rentabilidad, valor actual neto y retorno de inversión.

FLUJO DE CAJA CON PROYECCION A 5 AÑOS DEL RESTAURANTE FUSION LATINA CON UN INCREMENTO DE VENTAS DEL 5 % ANUAL. ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD. ANÁLISIS DE VAN Y TIR. INDICE DE RENTABILIDAD

1- Inversión inicial

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor Unitario	Valor con IVA Total	Vida Útil (en años)	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ENSERES EN GENERAL						
Mesas	20	\$ 130,00	\$ 2.912,00	10	\$ 291,20	\$ 24,27
Vasos (Juego de 36 unidades)	4	\$ 150,00	\$ 672,00	3	\$ 224,00	\$ 18,67
Cubiertos - cuchillería	4	\$ 130,00	\$ 582,40	3	\$ 194,13	\$ 16,18
Dispensador agua	1	\$ 180,00	\$ 201,60	10	\$ 20,16	\$ 1,68
Manteles / servilletas / adornos	30	\$ 50,00	\$ 1.680,00	3	\$ 560,00	\$ 46,67
Enseres pequeños	6	\$ 120,00	\$ 806,40	5	\$ 161,28	\$ 13,44
Vajilla (32 pz.)	20	\$ 143,00	\$ 3.203,20	10	\$ 320,32	\$ 26,69
TOTAL ENSERES EN GENERAL			\$ 10.057,60		\$ 1.771,09	\$ 147,59
CONTROL DE GESTIÓN / SEGURIDAD						
Sistema monitoreo permanente (kit de 8 cámaras)	1	\$ 400,00	\$ 448,00	3	\$ 149,33	\$ 12,44
Sistema contra incendios	1	\$ 600,00	\$ 672,00	10	\$ 67,20	\$ 5,60
Control biométrico (Entrada y salida)	1	\$ 150,00	\$ 168,00	3	\$ 56,00	\$ 4,67
Caja registradora táctil con software de facturación	1	\$ 2.000,00	\$ 2.240,00	3	\$ 746,67	\$ 62,22
TOTAL SEGURIDAD Y CONTROL DE GESTIÓN			\$ 3.528,00		\$ 1.019,20	\$ 84,93
EQUIPOS						
Cocina industrial	2	\$ 980,00	\$ 1.960,00	10	\$ 196,00	\$ 16,33
Campana extractora	2	\$ 900,00	\$ 1.800,00	10	\$ 180,00	\$ 15,00
Congelador	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	10	\$ 160,00	\$ 13,33
Computador con impresora	3	\$ 600,00	\$ 1.800,00	3	\$ 600,00	\$ 50,00
Archivadores / Sillas / Escritorios (Juego)	3	\$ 615,00	\$ 1.845,00	10	\$ 184,50	\$ 15,38
Central de aire acondicionado	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	10	\$ 110,00	\$ 9,17
Central Telefónica	1	\$ 715,44	\$ 715,44	10	\$ 71,54	\$ 5,96
TOTAL EQUIPOS			\$ 10.820,44		\$ 1.502,04	\$ 125,17
Ingeniería civil / construcción	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00			
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$ 54.406,04		\$ 4.292,34	\$ 357,69

GASTOS PRE-OPERATIVOS		Valor Total
Registro de Marca + Gastos legales		\$ 500,00
Registro Sanitario		\$ 150,00
Adecuaciones		\$ 10.000,00
Gastos de Investigación de Mercado		\$ 800,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 11.450,00

INVERSIÓN INICIAL		Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 54.406,04
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES		\$ 11.450,00
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 15.881,39
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$ 81.737,43

2- Ventas

PVP INICIAL	
\$	3,00

INGRESO POR VENTA DE ALMUERZOS *					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS ANUALES	\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60

* Se ha estipulado un incremento del 5% anual en ventas.

*Se ha estipulado un incremento del 5% en el precio a partir del segundo año

*El incremento en ingresos sera del 10% anual a partir del segundo año

3- Producción

PRODUCCIÓN: DETALLE DÍAS / ALMUERZOS

Días Laborables (por mes)	20
Almuerzos (por día)	300

MEDICIÓN	POR MES	POR DIA
Cantidad de Almuerzos	6.000	300,00

PRODUCTO	CANTIDAD MÁXIMA	% A PRODUCIR	CANTIDAD A PRODUCIR
Almuerzos	6.000	100%	6.000

Capacidad a Producir		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
AÑO 2015							
Almuerzos		6000	6000	6000	6000	6000	6000

Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
6000	6000	6000	6000	6000	6000

4- Costo de producción

COSTOS DE MATERIALES por plato			
INGREDIENTES	COSTO		
Carbohidratos	0,10		
Guarniciones	0,15		
Proteínas	0,35		
Ovolácteos	0,15	TOTAL	0,75

INGREDIENTES	POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Carbohidratos	0,10	30,00
Guarniciones	0,15	45,00
Proteínas	0,35	105,00
Ovolácteos	0,15	45,00

TOTAL COSTO (300 PLATOS)	\$ 225,00
---------------------------------	------------------

COSTO TOTAL MATERIALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo por día	\$ 225,00	\$ 236,25	\$ 248,06	\$ 260,47	\$ 273,49
Costo por semana	\$ 1.125,00	\$ 1.181,25	\$ 1.240,31	\$ 1.302,33	\$ 1.367,44
Costo por mes	\$ 4.500,00	\$ 4.725,00	\$ 4.961,25	\$ 5.209,31	\$ 5.469,78

Costo Total Material / Año	\$ 54.000,00	\$ 56.700,00	\$ 59.535,00	\$ 62.511,75	\$ 65.637,34
-----------------------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Indirectos (mensual)	\$ 45,00	\$ 47,25	\$ 49,61	\$ 52,09	\$ 54,70
Agua potable (mensual)	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 92,61	\$ 97,24
Telefonia (mensual)	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Luz (mensual)	\$ 45,00	\$ 47,25	\$ 49,61	\$ 52,09	\$ 54,70
Depreciación PP&E	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29
CIF Mensuales	\$ 3.010,29	\$ 3.021,29	\$ 3.032,84	\$ 3.044,97	\$ 3.057,70
CIF ANUALES	\$ 36.123,52	\$ 36.255,52	\$ 36.394,12	\$ 36.539,65	\$ 36.692,46

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Total Material / Año	\$ 54.000,00	\$ 56.700,00	\$ 59.535,00	\$ 62.511,75	\$ 65.637,34
CIF ANUALES	\$ 36.123,52	\$ 36.255,52	\$ 36.394,12	\$ 36.539,65	\$ 36.692,46
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$ 90.123,52	\$ 92.955,52	\$ 95.929,12	\$ 99.051,40	\$ 102.329,79

5- Gastos administrativos

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
Gerente General	1	\$ 650,00	\$ -	\$ 650,00	41,3%	918,45
Cocinero	3	\$ 430,00	\$ -	\$ 1.290,00	41,3%	1.822,77
Mesero	5	\$ 340,00	\$ -	\$ 1.700,00	41,3%	2.402,10
Administrador	1	\$ 500,00		\$ 500,00	41,3%	706,50
Cajera	1	\$ 380,00		\$ 380,00	41,3%	536,94
TOTAL	11			\$ 4.520,00		\$ 6.386,76

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 6.386,76	\$ 6.706,10	\$ 7.041,40	\$ 7.393,47	\$ 7.763,15
Sueldos y Salarios / año	\$ 76.641,12	\$ 80.473,18	\$ 84.496,83	\$ 88.721,68	\$ 93.157,76

Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Serv. Básicos / mes	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78
Serv. Básicos / año	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30

Presupuesto de Suministros de Oficina

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 92,61	\$ 97,24
Suministros al año	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89

Presupuesto de Asesorías Contables y Legales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría / mes	\$ 250,00	\$ 262,50	\$ 275,63	\$ 289,41	\$ 303,88
Asesoría / año	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52

Presupuesto de telefonía - internet					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet y Celular / mes	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55
Internet y Celular	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61

Presupuesto de Permisos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65

Presupuesto de Depreciación Área Administrativa					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 125,17	\$ 125,17	\$ 125,17	\$ 125,17	\$ 125,17
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1.502,04				

Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mant. Vehículo / mes	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55
Mant. Vehículo / año	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61

"Amortización" de Gastos de Pre-Operacionales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Pre-operacionales	\$ 11.450,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 76.641,12	\$ 80.473,18	\$ 84.496,83	\$ 88.721,68	\$ 93.157,76
Serv. Básicos / año	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Suministros al año	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40	\$ 1.111,32	\$ 1.166,89
Asesoría / año	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Internet y Celular	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
Mant. Vehículo / año	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Gastos Pre-operacionales	\$ 11.450,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 96.853,16	\$ 89.598,22	\$ 94.003,03	\$ 98.628,08	\$ 103.484,38

6- Gastos por ventas

Presupuesto de Comisión en Ventas (1%)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales	\$ 2.160,00	\$ 2.376,00	\$ 2.613,60	\$ 2.874,96	\$ 3.162,46

Presupuesto de Publicidad					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 120,00	\$ 126,00	\$ 132,30	\$ 138,92	\$ 145,86
Publicidad anual	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33

GASTOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales	\$ 2.160,00	\$ 2.376,00	\$ 2.613,60	\$ 2.874,96	\$ 3.162,46
Publicidad anual	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
TOTAL G. VENTAS	\$ 3.600,00	\$ 3.888,00	\$ 4.201,20	\$ 4.541,94	\$ 4.912,79

7- Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Año 1	
COSTO DE VENTA	\$ 90.123,52
GASTOS ADM.	\$ 96.853,16
GASTOS VENTA	\$ 3.600,00
CAO	\$ 190.576,68
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15.881,39

CICLO DE EFECTIVO	
Días de Adquisición y Producción	30
Días de Venta	30
Días de Cobro	30
(-) Días de Pago	60
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	30

8- Gastos financieros

Inversión Total	
INVERSIÓN FIJA	\$ 54.406,04
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 11.450,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15.881,39
	\$ 81.737,43

Capital Propio	\$ 40.000,00
-----------------------	---------------------

CAPITAL REQUERIDO	\$ 41.737,43
--------------------------	---------------------

Condiciones del Crédito	
Valor del Préstamo	\$ 40.000,00
Periodos de pago	60
Tasa de interés	11,20%
Forma de capitalización	5 años / mes
PAGO	\$ 873,69

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 6.322,32	\$ 4.161,99
2do.	\$ 7.067,92	\$ 3.416,38
3er.	\$ 7.901,46	\$ 2.582,85
4to.	\$ 8.833,29	\$ 1.651,01
5to.	\$ 9.875,02	\$ 609,29
TOTAL	\$ 40.000,00	\$ 12.421,51

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 873,69	\$ 40.000,00
1	\$ 500,36	\$ 373,33	\$ 873,69	\$ 39.499,64
2	\$ 505,03	\$ 368,66	\$ 873,69	\$ 38.994,61
3	\$ 509,74	\$ 363,95	\$ 873,69	\$ 38.484,87
4	\$ 514,50	\$ 359,19	\$ 873,69	\$ 37.970,37
5	\$ 519,30	\$ 354,39	\$ 873,69	\$ 37.451,07
6	\$ 524,15	\$ 349,54	\$ 873,69	\$ 36.926,92
7	\$ 529,04	\$ 344,65	\$ 873,69	\$ 36.397,88
8	\$ 533,98	\$ 339,71	\$ 873,69	\$ 35.863,90
9	\$ 538,96	\$ 334,73	\$ 873,69	\$ 35.324,94
10	\$ 543,99	\$ 329,70	\$ 873,69	\$ 34.780,95
11	\$ 549,07	\$ 324,62	\$ 873,69	\$ 34.231,88
12	\$ 554,19	\$ 319,50	\$ 873,69	\$ 33.677,68
13	\$ 559,37	\$ 314,33	\$ 873,69	\$ 33.118,32
14	\$ 564,59	\$ 309,10	\$ 873,69	\$ 32.553,73
15	\$ 569,86	\$ 303,83	\$ 873,69	\$ 31.983,87
16	\$ 575,18	\$ 298,52	\$ 873,69	\$ 31.408,70
17	\$ 580,54	\$ 293,15	\$ 873,69	\$ 30.828,15
18	\$ 585,96	\$ 287,73	\$ 873,69	\$ 30.242,19
19	\$ 591,43	\$ 282,26	\$ 873,69	\$ 29.650,76
20	\$ 596,95	\$ 276,74	\$ 873,69	\$ 29.053,81
21	\$ 602,52	\$ 271,17	\$ 873,69	\$ 28.451,28
22	\$ 608,15	\$ 265,55	\$ 873,69	\$ 27.843,14
23	\$ 613,82	\$ 259,87	\$ 873,69	\$ 27.229,31
24	\$ 619,55	\$ 254,14	\$ 873,69	\$ 26.609,76
25	\$ 625,33	\$ 248,36	\$ 873,69	\$ 25.984,43
26	\$ 631,17	\$ 242,52	\$ 873,69	\$ 25.353,26
27	\$ 637,06	\$ 236,63	\$ 873,69	\$ 24.716,20
28	\$ 643,01	\$ 230,68	\$ 873,69	\$ 24.073,19
29	\$ 649,01	\$ 224,68	\$ 873,69	\$ 23.424,18
30	\$ 655,07	\$ 218,63	\$ 873,69	\$ 22.769,11

31	\$ 661,18	\$ 212,51	\$ 873,69	\$ 22.107,93
32	\$ 667,35	\$ 206,34	\$ 873,69	\$ 21.440,58
33	\$ 673,58	\$ 200,11	\$ 873,69	\$ 20.767,00
34	\$ 679,87	\$ 193,83	\$ 873,69	\$ 20.087,14
35	\$ 686,21	\$ 187,48	\$ 873,69	\$ 19.400,92
36	\$ 692,62	\$ 181,08	\$ 873,69	\$ 18.708,31
37	\$ 699,08	\$ 174,61	\$ 873,69	\$ 18.009,23
38	\$ 705,61	\$ 168,09	\$ 873,69	\$ 17.303,62
39	\$ 712,19	\$ 161,50	\$ 873,69	\$ 16.591,43
40	\$ 718,84	\$ 154,85	\$ 873,69	\$ 15.872,59
41	\$ 725,55	\$ 148,14	\$ 873,69	\$ 15.147,04
42	\$ 732,32	\$ 141,37	\$ 873,69	\$ 14.414,72
43	\$ 739,15	\$ 134,54	\$ 873,69	\$ 13.675,57
44	\$ 746,05	\$ 127,64	\$ 873,69	\$ 12.929,51
45	\$ 753,02	\$ 120,68	\$ 873,69	\$ 12.176,50
46	\$ 760,04	\$ 113,65	\$ 873,69	\$ 11.416,45
47	\$ 767,14	\$ 106,55	\$ 873,69	\$ 10.649,32
48	\$ 774,30	\$ 99,39	\$ 873,69	\$ 9.875,02
49	\$ 781,53	\$ 92,17	\$ 873,69	\$ 9.093,49
50	\$ 788,82	\$ 84,87	\$ 873,69	\$ 8.304,67
51	\$ 796,18	\$ 77,51	\$ 873,69	\$ 7.508,49
52	\$ 803,61	\$ 70,08	\$ 873,69	\$ 6.704,88
53	\$ 811,11	\$ 62,58	\$ 873,69	\$ 5.893,77
54	\$ 818,68	\$ 55,01	\$ 873,69	\$ 5.075,08
55	\$ 826,32	\$ 47,37	\$ 873,69	\$ 4.248,76
56	\$ 834,04	\$ 39,66	\$ 873,69	\$ 3.414,72
57	\$ 841,82	\$ 31,87	\$ 873,69	\$ 2.572,90
58	\$ 849,68	\$ 24,01	\$ 873,69	\$ 1.723,22
59	\$ 857,61	\$ 16,08	\$ 873,69	\$ 865,61
60	\$ 865,61	\$ 8,08	\$ 873,69	\$ 0,00

9- Estados de resultados integrales proyectados

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60
(-) Costo de Venta		\$ (90.123,52)	\$ (92.955,52)	\$ (95.929,12)	\$ (99.051,40)	\$ (102.329,79)
(=) Utilidad Bruta		\$ 125.876,48	\$ 144.644,48	\$ 165.430,88	\$ 188.444,60	\$ 213.915,81
(-) Gastos Administrativos		\$ (96.853,16)	\$ (89.598,22)	\$ (94.003,03)	\$ (98.628,08)	\$ (103.484,38)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3.600,00)	\$ (3.888,00)	\$ (4.201,20)	\$ (4.541,94)	\$ (4.912,79)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 25.423,32	\$ 51.158,26	\$ 67.226,65	\$ 85.274,58	\$ 105.518,64
(-) Gastos Financieros		\$ (4.161,99)	\$ (3.416,38)	\$ (2.582,85)	\$ (1.651,01)	\$ (609,29)
(=) UAIT		\$ 21.261,33	\$ 47.741,88	\$ 64.643,80	\$ 83.623,57	\$ 104.909,36
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (3.189,20)	\$ (7.161,28)	\$ (9.696,57)	\$ (12.543,54)	\$ (15.736,40)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (3.975,87)	\$ (8.927,73)	\$ (12.088,39)	\$ (15.637,61)	\$ (19.618,05)
UTILIDAD NETA		\$ 14.096,26	\$ 31.652,87	\$ 42.858,84	\$ 55.442,43	\$ 69.554,90

10- TIR Y VAN

CÁLCULO DE TIR Y VAN						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (81.737,43)					
UAIT		\$ 21.261,33	\$ 47.741,88	\$ 64.643,80	\$ 83.623,57	\$ 104.909,36
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.189,20)	\$ (7.161,28)	\$ (9.696,57)	\$ (12.543,54)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.975,87)	\$ (8.927,73)	\$ (12.088,39)	\$ (15.637,61)
EFFECTIVO NETO		\$ 21.261,33	\$ 40.576,81	\$ 48.554,79	\$ 61.838,61	\$ 76.728,21
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 32.944,35
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.881,39
(+) Préstamo concedido		\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)	\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (81.737,43)	\$ 17.460,26	\$ 36.030,13	\$ 43.174,58	\$ 55.526,56	\$ 118.200,18

TIR	40,69%
VAN	\$57.098,86
Pay Back	2,78 años

11- Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (54.406,04)					
UAIT		\$ 21.261,33	\$ 47.741,88	\$ 64.643,80	\$ 83.623,57	\$ 104.909,36
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.189,20)	\$ (7.161,28)	\$ (9.696,57)	\$ (12.543,54)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.975,87)	\$ (8.927,73)	\$ (12.088,39)	\$ (15.637,61)
EFFECTIVO NETO		\$ 21.261,33	\$ 40.576,81	\$ 48.554,79	\$ 61.838,61	\$ 76.728,21
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
				\$ -	\$ -	\$ -
(+) Aporte Accionistas	\$ 40.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 40.000,00	\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)	\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 25.593,96	\$ 19.231,35	\$ 37.801,23	\$ 44.945,67	\$ 57.297,65	\$ 71.145,53
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21	\$ 184.869,86
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21	\$ 184.869,86	\$ 256.015,40

12- Estados de situación financiera

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Efectivo	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21	\$ 184.869,86	\$ 256.015,40
Total Activo Corriente	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21	\$ 184.869,86	\$ 256.015,40
A. NO CORRIENTE						
TOTAL ENSERES EN GENERAL	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60
(-) Dep Acumulada		\$ (1.771,09)	\$ (3.542,19)	\$ (5.313,28)	\$ (7.084,37)	\$ (8.855,47)
NETO ÁREA DE PRODUCCIÓN		\$ 8.286,51	\$ 6.515,41	\$ 4.744,32	\$ 2.973,23	\$ 1.202,13
TOTAL SEGURIDAD Y CONTROL DE	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00
(-) Dep Acumulada		\$ (1.019,20)	\$ (2.038,40)	\$ (3.057,60)	\$ (4.076,80)	\$ (5.096,00)
NETO ÁREA DE BODEGA		\$ 2.508,80	\$ 1.489,60	\$ 470,40	\$ (548,80)	\$ (1.568,00)
TOTAL EQUIPOS	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44
(-) Dep Acumulada		\$ (1.502,04)	\$ (3.004,09)	\$ (4.506,13)	\$ (6.008,18)	\$ (7.510,22)
NETO ÁREA ADMINISTRATIVA		\$ 9.318,40	\$ 7.816,35	\$ 6.314,31	\$ 4.812,26	\$ 3.310,22
Ingeniería civil / construcción	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Dep Acumulada		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
NETO VEHÍCULO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo NO Corriente	\$ 54.406,04	\$ 50.113,70	\$ 45.821,37	\$ 41.529,03	\$ 37.236,69	\$ 32.944,35
TOTAL ACTIVOS	\$ 80.000,00	\$ 94.939,01	\$ 128.447,90	\$ 169.101,24	\$ 222.106,55	\$ 288.959,75

PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la Deuda	\$ 6.322,32	\$ 7.067,92	\$ 7.901,46	\$ 8.833,29	\$ 9.875,02	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 3.189,20	\$ 7.161,28	\$ 9.696,57	\$ 12.543,54	\$ 15.736,40
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 3.975,87	\$ 8.927,73	\$ 12.088,39	\$ 15.637,61	\$ 19.618,05
Total Pasivo Corriente	\$ 6.322,32	\$ 14.232,99	\$ 23.990,47	\$ 30.618,25	\$ 38.056,16	\$ 35.354,45
PASIVO NO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	\$ 33.677,68	\$ 26.609,76	\$ 18.708,31	\$ 9.875,02	\$ -	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 33.677,68	\$ 26.609,76	\$ 18.708,31	\$ 9.875,02	\$ -	\$ -
Total PASIVO	\$ 40.000,00	\$ 40.842,75	\$ 42.698,77	\$ 40.493,27	\$ 38.056,16	\$ 35.354,45
PATRIMONIO						
Capital	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 14.096,26	\$ 45.749,13	\$ 88.607,97	\$ 144.050,39	\$ 213.605,30
Total PATRIMONIO	\$ 40.000,00	\$ 54.096,26	\$ 85.749,13	\$ 128.607,97	\$ 184.050,39	\$ 253.605,30
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 80.000,00	\$ 94.939,01	\$ 128.447,90	\$ 169.101,24	\$ 222.106,55	\$ 288.959,75
<i>Diferencia A - PyP</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

13- Análisis de sensibilidad positivo

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POSITIVO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (81.737,43)					
VENTAS		\$ 231.120,00	\$ 254.232,00	\$ 279.655,20	\$ 307.620,72	\$ 338.382,79
(-) Costo de Venta		\$ (93.728,46)	\$ (96.673,74)	\$ (99.766,28)	\$ (103.013,46)	\$ (106.422,99)
(=) Utilidad Bruta		\$ 137.391,54	\$ 157.558,26	\$ 179.888,92	\$ 204.607,26	\$ 231.959,81
(-) Gastos Administrativos		\$ (96.853,16)	\$ (89.598,22)	\$ (94.003,03)	\$ (98.628,08)	\$ (103.484,38)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3.600,00)	\$ (3.888,00)	\$ (4.201,20)	\$ (4.541,94)	\$ (4.912,79)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 36.938,38	\$ 64.072,04	\$ 81.684,69	\$ 101.437,25	\$ 123.562,64
(-) Gastos Financieros		\$ (4.161,99)	\$ (3.416,38)	\$ (2.582,85)	\$ (1.651,01)	\$ (609,29)
(=) UAIT		\$ 32.776,39	\$ 60.655,66	\$ 79.101,84	\$ 99.786,23	\$ 122.953,36
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.916,46)	\$ (9.098,35)	\$ (11.865,28)	\$ (14.967,93)
Pago de IR		\$ -	\$ (6.964,98)	\$ (12.889,33)	\$ (16.809,14)	\$ (21.204,57)
EFFECTIVO NETO		\$ 32.776,39	\$ 48.774,22	\$ 57.114,16	\$ 71.111,82	\$ 86.780,85
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 32.944,35
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.881,39
(+) Préstamo concedido		\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)	\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (81.737,43)	\$ 28.975,32	\$ 44.227,54	\$ 51.733,95	\$ 64.799,77	\$ 128.252,82

TIR	51,44%
VAN	\$ 85.852,68
Pay Back	2,19 años

14- Índices de rentabilidad

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	6,53%	13,32%	16,40%	19,28%	21,99%
ROA	17,62%	33,34%	33,37%	32,79%	31,32%
ROE	26,06%	36,91%	33,33%	30,12%	27,43%

15- Análisis de sensibilidad negativo

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD NEGATIVO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (81.737,43)					
VENTAS		\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00	\$ 287.496,00	\$ 316.245,60
(-) Costo de Venta		\$ (96.432,17)	\$ (99.462,41)	\$ (102.644,16)	\$ (105.985,00)	\$ (109.492,88)
(=) Utilidad Bruta		\$ 119.567,83	\$ 138.137,59	\$ 158.715,84	\$ 181.511,00	\$ 206.752,72
(-) Gastos Administrativos		\$ (96.853,16)	\$ (89.598,22)	\$ (94.003,03)	\$ (98.628,08)	\$ (103.484,38)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3.600,00)	\$ (3.888,00)	\$ (4.201,20)	\$ (4.541,94)	\$ (4.912,79)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 19.114,67	\$ 44.651,37	\$ 60.511,61	\$ 78.340,98	\$ 98.355,56
(-) Gastos Financieros		\$ (4.161,99)	\$ (3.416,38)	\$ (2.582,85)	\$ (1.651,01)	\$ (609,29)
(=) UAIT		\$ 14.952,68	\$ 41.234,99	\$ 57.928,76	\$ 76.689,97	\$ 97.746,27
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.242,90)	\$ (6.185,25)	\$ (8.689,31)	\$ (11.503,50)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.177,45)	\$ (8.762,44)	\$ (12.309,86)	\$ (16.296,62)
EFFECTIVO NETO		\$ 14.952,68	\$ 35.814,64	\$ 42.981,08	\$ 55.690,79	\$ 69.946,16
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 32.944,35
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 15.881,39
(+) Préstamo concedido		\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)	\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (81.737,43)	\$ 11.151,61	\$ 31.267,97	\$ 37.600,87	\$ 49.378,75	\$ 111.418,13

TIR	34,35%
VAN	\$ 39.618,71
Pay Back	3,26 años

CAPÍTULO V

PLAN DE NEGOCIOS Y VIABILIDAD DEL PROYECTO EN RESTAURANTE FUSIÓN LATINA.- CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

MODELO GERENCIAL

El modelo innovador que se promueve en esta nueva etapa de ampliación de Fusión Latina está basado en la promoción de las relaciones interpersonales entre trabajadores y gerencia general. Es un modelo basado en el feedback, de sinergia abierta que rompa con las estrategias tradicionales de gerenciamiento .

En esta instancia la empresa dejará de ser gendarme para transformarse en un modelo basado en la planeación estratégica cuyo funcionamiento estará basado en los siguientes principios:

Declaración de la visión: hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse

Declaración de la misión y establecimiento de valores: la misión es una declaración duradera del objeto, razón de ser de la empresa y los valores son cualidades positivas que posee una empresa,

Análisis externo de la empresa: con el fin de conocer la situación del entorno, y detectar oportunidades y amenazas.

Análisis interno de la empresa: con el fin de conocer el estado o la capacidad con que ésta cuenta, y detectar sus fortalezas y debilidades

Establecimiento de los objetivos generales: los objetivos que definen el rumbo de la empresa, los cuales siempre son de largo plazo.

Diseño, evaluación y selección de estrategias: diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar, de la mejor manera posible los objetivos.¹¹

MODELO DE TALENTO HUMANO

El modelo de implementación para el mejoramiento y productividad del talento humano está basado en tres pilares fundamentales: aprendizaje, innovación y tecnología.

Esto permitirá calidad total en los servicios y productos que se ofrecen, a nivel interno el mejoramiento de la productividad y producción de resultados en los procesos externos del restaurante.

PROCESOS DE IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA: NECESIDAD DE TECNIFICACIÓN EN EL RESTAURANTE FUSIÓN LATINA

Es imperante para el mejoramiento de los procesos internos y externos tanto a nivel contable como administrativo la incorporación de tecnología que permita celeridad en diversos procesos como control de caja, control de mesa, control de

¹¹<http://ingridgerencia.blogia.com/2010/110901-modelos-gerenciales-aplicados.php>

inventario, sistema de seguridad con esto se pretende el agregado de cámaras para control y ejecución de tareas.

Para implementar todos estos nuevos procesos se pretende contratar una empresa proveedora de software que ofrezca como servicios este tipo de tecnología. En este caso la gerencia del restaurante Fusión Latina se puso en contacto con **Enterprise Plus** que ofrece servicios de:

- Software de Control de Ventas
- Community Management de **Redes Sociales**. (Facebook, Twitter, etc)
- Diseño gráfico y desarrollo de páginas web.
- Desarrollo de aplicaciones.
- Instalación y monitoreo de cámaras IP.
- Servicio técnico.
- Asesoría informática.
- Redes eléctricas
- Levantamiento de Intranet.
- Centrales/Redes telefónicas.
- Registro de entrada y salida del personal

La gerencia general del restaurante sólo debe contratar los servicios profesionales de la empresa para lograr el mejoramiento de los procesos contables y administrativos.

AMPLIACIÓN Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Se prevé una expansión de 250 metros cuadrados del restaurant para aumentar la cantidad de personas que ingresan en sus instalaciones de 120 personas a un total de 300.

No solamente la ampliación y crecimiento está fundamentada a nivel de su infraestructura sino también a nivel de distintos aspectos: marketing, posicionamiento de marca, aumento de competitividad.

ESTRATEGIA DE CONTROL DE TALENTO HUMANO. CONTROL DE CALIDAD

La estrategia de control de talento humano se basa en la idea del mejoramiento de la calidad total para ello es importante la implementación de procesos de control de seguridad e higiene de los alimentos y su manipulación. Como así también de la calidad de servicio y atención al cliente. Para ello será necesario la capacitación del personal en estas áreas.

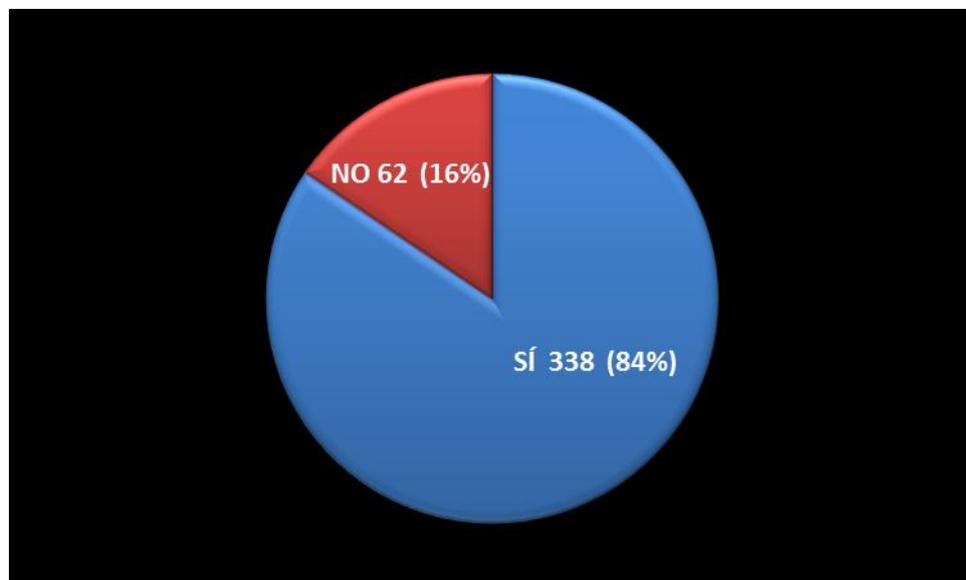
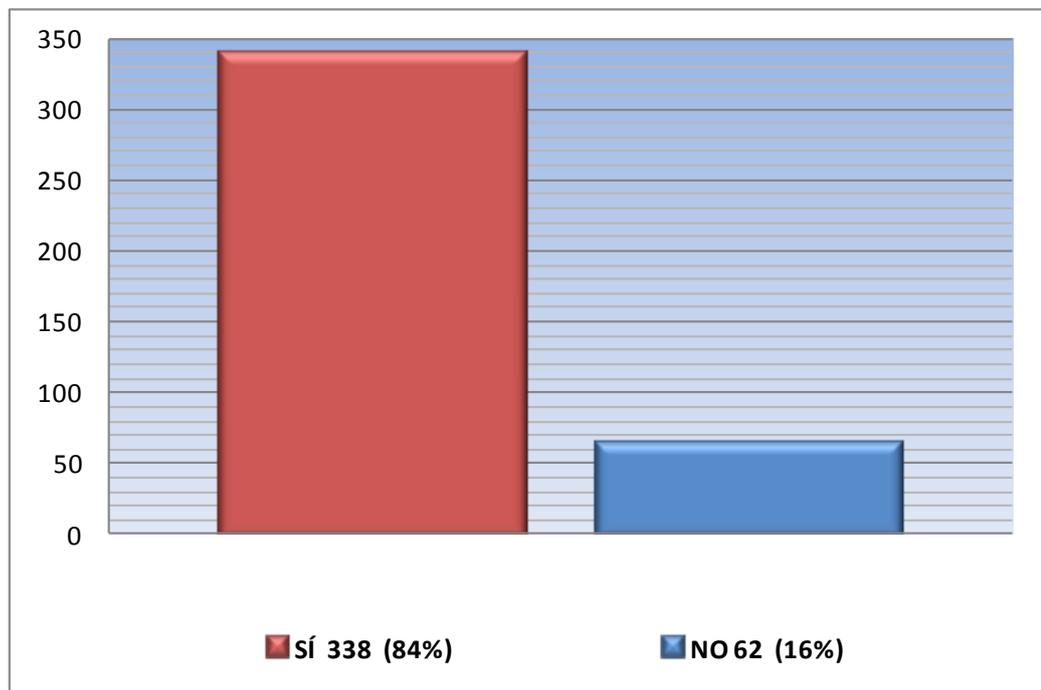
ESTUDIO DE MERCADO: COMPETENCIA, OFERTA, DEMANDA, SEGMENTACIÓN

El estudio de mercado es una herramienta que sirve al empresario para lograr la correcta segmentación del servicio o producto que quiere ofrecer. Es un elemento de aplicación basado en diversas variables como la demografía, análisis sociológico, económico, análisis de la competencia, oferta y demanda.

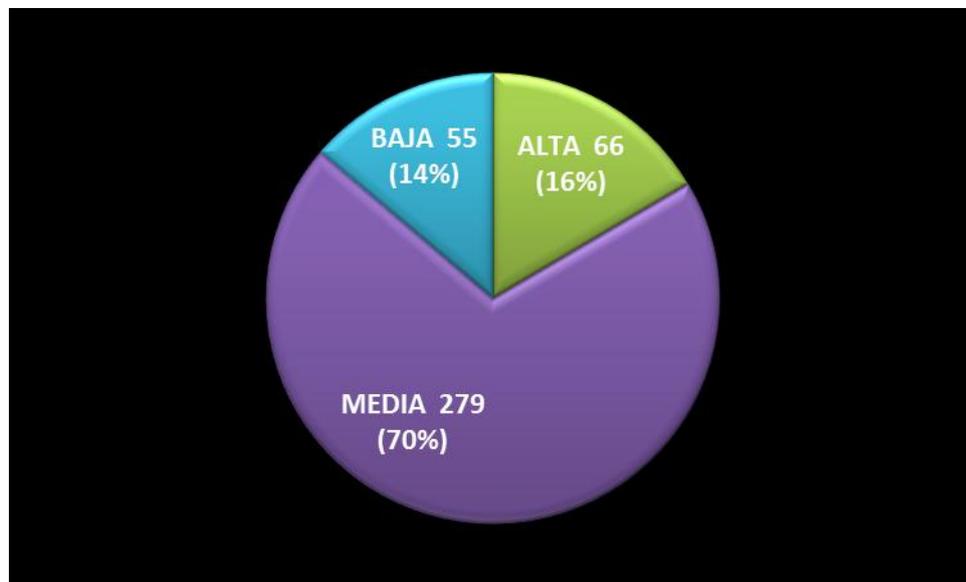
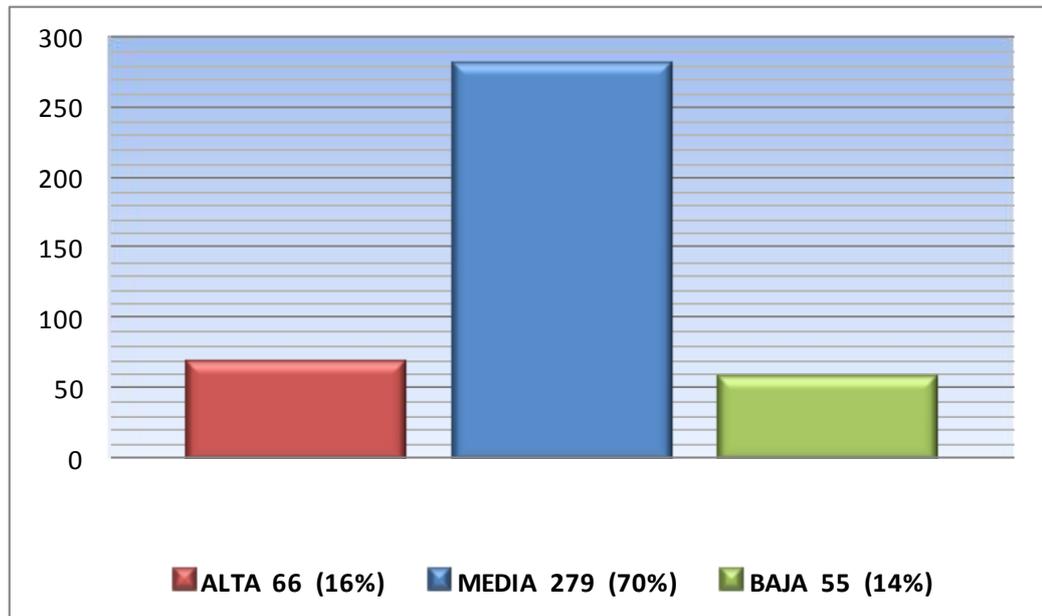
El estudio de mercado estará basado en la realización de un estudio cuantitativo cuyo destinatarios fueron los consumidores y a continuación en el próximo ítem se podrán observar sus gráficos.

ENCUESTAS A CONSUMIDORES.- GRÁFICOS

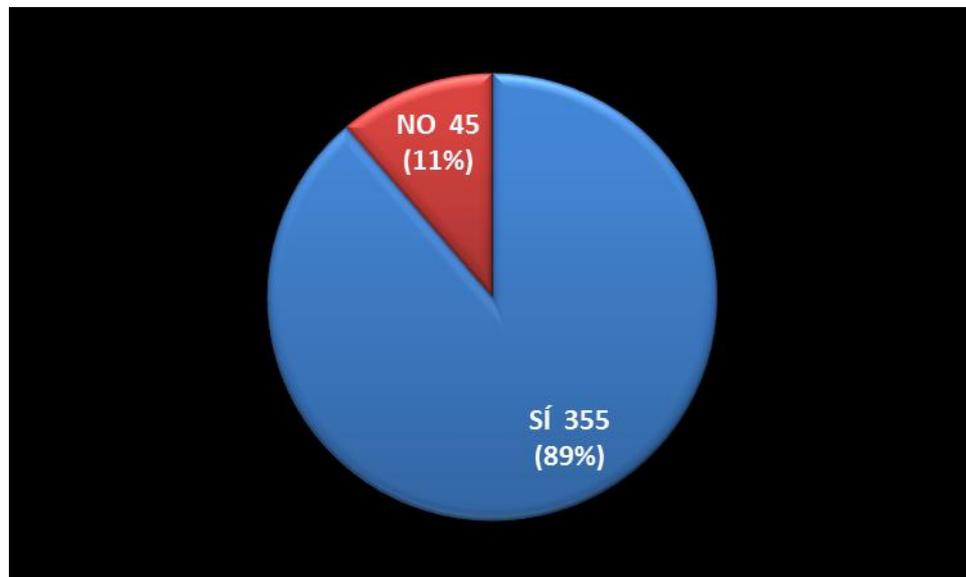
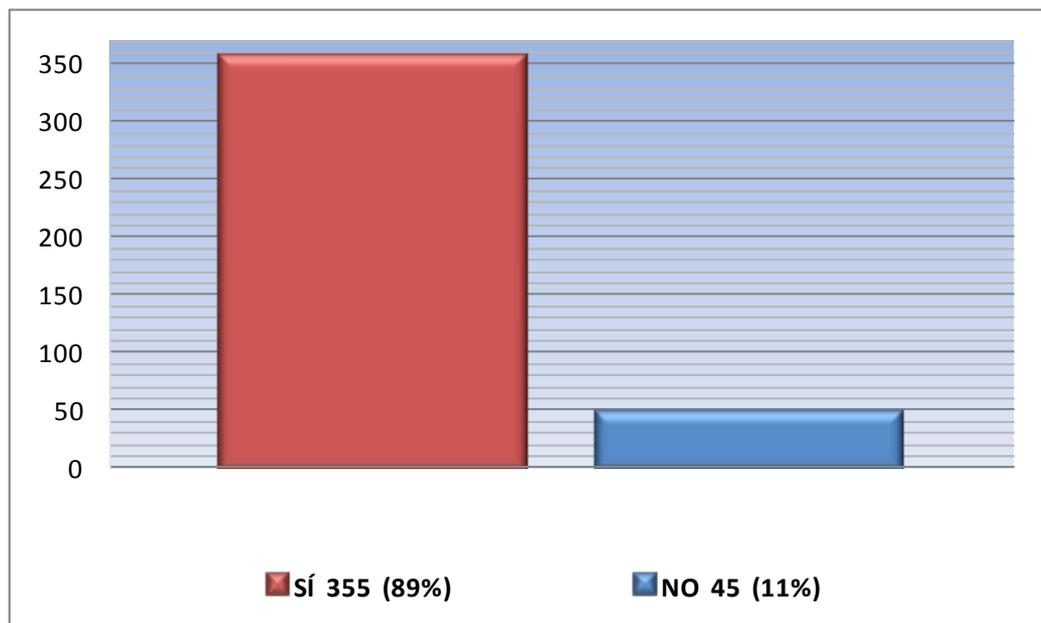
1.- ¿En el restaurante Fusión Latina recibió una buena atención?



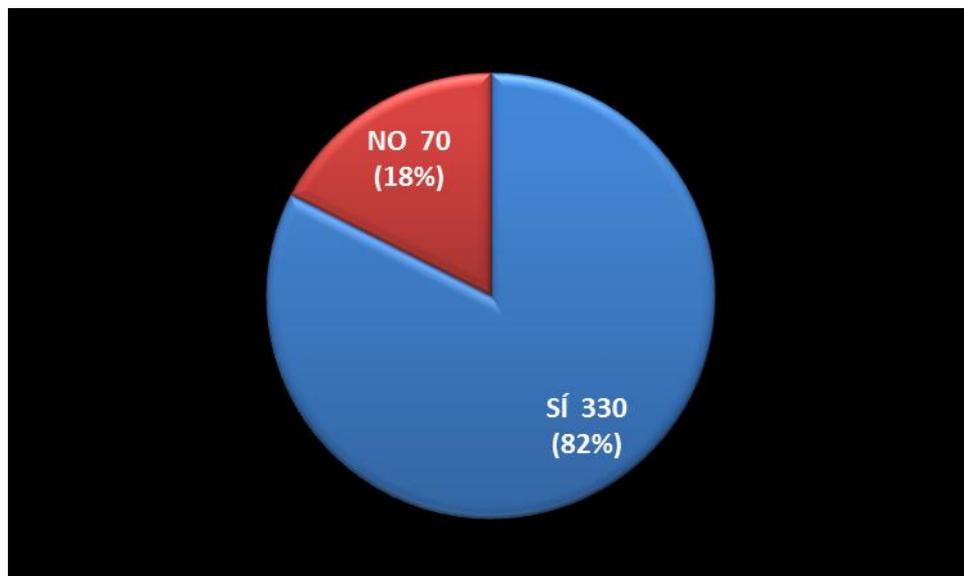
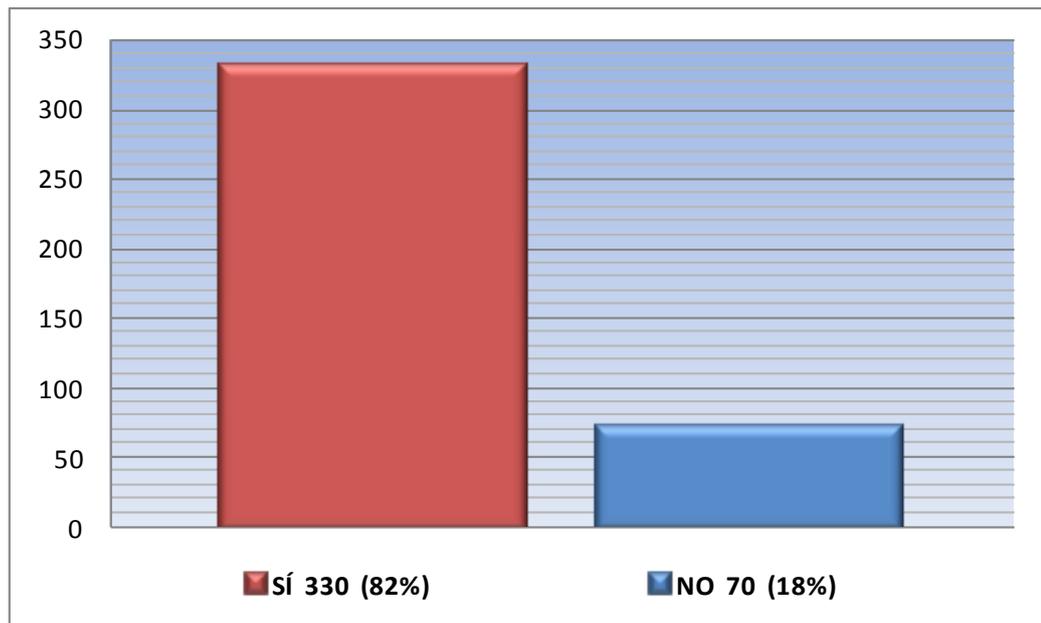
2.- ¿De qué calidad considera usted que es la comida de Fusión Latina?



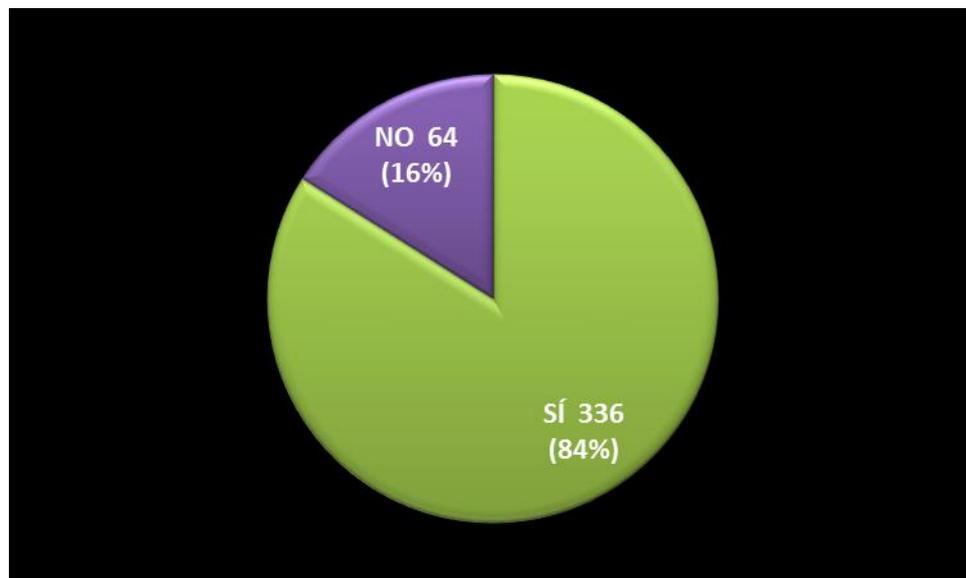
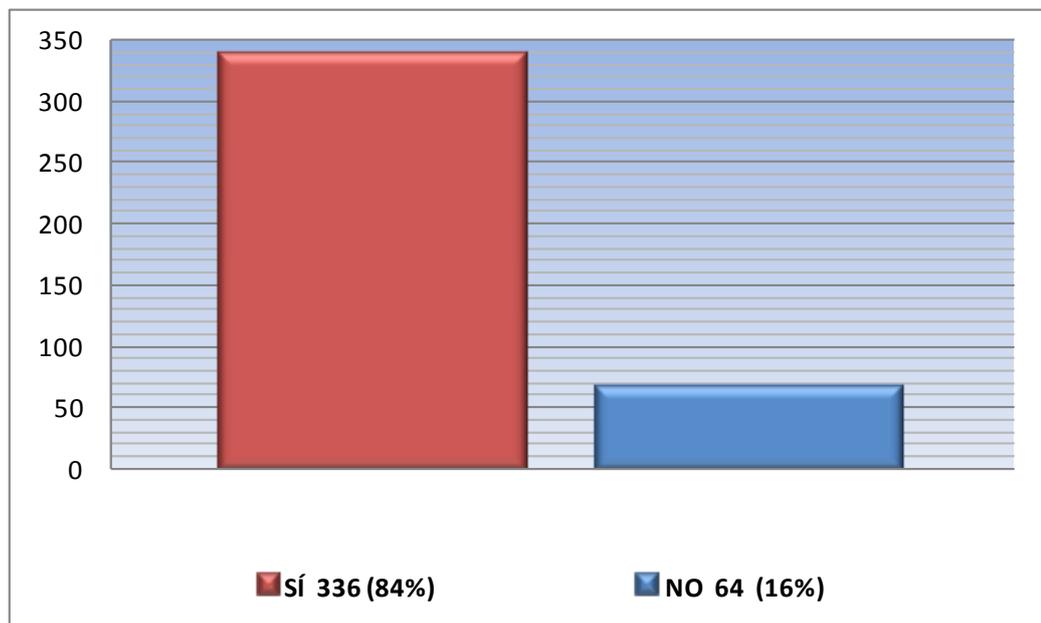
3.- ¿Considera siempre al restaurante Fusión Latina como opción para comer y celebrar acontecimientos sociales?



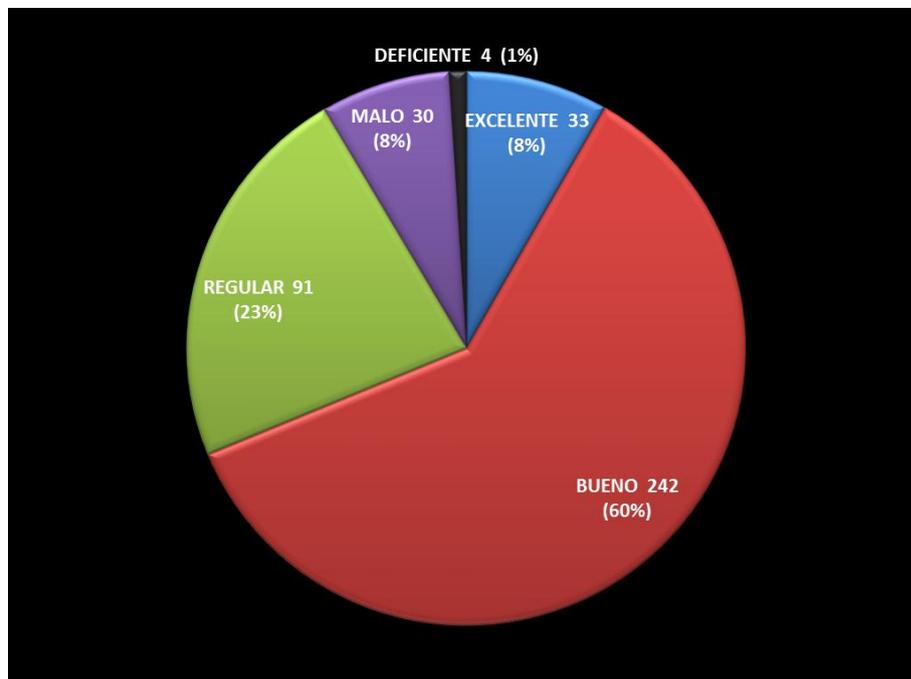
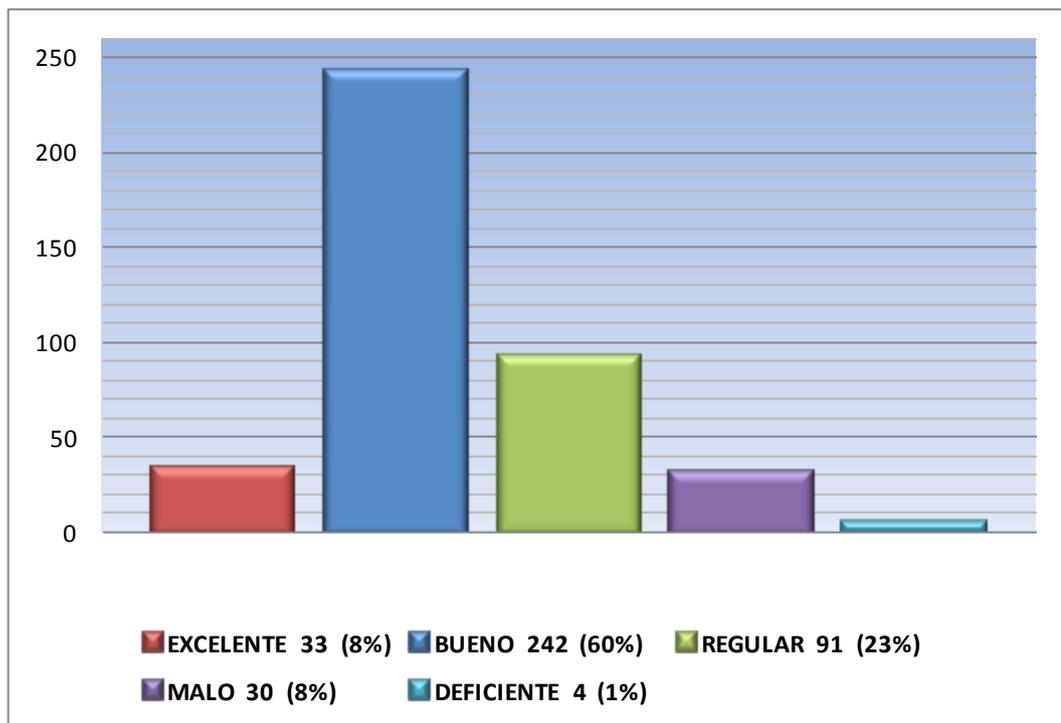
4.- ¿Considera usted que debe existir una infraestructura más grande?



5-¿Considera usted que debe existir algún mejoramiento en los productos y servicios?



6- En general, califique la calidad de los productos:



POSICIONAMIENTO DE LA MARCA. ESTRATEGIA DE MARKETING ESTRATEGICO Y OPERATIVO. ATRACCIÓN DE CLIENTES POTENCIALES

El posicionamiento de la marca Fusión Latina se logrará mediante el mejoramiento del marketing a nivel estratégico y operativo para la atracción de nueva clientela potencial tanto en la venta de platos a la carta en el mismo restaurante como de clientes corporativos que quieran ser beneficiados con los servicios de catering empresarial.

Para ello se aplicarán las siguientes estrategias funcionales:

- Estrategia de producto basado en un producto accesible y de buena calidad.
- Estrategia de precio: basado en un precio que tenga relación con la calidad que se ofrece.
- Estrategia de distribución: mejorando los canales de distribución para lograr la captación de otros clientes nuevos sobre todo en el servicio de catering empresarial.
- Estrategia de comunicación por medio de las redes sociales, medios masivos como televisión, distribución de volantes, promotores afuera del restaurante.

BRANDING. DISEÑO PROMOCIONAL E IMAGEN CORPORATIVA

El branding de la empresa estará basado fundamentalmente en la idea de la búsqueda de una imagen corporativa que le permita una identidad a nivel social por parte de la clientela que frecuenta la zona donde se encuentra ubicado el restaurante.

En la actualidad Fusión Latina posee un logotipo de su imagen pero necesita un diseño promocional a nivel visual que permita resultados óptimos a nivel de su crecimiento empresarial.

El diseño nuevo tendrá efectos promocionales a nivel fotográfico y publicitario para que pueda ser usado en medios gráficos y redes sociales para la captación de nueva clientela.

CONCLUSIONES

Las conclusiones del siguiente plan de negocios son las siguientes:

A nivel del análisis de mercado se puede establecer un nivel de factibilidad de crecimiento del proyecto que atraviesa la posibilidad de un crecimiento potencial del restaurante Fusión Latina a nivel operativo y financiero.

Desde el aspecto inclusivo el plan de negocios permite que se puedan incluir nuevas prácticas de empresas liderados por jóvenes emprendedores permitiendo el fomento de la economía local el turismo y la gastronomía latinoamericana. El proyecto en 5 años es factible posee un VAN positivo de \$57,098.86 y un TIR de 40,69% con un Pay Back a 2,78 años por lo que financieramente es viable y válido el proyecto.

Desde el aspecto ambiental y la innovación tecnológica el uso de nuevas tecnologías en un ambiente propicio puede generar un crecimiento paulatino de las pequeñas empresas a nivel local.

A nivel del valor agregado Fusión Latina puede posicionarse como un restaurante que ofrece comida típica de diversas regiones de Latinoamérica.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al ministerio de turismo que se consideren emprendimientos de estas características como promoción para el fomento y crecimiento de la industria gastronómica y el turismo cultural gastronómico a nivel macro.

Bibliografía

Albrecht Karl, La revolución del servicio, 3R, México, 1999

Código Civil – Ediciones Legales, Quito, 2010

Código de Comercio – Ediciones Legales, Quito, 2006

Constitución de la República del Ecuador – Ediciones Legales, Quito, 2008

Eco Humberto, Cómo se hace una tesis, Gedisa, España, 2001

Ernest John, Técnicas básicas de venta, McGraw-Hill. México D. F. (2000)

<http://www.mailxmail.com/curso-ventas-exito-comercial/formacion-equipo-ventas>

<http://www.promonegocios.net/venta/definicion-vendedor.html>

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor - Ediciones Legales, Quito, 2010

Piernas José Manuel, Vocabulario de la Economía, Torre de Babel, Madrid, 2007

Varios, Módulo de tutoría I, Ministerio de Educación y Cultura, Quito, 1999

ANEXOS

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0923068712001
 APELLIDOS Y NOMBRES: ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN
 NOMBRE COMERCIAL:
 CLASE CONTRIBUYENTE: RISE OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
 CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

CONTRIBUYENTE EN SUSPENSION TEMPORAL: No

FEC. NACIMIENTO: 25/01/1992 FEC. ACTUALIZACION: 20/03/2014
 FEC. INICIO ACTIVIDADES: 20/06/2013 FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:
 FEC. INSCRIPCION: 20/06/2013 FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Calle: AV. PRINCIPAL Número: SOLAR 317 Intersección: CALLE TRECERA Referencia: CDLA. MIRAFLORES - A UNA CUADRA DEL RESTAURANTE MANNYS Teléfono: 093883937

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* REGIMEN SIMPLIFICADO

GRUPO	CATEGORIA	RANGO	CUOTA MENSUAL
ACTIVIDADES DE HOTELES Y RESTAURANTES	3	10001-20000	50.16
TOTAL A PAGAR:			50.16

El valor de su cuota final será la sumatoria de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC.

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001

JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR \ GUAYAS

ABIERTOS: 1

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: JIGG021013 Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 20/03/2014 16:22:06

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 0923068712001
APELLIDOS Y NOMBRES: ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

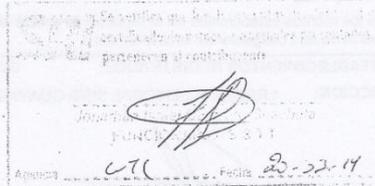
No. ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO ABIERTO MATRIZ FEC. INICIO ACT. 20/06/2013
NOMBRE COMERCIAL: FUSION LATINA RESTAURANT FEC. CIERRE:
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:
VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN RESTAURANTES

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Ciudadela: MIRAFLORES Calle: AV. PRINCIPAL Número: SOLAR 317 Intersección: CALLE TRECERA Referencia: A UNA CUADRA DEL RESTAURANTE MANNYS Oficina: LOCAL 206 Celular: 0993883937 Email: enriqueordonezs@hotmail.com

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: JIGG021013 Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 20/03/2014 16:22:06



BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL
OFICINA TECNICA DE PREVENCION DE INCENDIOS

R.U.C. 0968514210001 **No. 704815**
 TASA DE SERVICIO CONTRA INCENDIOS FECHA 09/06/2014

R.U.C.: 0923068712001 (001) **VALOR: \$ 119.00 USD**
 NOMBRE: ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN
 RAZON COMERCIAL: RESTAURANTE "FUSION LATINA RESTAURANT"
 DIRECCION: CDLA. MIRAFLORES AV. PRINCIPAL SL-317 Y CALLE TERCERA LC-206

Año(s): 2014: \$ 119.00

Este despacho, en atención a la solicitud presentada, procede a extender la presente TASA POR SERVICIO DE PREVENCION DE INCENDIOS. Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentarse cuando fuere requerido por funcionarios autorizados por el Benemerito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
 Nota: No será Valido este certificado si la documentación es falsa, adulterada, almacenan materiales explosivos y/o jugos piróclmicos.

***CIENTO DIECINUEVE 00/100 DOLARES**

682676

30/05/2014

Reg. No. 000178468

OBSERVACION: LA CONCESION DE ESTE CERTIFICADO NO ASEGURA QUE LA MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL OTORQUE LOS PERMISOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES SOLICITADAS.

USR: dennys.quidhir

Jefe de O.T.P.

FIRMA AUTORIZADA

CADUCA 31 DE DICIEMBRE Renovable cada año

SERIE No. 0737080



M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
**COMPROBANTE
 DE INGRESO A CAJA**

MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No.
JUN	20	2014	19	19436863

CONTRIBUYENTE	CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL	CODIGO TRANSACC.
ENRIQUE IVAN ORDOÑEZ SUQUILANDA	0923068712001	PAT

CONCEPTO
PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL
 AÑO: 2014 No. 160009
 ACTIVIDAD: COMERCIAL
 EXENTO: No
 CAPITAL PROPIO : 1,500.00
 Patente Anual: 10.00
 VALOR TASA TRAMITE: 2.00
 DESCUENTO: 0.00
 INTERES: 0.24
 MULTA: 0.06
 VALIDO: De ENERO a DICIEMBRE 2014 (12 meses)



	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$.....12.30
CHEQUES	\$.....0.00
N/C y/o TRANSFER.	\$.....0.00
TOTAL RECIBIDO	\$.....12.30

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

CONTRIBUYENTE



19436863

TESORERIA
 CAJA 19
 PAPELETA DOLAR
 2 CONTRIBUYENTE
 1131.26
 IAG
PAGADO

[Signature]
 DIRECTOR FINANCIERO

[Signature]
 TESORERO MUNICIPAL

[Signature]
 JEFE DE CAJA

SELLO Y FIRMA DEL CAJERO
 F.08.07.01



M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No.
MAY	19	2014	8	19338767

CONTRIBUYENTE	CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL	CODIGO TRANSACC.
ENRIQUE IVAN ORDONEZ SUQUILANDA	0923068712001	CTT

PAGO DE LA TASA ANUAL DE TURISMO
 No. PERMISO: 901509166 ANIO: 2014
 ESTABLECIMIENTO: FUSION LATINA
 REPRESENTANTE: ENRIQUE IVAN ORDONEZ SUQUILANDA
 DIRECCION: MIRAFLORES AV. PRINCIPAL 317 Y CALLE TERCERA
 ACTIVIDAD: ESTABLECIMIENTO DE COMIDAS Y BEBIDAS
 SUB-ACTIVIDAD: RESTAURANTES Y CAFETERIAS
 CATEGORIA: SEGUNDA
 VALOR: \$ 146.60

VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$*****153.14
CHEQUES	\$*****0.00
N/C y/o TRANSFER.	\$*****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$*****153.14

Valor Deuda: 146.6	Valor Interes: 4.54
Valor Tasa: 2.0	Total Pagar: 153.14

19338767



18906088
 PAPELETA DOLAR
 CONTRIBUYENTE
 08:55:55
 SMS
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

CONTRIBUYENTE

DIRECTOR FINANCIERO	TESORERO MUNICIPAL	JEFE DE CUENTAS

F.98.07.011



Comprobante de Solicitud por Renovacion De Certificado

No. de Solicitud: 14386 **Cuenta No:** 5545671
Nombre del Cliente: ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN **C.I. o RUC:** 0923068712001
Fecha de Ingreso: 04-07-2014 09:55:02
Observaciones: SE RECEPTA DOCUMENTACION COMPLETA PARA RENOVACION DE CERTIFICADO ADJUNTA:
FORMULARIO
CEDULA
RUC
PLANILLA
AUTORIZACION PARA LA AB. LAURA MAQUILON VARGAS

Registrado por: RENATO AUGUSTO GONZALEZ SAN LUCAS
Oficial de Cuenta - Agencia Al Cliente Centro

Firma del Oficial de Cuenta

Firma del Cliente

Para su mayor comodidad, realice el seguimiento de sus reclamos llamando al teléfono:
Call Center: número de teléfono 134. visite nuestro sitio web: www.interagua.com.ec
Agencia Norte: Av. Justino Cornejo Entre Av. Francisco De Orellana Y Av. Luis Orrantia (Kennedy Norte) Edif. Atlas Torre "A".
Agencia California: Parque Industrial El Sauce, Local 3, Km 11 1/2 Vía Daule
Agencia Al Cliente Centro: Coronel 612 Y Maldonado



CERTIFICADO DE REGISTRO



EL MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación, vigente; y, una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede el presente **CERTIFICADO DE REGISTRO N° 0901509166 folio N° 384**, al establecimiento denominado:

“FUSIÓN LATINA”

ACTIVIDAD : ALIMENTOS Y BEBIDAS
PROPIETARIO O REPRESENTANTE : ENRIQUE IVÁN ORDÓÑEZ SUQUILANDA
DIRECCIÓN : CDLA MIRAFLORES, AV. PRINCIPAL 317 Y CALLE TERCERA
TIPO : RESTAURANTE
CATEGORÍA : SEGUNDA
CAPACIDAD : 20 MESAS 80 PLAZAS
R.U.C : 0923068712001
PARROQUIA : TARQUI
PROVINCIA : GUAYAS
CANTÓN : GUAYAQUIL

El propietario o representante legal del establecimiento se compromete a cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la Ley de Turismo.

Guayaquil, 4 de Septiembre del 2013

Arq. Esteban Delgado De La Cuadra.
Coordinador Zonal 5.



IMPORTANTE: ¶

- ESTE DOCUMENTO ES HABILITANTE Y NO LE EXIME DE LA OBLIGACION DE OBTENER LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO EN LA RESPECTIVA INSTITUCION.
- LAS EMPRESAS O ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS SÓLO PODRÁN UTILIZAR LA DENOMINACIÓN Y CLASIFICACIÓN OTORGADA EN ESTE CERTIFICADO DE REGISTRO; O, EN SU RECLASIFICACIÓN LUEGO DEL PROCEDIMIENTO RESPECTIVO, SI FUERE DEL CASO.
- ESTE CERTIFICADO DE REGISTRO NO PODRÁ SER RETIRADO, NI INTERRUMPIDO POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACIÓN DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES.
- CUALQUIER CAMBIO DE DIRECCIÓN, PROPIETARIO O CIERRE DEL ESTABLECIMIENTO DE SU REPRESENTACIÓN, DEBE SER COMUNICADO AL MINISTERIO DE TURISMO.
- ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO, COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTATURAS, ETC. LO INVALIDAN.
- Queda anotado en el Libro con el número 142 **DRC**

Funcionario responsable: Lcdo. Erick Ríos

VERSION 01



Agencia Nacional
de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria



AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA - ARCSA

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: ARCSA-2014-12.29.1.2-0000712

Nombre o Razón Social del establecimiento: ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN

Nombre del Propietario o Representante Legal: ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN

Número del RUC del establecimiento: 0923068712001

Provincia: GUAYAS

Cantón: GUAYAQUIL

Parroquia: TARQUI

Sector: CDLA. MIRAFLORES

Dirección: AV. PRINCIPAL 317 TERCERA

Calle principal: AV. PRINCIPAL

Actividades / Tipo(s) de establecimiento(s):

* 12.29.1.2 RESTAURANTE / BAR CAFETERÍA SEGUNDA CATEGORÍA. Riesgo: Medio

Fecha de Emisión: 25-06-2014

Fecha de Vigencia: 25-06-2015

Orden de pago: 0000015936 Valor: \$244.8

Dr. Marco Dehesa Gonzalez
Coordinador General Técnico de Certificaciones - ARCSA

Nota:

Las condiciones en la cual se emitió el Permiso de Funcionamiento, son verificables en cualquier momento por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.



Ministerio de Salud Pública

SRI.gob.ec

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
COMPROBANTE ELECTRONICO PARA PAGO

Identificación de pago	Red bancaria
Número de identificación	0923068712001
CEP#(Número de Serie)	870853949158
Código Impuesto	2011
Impuesto	Impuesto al Valor Agregado (Mensual)
Tipo de Formulario	104

RESUMEN DE DATOS	ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN
Razón Social	11/2013
Período Fiscal	07/01/2014
Fecha de Declaración	10/12/2013
Fecha de Vencimiento	01:56:26 PM
Hora de Declaración	10/01/2014
Fecha Máxima de Pago	

VALORES A PAGAR	
Total Impuesto a Pagar	\$ 4.08
Intereses por mora	\$ 0.02
Multa	\$ 0.05
Total	\$ 4.15

FORMA DE PAGO	
Débito Bancario, Efectivo, Cheque	\$ 4.15
Compensaciones	\$ 0.00
Notas de Crédito Cartulares	\$ 0.00
Notas de Crédito Desmaterializadas	\$ 0.00

Le recordamos que el valor de US \$ 4.15 , debe ser cancelado hasta el 10/01/2014

FACTURA
No. 001-005-015853649
Aut. SRI:1113020411
Fecha aut:09/07/2013
Fecha de Validación: 09/07/2014
Fecha de Emisión: 10 de Julio de 1995
Fecha de Validación: 4 de Julio de 1995
Resolución No. 5925 de Julio 4 de 1995
C/ANEXO: 99999999999999999999
Ofic.: MATRIZ
Costo Serv. Recaudación: 08/Enero/2014 H:N
SRI-IMP. Fiscales con CEP: 0.60
Subtotal: 0.54 Iva 12%: 0.06
Valor Total: 0.60 Referencia: 0923068712001
CBO: Jordonner
Fiscal: Requiriente

1051 15:30:19 01/08/2014 0 1 Jordonner
ON 3611 SRI IMPTO FISCALES CEP H:N
R.U.C/V.I. : 0923068712001
Razón social : ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN
Tip. Imp. : 2011 IVA MENSUAL
Cep : 870853949158
Ete : us\$4.15
PAGO TOTAL : us\$4.15

<https://declaraciones.sri.gob.ec/rec-declaraciones-imp-intern-rec-declaracion-detalle-cliente.jspx?num=870853949158>

Actualización de Datos del Registro Patronal

Enero 7 del 2014 2:10

Resumen del Registro del Empleador

A continuación se presenta:

* Resumen del registro(s) patronal.

* Oficina del IESS asignada para todo trámite.

* Lista de requisitos a ser presentados en la Oficina del IESS asignada, junto con estos se deberá presentar la solicitud de entrega de clave, ésta debe ser impresa posicionándose con el ratón en el botón "Imprimir Solicitud de Clave".

Datos de la Empresa			
Razon Social	ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN	No. de RUC	0923068712001
Tipo de Empleador	3-EMPRESA UNIPERSONAL / PEQUEÑA INDUSTRIA	Fecha de Registro	2013-11-26
Tipo de Empresa	PERSONA NATURAL	Fecha Constitución	2013-06-20
Compañía	PERSONAS NATURALES	No. de Trabajadores	1
Datos de la Oficina Seleccionada			
Nombre de la Oficina	FUSION LATINA RESTAURANT	Código Oficina	0001
Tipo de Oficina	OFICINA PRINCIPAL		
Provincia	GUAYAS		
Cantón	GUAYAQUIL		
Parroquia	TARQUI		
Dirección	AV. PRINCIPAL SOLAR 317 CALLE TRECERA	Teléfono	093883937
Edificio		Fax	
Mail			
Datos del Representante Legal			
Nombre	ORDOÑEZ SUQUILANDA ENRIQUE IVAN	Cédula de Ciudadanía	0923068712
Dirección	AV. PRINCIPAL SOLAR 317 CALLE TRECERA	Teléfono	093883937
Mail			
Fecha Inicio Vigencia	2013-09-01	Fecha Fin Vigencia	
Actividades			
Actividad Económica	COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR, RESTAURANTES Y HOTELES		
Calificador de Riesgo	SERVICIOS DE SUMINISTROS DE COMIDAS		
Principal	venta de comida restaurante		
Producto/Servicio			
Oficina del IESS Asignada para el Trámite Respectivo			

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVOS				
A. CORRIENTE				
Efectivo	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21
Total Activo Corriente	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21
A. NO CORRIENTE				
TOTAL ENSERES EN GENERAL	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60	\$ 10.057,60
(-) Dep Acumulada		\$ (1.771,09)	\$ (3.542,19)	\$ (5.313,28)
NETO ÁREA DE PRODUCCIÓN		\$ 8.286,51	\$ 6.515,41	\$ 4.744,32
TOTAL SEGURIDAD Y CONTROL DE	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00	\$ 3.528,00
(-) Dep Acumulada		\$ (1.019,20)	\$ (2.038,40)	\$ (3.057,60)
NETO ÁREA DE BODEGA		\$ 2.508,80	\$ 1.489,60	\$ 470,40
TOTAL EQUIPOS	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44	\$ 10.820,44
(-) Dep Acumulada		\$ (1.502,04)	\$ (3.004,09)	\$ (4.506,13)
NETO ÁREA ADMINISTRATIVA		\$ 9.318,40	\$ 7.816,35	\$ 6.314,31
Ingeniería civil / construcción	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
	0 \$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Dep Acumulada		\$ -	\$ -	\$ -
NETO VEHÍCULO		\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo NO Corriente	\$ 54.406,04	\$ 50.113,70	\$ 45.821,37	\$ 41.529,03
TOTAL ACTIVOS	\$ 80.000,00	\$ 94.939,01	\$ 128.447,90	\$ 169.101,24
PASIVOS				
PASIVO CORRIENTE				
Porción Corriente de la Deuda	\$ 6.322,32	\$ 7.067,92	\$ 7.901,46	\$ 8.833,29
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 3.189,20	\$ 7.161,28	\$ 9.696,57
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 3.975,87	\$ 8.927,73	\$ 12.088,39
Total Pasivo Corriente	\$ 6.322,32	\$ 14.232,99	\$ 23.990,47	\$ 30.618,25
PASIVO NO CORRIENTE				
Deuda a Largo Plazo	\$ 33.677,68	\$ 26.609,76	\$ 18.708,31	\$ 9.875,02
Total Pasivo NO Corriente	\$ 33.677,68	\$ 26.609,76	\$ 18.708,31	\$ 9.875,02
Total PASIVO	\$ 40.000,00	\$ 40.842,75	\$ 42.698,77	\$ 40.493,27
PATRIMONIO				
Capital	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 14.096,26	\$ 45.749,13	\$ 88.607,97
Total PATRIMONIO	\$ 40.000,00	\$ 54.096,26	\$ 85.749,13	\$ 128.607,97
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 80.000,00	\$ 94.939,01	\$ 128.447,90	\$ 169.101,24

Diferencia A - PyP

\$ - \$ - \$ - \$ -

Año 4	Año 5
\$ 184.869,86	\$ 256.015,40
\$ 184.869,86	\$ 256.015,40
\$ 10.057,60	\$ 10.057,60
\$ (7.084,37)	\$ (8.855,47)
\$ 2.973,23	\$ 1.202,13
\$ 3.528,00	\$ 3.528,00
\$ (4.076,80)	\$ (5.096,00)
\$ (548,80)	\$ (1.568,00)
\$ 10.820,44	\$ 10.820,44
\$ (6.008,18)	\$ (7.510,22)
\$ 4.812,26	\$ 3.310,22
\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
\$ -	\$ -
\$ -	\$ -
\$ -	\$ -
\$ 37.236,69	\$ 32.944,35
\$ 222.106,55	\$ 288.959,75
\$ 9.875,02	\$ -
\$ 12.543,54	\$ 15.736,40
\$ 15.637,61	\$ 19.618,05
\$ 38.056,16	\$ 35.354,45
\$ -	\$ -
\$ -	\$ -
\$ 38.056,16	\$ 35.354,45
\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
\$ 144.050,39	\$ 213.605,30
\$ 184.050,39	\$ 253.605,30
\$ 222.106,55	\$ 288.959,75

\$ - \$ -

CAPITAL DE TRABAJO

		Año 1
COSTO DE VENTA	\$	90.123,52
GASTOS ADM.	\$	96.853,16
GASTOS VENTA	\$	3.600,00
CAO	\$	190.576,68

CAPITAL DE TRABAJO	\$	15.881,39
---------------------------	-----------	------------------

CICLO DE EFECTIVO

Días de Adquisición y Producción	30
Días de Venta	30
Días de Cobro	30
(-) Días de Pago	60
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	30

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD NEGATIVO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (81.737,43)			
VENTAS		\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00
(-) Costo de Venta		\$ (96.432,17)	\$ (99.462,41)	\$ (102.644,16)
(=) Utilidad Bruta		\$ 119.567,83	\$ 138.137,59	\$ 158.715,84
(-) Gastos Administrativos		\$ (96.853,16)	\$ (89.598,22)	\$ (94.003,03)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3.600,00)	\$ (3.888,00)	\$ (4.201,20)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 19.114,67	\$ 44.651,37	\$ 60.511,61
(-) Gastos Financieros		\$ (4.161,99)	\$ (3.416,38)	\$ (2.582,85)
(=) UAIT		\$ 14.952,68	\$ 41.234,99	\$ 57.928,76
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (2.242,90)	\$ (6.185,25)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.177,45)	\$ (8.762,44)
EFFECTIVO NETO		\$ 14.952,68	\$ 35.814,64	\$ 42.981,08
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
(+) Valor Residual de Act. Tang.				
(+) Recuperación Cap. Trabajo				
(+) Préstamo concedido		\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (81.737,43)	\$ 11.151,61	\$ 31.267,97	\$ 37.600,87

TIR	34,35%
VAN	\$ 39.618,71
Pay Back	3,26 años

Año 4	Año 5	VARIACIÓN
\$ 287.496,00	\$ 316.245,60	0%
\$ (105.985,00)	\$ (109.492,88)	7%
\$ 181.511,00	\$ 206.752,72	
\$ (98.628,08)	\$ (103.484,38)	
\$ (4.541,94)	\$ (4.912,79)	
\$ 78.340,98	\$ 98.355,56	
\$ (1.651,01)	\$ (609,29)	
\$ 76.689,97	\$ 97.746,27	
\$ (8.689,31)	\$ (11.503,50)	
\$ (12.309,86)	\$ (16.296,62)	
\$ 55.690,79	\$ 69.946,16	
\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	
\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	
	\$ 32.944,35	
	\$ 15.881,39	
\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)	
\$ 49.378,75	\$ 111.418,13	

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN FIJA*	\$ (54.406,04)			
UAIT		\$ 21.261,33	\$ 47.741,88	\$ 64.643,80
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.189,20)	\$ (7.161,28)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.975,87)	\$ (8.927,73)
EFFECTIVO NETO		\$ 21.261,33	\$ 40.576,81	\$ 48.554,79
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
				\$ -
(+) Aporte Accionistas	\$ 40.000,00			
(+) Préstamo concedido	\$ 40.000,00	\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 25.593,96	\$ 19.231,35	\$ 37.801,23	\$ 44.945,67
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 25.593,96	\$ 44.825,31	\$ 82.626,54	\$ 127.572,21

Año 4	Año 5
\$ 83.623,57	\$ 104.909,36
\$ (9.696,57)	\$ (12.543,54)
\$ (12.088,39)	\$ (15.637,61)
\$ 61.838,61	\$ 76.728,21
\$ 2.790,29	\$ 2.790,29
\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
\$ -	\$ -
\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
\$ 57.297,65	\$ 71.145,53
\$ 127.572,21	\$ 184.869,86
\$ 184.869,86	\$ 256.015,40

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (81.737,43)			
UAIT		\$ 21.261,33	\$ 47.741,88	\$ 64.643,80
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.189,20)	\$ (7.161,28)
Pago de IR		\$ -	\$ (3.975,87)	\$ (8.927,73)
EFFECTIVO NETO		\$ 21.261,33	\$ 40.576,81	\$ 48.554,79
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
(+) Valor Residual de Act. Tang.				
(+) Recuperación Cap. Trabajo				
(+) Préstamo concedido		\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (81.737,43)	\$ 17.460,26	\$ 36.030,13	\$ 43.174,58

TIR	40,69%
VAN	\$57.098,86
Pay Back	2,78 años

Año 4	Año 5
\$ 83.623,57	\$ 104.909,36
\$ (9.696,57)	\$ (12.543,54)
\$ (12.088,39)	\$ (15.637,61)
\$ 61.838,61	\$ 76.728,21
\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
	\$ 32.944,35
	\$ 15.881,39
\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
\$ 55.526,56	\$ 118.200,18

INGRESO POR VENTA DE ALMUERZOS *

	Año 1	Año 2	Año 3
INGRESOS ANUALES	\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00

* Se ha estipulado un incremento del 5% anual en ventas.

*Se ha estipulado un incremento del 5% en el precio a partir del segundo año.

*El incremento en ingresos sera del 10% anual a partir del segundo año.

Año 4	Año 5
\$ 287.496,00	\$ 316.245,60

PVP INICIAL	
\$	3,00

do año

Presupuesto Ventas (POR UNIDADES)			
AÑO 2015		Enero	Febrero
Cantidad de almuerzos (6000	6000
Total		6000	6000

Presupuesto Ventas (POR VALORES)			
AÑO 2015		Enero	Febrero
Ventas de almuerzos (m	\$	18.000,00	\$ 18.000,00
Total	\$	18.000,00	\$ 18.000,00

Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
6000	6000	6000	6000	6000
6000	6000	6000	6000	6000

Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00

PRODUCCIÓN: DETALLE DÍAS / ALMUERZ

Días Laborables (por mes)	20
Almuerzos (por día)	300

MEDICIÓN	POR MES	POR DIA
Cantidad de Almuerzos	6.000	300,00

PRODUCTO	CANTIDAD MÁXIMA
Almuerzos	6.000

Capacidad a Producir	Enero
AÑO 2015	
Almuerzos	6000

PRESUPUESTO DE PRODUCCION	Enero
(+) Presupuesto de Ventas	6000
Unidades por Producir	6000

OS

% A PRODUCIR	CANTIDAD A PRODUCIR
100%	6.000

Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
6000	6000	6000	6000	6000	6000

Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
6000	6000	6000	6000	6000	6000

6000	6000	6000	6000	6000	6000
------	------	------	------	------	------

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
6000	6000	6000	6000	6000

Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	AÑO 1
6000	6000	6000	6000	6000	
6000	6000	6000	6000	6000	72000

COSTOS DE MATERIALES por plato			
INGREDIENTES	COSTO		
Carbohidratos	0,10		
Guarniciones	0,15		
Proteínas	0,35		
Ovolácteos	0,15	TOTAL	0,75

INGREDIENTES	POR UNIDAD	COSTO TOTAL
Carbohidratos	0,10	30,00
Guarniciones	0,15	45,00
Proteínas	0,35	105,00
Ovolácteos	0,15	45,00

TOTAL COSTO (300 PLATOS)	\$ 225,00
---------------------------------	------------------

COSTO TOTAL MATERIALES				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Costo por día	\$ 225,00	\$ 236,25	\$ 248,06	\$ 260,47
Costo por semana	\$ 1.125,00	\$ 1.181,25	\$ 1.240,31	\$ 1.302,33
Costo por mes	\$ 4.500,00	\$ 4.725,00	\$ 4.961,25	\$ 5.209,31
Costo Total Material / Año	\$ 54.000,00	\$ 56.700,00	\$ 59.535,00	\$ 62.511,75

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Materiales Indirectos (mensual)	\$ 45,00	\$ 47,25	\$ 49,61	\$ 52,09
Agua potable (mensual)	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 92,61
Telefonía (mensual)	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88
Luz (mensual)	\$ 45,00	\$ 47,25	\$ 49,61	\$ 52,09
Depreciación PP&E	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29	\$ 2.790,29
CIF Mensuales	\$ 3.010,29	\$ 3.021,29	\$ 3.032,84	\$ 3.044,97

CIF ANUALES	\$	36.123,52	\$	36.255,52	\$	36.394,12	\$	36.539,65
--------------------	----	------------------	----	------------------	----	------------------	----	------------------

COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL								
		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4
Costo Total Material / Año	\$	54.000,00	\$	56.700,00	\$	59.535,00	\$	62.511,75
CIF ANUALES	\$	36.123,52	\$	36.255,52	\$	36.394,12	\$	36.539,65
COSTO PRODUCCIÓN TOTAL	\$	90.123,52	\$	92.955,52	\$	95.929,12	\$	99.051,40



Año 5

\$	273,49
\$	1.367,44
\$	5.469,78

\$ 65.637,34



Año 5

\$	54,70
\$	97,24
\$	60,78
\$	54,70
\$	2.790,29
\$	3.057,70

\$ 36.692,46

Año 5

\$ 65.637,34

\$ 36.692,46

\$ 102.329,79

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras
Gerente General	1	\$ 650,00	\$ -
Cocinero	3	\$ 430,00	\$ -
Mesero	5	\$ 340,00	\$ -
Administrador	1	\$ 500,00	
Cajera	1	\$ 380,00	
TOTAL	11		

Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS

	Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos y Salarios / mes	\$ 6.386,76	\$ 6.706,10	\$ 7.041,40
Sueldos y Salarios / año	\$ 76.641,12	\$ 80.473,18	\$ 84.496,83

Presupuesto de Servicios Básicos para la Admi

	Año 1	Año 2	Año 3
Serv. Básicos / mes	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13
Serv. Básicos / año	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50

Presupuesto de Suministros de Oficina

	Año 1	Año 2	Año 3
Suministros al mes	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 88,20
Suministros al año	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40

Presupuesto de Asesorías Contables y Leg

	Año 1	Año 2	Año 3
Asesoría / mes	\$ 250,00	\$ 262,50	\$ 275,63
Asesoría / año	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50

Presupuesto de telefonía - internet

	Año 1	Año 2	Año 3
Internet y Celular / mes	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25
Internet y Celular	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00

Presupuesto de Permisos

	Año 1	Año 2	Año 3
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75

Presupuesto de Depreciación Área Adminis

	Año 1	Año 2	Año 3
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 125,17	\$ 125,17	\$ 125,17
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04

Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo

	Año 1	Año 2	Año 3
Mant. Vehículo / mes	\$ 100,00	\$ 105,00	\$ 110,25
Mant. Vehículo / año	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00

"Amortización" de Gastos de Pre-Operación

	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Pre-operacionales	\$ 11.450,00	\$ -	\$ -

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS

	Año 1	Año 2	Año 3
Sueldos y Salarios / año	\$ 76.641,12	\$ 80.473,18	\$ 84.496,83
Serv. Básicos / año	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50
Suministros al año	\$ 960,00	\$ 1.008,00	\$ 1.058,40
Asesoría / año	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50
Internet y Celular	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00
Permisos / año	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75
Deprec. Área Adm. / año	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
Mant. Vehículo / año	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00
Gastos Pre-operacionales	\$ 11.450,00	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 96.853,16	\$ 89.598,22	\$ 94.003,03

Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Gasto Total Sueldos y Salarios
\$ 650,00	41,3%	918,45
\$ 1.290,00	41,3%	1.822,77
\$ 1.700,00	41,3%	2.402,10
\$ 500,00	41,3%	706,50
\$ 380,00	41,3%	536,94
\$ 4.520,00		\$ 6.386,76

		Año 4	Año 5
\$		7.393,47	\$ 7.763,15
\$		88.721,68	\$ 93.157,76

		Año 4	Año 5
\$		57,88	\$ 60,78
\$		694,58	\$ 729,30

		Año 4	Año 5
\$		92,61	\$ 97,24
\$		1.111,32	\$ 1.166,89

		Año 4	Año 5
\$		289,41	\$ 303,88
\$		3.472,88	\$ 3.646,52

		Año 4	Año 5
\$		115,76	\$ 121,55
\$		1.389,15	\$ 1.458,61

		Año 4	Año 5
\$		347,29	\$ 364,65

trativa

Año 4		Año 5	
\$	125,17	\$	125,17
\$	1.502,04	\$	1.502,04

Año 4		Año 5	
\$	115,76	\$	121,55
\$	1.389,15	\$	1.458,61

Año 4		Año 5	
\$	-	\$	-

Año 4		Año 5	
\$	88.721,68	\$	93.157,76
\$	694,58	\$	729,30
\$	1.111,32	\$	1.166,89
\$	3.472,88	\$	3.646,52
\$	1.389,15	\$	1.458,61
\$	347,29	\$	364,65
\$	1.502,04	\$	1.502,04
\$	1.389,15	\$	1.458,61
\$	-	\$	-
\$	98.628,08	\$	103.484,38

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD POSITIVO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
INVERSIÓN TOTAL	\$ (81.737,43)			
VENTAS		\$ 231.120,00	\$ 254.232,00	\$ 279.655,20
(-) Costo de Venta		\$ (93.728,46)	\$ (96.673,74)	\$ (99.766,28)
(=) Utilidad Bruta		\$ 137.391,54	\$ 157.558,26	\$ 179.888,92
(-) Gastos Administrativos		\$ (96.853,16)	\$ (89.598,22)	\$ (94.003,03)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3.600,00)	\$ (3.888,00)	\$ (4.201,20)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 36.938,38	\$ 64.072,04	\$ 81.684,69
(-) Gastos Financieros		\$ (4.161,99)	\$ (3.416,38)	\$ (2.582,85)
(=) UAIT		\$ 32.776,39	\$ 60.655,66	\$ 79.101,84
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.916,46)	\$ (9.098,35)
Pago de IR		\$ -	\$ (6.964,98)	\$ (12.889,33)
EFFECTIVO NETO		\$ 32.776,39	\$ 48.774,22	\$ 57.114,16
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 1.019,20	\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 1.502,04	\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
(+) Valor Residual de Act. Tang.				
(+) Recuperación Cap. Trabajo				
(+) Préstamo concedido		\$ (6.322,32)	\$ (7.067,92)	\$ (7.901,46)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (81.737,43)	\$ 28.975,32	\$ 44.227,54	\$ 51.733,95

TIR	51,44%
VAN	\$ 85.852,68
Pay Back	2,19 años

Año 4	Año 5
\$ 307.620,72	\$ 338.382,79
\$ (103.013,46)	\$ (106.422,99)
\$ 204.607,26	\$ 231.959,81
\$ (98.628,08)	\$ (103.484,38)
\$ (4.541,94)	\$ (4.912,79)
\$ 101.437,25	\$ 123.562,64
\$ (1.651,01)	\$ (609,29)
\$ 99.786,23	\$ 122.953,36
\$ (11.865,28)	\$ (14.967,93)
\$ (16.809,14)	\$ (21.204,57)
\$ 71.111,82	\$ 86.780,85
\$ 1.019,20	\$ 1.019,20
\$ 1.502,04	\$ 1.502,04
	\$ 32.944,35
	\$ 15.881,39
\$ (8.833,29)	\$ (9.875,02)
\$ 64.799,77	\$ 128.252,82

VARIACIÓN

7%

4%

Inversión Total

INVERSIÓN FIJA	\$	54.406,04	
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$	11.450,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$	15.881,39	
			\$ 81.737,43

Capital Propio \$ 40.000,00

CAPITAL REQUERIDO \$ 41.737,43

Condiciones del Crédito

Valor del Préstamo	\$	40.000,00
Periodos de pago		60
Tasa de interés		11,20%
Forma de capitalización		mensual a 5 años

PAGO \$ 873,69

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 873,69	\$ 40.000,00
1	\$ 500,36	\$ 373,33	\$ 873,69	\$ 39.499,64
2	\$ 505,03	\$ 368,66	\$ 873,69	\$ 38.994,61
3	\$ 509,74	\$ 363,95	\$ 873,69	\$ 38.484,87
4	\$ 514,50	\$ 359,19	\$ 873,69	\$ 37.970,37
5	\$ 519,30	\$ 354,39	\$ 873,69	\$ 37.451,07
6	\$ 524,15	\$ 349,54	\$ 873,69	\$ 36.926,92
7	\$ 529,04	\$ 344,65	\$ 873,69	\$ 36.397,88
8	\$ 533,98	\$ 339,71	\$ 873,69	\$ 35.863,90
9	\$ 538,96	\$ 334,73	\$ 873,69	\$ 35.324,94
10	\$ 543,99	\$ 329,70	\$ 873,69	\$ 34.780,95
11	\$ 549,07	\$ 324,62	\$ 873,69	\$ 34.231,88
12	\$ 554,19	\$ 319,50	\$ 873,69	\$ 33.677,68
13	\$ 559,37	\$ 314,33	\$ 873,69	\$ 33.118,32
14	\$ 564,59	\$ 309,10	\$ 873,69	\$ 32.553,73
15	\$ 569,86	\$ 303,83	\$ 873,69	\$ 31.983,87
16	\$ 575,18	\$ 298,52	\$ 873,69	\$ 31.408,70
17	\$ 580,54	\$ 293,15	\$ 873,69	\$ 30.828,15
18	\$ 585,96	\$ 287,73	\$ 873,69	\$ 30.242,19
19	\$ 591,43	\$ 282,26	\$ 873,69	\$ 29.650,76
20	\$ 596,95	\$ 276,74	\$ 873,69	\$ 29.053,81
21	\$ 602,52	\$ 271,17	\$ 873,69	\$ 28.451,28
22	\$ 608,15	\$ 265,55	\$ 873,69	\$ 27.843,14
23	\$ 613,82	\$ 259,87	\$ 873,69	\$ 27.229,31
24	\$ 619,55	\$ 254,14	\$ 873,69	\$ 26.609,76
25	\$ 625,33	\$ 248,36	\$ 873,69	\$ 25.984,43
26	\$ 631,17	\$ 242,52	\$ 873,69	\$ 25.353,26
27	\$ 637,06	\$ 236,63	\$ 873,69	\$ 24.716,20
28	\$ 643,01	\$ 230,68	\$ 873,69	\$ 24.073,19
29	\$ 649,01	\$ 224,68	\$ 873,69	\$ 23.424,18
30	\$ 655,07	\$ 218,63	\$ 873,69	\$ 22.769,11
31	\$ 661,18	\$ 212,51	\$ 873,69	\$ 22.107,93

32	\$ 667,35	\$ 206,34	\$ 873,69	\$ 21.440,58
33	\$ 673,58	\$ 200,11	\$ 873,69	\$ 20.767,00
34	\$ 679,87	\$ 193,83	\$ 873,69	\$ 20.087,14
35	\$ 686,21	\$ 187,48	\$ 873,69	\$ 19.400,92
36	\$ 692,62	\$ 181,08	\$ 873,69	\$ 18.708,31
37	\$ 699,08	\$ 174,61	\$ 873,69	\$ 18.009,23
38	\$ 705,61	\$ 168,09	\$ 873,69	\$ 17.303,62
39	\$ 712,19	\$ 161,50	\$ 873,69	\$ 16.591,43
40	\$ 718,84	\$ 154,85	\$ 873,69	\$ 15.872,59
41	\$ 725,55	\$ 148,14	\$ 873,69	\$ 15.147,04
42	\$ 732,32	\$ 141,37	\$ 873,69	\$ 14.414,72
43	\$ 739,15	\$ 134,54	\$ 873,69	\$ 13.675,57
44	\$ 746,05	\$ 127,64	\$ 873,69	\$ 12.929,51
45	\$ 753,02	\$ 120,68	\$ 873,69	\$ 12.176,50
46	\$ 760,04	\$ 113,65	\$ 873,69	\$ 11.416,45
47	\$ 767,14	\$ 106,55	\$ 873,69	\$ 10.649,32
48	\$ 774,30	\$ 99,39	\$ 873,69	\$ 9.875,02
49	\$ 781,53	\$ 92,17	\$ 873,69	\$ 9.093,49
50	\$ 788,82	\$ 84,87	\$ 873,69	\$ 8.304,67
51	\$ 796,18	\$ 77,51	\$ 873,69	\$ 7.508,49
52	\$ 803,61	\$ 70,08	\$ 873,69	\$ 6.704,88
53	\$ 811,11	\$ 62,58	\$ 873,69	\$ 5.893,77
54	\$ 818,68	\$ 55,01	\$ 873,69	\$ 5.075,08
55	\$ 826,32	\$ 47,37	\$ 873,69	\$ 4.248,76
56	\$ 834,04	\$ 39,66	\$ 873,69	\$ 3.414,72
57	\$ 841,82	\$ 31,87	\$ 873,69	\$ 2.572,90
58	\$ 849,68	\$ 24,01	\$ 873,69	\$ 1.723,22
59	\$ 857,61	\$ 16,08	\$ 873,69	\$ 865,61
60	\$ 865,61	\$ 8,08	\$ 873,69	\$ 0,00

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 6.322,32	\$ 4.161,99
2do.	\$ 7.067,92	\$ 3.416,38
3er.	\$ 7.901,46	\$ 2.582,85
4to.	\$ 8.833,29	\$ 1.651,01
5to.	\$ 9.875,02	\$ 609,29
TOTAL	\$ 40.000,00	\$ 12.421,51

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3
VENTAS		\$ 216.000,00	\$ 237.600,00	\$ 261.360,00
(-) Costo de Venta		\$ (90.123,52)	\$ (92.955,52)	\$ (95.929,12)
(=) Utilidad Bruta		\$ 125.876,48	\$ 144.644,48	\$ 165.430,88
(-) Gastos Administrativos		\$ (96.853,16)	\$ (89.598,22)	\$ (94.003,03)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3.600,00)	\$ (3.888,00)	\$ (4.201,20)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 25.423,32	\$ 51.158,26	\$ 67.226,65
(-) Gastos Financieros		\$ (4.161,99)	\$ (3.416,38)	\$ (2.582,85)
(=) UAIT		\$ 21.261,33	\$ 47.741,88	\$ 64.643,80
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (3.189,20)	\$ (7.161,28)	\$ (9.696,57)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (3.975,87)	\$ (8.927,73)	\$ (12.088,39)
UTILIDAD NETA		\$ 14.096,26	\$ 31.652,87	\$ 42.858,84

Año 4	Año 5
\$ 287.496,00	\$ 316.245,60
\$ (99.051,40)	\$ (102.329,79)
\$ 188.444,60	\$ 213.915,81
\$ (98.628,08)	\$ (103.484,38)
\$ (4.541,94)	\$ (4.912,79)
\$ 85.274,58	\$ 105.518,64
\$ (1.651,01)	\$ (609,29)
\$ 83.623,57	\$ 104.909,36
\$ (12.543,54)	\$ (15.736,40)
\$ (15.637,61)	\$ (19.618,05)
\$ 55.442,43	\$ 69.554,90

INDICES DE RENTABILIDAD

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	6,53%	13,32%	16,40%	19,28%	21,99%
ROA	17,62%	33,34%	33,37%	32,79%	31,32%
ROE	26,06%	36,91%	33,33%	30,12%	27,43%

Presupuesto de Comisión en Ventas (1%)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales	\$ 2.160,00	\$ 2.376,00	\$ 2.613,60	\$ 2.874,96	\$ 3.162,46

Presupuesto de Publicidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 120,00	\$ 126,00	\$ 132,30	\$ 138,92	\$ 145,86
Publicidad anual	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33

GASTOS DE VENTAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales	\$ 2.160,00	\$ 2.376,00	\$ 2.613,60	\$ 2.874,96	\$ 3.162,46
Publicidad anual	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
TOTAL G. VENTAS	\$ 3.600,00	\$ 3.888,00	\$ 4.201,20	\$ 4.541,94	\$ 4.912,79

% Comisión

1%



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA AMPLIACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA



Enrique Ordóñez S.





Los procesos estarán basados

- Estrategia de marketing
- Estrategia de producto
- Implementación de Tecnología
- Mejoramiento a nivel contable y organizacional
- Calidad total
- Talento Humano

Estrategia de Marketing

- Marketing estrategico
- Marketing operativo

Posicionamiento de la marca. Estrategia de marketing estratégico y operativo. Atracción de clientes potenciales

Para ello se aplicarán las siguientes estrategias funcionales:

- **Estrategia de producto**
- **Estrategia de precio**
- **Estrategia de distribución**
- **Estrategia de comunicación**

Procesos de implementación de tecnología

PROVEEDOR DE SOFTWARE EMPRESARIAL

- Software de Control de Ventas
- Community Management de Redes Sociales. (Facebook, Twitter, foursquare, Instagram, etc)
- Diseño gráfico y desarrollo de página web.
- Desarrollo de aplicaciones.
- Instalación y monitoreo de cámaras IP.
- Servicio técnico.

Procesos de implementación de tecnología

- Asesoría informática.
- Redes eléctricas
- Levantamiento de Intranet.
- Centrales/Redes telefónicas.
- Registro de entrada y salida del personal

Ampliación y crecimiento empresarial

- Se aumentará la capacidad del restaurante de 120 m² a 250 m²
- No solamente la ampliación y crecimiento está fundamentada a nivel de su infraestructura sino también a nivel de distintos aspectos: marketing, posicionamiento de marca, aumento de competitividad.

Modelo gerencial

Basado en la planeación estratégica cuyo funcionamiento estará basado en los siguientes principios:

- Establecimiento de visión y misión
- Análisis externo(cuantitativo) e interno (cualitativo) de la empresa
- Establecimiento de objetivos generales y estrategias específicas

Modelo de talento humano

- Tres pilares fundamentales: aprendizaje, innovación y tecnología.
- Calidad total

Estrategia de control de talento humano

La estrategia de control de talento humano se basa en la idea del mejoramiento de la calidad total para ello es importante la implementación de:

- Procesos de control de seguridad
- Higiene de los alimentos
- Manipulación de alimentos

Conclusiones

- A nivel del análisis de mercado se puede establecer un nivel de factibilidad para el crecimiento del proyecto del restaurante Fusión Latina a nivel operativo y financiero.
- Desde el aspecto inclusivo el plan de negocios permite que se puedan emprender nuevas prácticas lideradas por jóvenes y se otorguen préstamos permitiendo el fomento de la economía local por medio del turismo y la gastronomía.

Conclusiones

- Desde el aspecto ambiental y la innovación tecnológica el uso de nuevas tecnologías en un ambiente propicio puede generar un crecimiento paulatino de las empresas a nivel local. (Sistema integrado ISO)
- Como valor agregado Fusión Latina puede posicionarse como un restaurante que ofrece almuerzos gourmet y al mismo tiempo típicos de la gastronomía Ecuatoriana.

Conclusiones

- Se pudo proyectar la viabilidad del plan de negocios tanto operativa, financiera y gerencialmente a 5 años.
- A nivel contable, arrojó un VAN de \$57.098,96
- TIR de 40,69% y un pay back a 2,78 años

Recomendaciones

Se recomienda al ministerio de turismo que se consideren emprendimientos de estas características como promoción para el crecimiento de la industria gastronómica y el turismo a nivel macro.