

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

Carrera de Administración y Dirección de Empresas Turísticas

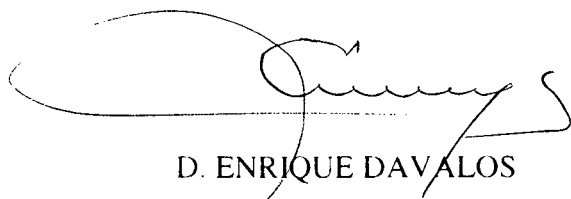
TESIS DE GRADO

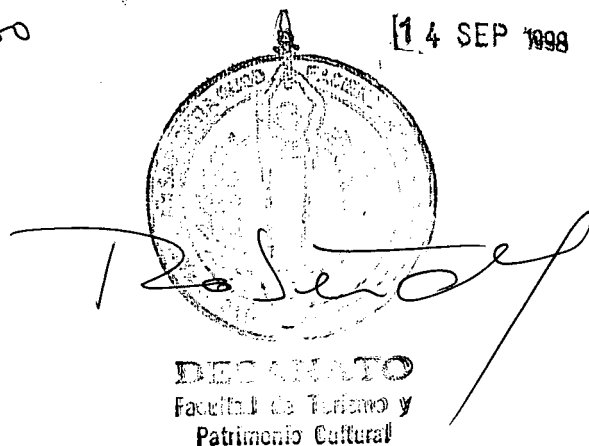
TEMA: PROYECTO DE INVERSION: RESTAURANTE DE COMIDA
TÍPICA EN GUAPULO

AUTOR: ALEX CARPIO ARGÜDO

14 SEP 1998

VISTO BUENO
DIRECTOR DE TESIS

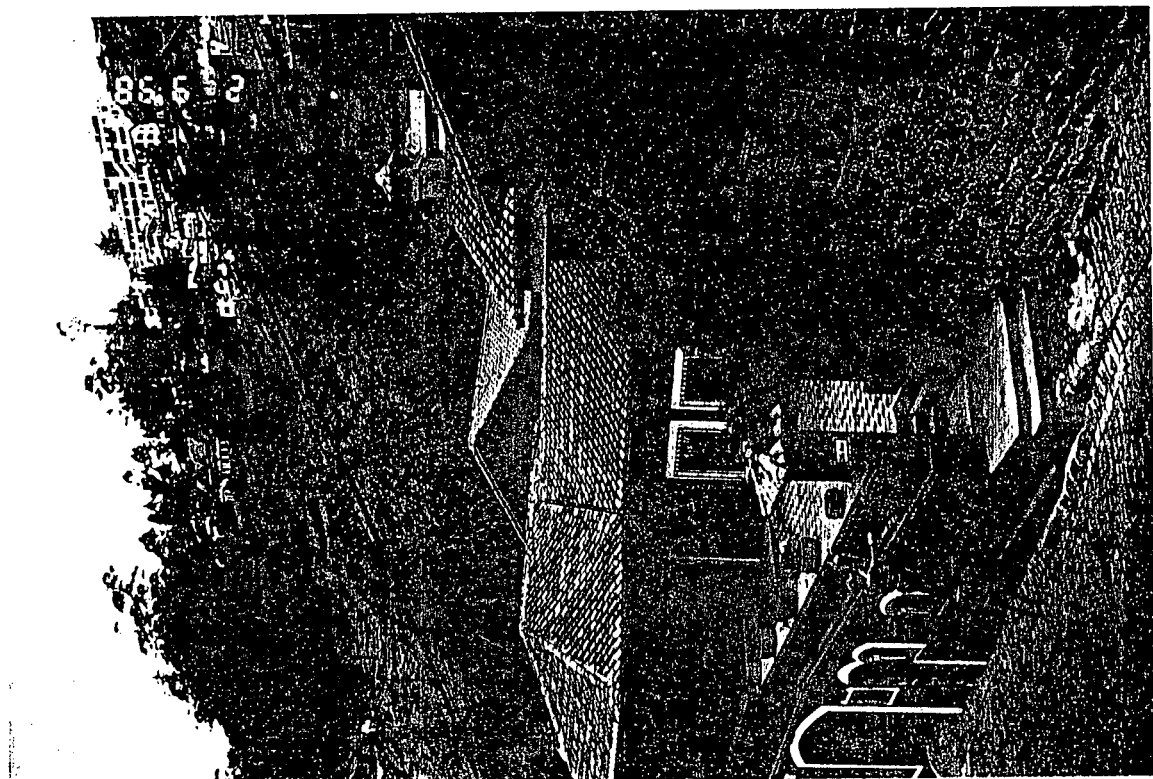
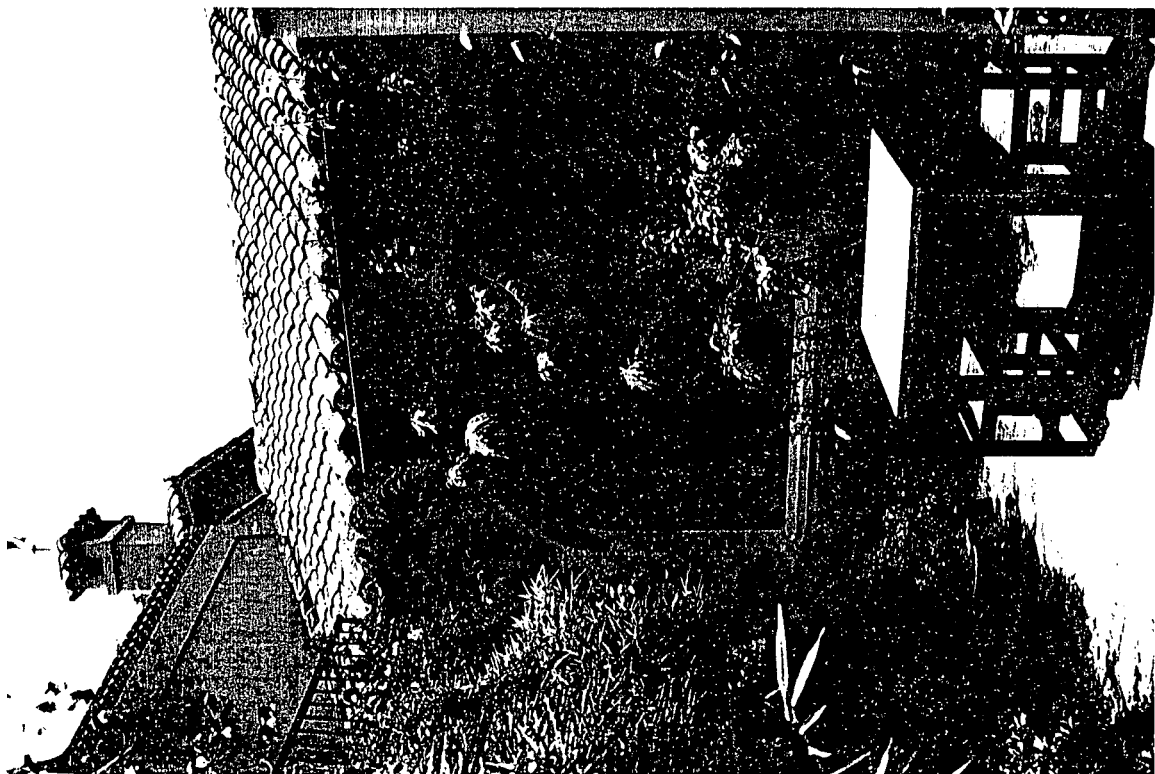

D. ENRIQUE DAVALOS


DECANATO
Facultad de Turismo y
Patrimonio Cultural

CALIFICACION 9.60.

Quito - Ecuador
1997-1998

U. I. SEK - BIBLIOTECA



DEDICATORIA

A mis padres y hermanos que día a día me apoyaron para lograrlo.

AGRADECIMIENTO

Entre quienes y todo conforman la Universidad Internacional SEK. A los maestros que me inculcaron sus conocimientos a lo largo de mi carrera universitaria; y en especial, a mi amigo y director de tesis, Enrique Dávalos.

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAP. I. GENERALIDADES.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	4
1.3.1. Objetivo General.....	4
1.3.2. Objetivos Específicos.....	5
1.4. CRITERIOS.....	5
1.4.1. Iniciativa Privada.....	6
1.4.2. Investigación de mercados.....	8
1.4.3. Políticas Económicas del Gobierno.....	9
1.4.4. El Turismo como actividad económica en el país.....	10
1.4.4.1. Llegada de extranjeros al Ecuador.....	10
1.4.4.2. Ingresos por Turismo comparado con los ingresos de las exportaciones por producto principal.....	11
CAP. II. INVESTIGACION DE MERCADOS.....	13
2.1. INVESTIGACION PRELIMINAR.....	13
2.2. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.....	14

2.3. FUENTES DE INFORMACION.....	15
2.4. TECNICAS DE INVESTIGACION.....	16
2.5. DETERMINACION DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	17
CAP. III. ANALISIS DE LA DEMANDA ACTUAL.....	20
3.1. TABULACION: ENCUESTA PARA LOS POTENCIALES CLIENTES.....	20
3.2. TABULACION: ENCUESTA PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES.....	24
3.3. TABULACION: ENCUESTA PARA LA COMUNIDAD.....	29
3.4. ANALISIS.....	34
CAP. IV. ANALISIS F.O.D.A.....	36
4.1. FORTALEZAS.....	36
4.2. DEBILIDADES.....	37
4.3. OPORTUNIDADES.....	37
4.4. AMENAZAS.....	38
CAP. V. DETERMINACION DE LA LOCALIZACION.....	39
5.1. ANTECEDENTES HISTORICOS.....	40
5.2. UBICACIÓN GEOGRAFICA.....	42

5.2.1. Normativas municipales para intervenciones en las edificaciones.....	44
CAP. VI. DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	46
6.1. ESPECIALIZACION GASTRONOMICA.....	47
6.2. DISEÑO DEL ESTABLECIMIENTO.....	48
6.3. PERSONAL.....	51
6.3.1. Glosario.....	51
CAP. VII. ASPECTOS TECNICOS O INGENIERIA DEL PROYECTO...54	
7.1. TAMAÑO DEL RESTAURANTE.....	54
7.2. MATERIAS PRIMAS.....	55
7.3. MANO DE OBRA DIRECTA.....	56
7.4. MANO DE OBRA INDIRECTA.....	57
7.5. EQUIPAMIENTO.....	58
7.5.1. EQUIPOS.....	58
7.5.2. MOBILIARIO.....	59
7.5.3. MENAJE.....	59
7.5.4. DECORACION.....	60
CAP. VIII. ESTUDIO FINANCIERO.....	61

CAP. IX. MARCO LEGAL.....86

9.1. CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA.....86

9.1.1. Derechos de los socios.....89

9.1.2. Obligaciones de los socios.....90

9.1.3. Contratos laborales.....90

9.2. ORGANIGRAMA.....91

9.3. CALIFICACION.....92

9.3.1. Requisitos.....92

9.3.2. Beneficios.....93

9.3.3. Obligaciones.....94

CONCLUSIONES.....97

ANEXOS O DOCUMENTOS

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

El proyecto tiene la finalidad de analizar la posible rentabilidad y ventajas que puede tener la creación de un restaurante de comida típica ecuatoriana de primera categoría, el cual se encontrará ubicado en el sector de Guápulo, en la ciudad de Quito.

Este proyecto, no solamente es la aplicación de los conocimientos obtenidos a lo largo de una carrera universitaria, sino un apoyo e incentivo para a la actividad turística, especialmente en un país en el cual existen posibilidades de una mejor explotación turística con un mayor grado de calidad.

El proyecto buscará una diversificación de la competencia existente en el mercado, tratando de abarcar un segmento de mercado determinado, al cual se le brindará un servicio de calidad, necesario para lograr un desarrollo óptimo del establecimiento.

El fin de este proyecto no es solamente encontrar una rentabilidad económica adecuada, sino también, apoyar y mejorar la actividad turística en el Ecuador, con la implementación de establecimientos que ofrezcan un servicio de calidad, superior a los establecidos.

CAP. I

GENERALIDADES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Este tipo de actividad productiva del Turismo, que pienso desarrollar con el proyecto propuesto, se encuentra clasificada: **“por la actividad turística generada o finalidad: de alimentación y restauración (comedores de hoteles, restaurantes, cafeterías, bares, tabernas, etc.).”**¹

Sin duda, la gastronomía de una región o país es un atractivo importante, tanto para el residente como para el turista; pues esta, es una expresión cultural muy importante e interesante.

Cada grupo social ha adaptado un tipo de alimentación de acuerdo a sus necesidades. Así tenemos que dentro de un país se pueden dar diferentes formas de expresión alimenticia, en especial en un país como el Ecuador que posee diferentes regiones y culturas, cada una de ellas con su variedad y riqueza gastronómica. De ello la importancia de la comida típica ecuatoriana y de su difusión.

¹ FIGUEROLA, M: Teoría Económica del Turismo, 1º ed, Alianza Editorial, Madrid, 1990, p. 73

Cada día se incrementa la importancia de un turismo con fines gastronómicos, es por ello que muchos países o regiones se han preocupado por mejorar su comida típica, con el fin de crear una imagen propia y auténtica.

“ En resumen, la gastronomía permite establecer un plan para mejorar la calidad de las comidas, razón por la cual ya es parte de la promoción turística.”²

1.2. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.

El tema propuesto se justifica plenamente desde diversos aspectos o consideraciones, así por ejemplo:

CAMPO SOCIAL:

La generación de empleo, permitirá mejorar las condiciones sociales de quienes sean contratados para trabajar o prestar sus servicios a la empresa.

CAMPO ECONOMICO:

Los ingresos económicos que perciba el personal por motivo de su trabajo, permitirá lograr una superación de estos; lo que a su vez se reflejará en un mejor desempeño y un mejoramiento de la calidad de servicio a prestar en el sector.

² CARDENAS, F: Comercialización del Turismo. 3º ed. Editorial Trillas, México, 1995, p. 55.

CAMPO CULTURAL:

La implementación de lo propuesto, permitirá una mejor difusión de la cultura gastronómica ecuatoriana en el ámbito nacional, y con mayor beneficio en el ámbito internacional.

CAMPO AMBIENTAL:

La utilización de materias primas controladas y permitidas; y, de equipos modernos y de tecnología de punta, en la elaboración del producto, no causará daño ambiental.

CAMPO POLITICO:

Las políticas impuestas por los organismos rectores de la actividad, permitirán un desarrollo controlado y estimulante para el desenvolvimiento del proyecto.

1.3. OBJETIVOS.

1.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Fortalecer y mejorar la actividad turística en lo que respecta a restauración, incorporando establecimientos de comida típica de alta calidad en lugares catalogados como de atractivo turístico.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Mayor difusión de la gastronomía ecuatoriana, destinada a la población local y especialmente a los turistas extranjeros.
- Mejoramiento de la calidad del producto y, por ende su diversificación de la competencia.
- Incorporación y participación continua de la comunidad en el desenvolvimiento del proyecto.
- Por ser una empresa de carácter privado, la rentabilidad económica que genere el proyecto será esencial para la continuación de este y su normal funcionamiento.
- Incorporar restaurantes de primera categoría en áreas consideradas de interés turístico.

1.4. CRITERIOS.

Dentro de este capítulo además especificaré criterios que son totalmente necesarios para el planteamiento del proyecto a desarrollar, pues estos son de total influencia en el proyecto propuesto.

1.4.1. Iniciativa Privada.

El objeto de una inversión por parte de una empresa privada será el proporcionar una rentabilidad económica para los dueños o socios del negocio, los cuales prestan un servicio a cambio de un precio justo para todos.

Por ende, por el hecho de ser un proyecto de carácter privado, el objetivo será alcanzar beneficios económicos, de otra manera no tendría sentido arriesgar un capital. Estos beneficios deberán ser atractivos para los socios o propietarios, a comparación de tasas de interés vigentes en el mercado.

En el campo en el cual voy a intervenir con el proyecto propuesto, existe una enorme necesidad de implementar sitios destinados a prestar un servicio de alimentación con especialidad en comida típica ecuatoriana; pues, no existen en la ciudad de Quito los suficientes establecimientos que logren satisfacer adecuadamente a un mercado tanto nacional como extranjero exigente.

Así podemos observar que, en datos últimos existentes en el Ministerio de Turismo sobre establecimientos turísticos ubicados en la ciudad de Quito, con especialidad en comida típica ecuatoriana, dentro de las categorías de lujo y primera, se encuentran registrados solamente un total de cuatro restaurantes.

(FUENTE: CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS –CETUR- 1997)

De éstos cuatro establecimientos turísticos, dos de ellos se encuentra catalogado como un restaurante de lujo, mientras que los otros dos, pertenecen a la categoría de primera.

Como resultado de estos análisis podemos observar que, la necesidad que existe en el mercado nacional y extranjero exigente, de disfrutar de la gastronomía ecuatoriana con un servicio de calidad, es amplia.

Existe información secundaria a la cual también se podría recurrir, para tener una mejor visión de la cantidad de establecimientos que se dedican a prestar un servicio de alimentación de primera, especializada en comida típica. Así tenemos que, dentro de la Guía Turística “ABC del Viajero 98” se encuentra en la página concerniente a gastronomía de la provincia de Pichincha, cinco restaurantes que ofrecen un servicio similar al cual se piensa realizar con este proyecto.

Sin duda cinco restaurantes de primera que ofrezcan como especialidad la comida típica ecuatoriana, es una reducida oferta para la ciudad, en la cual tenemos un amplio mercado de turistas que nos visitan y la aportación significativa del mercado residente.

Además, sólo uno de ellos se encuentra ubicado en un sitio de interés turístico; lo cual es la base en el planteamiento de este proyecto. En un capítulo posterior

especificaré, de una manera más amplia, la importancia que tiene la ubicación del restaurante en el proyecto propuesto.

1.4.2. Investigación de mercados.

Realizada la investigación de mercados con el fin de determinar el perfil del potencial consumidor y el análisis del mercado en el cual se va a incursionar; se puede concluir lo siguiente:

- La demanda de este proyecto estará constituida en su mayoría por extranjeros de recursos medios-altos y, en su minoría por nacionales de recursos económicos altos.
- Existe poca competencia en el mercado en el cual nos vamos a involucrar. Se buscará para ello crear una diversificación de nuestro producto.
- El análisis de la demanda actual permite establecer la posibilidad de abarcar un porcentaje del mercado determinado, pues existe demanda insatisfecha, la cual no ha podido ser cubierta por la oferta establecida.
- La ubicación del proyecto en una zona considerada de atractivo turístico, es de gran importancia en la diversificación del producto frente a la competencia.

1.4.3. Políticas económicas del Gobierno.

El Estado en su papel de órgano regulador de la actividad turística, ofrece diversas garantías para la inversión turística. Entre las más importantes y de influencia en el proyecto a establecer, tenemos:

- Garantía de igualdad: La propia ley garantiza una igualdad tanto para la inversión nacional como extranjera; igualdad en cuanto a derechos y obligaciones para ambos, en cualquier actividad turística en la que se desarrollen.
- Garantía de estabilidad: El Estado va a establecer condiciones favorables para que la inversión tanto nacional como extranjera tenga una estabilidad, básicamente tributaria y laboral.
- Garantía de retroactividad: Para aquellos casos en que la ley establezca o cree nuevos beneficios y ventajas para la inversión turística, los cuales serán aplicados a inversiones anteriores a la creación de estos.
- Garantía de principio arbitral: El Estado puede someter e incentivar, para que cualquier conflicto que exista en materia de inversión turística, se sometan las partes a tribunales arbitrales.

1.4.4. El Turismo como actividad económica en el país.

Primeramente, debemos tener en cuenta que el 11.5% de la masa laboral mundial trabaja en el sector turístico.³ Por ende, siendo el turismo un fenómeno económico y social, los beneficios que de esta actividad productiva obtiene la sociedad en su conjunto, son muy grandes y significativos.

Nuestro país no es la excepción. La cantidad de turistas que llegan deja grandes beneficios para aquellas personas que trabajan directa o indirectamente relacionadas con la actividad turística, por ello sería importante observar la variación que ha tenido en los últimos años la llegada de extranjeros y, los aportes que de la actividad se ha favorecido el país.

1.4.4.1. LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.

AÑOS: 1993 - 1997

ANOS	LLEGADAS
1993 *	471367
1994 *	471961
1995 *	439523
1996 *	500000
1997 *	509618

FUENTE: * ANUARIOS DE ESTADISTICAS DE MIGRACION INTERNACIONAL - INEC

³ Diario TIEMPOS DEL MUNDO, Sección C, 19 de Marzo de 1998, p. 7.

Sin duda, los ingresos de extranjeros al país han representado en los últimos años, un aporte significativo para el sector. La continua afluencia de turistas, permite tener una idea clara de la demanda existente, y las posibilidades que tendrían ciertas empresas que se encuentran deseosas de participar en la actividad turística.

1.4.4.2. INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL.

AÑO: 1995

(En millones de dólares)

ACTIVIDAD	INGRESOS	UBICACION
TURISMO	255	4
PETROLEO CRUDO	1395.5	1
BANANO Y PLATANO	845.1	2
CAMARON	673.4	3
CAFÉ	185.3	5
DERIV. PETROLEO	134.4	6

FUENTE: INFORMACION ESTADISTICA MENSUAL – BANCO CENTRAL DEL ECUADOR-

En el país, el turismo tiene un papel importante dentro de la economía; pues, los ingresos que percibe el país por motivo de esta actividad productiva, la permiten colocar en un cuarto puesto, comparada con otras actividades que por motivo de exportación producen ingresos económicos para el país.

Dentro de la actividad turística que voy a desarrollar con el proyecto propuesto, sería importante también examinar el aporte de la actividad productiva de hoteles, bares y restaurantes dentro del Producto Interno Bruto del país, su relación porcentual y su tasa de crecimiento. Para ello me referiré al último año de publicaciones del Ministerio de Turismo, correspondiente a 1995:

ANO	PIB	HOT.BARES Y REST.	RELACION PORCENTUAL	TASA DE CRECIM.
	(1)	(2)	(2)/(1)	(2)
1995	215074	3388	1.6	1.5

FUENTE: BOLETIN DE CUENTAS NACIONALES NRO.18 BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

La restauración sin duda, contribuye significativamente dentro de la actividad turística, convirtiéndose en parte importante e imprescindible para el sector.

Además, aparte del beneficio que podría ser para los propietarios del proyecto que se expone, de esta actividad productiva se benefician las empresas que directa o indirectamente se relacionan con esta, los trabajadores, el Gobierno y la sociedad en su conjunto.

CAP. II

INVESTIGACION DE MERCADOS.

2.1. INVESTIGACION PRELIMINAR.

Para realizar esta investigación de mercados, con el fin de detectar la posible existencia de demanda insatisfecha; es conveniente realizar varios sondeos sobre aspectos característicos del mercado con gremios, empresas, empresarios vinculados específicamente en la actividad de restauración.

Es primeramente evidente la falta de restaurantes de primera categoría, con especialidad en comida típica, en la ciudad de Quito. Así tenemos que solamente cuatro restaurantes que ofrecen este servicio en la capital están registrados en el Ministerio de Turismo, y uno sólo de ellos en un sitio de interés turístico, como ya lo he mencionado.

Por otra parte, en la Cámara de Turismo de Pichincha también encontramos la misma cantidad de restaurantes afiliados; lo cual demuestra, que estos son los únicos que tratan de abastecer a todo el mercado. Sin duda una oferta reducida.

Es importante recalcar que la visión de estos establecimientos no es solamente enfocada hacia el turista. Se busca también llegar, y en un buen porcentaje, al

mercado local; el cual también ha sido de gran importancia dentro de sus objetivos de difusión y ventas.

2.2. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.

La investigación tiene como objetivo, detectar la existencia de demanda insatisfecha, cuantificarla y proyectarla. Además se buscará corroborar ciertos criterios fijados en la propuesta de este proyecto, como son:

- Analizar si el segmento de mercado al cual nos pensamos dirigir es significativo y adecuado; y, si este permitirá un desenvolvimiento normal del establecimiento, con el fin de fortalecer la actividad de restauración en la ciudad.
- Analizar el tipo de establecimientos existentes y la calidad de servicio que estos prestan, para lograr una diversificación de la futura competencia y el mejoramiento del producto a prestar.
- Establecer si la ubicación del establecimiento, en un sitio de interés turístico, es de importancia tanto para el turista como para el residente.

- Analizar la posibilidad de incorporar a la comunidad en el desarrollo del proyecto, y los beneficios que de este percibiría.
- Determinar la rentabilidad que generaría el proyecto para los inversionistas, pues será esencial para su continuación y su normal funcionamiento.
- Importancia de lograr una mayor difusión de la gastronomía ecuatoriana, destinada al mercado nacional y especialmente a los turistas extranjeros.

2.3. FUENTES DE INFORMACION.

Para esta investigación será necesario requerir de diversas fuentes que a continuación los especificaré:

- Fuentes primarias: conformadas por los clientes potenciales y la comunidad involucrada en el proyecto.
- Fuentes secundarias: conformadas por estadísticas y datos existentes en organismos públicos y privados, con relación a establecimientos existentes y tipo de servicio que estos prestan.

2.4. TECNICAS DE INVESTIGACION.

El tipo de técnica a utilizar para la investigación de mercados de este proyecto propuesto, es mediante encuestas, realizadas persona a persona. Con ello se buscará, intercambiar información adicional necesaria para lograr un mayor conocimiento de las necesidades existentes en el mercado.

Para ello se realizará tres tipos de encuestas diferentes con el fin de abarcar los diversos ámbitos, los cuales son totalmente necesarios para lograr un estudio más real.

El primer tipo de encuesta será destinado a las agencias de viajes, las cuales juegan un papel importante para una futuro abastecimiento de clientes extranjeros hacia el establecimiento. Además nos permitirán establecer si las condiciones del mercado extranjero son adecuadas para la creación del proyecto.

El segundo tipo de encuesta estará destinada hacia los clientes potenciales. En su gran mayoría se buscará adecuarlas para el mercado extranjero; pero, sin olvidar al mercado nacional, el cual aportaría significativamente en el desarrollo del proyecto.

El tercer tipo de encuesta estará destinada a la comunidad implicada en el proyecto; es decir, a la comunidad de Guápulo. Esto nos permitirá analizar la capacidad receptiva de la comunidad y, si esta cree beneficioso para el área y sus habitantes la creación del proyecto propuesto.

Será importante además, analizar el muestreo estadístico recolectado en los determinados organismos y empresas relacionadas con la actividad turística, y en especial de restauración, y que determine de mejor manera la realidad, con relación a demanda y competencia existente en el mercado.

Se realizará además entrevistas con instituciones, gremios y personas involucradas en la actividad, los cuales nos darán una mayor visión de la realidad existente en el mercado.

2.5. DETERMINACION DEL PERFIL DEL CONSUMIDOR.

La demanda de este proyecto estará constituida en su mayoría por extranjeros de recursos medios y altos; y, por nacionales que se encuentran catalogados dentro del mismo marco económico-social.

Será primeramente importante analizar la cantidad de turistas que han arribado al país en los últimos años, y el porcentaje de participación que tiene la ciudad de Quito de este volumen global de visitantes, que son el segmento de mayor influencia en el proyecto propuesto.

Según datos existentes en el Ministerio de Turismo sobre la participación que tiene la ciudad de Quito, tenemos que el 85.07% del total de turistas que ingresan al país, lo hacen primeramente a la ciudad de Quito, y es desde aquí que se dirigen a las diferentes zonas turísticas de nuestro país.

El promedio de permanencia de estos turistas en la ciudad de Quito es de cuatro días, es decir un tiempo suficiente para que puedan disfrutar y degustar la variedad que ofrece la gastronomía ecuatoriana. Este es un dato importante pues nos indica que existe el tiempo suficiente para poder atraer a los turistas hacia nuestro producto.

AÑOS	TOTAL TURISTAS	PARTICIPACION QUITO (85.07%)
1992	403,000	342,832
1993	471,367	400,992
1994	471,961	401,497
1995	439,523	373,902
1996	500,000	425,350
1997	509,618	433,532

Además de este segmento de mercado extranjero al cual se piensa llegar con el producto a ofrecer, es sumamente importante el concurso de los residentes de la ciudad y de los turistas nacionales que la visitan.

Este segmento de mercado, históricamente ha sido significativo, pues la costumbre de asistir a sitios donde pueden degustar de la variedad gastronómica ecuatoriana, ha sido mayoritaria; tomando en cuenta que no siempre se busca establecimientos económicos, en donde la calidad del producto es menor a la que se puede ofrecer. Para ello será importante desarrollar expectativas de nuestro producto para el cliente.

CAP. III

ANALISIS DE LA DEMANDA ACTUAL (COMIDA TIPICA).

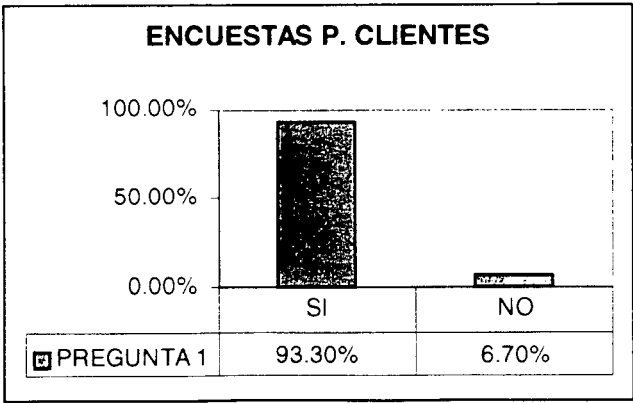
Para realizar un análisis adecuado de la demanda actual existente, es necesario realizar una tabulación pregunta a pregunta de las encuestas realizadas a los diferentes públicos involucrados en el proyecto.

3.1. TABULACION: ENCUESTA PARA LOS POTENCIALES CLIENTES.

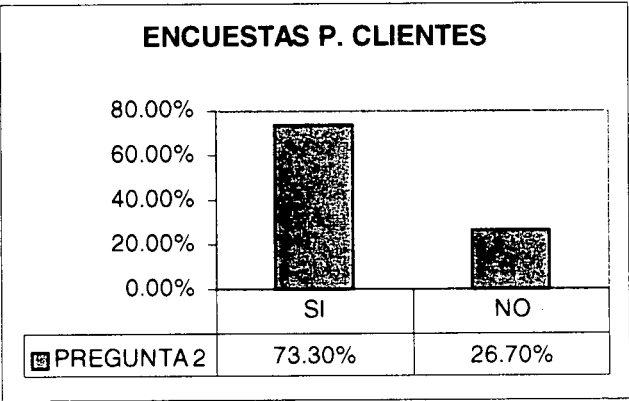
ANEXO #4.

RESULTADOS: Sobre la base de 60 encuestas realizadas, divididas de la siguiente manera: 60% destinada a turistas extranjeros; y, 40% destinada a nacionales.

1. ¿Cree usted que la gastronomía de un país es un atractivo importante para el turista?



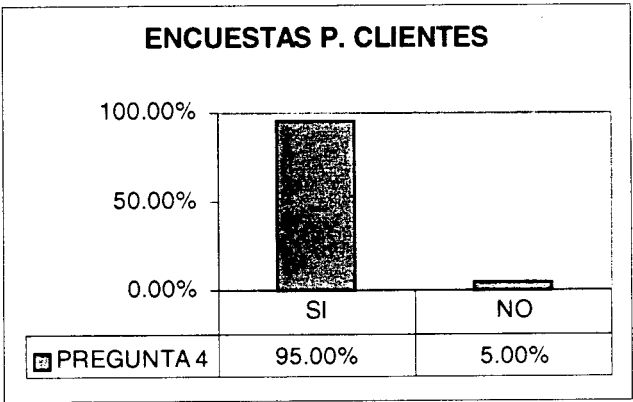
2. ¿Encuentra usted interesante la variedad de comida típica ecuatoriana?



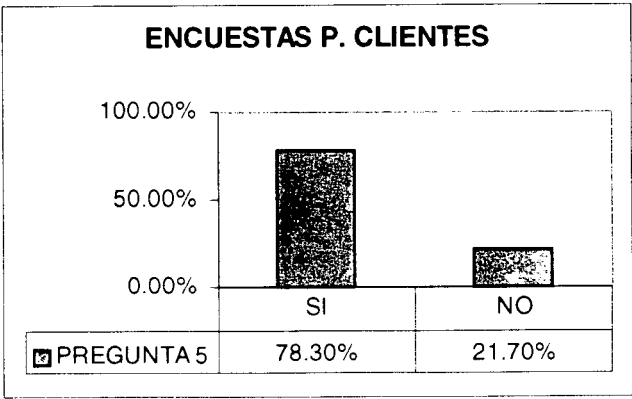
3. ¿Conoce usted de la existencia de restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica en la ciudad de Quito?

ESTABLECIMIENTOS	UNIDAD
LA CHOZA	19
LA QUERENCIA	21
LA RONDA	11
LA CUEVA DEL OSO	8
EL PAJONAL	5
LA CASA DE AL LADO	10

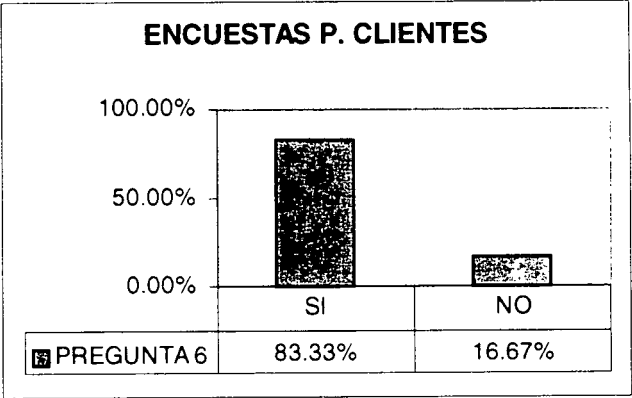
4. ¿Cree importante la implementación de un restaurante de comida típica de calidad, en un sitio de interés turístico?



5. ¿Cree usted que Guápulo es una zona de interés turístico?



6. ¿Le parece adecuado implementar un restaurante de las características descritas, en el área de Guápulo?

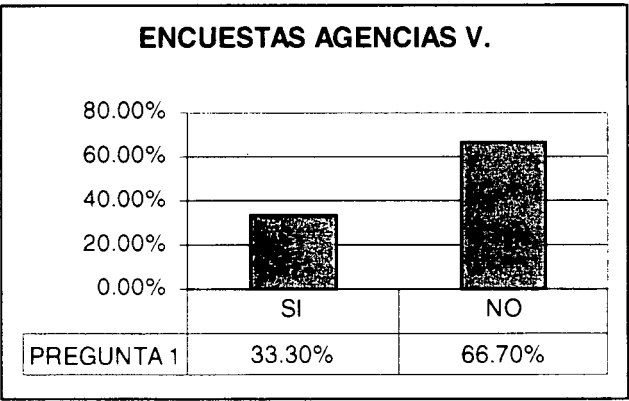


3.2. TABULACION: ENCUESTAS PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES.

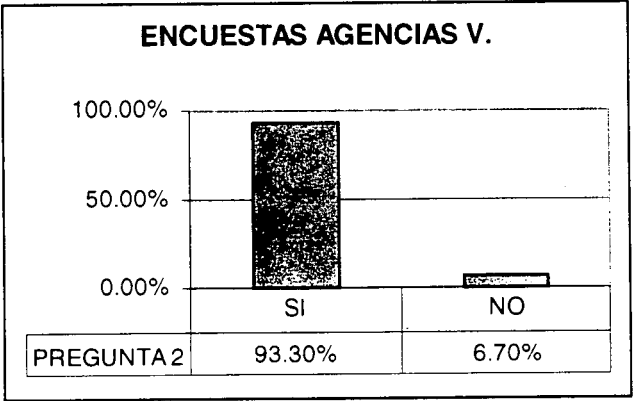
ANEXO #5.

RESULTADOS: Sobre la base de 30 encuestas realizadas a las agencias de viajes que realizan el city – tour en la ciudad de Quito.

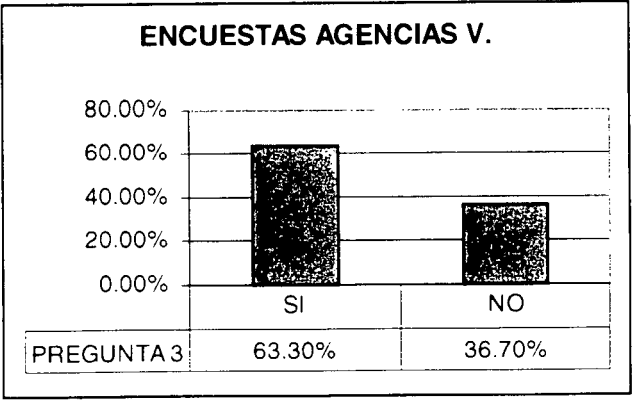
1. ¿Cree que existen suficientes restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica, en la ciudad de Quito?



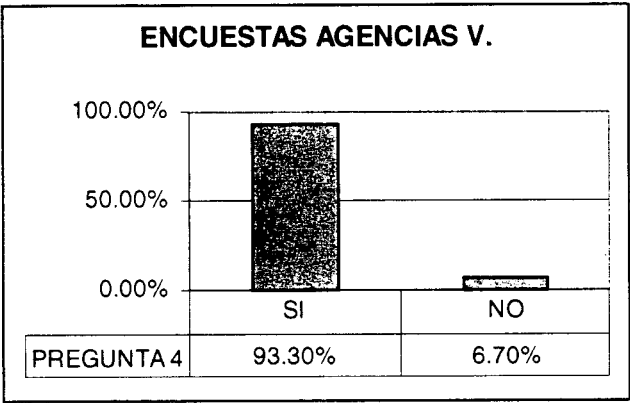
2. ¿Cree conveniente la implementación de un nuevo restaurante de primera categoría con especialidad en comida típica, en una zona de atractivo turístico?



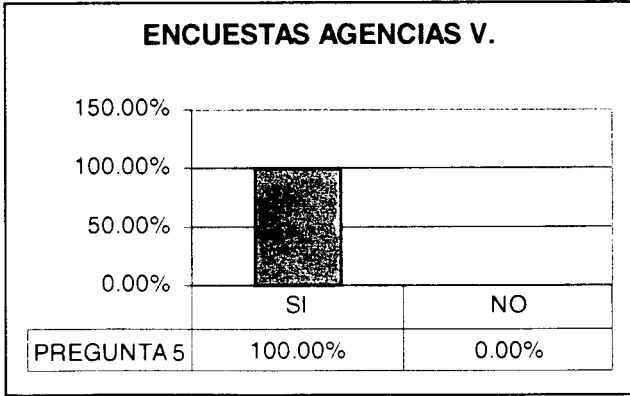
3. ¿Existe el número suficiente de turistas en la ciudad, con los ingresos necesarios para el consumo de este tipo de productos?



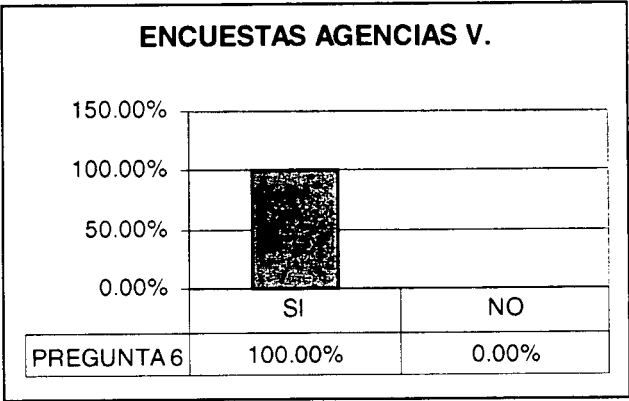
4. ¿Ofrecería a sus clientes la posibilidad de visitar un restaurante de esa categoría y especialidad, en una zona de interés turístico?



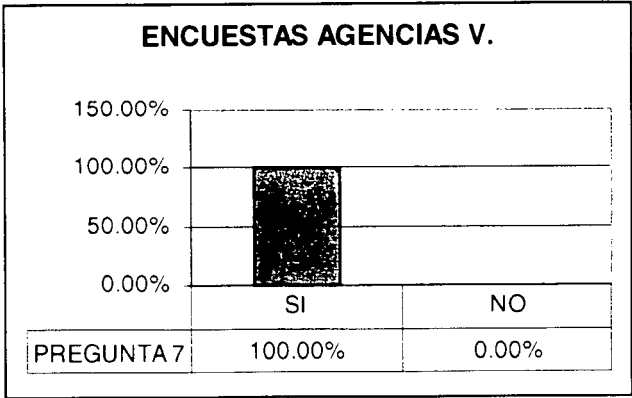
5. ¿Considera usted que Guápulo es una zona de interés turístico para los turistas?



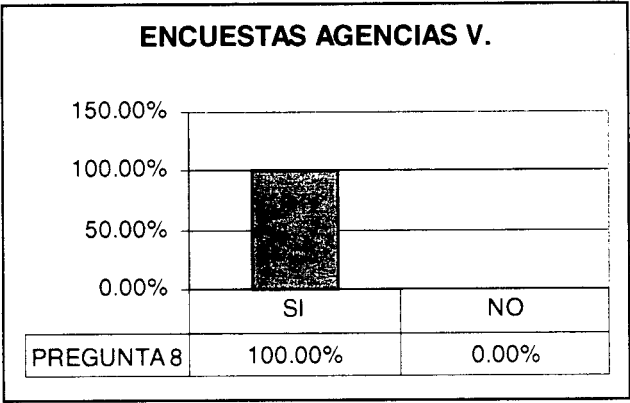
6. ¿Dentro de las visitas programadas para los turistas por parte de su agencia, incluyen el área de Guápulo?



7. ¿Dentro de los paquetes que se ofrecen a los turistas, existe el tiempo necesario para que estos puedan asistir a cualquier restaurante de comida típica?



8. ¿Cree que con la implementación de este tipo de establecimientos, se logrará una mayor difusión de la comida típica ecuatoriana?

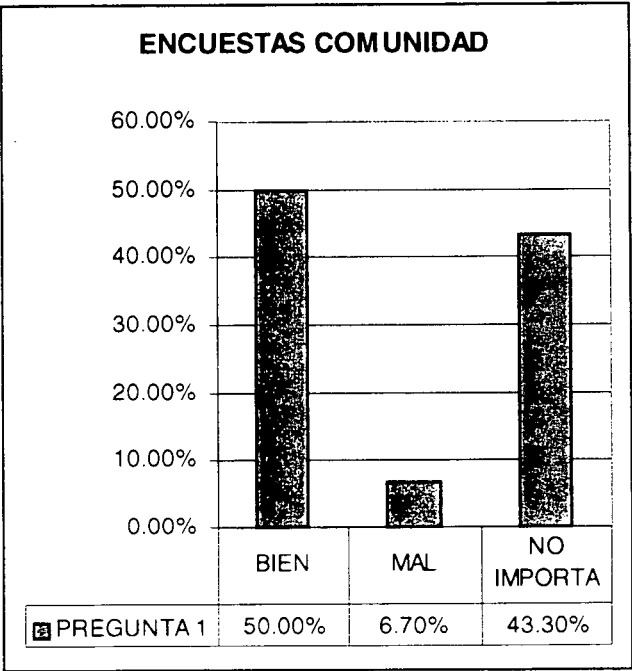


3.3. TABULACION: ENCUESTAS PARA LA COMUNIDAD.

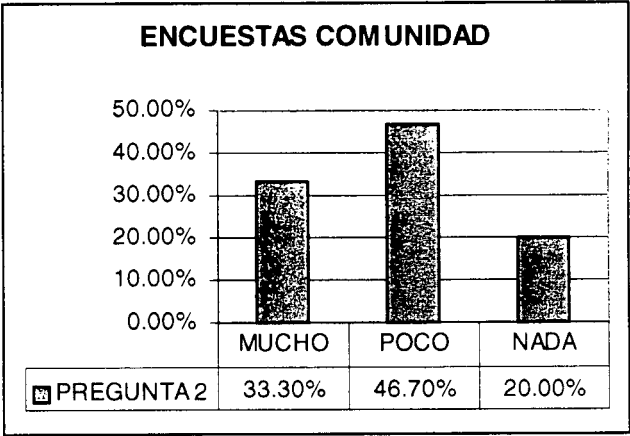
ANEXO #6.

RESULTADOS: Sobre la base de 30 encuestas realizadas a la comunidad involucrada.

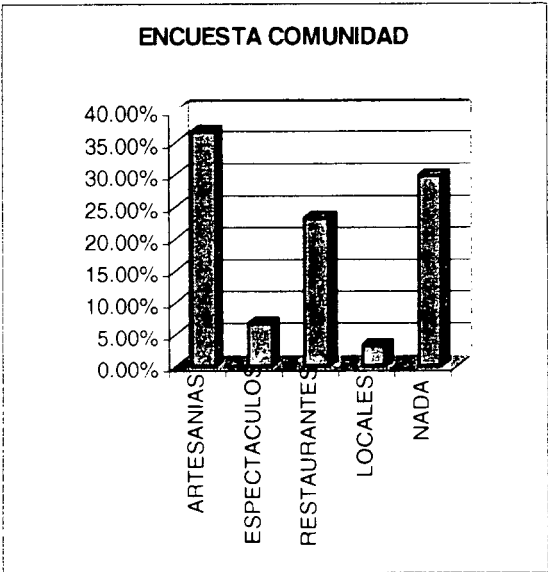
1. ¿Cómo ve usted al turista?



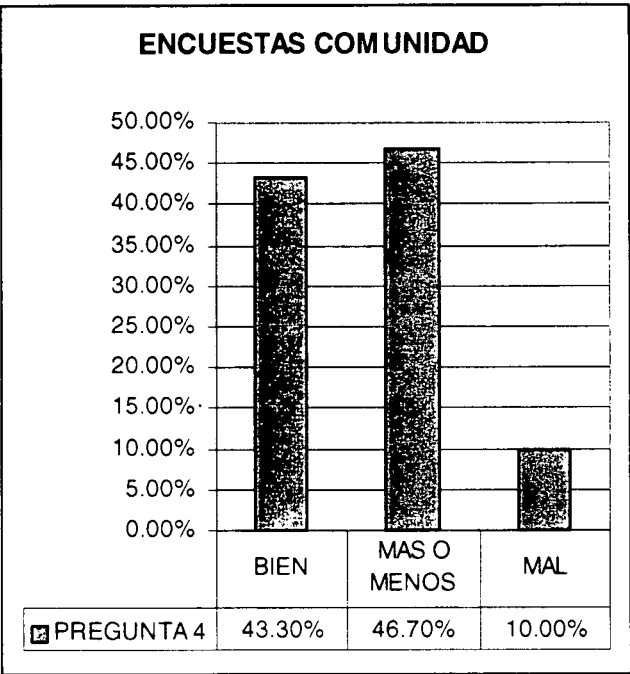
2. ¿Que beneficios le deja al sector la visita de turistas extranjeros?



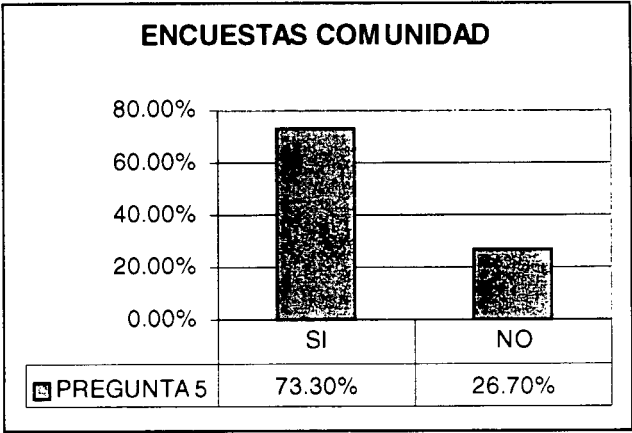
3. ¿Implementaría usted en el sector?



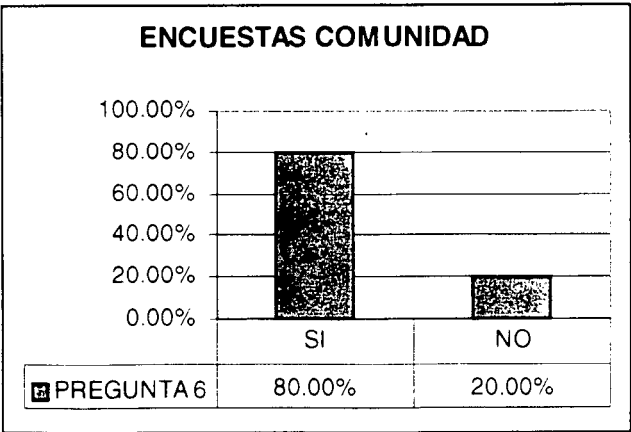
4. ¿Cómo ve usted los sitios ya establecidos?



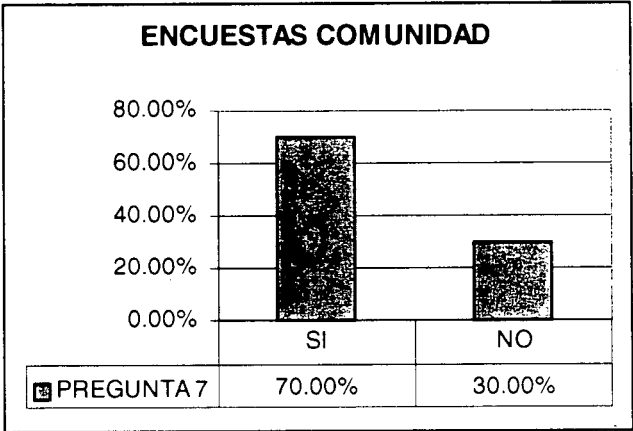
5. ¿Cree que sería conveniente para el sector de Guápulo y sus habitantes la incorporación de un restaurante de primera categoría, con especialidad en comida típica ecuatoriana?



6. ¿Cree usted que hace falta este tipo de establecimientos de alimentación en el sector?



7. ¿Cree usted que la incorporación de este tipo de establecimientos aportará positivamente a un mejor desarrollo de la zona?



3.4. ANALISIS.

- La gastronomía de un país siempre será un atractivo importante para el turista que la visita; pero es necesario además, ofrecer otras alternativas al consumidor.
- Escaso conocimiento sobre establecimientos gastronómicos de primera con especialidad en comida típica, en la ciudad de Quito.
- Es de gran importancia para el turista y nacional, la incorporación de restaurantes de primera con especialidad en comida típica ecuatoriana; en sitios considerados de atractivo turístico, como es el área de Guápulo.
- El papel que desempeñarán las agencias de viajes en el proyecto es significativo, pues ellos son el enlace directo entre los turistas y el establecimiento.
- El área de Guápulo (en especial el denominado “Mirador de Guápulo”), es el punto de partida del city – tour realizado por las agencias de viajes. Será para ello importante realizar un acuerdo con las agencias de viajes, con el fin de lograr un alto grado de afluencia de turistas al establecimiento.

- El aporte que dará el proyecto al mejoramiento de la calidad de los establecimientos de este tipo, como a un mayor grado de difusión de la gastronomía ecuatoriana, será importante y significativo para la sociedad en su conjunto.
- Alto grado de aceptación al turista por parte de la comunidad involucrada en el proyecto (Guápulo).
- Poco aporte económico deja el turista como beneficio para la comunidad. Para ello será necesario lograr un mayor grado de participación de la comunidad en el desarrollo del proyecto.
- Existencia de pocos establecimientos de calidad en el área de Guápulo.

CAP. IV
ANALISIS F.O.D.A.

4.1. FORTALEZAS.

- Establecimiento de primera categoría, por ende calidad del producto a ofrecer.
- Localización de este en un sitio de interés turístico.
- Especialidad en comida típica ecuatoriana.
- Infraestructura del local que mantiene las tradiciones impuestas en el área.
- Servicios complementarios a ofrecer, lo cual generará un mayor valor agregado del producto.
- Personal administrativo y de planta capacitado para cumplir su trabajo eficientemente.
- Variedad de materia primas existentes, necesarias para la fabricación de los platos.
- Seguridad del área (actual).

4.2. DEBILIDADES.

- Accesibilidad reducida hacia la zona de Guápulo.
- Falta de zonas de parqueos en el área.
- La comida a ofrecer (típica) debe ser pre - preparada, lo cual puede causar pérdidas cuando esta no fuere consumida.
- Limitación y calidad del transporte para el área.

4.3. OPORTUNIDADES.

- Reducida competencia en cuanto a restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica ecuatoriana, en la ciudad de Quito.
- Falta de restaurantes de primera en la zona de Guápulo.
- Mercado no explotado en su totalidad.
- Incremento de turistas que visitan el país, y por ende mayores oportunidades de negocios (alternativa).
- Promedio de estadía en la ciudad de los turistas nacionales y extranjeros.
- Incentivos y exoneraciones para las inversiones turísticas por parte del Estado.
- Significativo aporte de la actividad turística dentro de la economía nacional.
- Variedad de proveedores existentes en el mercado.

4.4. AMENAZAS.

- Competencia plenamente instalada en el mercado (Quito).
- Introducción de nuevos restaurantes de la misma categoría y especialidad en el mercado.
- Inestabilidad política – económica del país.
- Paridad cambiaria.

Con relación a los ambientes internos de la empresa, esta tiene capacidad de acción y puede tomar decisiones tratando de maximizar sus fortalezas y reducir o minimizar sus debilidades; con la finalidad de generar ventajas competitivas que le permitan crear una imagen positiva de la empresa, y una diferenciación de la competencia existente en el mercado.

En cuanto al ambiente externo, la empresa debe adecuarse a este, pues no tiene capacidad de acción ni poder para tomar decisiones, para lo cual se buscará aprovechar las oportunidades existentes, y proceder con cautela con las amenazas reinantes.

CAP. V

DETERMINACION DE LA LOCALIZACION



FUENTE: DIARIO EL COMERCIO. Sección B. 31-01-98. P.5.

5.1. ANTECEDENTES HISTORICOS.

El origen de la población de Guápulo se remonta a épocas prehispánicas. Su nombre proviene de las raíces quechuas: gua, que significa grande y, pululu que significa extremidades inferiores.

El sector es famoso por su santuario. Este santuario fue construido en 1598, a petición del fray Luís López Solís, quien era cuarto obispo de Quito. Este santuario se lo construyó para perennizar la devoción a la Virgen de Guadalupe, naciendo así el santuario de Nuestra Señora de Guadalupe de Guápulo.

El santuario de Guápulo influyó de gran manera en la ideología del pueblo quiteño, pues las peregrinaciones en honor a la aparición de la Virgen, son hasta la actualidad muy concurridas y celebradas.

“Pero el santuario no es el único atractivo de la parroquia. Todo el entorno tiene rincones sugerentes de gran potencial turístico.”¹

Vale aclarar que la iglesia que existe actualmente es una reconstrucción del siglo XVII. Dentro de ella encontramos una invalorable colección de pinturas de la Escuela Quiteña, especialmente de Samaniego, Miguel de Santiago y Goribar.

¹ Diario EL COMERCIO. Sección B. Quito, 31 de Enero de 1998. p. 5

“... Muy interesante –por su ubicación pintoresca, por su arquitectura y por sus obras de arte- el santuario de Guápulo (cerca del Hotel Quito, en el Norte).”²

Las primeras edificaciones que se establecieron en la zona fueron el santuario y la casa parroquial, es por ello que el proceso económico de la zona giraba con relación a la religión, principal actividad que se desarrollaba en este pueblo.

Existen edificaciones en el sector con más de cien años edad, evidencia de ello son las construcciones del santuario de Guápulo, su convento y la antigua Quinta de García Moreno. Estas obras son de especial atractivo turístico, que dan su toque original al sector.

Los terrenos aledaños al santuario eran de propiedad de la iglesia (en honor a la Virgen), pero por los años de 1900, el santuario entró en una época de poca economía, la cual la llevó a vender sus tierras. Se formaron así quintas, especialmente ubicadas en la zona determinada la Pata de Guápulo, conocida así hace veinte años, y que está formada por las laderas que separan la ciudad de Quito con el poblado de Guápulo. De esta manera, las tierras que antes constituían un solo cuerpo, se van fragmentando y vendiendo a diferentes dueños.

² CARPIO, J: Guía Turística del Ecuador, Ediciones La Golondrina, Cuenca – Ecuador, 1994, p.

En la década de los 70s, el sector sufrió el más grande crecimiento poblacional debido a la migración campesina a la ciudad, por la situación general en la que se encontraba el país. Es en este momento en el cuál se implantan una cantidad significativa de viviendas pobres, especialmente en la ladera Pata de Guápulo, pues el precio del terreno era barato y, el poblado se encontraba cerca de la capital.

La continua evolución de la ciudad de Quito ha influido en el sector, especialmente en lo referente a modificaciones arquitectónicas que constituían la esencia del área, rompiéndose así con la tradición que se ha impuesto con los tiempos.

Entre las más importantes edificaciones que se han mantenido con el tiempo, hay que resaltar dos de gran importancia, que no presentan una homogeneidad con el entorno: La Iglesia Monumental de Guápulo con su convento; y, la residencia del embajador de España.

5.2. UBICACIÓN GEOGRAFICA.

Guápulo se encuentra a 2690 metros sobre el nivel del mar y, a una distancia de dos kilómetros al este del sector céntrico de Quito. En la actualidad, la parroquia

de Guápulo es un sector que se encuentra dentro de los límites del área urbana y posee los servicios de infraestructura básica, esto es: agua potable, luz eléctrica, red de alcantarillado y red telefónica.

La atraktividad y afluencia turística que poseen estas zonas de interés históricos - culturales, posibilitan tomar acciones destinadas a una explotación turística adecuada.

“Las empresas especializadas en turismo deberán implementar políticas de intervención en estos sectores destinados a que este rubro sea parte conformante de la vida cotidiana del área sin que por ello se desvirtúe la dinámica intrínseca de Guápulo”.³

El movimiento económico que genera el turismo permitirá desarrollar de mejor manera las condiciones sociales–económicas de la población residente en el sector, priorizando de esta manera las políticas que incentiven el turismo y por ende la participación de los habitantes del sector.

“¿Qué le falta a Guápulo? Mayor promoción, sitios de descanso, buenos restaurantes (no hay uno en toda el área).”⁴

³ ILUSTRE MUNICIPIO DE QUITO. Planes parciales de áreas históricas. Quito, 1992. p. 76.

⁴ Diario EL COMERCIO. Sección B. Quito, 31 de Enero de 1998, p. 5.

5.2.1. NORMATIVAS MUNICIPALES PARA INTERVENCIONES EN LAS EDIFICACIONES.

Por encontrarse dentro de los límites correspondientes a sectores denominados centros históricos, y que se hallan bajo amparo de legislaciones especiales, las adecuaciones a realizar deberán estar condicionadas por políticas que las manejan. Para ello, encontramos normativas a las cuales se deben regir con relación a intervenciones en edificaciones.

El área de Guápulo tiene una tendencia hacia la vivienda, es por ello que se debe mantener las características del sector en función a la altura de la edificación, así como una intervención con materiales que sean compatibles con los existentes y que no causen una descaracterización urbana del sector, buscándose con ello la preservación urbana de áreas consideradas históricas.

En lo concerniente a la cubierta de la edificación, se deberá implementar el revestimiento tradicionalmente impuesto: es decir, de teja cerámica vidriada o natural.

En cuanto a la fachada de la edificación, esta deberá mantener un ritmo constante en lo que tiene que ver con las proporciones de las ventanas con las de paredes.

El color se ha generalizado en la zona con el uso de colores como: blanco, amarillo, rosa, verde, celeste, marrón y azul; para lo cual será necesario buscar colores adecuados que no rompan con los esquemas tradicionales de armonía. También tenemos la propuesta de la utilización de colores pasteles y cálidos, buscándose con ello dar una nueva imagen a este sector.

Se busca con este tipo de legislaciones especiales que renazca la arquitectura tanta monumental, civil o religiosa; con el fin de mantener el aspecto tradicional de Guápulo, y que el avance modernista que se impone no sea un producto nocivo para el sector.

CAP. VI

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El producto, como ya he mencionado, será un restaurante de primera categoría con especialidad en comida típica ecuatoriana; por lo tanto, lo que se estará ofreciendo estará destinado hacia un consumidor de recursos económicos medios y altos; pues la calidad del producto se compensará con un precio alto en el mercado.

El establecimiento se ubicará en la zona de Guápulo, para lo cual es importante recalcar que:

- Por encontrarse en un sitio de interés turístico, es fundamental defender la preservación de áreas consideradas históricas, no permitiendo una desigualdad con el entorno que le rodea.
- Existe en el área una variedad de edificaciones de particular atractivo histórico, además de su singular estilo colonial.
- El área de Guápulo tiene una propensión hacia la vivienda, debiéndose con la inclusión del proyecto, sostener las características del sector.
- Existe un aceptable grado de receptibilidad para la incorporación de nuevos establecimientos turísticos, por parte de los residentes del área de Guápulo.
- No existen establecimientos gastronómicos de este tipo en el área de Guápulo.

- Existe en el área: un hostel, un café – bar, y un establecimiento dedicado a las artes culturales.

Por lo tanto justifico en principio el desarrollo del proyecto propuesto en esta tesis.

6.1. ESPECIALIZACION GASTRONOMICA.

El restaurante a implementar con el proyecto propuesto, se especializará en un tipo de comida; la comida típica ecuatoriana. Con ello se buscará un mayor grado de eficiencia, reducir costos adicionales, reducir materiales y por ende una mejor diferenciación de la competencia.

Las encuestas realizadas nos permiten afirmar que, la gastronomía ecuatoriana es un complemento adicional al atractivo para el turista que visita el país y/o para el residente; y, su variedad permite tener un mayor campo de elección para el consumidor.

Es por ello, que dentro del menú a ofrecer en el restaurante, se realizará un selectivo seleccionamiento de la variedad gastronómica ecuatoriana.

especialmente platos típicos de la Costa y Sierra ecuatoriana, en cuanto a entradas, platos fuertes, postres y bebidas.

Considerando que no todos los turistas gustan de este tipo de comida, será necesario implementar platos y bebidas internacionales de acuerdo a la tendencia y, que permitan al turista tener una mayor variedad en cuanto al producto que se ofrece.

El turista americano, en su forma de ser y pensar, prefiere las comidas conocidas; y, especialmente franquicias existentes en el país. El europeo es más abierto que el americano, pero muchos prefieren productos conocidos y en particular especialidades de su país. El asiático en cambio es muy estilizado, y su preferencia se encamina hacia las comidas tradicionales.

6.2. DISEÑO DEL ESTABLECIMIENTO.

En cuanto a la infraestructura que debe poseer el restaurante, este deberá reunir todas las características necesarias para un local de su categoría, que permita una placentera estadía de sus exigentes clientes. Para ello, se deberá realizar una adecuada distribución del espacio en cuanto a los diferentes ambientes a estructurar.

En primer término se debe tener en cuenta que, a cada comensal se le han de aplicar 2 metros cuadrados de espacio físico, de acuerdo al Reglamento Hotelero, lo que responde a la categoría del local. Este espacio, en función de la cantidad de clientes, nos dará el espacio total, el cual se utilizará para el montaje de mesas y sillas (capacidad). En este espacio no se considera los aparadores, barra u otros elementos fijos, además del porcentaje de circulación, dejando con ello la amplitud necesaria para el paso del servicio.

En cuanto a los ambientes a implementar, se deberá estructurar espacios adecuados y cómodos tanto para el cliente como para el personal de servicio. Para ello será necesario adecuar una cocina amplia (50% al 60% del área del restaurante) para el desenvolvimiento normal del personal de cocina. El comedor deberá tener las dimensiones adecuadas para la placentera estadía de los clientes, y el fácil paso de los meseros.

El espacio destinado a la barra tendrá la amplitud necesaria para abarcar a un número adecuado de clientes que prefieran degustar de un licor con tranquilidad.

Es necesario para un local de esta categoría diseñar un área destinada como sala de espera, en el caso de que fuera necesario que el cliente aguarde por una mesa.

Para los eventos programados, como son los espectáculos continuos en el establecimiento, se estructurará un área propia que no interfiera con las otras y, si

es factible se incorporarán áreas externas que permitan una mayor comodidad. La caja será ubicada de acuerdo al esquema estratégico de funcionalidad dentro de la casa.

Existirá un lugar diseñado como vestuario de personal, con sus respectivos baños privados, para evitar el uso de aquellos destinados a los clientes. Existirá una salida propia para el personal, con el fin de prevenir el cruce con los clientes. A su vez, estas áreas estarán vinculadas con el área de cocina, bodega y servicios

La decoración que debe llevar el establecimiento, estará en función del estilo de la construcción, buscando guardar el paralelismo del establecimiento y su entorno. Por ser el área de Guápulo el lugar a establecer el recinto, la decoración y ornamentación irán en función de lo tradicionalmente expuesto en el sector, rescatando las costumbres de la zona.

La temperatura del local deberá ser agradable y sin olores, para lo cual es necesario implementar sistemas de ventilación (directa y/o mecánica) y de extractor de olores. El mobiliario estará en concordancia con el tipo y categoría del local, así también el menaje (vajilla, cubtería, cristalería y, mantelería). Además se darán otras facilidades necesarias para brindar un servicio de mejor calidad, servicios complementarios como: guardarropa, teléfono, etc.

6.3. PERSONAL.

En cuanto al personal de planta, este se regirá a una selección adecuada, pues deberá tener la capacidad necesaria para realizar su trabajo con eficiencia y calidad, teniendo en cuenta que los consumidores a los cuales se va a llegar, son consumidores exigentes, que pagarán un precio justo a cambio de un servicio de alta calidad.

Posteriormente en el estudio técnico especificaré la cantidad y el tipo de personal necesario en el establecimiento, tanto como personal de planta como personal administrativo.

6.3.1. GLOSARIO.

- **Administrador:** Persona que administra o dirige un establecimiento.
- **Barman:** Persona estudiada en preparación de bebida, que prepara y sirve tragos en el bar. Conoce los tipos de bebidas usadas en el bar. Además conoce sobre preparación de bebidas compuestas; y, el tipo de cristalería donde se debe servir cada bebida. Mozo de bar. Cantinero.

- **Cajero:** Persona que está al cuidado de la caja de un establecimiento. Responsable de la buena operación de las cajas situadas en bares, restaurantes, “room service”, y banquetes. Empleado que recibe los pagos y realiza los cambios.
- **Cocinero:** Persona preparada y que ha estudiado gastronomía, con experiencia en todas las áreas de la cocina. Es responsable de la preparación de los alimentos en la cocina, de las normas de calidad, de buen servicio a bajo costo; y, del adecuado funcionamiento de la cocina.
- **Garçon:** Persona que tiene como oficio atender las mesas. Toma las ordenes de comida a los clientes y sirve los alimentos a la mesa. Mesero.
- **Maitre:** Persona responsable del servicio a la mesa proporcionado en los restaurantes, bares o salones. Se encarga de sentar a los clientes en su mesa correspondiente o, acomodarlos en la sala de espera. Además, es la persona que supervisa el trabajo de los meseros.
- **Posillero:** Persona encargada de la limpieza de la vajilla y cristalería.
- **Segundo Cocinero o Ayudante de Cocina:** Asesora al cocinero en la elaboración de alimentos, prepara salsas, ayuda en las provisiones de

alimentos, mantiene limpio el lugar de trabajo, sustituye al cocinero cuando este se ausenta.

- **Servicio de mesa:** Servicio directo al cliente. Normalmente, es el mesero el encargado de atender en la mesa al cliente.
- **Tipos de servicio:** French service, American service, Club service, à la carte.

CAP. VII

ASPECTOS TECNICOS O INGENIERIA DEL PROYECTO

7.1. TAMAÑO DEL RESTAURANTE.

Según los resultados obtenidos en la investigación de mercados efectuada, se concluye que el tamaño adecuado para el restaurante a implementar a fin de atender a parte de la demanda insatisfecha en el mercado, sería de 60 personas.

Para ello se cree conveniente distribuir el restaurante de la siguiente manera:

AREA	# MESAS	# PERSONAS	CAPACIDAD
COMEDOR	15	4	60
BAR	1	8	8
CAPACIDAD TOTAL			68

El restaurante estará compuesto por dos áreas de uso para los clientes. El área de comedor tendrá una capacidad para 15 mesas bases de 2/4/6 personas; y, el área de bar con capacidad para 8/10 personas; lo cual nos da una capacidad total del establecimiento para 68 personas cómodamente sentadas.

En cuanto a la capacidad máxima de clientes que podría soportar este proyecto por día, no se puede especificar una cantidad exacta, pues el índice de rotación de mesas en un restaurante es variable (por ocupación y tiempo).

7.2. MATERIAS PRIMAS.

En primer término se debe tener en cuenta que las únicas materias primas a utilizar en el restaurante, serán los ingredientes necesarios para la fabricación de los diferentes platos y licores a ofrecer.

En comida, el costo promedio por plato es de \$9.700. Debemos tener en cuenta para una posterior fijación de precios, que el costo representa aproximadamente el 34% del precio establecido para el cliente. Entonces, el precio promedio por plato para la venta al público será de \$30.000.

En cuanto a las bebidas, se deberá fijar un precio cómodo y accesible para los clientes dependiendo de la cantidad en medidas que se puedan extraer de cada botella. Para ello se deberá tomar en cuenta que el costo promedio por envase es de alrededor del 25% del valor.

Como se puede observar, la utilidad económica que se produce por concepto de venta de bebidas es más alta a la rentabilidad producida por cocina, es por ello que en muchas ocasiones el bar llega a subsidiar en un gran porcentaje a cocina, lográndose con ello equiparar y distribuir de mejor manera los porcentajes de los ingresos.

7.3. MANO DE OBRA DIRECTA.

Para comenzar el proyecto, se ha estimado necesario contratar como personal de planta del restaurante a: un cocinero principal, un segundo cocinero o ayudante de cocina, un posillero, un barman, un cajero, tres meseros para el servicio de mesa; y, una persona destinada al aseo y limpieza del establecimiento.

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MINIMO
COCINERO	1	234,000
2º COCINERO	1	212,000
POSILLERO	1	212,000
BARMAN	1	234,000

Vale aclarar que, el segundo cocinero o ayudante de cocina, puede desempeñar además el papel de despachador de los platos, encargándose así de que estos salgan en perfectas condiciones para el consumo del cliente.

Este personal se irá adecuando según las necesidades que se vayan implantando por motivo de la demanda que se presente, sea esta mayor o menor a lo establecido.

7.4. MANO DE OBRA INDIRECTA.

Para el departamento administrativo, será necesario contratar los servicios de una secretaria y un contador que se ocupe del aspecto financiero del restaurante.

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MINIMO
CAJERO	1	221,000
MESERO	3	216,000
PERSONAL DE ASEO	1	110,000
ADMINISTRADOR	1	600,000
SECRETARIA	1	378,000
CONTADOR	1	500,000

Para los primeros años de funcionamiento del restaurante, será necesario contratar los servicios de un administrador, aunque esta función la puede realizar el propietario, con lo cual se lograría un control más regular y minucioso de lo que pasa en el establecimiento.

Se busca con ello reducir la mayor cantidad de costos (mientras sea posible), teniendo en cuenta que los primeros años de funcionamiento son los más difíciles para todos los involucrados en el proyecto.

7.5. EQUIPAMIENTO.

Dentro de lo correspondiente al equipamiento y adecuación del establecimiento, será necesario implementar maquinaria y equipos fundamentales para la óptima fabricación de los productos a ofrecer. Para ello, el establecimiento contará con:

7.5.1. EQUIPOS.

- Una cocina industrial (cuatro hornillas, plancha y freidora).
- Un extractor de humo.
- Sistema de extractor de olores.
- Un congelador para carnes.
- Una refrigeradora.
- Un enfriador para bebidas.
- Un microondas.
- Dos computadoras.
- Dos licuadoras.
- Una olla arrocera.

- Un batidor de mano.
- Una cafetera eléctrica.
- Un equipo de sonido.

7.5.2. MOBILIARIO.

- Una mesa de servicio para el personal de cocina (3m de largo por 1m de ancho).
- Adecuación de la barra del local.
- Setenta sillas para el comedor y el bar.
- Quince mesas.
- Tres escritorios.
- Dos aparadores.
- Adecuación de baños.

7.5.3. MENAJE.

- Utensilios de cocina y bar.
- Vajilla y cristalería necesaria para 60/90 personas.
- Mantelería.
- Servilletas.

7.5.4. DECORACION.

- Adecuación de pisos y paredes.
- Doce cuadros.
- Diez lámparas.
- Quince maceteros.

CAP. VIII

ESTUDIO FINANCIERO

RESTAURANTE		
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSIONES DEL PROYECTO	PERIODO PREOPERACIONAL	%
VALORES EN SUCRES		
ACTIVOS FIJOS		
TERRENOS	0	0.00%
EDIFICIOS	70,000,000	33.68%
MAQUINARIA Y EQUIPOS	54,733,200	26.34%
MUEBLES Y ENSERES	15,070,000	7.25%
VEHICULOS	0	0.00%
MENAJE	38,060,000	18.31%
CUADROS	12,820,000	6.17%
LAMPARAS	3,550,000	1.71%
OTROS	250,000	0.12%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	194,483,200	93.58%
ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTOS DE CONSTITUCION	3,000,000	1.44%
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	1,500,000	0.72%
IMPUESTOS SOLCA Y UNIFICADO	4,139,797	1.99%
OTROS GASTOS	0	0.00%
GASTOS PROMOCION	3,000,000	1.44%
INTERESES PREOPERACIONALES	0	0.00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	11,639,797	5.60%
CAPITAL DE TRABAJO		
CAPITAL DE TRABAJO	1,698,263	0.82%
TOTAL INVERSIONES	207,821,261	100%
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
PRESTAMO DE LARGO PLAZO	159,222,971	77%
CAPITAL SOCIAL	48,598,290	23%
TOTAL FINANCIAMIENTO	207,821,261	100%

RESTAURANTE				
ESTUDIO DE MERCADO				
VENTAS EN UNIDADES				
	DE 1 A 12-1999	DE 1 A 12-2000	DE 1 A 12-2001	DE 1 A 12-2002
PRODUCTOS				
PLATO 1	3,600	3,780	3,969	4,167
PLATO 2	2,880	3,024	3,175	3,334
PLATO 3	4,320	4,536	4,763	5,001
PLATO 4	2,520	2,646	2,778	2,917
PLATO 5	1,800	1,890	1,985	2,084
PRECIOS				
PRECIO UNITARIO PLATO 1	25,000	25,000	25,000	25,000
PRECIO UNITARIO PLATO 2	25,000	25,000	25,000	25,000
PRECIO UNITARIO PLATO 3	8,000	8,000	8,000	8,000
PRECIO UNITARIO PLATO 4	35,000	35,000	35,000	35,000
PRECIO UNITARIO PLATO 5	15,000	15,000	15,000	15,000
INGRESOS POR VENTAS				
	441,360,000	463,428,000	486,599,400	510,929,370

REQUERIMIENTOS DE CAPITAL DE TRABAJO		
CICLO DE OPERACION (EN DIAS):		
STOCK DE MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES	8	DIAS
STOCK DE PRODUCTOS EN PROCESO	1	DIAS
STOCK DE PRODUCTOS TERMINADOS	1	DIAS
PERIODO DE CREDITO SOBRE VENTAS	0	DIAS
PERIODO DE CREDITO DE PROVEEDORES	15	DIAS
% PROD.PROD. COSTO DE FABRIC.	98	

RESTAURANTE

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Valores en sures					
	DE: 1 A 12-1999	%	DE: 1 A 12- 2.000	%	DE: 1 A 12-2.001
VENTAS NETAS	441,360,000	100.0%	463,428,000	100.0%	486,599,400
COSTO DE VENTAS (ANEXO A)	243,982,731	55.3%	252,183,548	54.4%	259,421,183
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	197,377,269	44.7%	211,244,452	45.6%	227,178,217
GASTOS DE VENTAS	0	0.0%	0	0.0%	0
GASTOS DE ADMINISTRACION	96,931,959	22.0%	96,931,959	20.9%	96,931,959
UTILIDAD EN OPERACION	100,445,309	22.8%	114,312,492	24.7%	130,246,257
GASTOS FINANCIEROS	84,388,175	19.1%	80,168,766	17.3%	63,291,131
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	16,057,135	3.6%	34,143,726	7.4%	66,955,127
15 % PARTICIPACION LABORAL	2,408,570	0.5%	5,121,559	1.1%	10,043,269
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	13,648,565	3.1%	29,022,167	6.3%	56,911,858
IMPUESTO A LA RENTA (25 %)	3,412,141	0.8%	7,255,542	1.6%	14,227,964
UTILIDAD (PERDIDA) EN EL EJERCICIO	10,236,424	2.32%	21,766,626	4.70%	42,683,893
ANALISIS DE RENTABILIDAD					
SOBRE VENTAS	2.32%		4.70%	8.77%	
	4.93%		10.47%	20.54%	
SOBRE LA INVERSION					

RESTAURANTE					
ANEXO A					
		DE 1 A 12-1999	DE 1 A 12- 2000	DE 1 A 12-2001	DE 1 A 12-2002
COSTO DE VENTAS					
MATERIA PRIMA CONSUMIDA		137,707,200	144,592,560	151,822,188	159,413,297
MANO DE OBRA DIRECTA		34,800,000	34,800,000	34,800,000	34,800,000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		72,822,992	72,830,703	72,838,800	72,847,302
COSTO DE FABRICACION		245,330,192	252,223,263	259,460,988	267,060,599
INV. INIC. PRODUCTOS EN PROCESO		0	667,843	686,608	706,310
INV. FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO		667,843	686,608	706,310	726,998
COSTO DE PRODUCCION		244,662,349	252,204,499	259,441,285	267,039,911
INV. INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS		0	679,618	700,568	720,670
INV. FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS		679,618	700,568	720,670	741,778
COSTO DE VENTAS		243,982,731	252,183,548	259,421,183	267,018,804

RESTAURANTE					
COSTOS Y GASTOS					
		DE 1 A 12-1999	DE 1 A 12- 2000	DE 1 A 12-2001	DE 1 A 12-2002
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					
MÁNO DE OBRA INDIRECTA		37,680,000	37,680,000	37,680,000	37,680,000
MATERIALES		151,200	158,760	166,698	175,033
SUMINISTROS		7,024,000	7,024,000	7,024,000	7,024,000
REPARACION Y MANTENIMIENTO		724,200	724,200	724,200	724,200
SEGUROS		724,200	724,200	724,200	724,200
IMPREVISTOS		926,072	926,223	926,382	926,549
REGALIAS		0	0	0	0
DEPRECIACION		25,593,320	25,593,320	25,593,320	25,593,320
TOTAL COSTOS IND. DE FABRICACION		72,822,992	72,830,703	72,838,800	72,847,302
GASTOS DE VENTAS					
REMUNERACIONES		0	0	0	0
COMISIONES SOBRE VENTAS		0	0	0	0
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD		0	0	0	0
GASTOS DE TRANSPORTE		0	0	0	0
MANTENIMIENTO		0	0	0	0
DEPRECIACIONES		0	0	0	0
TOTAL GASTOS DE VENTAS		0	0	0	0
GASTOS DE ADMINISTRACION					
SUELDOS		26,400,000	26,400,000	26,400,000	26,400,000
GASTOS DE OFICINA		5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
MOVILIZACION Y VIATICOS		0	0	0	0
CUOTAS Y SUSCRIPCIONES		2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
ARRIENDOS DE OFICINA		55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000
HONORARIOS DE AUDITORIA		0	0	0	0
DEPRECIACION		5,704,000	5,704,000	5,704,000	5,704,000
AMORTIZACION: ACTIVOS DIFERIDOS		2,327,959	2,327,959	2,327,959	2,327,959
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION		96,931,959	96,931,959	96,931,959	96,931,959

RESTAURANTE					
FLUJO DE CAJA					
Valores en miles					
	OPERACIONAL	DE 1 A 12-1999	DE 1 A 12-2000	DE 1 A 12-2001	DE 1 A 12-2002
A INGRESOS OPERACIONALES					
RECUPERACION DE VENTAS AL CONSUMIDOR		441,360,000	463,428,000	486,599,400	510,929,370
RECUPERACION DE VENTAS A CREDITO		0	0	0	0
TOTAL RECUPERACION DE VENTAS		441,360,000	463,428,000	486,599,400	510,929,370
B EGRESOS OPERACIONALES					
PAGO A PROMOTORES DE MUESTRAS, PRIMAS Y MAT.	3,053,520	137,858,400	144,751,320	151,988,886	159,588,330
MAN DE OBRA DIRECTA	0	34,800,000	34,800,000	34,800,000	34,800,000
MAN DE OBRA INDIRECTA	0	37,680,000	37,680,000	37,680,000	37,680,000
GASTOS DE VENTAS	0	0	0	0	0
GASTOS DE ADMINISTRACION	(1,234,722)	88,900,000	88,900,000	88,900,000	88,900,000
CUESTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	(130,534)	9,398,472	9,398,623	9,398,782	9,398,949
	1,698,263	308,636,872	315,529,943	322,767,668	330,367,279
C FLUJO OPERACIONAL (A - B)	(1,688,263)	132,723,128	147,898,057	163,831,732	180,562,091

D. INGRESOS NO OPERACIONALES									
CREDITOS A CONTRAFARSI- A CORTO PLAZO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CREDITOS A CONTRAFARSI- A LARGO PLAZO	159,222,971	0	0	0	0	0	0	0	0
APORTES EN TITULAS CAPITALIZACIONES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
APORTES DE CAPITAL	48,598,290	0	0	0	0	0	0	0	0
RECUPERACION DE INVERSIONES TEMPORALES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RECUPERACION DE OTROS ACTIVOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	207,821,261	0	0	0	0	0	0	0	0
E. EGRESOS NO OPERACIONALES									
PAGO DE INTERESES	0	84,388,175	80,168,766	63,291,131					46,413,496
PAGO DE CREDITOS DE CORTO PLAZO	0	0	0	0					0
PAGO DE CREDITOS DE LARGO PLAZO	0	0	31,844,594	31,844,594					31,844,594
PAGO PARTICIPACION DE UTILIDADES	0	0	2,408,570	5,121,559					10,043,269
PAGO DE IMPUESTOS	0	0	3,412,141	7,255,542					14,227,964
REPARTO DE DIVIDENDOS	0	0	0	0					0
ADQUISICION DE INVERSIONES TEMPORALES	0	0	0	0					0
ADQUISICION DE ACTIVOS FIJOS:									
TERRENOS	0	0	0	0					0
EDIFICIOS	70,000,000	0	0	0					0
MAQUINARIA Y EQUIPOS	54,733,200	0	0	0					0
MUEBLES Y ENSERES	15,070,000	0	0	0					0
VEHICULOS	0	0	0	0					0
MENAJE	38,060,000	0	0	0					0
OTROS ACTIVOS FIJOS	16,620,000	0	0	0					0
OTROS EGRESOS	0	0	0	0					0
CARGOS DIFERIDOS	11,639,797								
	206,122,997	84,388,175	117,834,071	107,512,826					102,529,324
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	1,698,263	(84,388,175)	(117,834,071)	(107,512,826)					(102,529,324)
G. FLUJO NETO GENERAL (C+F)	0	48,334,953	30,063,985	56,318,906					78,032,768
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0	0	48,334,953	78,398,939					134,717,845
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	0	48,334,953	78,398,939	134,717,845					212,750,613

RESTAURANTE
ACTIVOS FIJOS

TERRENO Y CONSTRUCCIONES

ACTIVOS	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TERRENOS	0	m2	0	0
CONSTRUCCIONES:				
FABRICA	0	m2	0	0
EDIFICIO ADMINISTRATIVO	0	m2	0	0
CERRAMIENTO	0	m	0	0
PARQUEADEROS	0	m2	0	0
VIAS DE ACCESO	0	m2	0	0
ADECUACIONES	100	m2	700.000	70.000.000
OTROS	0		0	0
OTROS	0		0	0
OTROS	0		0	0
OTROS	0		0	0
OTROS	0		0	0
TERRENO Y CONSTRUCCIONES	0		0	70.000.000

MAQUINARIA Y EQUIPOS

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	1	36,210,000	36,210,000
INSTALACION Y MONTAJE	1	4,000,000	4,000,000
EQUIPOS DE OFICINA	1	13,450,000	13,450,000
EQUIPOS DE LABORATORIO	0	0	0
OTROS	0	0	0
REPUESTOS Y ACCESORIOS	1	1,073,200	1,073,200
MAQUINARIA Y EQUIPOS			54,733,200

OTROS ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	15,070,000
MENAJE	38,060,000
VEHICULOS	0
CUADROS	12,820,000
LAMPARAS	3,550,000
OTROS	250,000
TOTAL OTROS ACTIVOS	69,750,000

RESTAURANTE

MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS					
PLATO 1	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL COSTO	
ALIMENTOS	UNIDAD	1	8,250.0	8,250.0	
MATERIA PRIMA 2	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 3	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 4	UNIDAD	0	.0	.0	
				8,250	
PLATO 2	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL COSTO	
ALIMENTOS	UNIDAD	1	7,590.0	7,590.0	
MATERIA PRIMA 2	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 3	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 4	UNIDAD	0	.0	.0	
				7,590	
PLATO 3	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL COSTO	
ALIMENTOS	UNIDAD	1	11,550.0	11,550.0	
MATERIA PRIMA 2	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 3	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 4	UNIDAD	0	.0	.0	
				11,550	
PLATO 4	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL COSTO	
ALIMENTOS	UNIDAD	1	10,850.0	10,850.0	
MATERIA PRIMA 2	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 3	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 4	UNIDAD	0	.0	.0	
				10,850	
PLATO 5	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL COSTO	
ALIMENTOS	UNIDAD	1	4,950.0	4,950.0	
MATERIA PRIMA 2	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 3	UNIDAD	0	.0	.0	
MATERIA PRIMA 4	UNIDAD	0	.0	.0	
				4,950	
MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS (TOTAL)			151,822.188	159,413.297	

MANO DE OBRA DIRECTA			
DENOMINACION	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
1º COCINERO	1	750.000	9.000.000
2º COCINERO	1	700.000	8.400.000
POSILLERO	1	700.000	8.400.000
BARMAN	1	750.000	9.000.000
OTROS	0	0	0
OTROS	0	0	0
OTROS	0	0	0
OTROS	0	0	0
OTROS	0	0	0
OTROS	0	0	0
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	4		34.800.000

COSTOS

INDIRECTOS DE FABRICACION

A. MANO DE OBRA INDIRECTA			
DENOMINACION	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
MESEROS	3	680.000	24.480.000
CAJERO	1	700.000	8.400.000
PERSONAL ASEO	1	400.000	4.800.000
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL MANO DE OBRA INDI.	5		37.680.000

B. MATERIALES INDIRECTOS

PLATO 1			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SEVILLETAS PAPEL	2	5	10
CAJAS	0	0	0
	0	0	0
TOTAL MATERIALES INDI.		5	10

PLATO 2			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SERVILLETAS PAPEL	2	5	10
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL MATERIALES INDI.		5	10

PLATO 3			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SERVILLETAS PAPEL	2	5	10
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL MATERIALES INDI.		5	10

PLATO 4			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SERVILLETAS PAPEL	2	5	10
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL MATERIALES INDI.		5	10

PLATO 5			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SERVILLETAS PAPEL	2	5	10
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL MATERIALES INDI.		5	10

C. SUMINISTROS			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ENERGIA ELECTRICA	1	4,032,000	4,032,000
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES	1	2,800,000	2,800,000
AGUA (m3)	1	192,000	192,000
	0	0	0
TOTAL SUMINISTROS			7,024,000

D. REPARACION Y MANTENIMIENTO			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	36,210,000	2%	724,200
EDIF. Y CONSTRUCCIONES	0	1%	0
	0	0	0
TOTAL REPARACION Y MANT.			724,200

E. SEGUROS			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	36,210,000	2%	724,200
EDIF. Y CONSTRUCCIONES	0	2%	0
	0	0	0
TOTAL SEGUROS			724,200

F. IMPREVISTOS			
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
IMPREVISTOS	46,303,600	2%	926,072
TOTAL IMPREVISTOS			926,072

G. REGALIAS				
DENOMINACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
REGALIAS	0	0	0	
TOTAL REGALIAS			0	

H. DEPRECIACION				
DENOMINACION	COSTO	VIDA UTIL	VALOR ANUAL	
EDIFICIOS Y CONSTRUCCIONES	70,000,000	20	3,500,000	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	54,733,200	10	5,473,320	
VEHICULOS	0	5	0	
CUADROS	12,820,000	1	12,820,000	
LAMPARAS	3,550,000	1	3,550,000	
OTROS	250,000	1	250,000	
	0	0	0	
	0	0	0	
	0	0	0	
	0	0	0	
TOTAL DEPRECIACION			25,593,320	

RESTAURANTE

TABLA DE PAGOS

MONTO DEL PRESTAMO		159,222,970.8	SUCRES		
PLAZO EN AÑOS					
PERIODO DE GRACIA (AÑOS)					
FORMA DE PAGO					
INTERES					
FECHA INICIO DE PLAZO		04-Ene-1998			
VENCIMIENTO	CAPITAL	INTERES	CUOTA NOMINAL	SALDO	
03-Jul-1998	0	42,194,087	42,194,087	159,222,971	
30-Dic-1998	0	42,194,087	42,194,087	159,222,971	
28-Jun-1999	15,922,297	42,194,087	58,116,384	143,300,674	
25-Dic-1999	15,922,297	37,974,679	53,896,976	127,378,377	
22-Jun-2000	15,922,297	33,755,270	49,677,567	111,456,080	
19-Dic-2000	15,922,297	29,535,861	45,458,158	95,533,782	
17-Jun-2001	15,922,297	25,316,452	41,238,749	79,611,485	
14-Dic-2001	15,922,297	21,097,044	37,019,341	63,689,188	
12-Jun-2002	15,922,297	16,877,635	32,799,932	47,766,891	
09-Dic-2002	15,922,297	12,658,226	28,580,523	31,844,594	
07-Jun-2003	15,922,297	8,438,817	24,361,115	15,922,297	
04-Dic-2003	15,922,297	4,219,409	20,141,706	(0)	
01-Jun-2004	0	(0)	(0)	(0)	
28-Nov-2004	0	(0)	(0)	(0)	
27-May-2005	0	(0)	(0)	(0)	
23-Nov-2005	0	(0)	(0)	(0)	
22-May-2006	0	(0)	(0)	(0)	
18-Nov-2006	0	(0)	(0)	(0)	
17-May-2007	0	(0)	(0)	(0)	
13-Nov-2007	0	(0)	(0)	(0)	
11-May-2008	0	(0)	(0)	(0)	
07-Nov-2008	0	(0)	(0)	(0)	
06-May-2009	0	(0)	(0)	(0)	
02-Nov-2009	0	(0)	(0)	(0)	
01-May-2010	0	(0)	(0)	(0)	
	159,222,971	316,455,654	475,678,625	0	

GASTOS

DE ADMINISTRACION

GASTOS DE PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRADOR	1	600,000	7,200,000
SECRETARIA	1	800,000	9,600,000
CONTADOR	1	800,000	9,600,000
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	3		26,400,000
GASTOS DE OFICINA		5,000,000	5,000,000
MOVILIZACION Y VIATICOS		0	0
CUOTAS Y SUSCRIPCIONES		2,500,000	2,500,000
ARRIENDOS DE OFICINA		55,000,000	55,000,000
HONORARIOS DE AUDITORIA		0	0
SEGUROS		0	0
DEPRECIACION:			
MUEBLES Y ENSERES		3,014,000	3,014,000
EQUIPOS DE OFICINA		2,690,000	2,690,000
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS		2,327,959	2,327,959
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			96,931,959

CRITERIOS
DE EVALUACION
DE PROYECTOS

RESTAURANTE				DE: 1 A 12-2,002									
TASA INTERNA DE RETORNO		PRE OPERACIONAL		DE: 1 A 12-1999		DE: 1 A 12-2,000		DE: 1 A 12-2,001		DE: 1 A 12-2,007		DE: 1 A 12-10	
INVERSION FIJA		(194,483,200)											
INVERSION DIFERIDA		(11,639,797)											
CAPITAL DE TRABAJO PERMANENTE		(1,698,263)											
FLUJO OPERACIONAL				132,723,128		147,898,057		163,831,732		180,562,091		180,562,091	
VALOR DE RECUPERACION													
INVERSION FIJA												83,330,960	
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL												1,698,263	
		(207,821,261)		132,723,128		147,898,057		163,831,732		180,562,091		265,591,314	
TIR:		72.03%											

RESTAURANTE									
VALOR ACTUAL NETO									
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	VAN	VAN	VAN	VAN	VAN	VAN	VAN	VAN
	(PRETUITOS (CONSTANTES))	62.03%	67.03%	72.03%	77.03%	82.03%			
PREOPERACIONAL	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)	(207,821,261)
DE 1 A 12-1999	132,723,128	81,913,786	79,461,686	77,152,127	74,973,031	72,913,647			
DE 1 A 12-2.000	147,898,057	56,335,641	53,013,295	49,976,410	47,193,195	44,636,167			
DE 1 A 12-2.001	163,831,732	38,514,937	35,158,595	32,181,175	29,530,676	27,163,433			
DE 1 A 12-2.002	180,562,091	26,197,999	23,199,105	20,617,298	18,384,863	16,446,573			
DE 1 A 12-2.003	180,562,091	16,168,827	13,889,365	11,984,862	10,385,296	9,035,197			
DE 1 A 12-2.004	180,562,091	9,979,043	8,315,599	6,966,816	5,866,476	4,963,635			
DE 1 A 12-2.005	180,562,091	6,158,845	4,978,571	4,049,819	3,313,872	2,726,855			
DE 1 A 12-2.006	180,562,091	3,801,103	2,980,684	2,354,165	1,871,950	1,498,043			
DE 1 A 12-2.007	180,562,091	2,345,957	1,784,543	1,368,479	1,057,433	822,975			
DE 1 A 12-2.008	265,591,314	2,129,697	1,571,540	1,170,110	878,615	665,022			
		35,724,575	16,531,724	0	(14,365,854)	(26,949,714)			

RESTAURANTE	
FLUJO NETO DE CAJA POR UNIDAD MONETARIA DE INVERSION	
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL (PRECIOS CONSTANTES)
PREOPERACIONAL	(207,821,261)
DE 1 A 12-1999	132,723,128
DE 1 A 12- 2.000	147,898,057
DE 1 A 12-2.001	163,831,732
DE 1 A 12-2.002	180,562,091
DE 1 A 12-2,003	180,562,091
DE 1 A 12-2,004	180,562,091
DE 1 A 12-2,005	180,562,091
DE 1 A 12-2,006	180,562,091
DE 1 A 12-2,007	180,562,091
DE 1 A 12-2,008	265,591,314
	1,793,416,778
R = FLUJO NETO INVERSION	
R = 9	

RESTAURANTE	
FLUJO NETO DE CAJA PROMEDIO POR UNIDAD MONETARIA DE INVERSION	
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL (PRECIOS CONSTANTES)
PREOPERACIONAL	(207,821,261)
DE 1 A 12-1999	132,723,128
DE 1 A 12- 2.000	147,898,057
DE 1 A 12-2.001	163,831,732
DE 1 A 12-2.002	180,562,091
DE 1 A 12-2.003	180,562,091
DE 1 A 12-2.004	180,562,091
DE 1 A 12-2.005	180,562,091
DE 1 A 12-2.006	180,562,091
DE 1 A 12-2.007	180,562,091
DE 1 A 12-2.008	265,591,314
	1,793,416,778
R = FLUJO NETO / N INVERSION	
R = 0.0639	

RESTAURANTE				
PERIODO REAL DE RECUPERACION DE LA INVERSION				
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL (PRECIOS CONSTANTES)	SUMATORIA FLUJO NETO	PRR = n HASTA QUE SUM (FNC) = INVERSION	
PREOPERACIONAL	(207,821,261)			
DE 1 A 12-1999	132,723,128	132,723,128		
DE 1 A 12-2.000	147,898,057	280,621,185	1.44	AÑOS
DE 1 A 12-2.001	163,831,732	444,452,917		
DE 1 A 12-2.002	180,562,091	625,015,008		
DE 1 A 12-2.003	180,562,091	805,577,099		
DE 1 A 12-2.004	180,562,091	986,139,190		
DE 1 A 12-2.005	180,562,091	1,166,701,281		
DE 1 A 12-2.006	180,562,091	1,347,263,372		
DE 1 A 12-2.007	180,562,091	1,527,825,463		
DE 1 A 12-2.008	265,591,314	1,793,416,778		

RESTAURANTE			
TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO			
	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
ACCIONISTAS	23.4%	65.0%	15.20%
CREDITO	76.6%	53.0%	40.61%
TMAR GLOBAL			55.81%

RESTAURANTE
PUNTO DE EQUILIBRIO
VENTAS = PRECIO X CANTIDAD C. FIJOS + C. VARIABLES + UTILIDAD = VENTAS PUNTO DE EQUILIBRIO, LA UTILIDAD = 0
PRECIO X CANTIDAD = C.FIJOS + C. VARIABLES $P \times Q = CF + CV$ $Q = \frac{CF + CV}{P}$

COSTOS FIJOS	DE 1 A 12-1999 VALORES	PORCENTAJES
MANO DE OBRA DIRECTA	34.800.000	8.11%
MANO DE OBRA INDIRECTA	37.680.000	8.78%
REPARACION Y MANTENIMIENTO	724.200	0.17%
SEGUROS	724.200	0.17%
IMPREVISTOS	926.072	0.22%
DEPRECIACION Y AMORTIZACION	27.921.279	6.51%
GASTOS DE VENTAS	0	0.00%
GASTOS DE ADMINISTRACION	96.931.959	22.60%
GASTOS FINANCIEROS	84.388.175	19.67%
TOTAL COSTOS FIJOS	284,095,885	66.23%
COSTOS VARIABLES		
MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS	137.707.200	32.10%
SUMINISTROS	7.024.000	1.64%
MATERIALES	151.200	0.04%
TOTAL COSTOS VARIABLES	144,882,400	33.77%
PUNTO DE EQUILIBRIO:		
UNIDADES	14,696	97.2%
VALORES	428,978,285	97.2%

COSTO UNITARIO DE PRODUCCION					
VALORES EN S/	PLATO1	PLATO2	PLATO3	PLATO4	PLATO5
MATERIAS PRIMAS CONSUMIDAS	8,250	7,590	11,550	10,850	4,950
MANO DE OBRA DIRECTA	2,302	2,302	2,302	2,302	2,302
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	4,816	4,816	4,816	4,816	4,816
UNIDADES PRODUCIDAS	3,600	2,880	4,320	2,520	1,800
COSTO UNITARIO DE PRODUCCION	15,368	14,708	18,668	17,968	12,068
GASTOS DE VENTAS	0	0	0	0	0
GASTOS DE ADMINISTRACION	6,411	6,411	6,411	6,411	6,411
GASTOS FINANCIEROS	5,581	5,581	5,581	5,581	5,581
	11,992	11,992	11,992	11,992	11,992
COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO	27,360	26,700	30,660	29,960	24,060
PRECIO DE VENTA	25,000	25,000	38,000	35,000	15,000
MARGEN DE UTILIDAD	-9.4%	-68%	19.3%	14.4%	-60.4%

CAP. IX
MARCO LEGAL

9.1. CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA.

Para la estructuración social de la empresa, el tipo de compañía que más se adapta a nuestras necesidades es la limitada. Entre sus principales características tenemos:

- La compañía de responsabilidad limitada, se contrae entre tres o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y, hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.
- Para constituir este tipo de compañías, se requiere por lo mínimo la participación de tres socios y, no podrá funcionar con un máximo de quince socios.
- No se puede constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada entre padres e hijos no emancipados, ni entre cónyuges.
- Para que una persona pueda intervenir en la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada, se requiere de capacidad civil para contratar.

- El capital estará representado por participaciones que podrán transferirse por acto entre vivos, en beneficio de uno u otros socios de la Compañía o de terceras personas, pero teniendo el consentimiento unánime del capital social.
- El capital de una Compañía Limitada, estará formado por las aportaciones de los socios y no será menor a dos millones de sucres, con el pago del 50%.
- Estas aportaciones pueden ser en numerario o en especie (bienes muebles o inmuebles) que correspondan a la actividad de la Compañía.
- Los aportes en numerario (moneda), se depositarán en una cuenta de Integración de Capital, que será abierta en un banco a nombre de la Compañía. Los certificados de depósito de tales aportes irán adjuntos con la escritura correspondiente. Constituida la Compañía, el banco pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores de la compañía.
- Si la aportación fuere en especie, en la escritura correspondiente se hará constatar el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la Compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.
- En este tipo de Compañías, el capital no podrá estar representado por títulos negociables, nominativos, a la orden o al portador, y estará dividido en participaciones iguales, acumulativas e indivisibles.
- La Compañía formará un fondo de reserva hasta que la compañía alcance por lo menos el veinte por ciento del capital social.

- Para efectos fiscales y tributarios, este tipo de compañías son sociedades de capital.
- El principio de existencia de este tipo de compañías es mediante la fecha de inscripción en el Registro Mercantil.

Dentro de los trámites constitutivos para una Compañía Limitada, tenemos:

1. Otorgamiento de la escritura pública de constitución.
2. Aprobación de la escritura de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías.
3. Inscripción en el Registro Mercantil de la escritura constitutiva y de la resolución aprobatoria.

Además, existe otro tipo de trámites conexos que se deben realizar:

1. Previamente a la constitución de la Compañía, debe obtenerse la aprobación del nombre de la misma, por parte de la Superintendencia de Compañías.
2. Publicación en la prensa de un extracto de la escritura constitutiva.
3. Depósito bancario de los aportes en numerario (Cuenta de integración de capital).
4. Afiliación de la Compañía a una de las Cámaras de Producción (Cámara de Turismo de Pichincha).
5. Obtención de la patente municipal.
6. Obtención del Registro Unico de Contribuyentes (R.U.C.).

7. Inscripción de los nombramientos de los administradores de la Compañía en el Registro Mercantil.
8. Inscripción de la transferencia de dominio de los bienes inmuebles aportados a la Compañía en el Registro de la Propiedad.

9.1.1. DERECHOS DE LOS SOCIOS.

- Los socios pueden intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de un representante. Para efectos de votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto.
- Cada socio podrá recibir los beneficios que le corresponden, a prorrata de la participación social pagada.
- El socio no está obligado a devolver los importes que en concepto de ganancias haya obtenido de buena manera; pero, si las cantidades no corresponden a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía.
- No pueden ser obligados al aumento de su capital social.

9.1.2. OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.

Dentro de las obligaciones más importantes que tienen los socios, tenemos:

- El socio deberá pagar a la compañía la participación suscrita en el contrato. Si no lo hiciere en el plazo estipulado en el contrato, la compañía podrá deducir las acciones.
- El socio deberá cumplir los deberes que a los socios impusiere en el contrato social.
- El socio deberá abstenerse de realizar actos que impliquen injerencia en la administración.
- El socio deberá responder ante terceros por falta de publicación e inscripción del contrato social.
- Las responsabilidades de los socios se limitarán al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social.

9.1.3. CONTRATOS LABORALES.

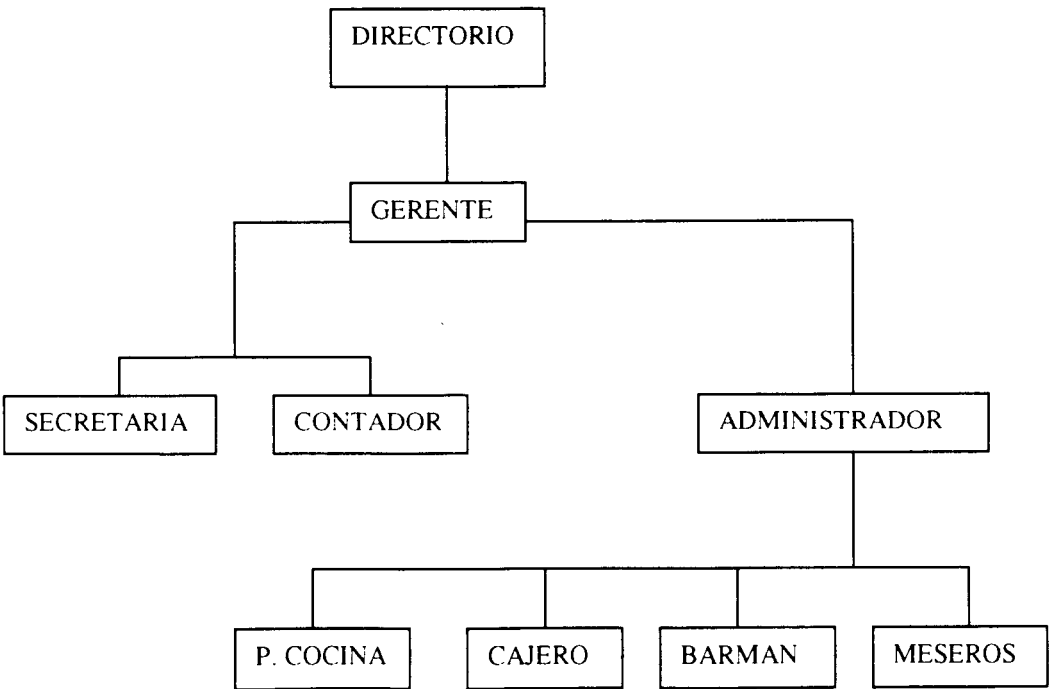
Para fines laborales, la empresa realizará contratos individuales de trabajo, el cual es un convenio en virtud del cual una persona se compromete con otra persona o

entidad, a prestarle sus servicios lícitos y personales bajo su dependencia y por el pago de una remuneración.

Se realizará en forma de contratación escrita, los cuales son obligados por la Ley; debiendo además, registrarse ante un Inspector o ante un Juez de Trabajo.

Se empezará la relación laboral con un contrato de trabajo a prueba, para luego ser extendido hasta el año de trabajo, pasando posteriormente a un contrato de trabajo indefinido.

9.2. ORGANIGRAMA.



9.3. CALIFICACION.

Dentro del aspecto de los proyectos turísticos, la Ley Especial de Desarrollo Turístico nos indica que cualquier persona natural o jurídica tiene el derecho de presentar proyectos turísticos, los cuales luego de ser aprobados por el Ministerio de Turismo, pueden gozar de los beneficios generales previstos por la Ley.

9.3.1. REQUISITOS.

Dentro de los requisitos que se debe comprobar para obtener los beneficios especiales están:

- Comprobación de las inversiones o reinversiones mínimas que se establezca en el Reglamento Especial, según su ubicación, tipo o subtipo de proyectos, tanto para proyectos nuevos como para adecuaciones de actuales dedicados al turismo receptivo o interno.
- Que constituyan actividades turísticas que necesiten de una promoción acelerada.
- Que estos proyectos se encuentren en zonas o regiones deprimidas con potencial turístico, en áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio - económico.

- Para la ubicación de la categoría correspondiente al proyecto, previamente se deberá entregar la solicitud de calificación y su publicación en la prensa de un extracto, al Ministerio de Turismo que en un plazo de 30 días emitirá una evaluación técnica, económica y legal. El Directorio emite el acuerdo de calificación o aceptación de un proyecto, determinación de la persona natural o de la persona jurídica, la categoría asignada, condiciones y obligaciones que debe cumplir (legal, financiero, administrativo – técnico), plazo y fecha de inicio de operaciones y la duración de los beneficios.

Las calificaciones, reconocimiento y registros de las personas naturales o jurídicas dedicadas a la actividad turística, están a cargo y responsabilidad del Ministerio de Turismo.

9.3.2. BENEFICIOS.

Dentro de los beneficios generales que gozarán aquellas empresas turísticas naturales o jurídicas calificadas están:

- La exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que gravan los actos constitutivos de las compañías y posteriores actos societarios tales como aumento de capital, transformaciones, fusiones, escisiones, emisión de

obligaciones, partes beneficiarias y demás actos contemplados en las Leyes de Compañías y de Mercado de Valores, incluidos los derechos de registro y los impuestos sobre la matrícula de comercio.

- Exoneración para impuestos directos, alcabalas, registro y plusvalía, y sus adicionales.
- Las personas naturales o jurídicas que se dediquen a cualquier actividad turística, podrán deducir de su ingreso gravable con el impuesto a la renta, el valor de sus aportes.
- El proyecto por encontrarse en la Segunda Categoría, le corresponde el beneficio del 50% por concepto de fomento turístico, en la exoneración de impuestos prediales urbanos de hasta 5 años.

9.3.3. OBLIGACIONES.

- Toda persona natural o jurídica dedicada a actividades turísticas deberá obtener la Licencia Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo y su afiliación respectiva a las Cámaras Provinciales de Turismo, antes del inicio de sus actividades. Si no se cumple este requisito, la empresa no podrá operar.
- La Licencia Anual de Funcionamiento deberá ser renovada cada año.

- En el caso del Registro, este se lo efectuará una sola vez en el Ministerio de Turismo, pero en el caso de cambio de propietario, se deberá obtener un nuevo registro, y automáticamente se anulará el anterior.
- Los propietarios de bienes inmuebles destinados totalmente o parcialmente a la actividad turística, que se encuentran calificadas y gozan de beneficios, deberán en el Registro de la Propiedad del cantón correspondiente, sentar una razón de que dichos inmuebles gozan de tales beneficios y por lo tanto sólo pueden ser enajenados, previa autorización del Ministerio de Turismo. Deberán inscribir también sus contratos de arrendamiento en el Registro de la Propiedad.
- Toda persona natural o jurídica que se dedique a actividades turísticas deberá facilitar las inspecciones y comprobaciones que fueran necesarias, para el cumplimiento de las disposiciones de la Ley.
- Contratar especialmente profesionales, técnicos y otros trabajadores nacionales.
- Comunicar al Ministerio de Turismo, sobre la apertura de sucursales y nuevos locales.
- Comunicar al Ministerio de Turismo las transferencias, licencias, cesiones, concesiones y otros nombres comerciales de establecimientos registrados, el cierre temporal o definitivo, las cesiones de derechos y ventas de negocios o establecimientos por parte de las personas naturales y en el caso de las

personas jurídicas la venta o transferencia del establecimiento o el cambio del paquete accionario y cualquier otra reforma al contrato social o a los estatutos.

- Proporcionar al Ministerio de Turismo los datos específicos e información que le sean requeridos.

CONCLUSIONES

- El establecimiento a implementar con el proyecto propuesto, estará catalogado como un restaurante de primera categoría.
- La especialidad en cuanto a la comida a ofrecer será la comida típica ecuatoriana.
- El segmento de mercado al cual se piensa llegar, estará conformado en su mayoría por turistas que visitan la ciudad, con el aporte de los residentes de la ciudad que gusten del sabor y calidad de este tipo de comida.
- El proyecto logrará una diversificación de la competencia existente en el mercado.
- Existe además una necesidad en implementar platos internacionales en el menú, con el fin de tener una mayor variedad de elección para el potencial consumidor y por ende la satisfacción de sus necesidades.
- El establecimiento se ubicará en la parroquia de Guápulo, al este del sector céntrico de la ciudad de Quito.

- Esta zona posee un gran atractivo turístico; es por ello, que empresas encargadas de realizar visitas de turistas a la ciudad, incorporan en sus paquetes turísticos el área de Guápulo.
- No existe en el área restaurantes de primera categoría.
- Es necesario mantener con la incorporación del establecimiento, las tradiciones impuestas en el área en cuanto a edificaciones.
- Existe una reducida accesibilidad hacia la zona de Guápulo, además de falta de zonas de parqueo.
- Existe una reducida competencia en cuanto a restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica ecuatoriana, en la ciudad de Quito.
- Existe un alto grado de receptibilidad por parte de la comunidad para la incorporación de establecimientos de este tipo en el área.
- La implementación del proyecto propuesto permitirá alcanzar una mayor difusión de la variedad gastronómica ecuatoriana.

ANEXOS O DOCUMENTOS



Un itinerario religioso e histórico

Todos los tours turísticos para extranjeros montados por las agencias de viajes para Quito contemplan un recorrido obligado: la visita de los 22 conventos e iglesias que conforman el patrimonio histórico de la capital.

El mismo comienza en el recocto San Diego, convento de recogimiento franciscano de estilo colonial, famoso por la leyenda de Carlos Almeida, el fraile que se escapaba de juerga noctambula tomando como escalera el cuerpo del Cristo crucificado, que una noche le preguntó: ¿hasta cuándo padre Almeida? Y este le respondió: hasta la vuelta, Señor.

Luego está San Francisco, denominado El Escorial de América, por la magnificencia de su iglesia y su convento de 34.000 m² llenos de patios y jardines coloniales. Su museo de arte colonial es de los más completos del país.

Más allá está la Merced, con su famosa torre mudéjar y su asimismo famoso reloj, el más antiguo de Quito.

Santo Domingo también tiene mucho que mostrar. El artesanado morisco de sus naves interiores no tiene parangón en el país. Su museo artístico también goza de merecida fama.

La Compañía es cosa aparte. Su fachada de piedra y el retablo principal son la más acurada muestra del plateresco americano. Las columnas salomónicas y el frontón de la fachada son bien

También son visita obligada San Agustín y su invaluable colección de cuadros de Miguel de Santiago, la Catedral y su bagaje histórico, Santa Catalina, El Sagrario del Beato Guzmán.

Turismo • El santuario barroco y la plaza de basalto son el imán

Guápulo, un retablo colonial

Los extranjeros son los asiduos visitantes. La iglesia tiene una colección de pinturas de la Escuela Quiteña. Faltan bares y otros incentivos turísticos.

El pueblo parece un corazón de piedra que nace de la entraña de la colina. Sus callejuelas, estrechas y torcidas, trepan por la ladera con la ansiedad de fundirse a un Quitto, que alla arriba, se cubre con un velo de vidrio y hormigón.

Guápulo parece, en verdad, un viejo nacimiento elaborado por alguno de los artistas que buscaron su tranquilidad para desarrollar su tarea creadora. Quizas un retablo esculpido por Juan Bautista Menacho o, tal vez, una pintura de Nicolás de Goribar.

En el ocaso, con el claroscuro jugando entre los portales de cal y canto y los adoquines de piedra de las rías. Guápulo parece como saliendo de la paleta de Miguel de Santiago, el pintor creólo que refugio allí su conciencia después de sacrificar a un alumno para que viva el Cristo de la Agonia.

Todo en esta parroquia quiteña -urbana desde el 26 de agosto de 1971- es un continuo descubrimiento. Tras cada esquina, tras cada vecueto, se topa de manos a boca con un balcón colonial enrebolado lleno de giacholos, con una bocalle que termina en una porton que esconde un panto andahu-

con trescientos años de historia y con la fachada encendida de una casa perteneciente a los primeros revolucionarios del país.

Porque una de las facetas que más atrae a los turistas, casi en su totalidad extranjeros, es esa: caminar por sus angostas calles admirando la muestra más auténtica de los estilos colonial y republicano guatemaltecos.

La otra faceta es obviamente, la cultural e histórica, porque Guatule resume historia.

Su origen se remonta a épocas prehispanicas. Las raíces quechuas de su nombre así lo certifican: *gua*, que significa grande; y *pujhu* (de *bulu*), extremidades inferiores. De ahí también la for-

ma como se lo conocía hasta hace veinte años: la Para de Guapolo. Este pueblo de los pies grandes se extiende desde el Hotel Quito y la Avda. González Suárez en el oeste y remota sus extremidades en el río Macangara.

Parroquia rural desde 1861.
Guapulo siempre fue refugio de
arrepentidos, artistas y devotos.
En esta "loma de conciencia"

mucho tiene que ver el santuario
poema petreo elevado para pe-
rennizar la devoción a la extre-
ma Virgen de Guadalupe. De-
voción que viene desde los tiem-
pos de la Conquista, desde 1587,
según las Relaciones del Obispo-
do de Quito. Esa fecha se levanta
la primera capilla en honor de la

Virgen de Cierres

En 1598, fray Luis López Solís, cuarto obispo de Quito, ordena la construcción de un santuario acorde con la categoría de la imagen. Así nace el santuario de Nuestra Señora de Guadalupe de Guarulo.

La iglesia que existe actualmente es una reconstrucción del siglo XVII. Se debe al tesoro de los transeconos. Es una revalorización de arte barroco enquistado en medio de casas señoriales de acobe y teta. En sus naves existe una invaluable colección de pinturas de la Escuela Guineña, especialmente de Miguel de Santiago, Samaniego y Goya.

Pero el santuario no es el único atractivo de la parroquia. Todo el entorno tiene rincones sugerentes de gran potencial turístico.

Su plaza central es un aman que se mete en el turista por los ojos. Es toda de piedra basáltica, acarreada desde las canteras vecinas. El reloj de sol y la cruz de granito son los símbolos.

El busto de Francisco de Orellana completa la trilogía. Desde este lugar partió el famoso "tuerco" en su búsqueda del País de la Canela: descubrió el río Amazonas.

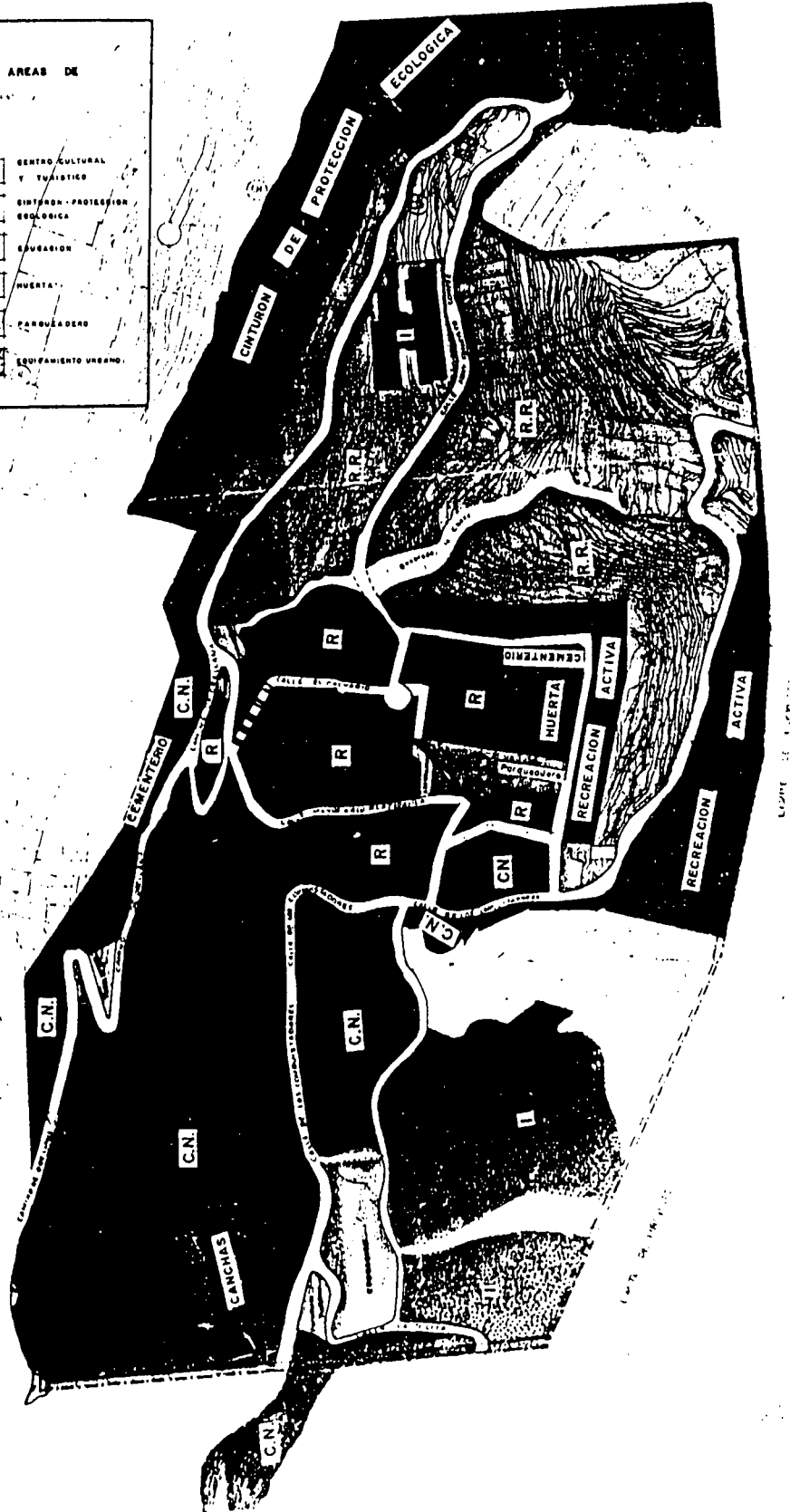
La comida enoila es otro de los ganchos que amarra a los visitantes: el caldo de treinta y uno y la tortulla con caucara tienen un oloroso y bien ganado prestigio.

¿Que le falta a Guápulo? Mayor promoción, sitios de descanso, buenos restaurantes (no hay uno en toda el área). El Saraba y El Socavon son muy poco para vender un pueblecito tan atractivo.



6-0000 000 000 000 000 0

	RESTAURACION		CENTRO CULTURAL
	REHABILITACION		Y TIASTICO
	REINTEGRACION		SISTRON - PROTECCION
	RECREACION ACTIVA		ECOLOGICA
	RECREACION PASIVA		EDUCACION
	CONSTRUCCION NUEVA		MUERTA
	INDUSTRIA		PARQUEADERO
			EQUIPAMIENTO URBANO
	ESTRATEGIAS TOPOGRAFICAS		



CATASRO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS

PROVINCIA DE PICHINDE: QUITO

Página 1

Nº	No. REG.	RACION SOCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCION	CATEGORIA	AREA	PLANTA	MEASAS	PL. DE PERSON.	P. H. C.	TELEFONO	VALOR S/.
PARAGUARI: QUITO												
Restaurante												
1	175154	AYALON JABON	AYALON S.C.C.	AV. GARCERAN 155 Y 12 DE OCTUBRE	Leña	0	0	17	68	19 179128114001	50875	772,000
2	175155	CASA DE AL LADO LA	VALLERIO PEREZ JOSE RAFAEL	VALLERIO PEREZ JOSE RAFAEL	Leño	0	0	28	80	10 172413451001	296398	320,000
3	176122	CASAVIE RESTAURANT	CASAVIE CIA. LTDA.	AV. COLON 215 Y TAPATO	Leño	0	0	25	100	40 1791288785001	576379	400,000
4	173945	CLAPETS	BOCAT S.A.	GENERAL SANJUAN 753 Y TILGEO	Leño	0	0	22	88	25 1706201151001	556525	352,000
5	176299	FUJI	TSUBUYA FUJITO	BOULEVARD SAN JUAN LEON MESA	Leño	0	0	20	80	18 179132949001	579654	379,000
6	2544	LAFITE	ROGER VAN DEN BEECK MARION PASQUERITE	LA MESA 559 Y JUAN LEON MESA	Leño	0	0	16	44	10 1791275701001	272666	256,000
7	173219	MARE MISTERION	JAVIER ESPINOSA MARCIA LILLIANA	FROM 172 Y TAPATO ESO.	Leño	0	0	160	23	170328614001	528686	440,800
8	173975	QUERENCIA LA	RESTAURANT Y PANQUETES REBECAR C.L.	ELOY ALFARO 2530 Y CATALINA ALFAR	Leño	0	0	50	200	26 1791094255001	461666	800,000
9	1074	RINCÓN DE FRANCIA	ARMON ANGELO ALFAR	ROSA 179 Y 12 DE OCTUBRE	Leño	0	0	22	88	18 1799275656001	225053	352,000
10	1510	RINCÓN DE FRANCIA	ARMON ANGELO ALFAR	LA BELLA MARITIME 460 Y 12 DE ALFARO	Leño	0	0	240	21	179644482001	506459	960,600
11	175531	SAN TELMO	PROSAO GARCIA SORIANO PATRICIO	PORTUGAL 570 Y CATALINA ALFAR	Leño	0	0	32	128	25 1791304373001	256739	512,000
12	1802	TEBATA DEL TAPATO LA	EL TAPATO CIA. LTDA.	VELAZQUELLA 154 Y ALFAR	Leño	0	0	16	44	14 179109314003	527987	256,000
13	1856	TORO PARTIDO EL	ALFAR GARCIA SORIANO OLIVER	CARLOS 345 Y 9 DE OCTUBRE	Leño	0	0	52	208	22 1783454942001	561841	832,000
14	174436	VALORDE	SERV. LIMPIE C Y B CATERING SERVICE CIA.	INCAUTADO Y MISMALCA (MUSEO JENIS ALON)	Leña	0	0	36	144	7 1799109166001	251695	576,000
15	174619	ADRES DE BAPLAMENTO LOS	ROSA MARGALD ANITA REBECA	HAC. UNICAS Y SANJUAN C.C. (CENTRO) 117	Primera	0	0	10	40	7 0913368453001	254917	140,000
16	175637	ADRES DE BAPLAMENTO LOS	ROSA MARGALD ANITA REBECA	HAC. UNICAS Y SANJUAN C.C. (CENTRO) 117	Primera	0	0	13	52	8 CL 0908407191	521843	182,000
17	174041	ACRO DELI	TELLO ROBERT ESPANOL ALBERTO	ACROPUERTO SALIDA INTERNACIONAL	Primera	0	0	22	88	23 1791237272001	448990	308,000
18	2688	AMARIS PDB	CEPIN BATA GASTON ESPINEL	CEPIN BATA GASTON ESPINEL	Primera	0	0	10	40	6 1790656483002	236831	140,300
19	2541	BARRO BAR	EL ARBO RESTAURANTE ALFAR C.A.	ARMANDO MARTIN 22-13 Y 12 DE ALFAR	Primera	0	0	20	80	7 179936472001	525397	280,200
20	173500	PARLAMENTO	RESTAUR. CIA. LTDA.	OBELLUNA Y 12 DE OCTUBRE ESO.	Primera	0	0	140	12	179150117201	234714	560,000
21	1555	BELLE EPOQUE LA	ORGANIZACION MARIA VIAL CIA. LTDA.	EDUARDO MATEO 925 Y 12 DE ALFAR	Primera	0	0	18	72	10 1790569479001	226163	252,000
22	2041	SENYEY'S	SENYEY FRM. DE CONFITERIAS Y PANQUETES	SENYEY FRM. DE CONFITERIAS Y PANQUETES	Primera	0	0	10	40	6 179063513001	236444	140,000
23	175470	RUENA VISTA	CASARELLI PINTO ALFAR RICARDO	CHARLES MARTIN Y ALFAR	Primera	0	0	35	140	10 179167575001	481125	490,000
24	176294	ROFALO'S GILIC	ROSA TRILACER TASC	REPUBLICA SAN Y ALFAR	Primera	0	0	15	60	6 179120475002	90251	210,300
25	174187	ROUSHER KING	SERVICIOS AL INSTANTE SERVITANT CIA. LTD	OBELLUNA Y BELVA VICTORIA ESO.	Primera	0	0	33	142	45 099113134001	222610	462,000
26	175525	ROUSHER KING NO 3	SERVICIOS AL INSTANTE SERVITANT CIA. LTD	REPUBLICA Y ALFAR	Primera	0	0	15	60	15 099113134001	90264	210,300
27	175480	ROUSHER KING NO 4	SERVICIOS AL INSTANTE SERVITANT CIA. LTD	ALFAR Y 12 DE SEPTIEMBRE	Primera	0	0	13	52	17 099113134003	963800	182,000
28	175533	CAICORITO	TEMA GARCIA ESTELA CATALINA	REPUBLICA Y ALFAR	Primera	0	0	15	60	12 1790563364	201	62755
29	175546	CANTARILLO	SOCIEDAD CIVIL REST. CANTARILLO	LOS LAUREL SAN Y ELOY ALFAR	Primera	0	0	20	80	13 1791302746001	434672	280,000
30	1000	CASA DE MI ANGELA LA	DOFRES CARMELUS TERESA ANITA	JUAN LEON MESA 1047 Y LA MESA	Primera	0	0	13	52	5 1790789946001	521972	182,000
31	175563	CEJONES DE LA PICHINDE	AS A GARCIA MATEO LINDOS ANGELA	C.C. EL REPOSER (1-30-1)	Primera	0	0	10	40	4 1790463321001	452814	182,000
32	174627	CEJONES DE LA PICHINDE	AS A GARCIA MATEO LINDOS ANGELA	MAQUINAS Y ALFAR (CENTRO)	Primera	0	0	10	40	4 1790463321001	452814	182,000
33	175563	CEJONES DE LA PICHINDE	AS A GARCIA MATEO LINDOS ANGELA	CENTRO COMERCIAL EL REPOSER (CENTRO)	Primera	0	0	13	52	9 CL 1790563279	452814	182,000
34	1215	CH CARINA NO 1	EMP. INDUST. REPOSER CHINA CIA. LTDA.	ALFAR Y ALFAR	Primera	0	0	51	204	20 1793527855001	44444	714,000
35	2054	CH CARINA NO 2	PROCESADORA DE PASTAS REPOSER S.L.	CARLOS 617 Y JUAN LEON MESA	Primera	0	0	21	84	15 1793527855002	534641	294,200
36	176533	CH CARINA NO 5	PROCESADORA DE PASTAS REPOSER S.L.	AV. LA FRESCA 5025 Y SANJUAN LEON	Primera	0	0	18	72	4 1790463321001	452814	252,000
37	976	CHANG SELF SERVICE	REPOSER Y ALFAR CIA. LTDA.	CALLE 937 Y FLORES	Primera	0	0	41	164	46 1790463321001	452814	574,000
38	173849	CHAMPARAL EL	LA TORRE REPOSER MAURICE	REPUBLICA 1039 Y ALFAR	Primera	0	0	6	24	4 1790563321001	452814	84,300
39	736	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	51	204	22 1790789946001	521972	714,000
40	109	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	22	88	14 1790789946001	521972	308,200
41	174435	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	10	40	6 1790789946001	521972	140,600
42	175464	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	10	40	11 CL 1790563321001	452814	252,000
43	175515	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	10	40	9 0209419755001	802753	140,000
44	175570	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	13	52	7 1790463321001	452814	182,000
45	32	CHINA LA	LA MESA CIA. LTDA.	12 DE OCT. 1036 Y ALFAR	Primera	0	0	45	180	25 1790789946001	521972	630,200
46	2544	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	45	180	7 1790789946001	521972	630,200
47	174435	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	12	48	7 1790789946001	464517	140,000
48	174435	CHINA CHINA	CHINA CHINA REPOSER MAURICE	CARLOS 1036 Y REPOSER	Primera	0	0	43	172	16 1790789946001	521972	630,200

ALFA-GAT / Pichincha...

CATASTRO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS
PROVINCIA DE PICHINCHA; QUITO

Pag. 2

Id	No. REG.	Razon Social	Representante	Direccion	Categoría	Asist	Plaza	Mesas	P. U.C.	Telefono	Alc. S/.
49	175428	COCHAS DEL MONSIEUR SA	ALVARO CALDERON ALONSO	EL C. ALFARO 2127 Y 6 DE DICIEMBRE	Primera	0	0	35	110	14 17904683000	272439
50	174755	COCHAS VASCA	FRANCOIS ANNA	18 DE SEPTIEMBRE 533 Y PAZ	Primera	0	0	13	52	6 172131512000	548950
51	2624	COLUMBUS STEAK HOUSE	MONSE CEVALLOS Y CERVINO Y CCL.	AMAZONAS 3466 Y SIAMONZA	Primera	0	0	38	152	20 179054621000	444859
52	175454	COLUMBUS STEAK HOUSE No 2	MONSE CEVALLOS Y CERVINO Y CCL.	AMAZONAS 1539 Y SANTA MARIA	Primera	0	0	30	170	20 179054621000	540150
53	174298	COMIDAS A CONTINUO	ALVAROZOL CIA. LINA	6 DE DICIEMBRE 5970 Y DE LOS GRANADOS	Primera	0	0	19	76	20 179130013000	256546
54	1365	COMIDAS AMERICANAS KING ENTICORACIONES AMERICANAS S.A.		SURATUQUIL 335 Y AMARI	Primera	0	0	45	180	15 179034932000	516547
55	2339	CREPERIE DE SIMON LA	SIMON CALDERON PABLO FERRERO	CALAMBA 362 Y JUAN LEON MEZA	Primera	0	0	18	72	5 179071757000	226750
56	175218	CREPES & WAFFLES	ASELACTA S.A.	AV. ORELLANA 451 Y PARITA	Primera	0	0	55	220	23 179129509600	588972
57	175372	CREPETERIE No 2	SIMON CALDERON PABLO FERRERO	REPUBLICA Y AMAZONAS C.C. EL JARDIN P-3	Primera	0	0	15	60	4 179071757000	982557
58	174105	CUEVA DEL OSO LA	PERALTA MIGUEL JOSE MARCELO FABIAN	CHILE 1040 Y VERDELLA	Primera	0	0	160	25	170434915600	548376
59	2552	DELICADOS	LEON YILLALBA MARCELO PATRICIO	MARZANO AGUILERA 331 Y LA PRADERA	Primera	0	0	12	48	7 17046463000	540250
60	173770	DIRIO'S	HELLER ZAPARITI ELLIACETH RESORAH	NACIONES UNIDAS Y AMAZONAS RCO. PRETICIANA	Primera	0	0	35	140	12 179117509500	451068
61	173971	DRAGON	LA TORRE ROMERO MARCELO	VEINTIMILLA 1059 Y AMAZONAS	Primera	0	0	6	24	5 170372043000	544957
62	173342	ESCOLES EL	GARRIDO VALENCIA MARIA ENRIQUE	AV. AMAZONAS 420 DOBLES	Primera	0	0	50	200	11 17067803000	554764
63	176139	ESTACION DE LA PAZA LA	RELIJIAN ALMEIDA CLARA INES	EL C. ALFARO 2407 Y EL RATON	Primera	0	0	12	43	5 000165454000	451773
64	174687	FORNINA LA	JIA YING TU SIE	LA PARRISA 1364 Y LOSORNO	Primera	0	0	28	112	7 139010419000	240744
65	174035	GOMODERO EL	PENAMERENA PENAMERENA ERISON IVAN	ITALIA 280 Y VANDUVER	Primera	0	0	10	40	8 170687272000	504876
66	174147	GRAN DEL 100	LAW LAI ALEJANDRO PO FREN	LOS SIEMPRE 35-42 Y RIO SICA	Primera	0	0	29	116	9 170778441000	451422
67	17399	GRITA LA	KUJANA ROMERO SOLEJANA KALEZYNA	MARZANO AGUILERA 287 Y LA PRADERA	Primera	0	0	19	76	5 179081681000	237751
68	175155	GRUPO 45H	RIVERO JARALEZA SULLERAN ALFONSO	AV. ORELLANA Y AV. DE DICIEMBRE	Primera	0	0	18	72	17 179082611200	503565
69	175526	GRUPO 45H	GRAND VESA JACQUELINE JONETTE	BAQUERIZO 533 Y D. DE ALVARO	Primera	0	0	15	60	13 179129453000	225551
70	174430	GRUPO 45H	LA SOUTSERIE CIA. LINA	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	22	88	22 179129453000	227766
71	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	PREZ ANDRAGE MARIA CECILIA	NACIONES UNIDAS Y SIEMPRE (UNICENCO)	Primera	0	0	20	80	19 17037905000	590280
72	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	ANAPLER VALDIVIAO ESPANOSO JAVIER	AMAZONAS Y REPUBLICA C.C. EL JARDIN P-3	Primera	0	0	15	60	19 17048000000	980252
73	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	C.C. EL RECREO L-12 F	Primera	0	0	23	92	11 179095045000	445500
74	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
75	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
76	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
77	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
78	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
79	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
80	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
81	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
82	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
83	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
84	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
85	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
86	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
87	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
88	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
89	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
90	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
91	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
92	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
93	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
94	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
95	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
96	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
97	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
98	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
99	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500
100	175561	KENTUCKY FRIED CHICKEN	SEBASTIAN VALDIVIAO JUAN CARLOS	REPUBLICA Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	25	100	15 179095045000	445500

ALFA-CAT / Continúa...

II	No. Reg.	Razon Social	Representante	Dirección	Categoría	Habit	Plaza	Mesas	Pl. Persn	R. U. C.	Telefono	Valor S/.
99	17484	PIZZA NET No 3	JACQUES COMER. Y REP. S.A. INCRESA	NACIONES UNIDAS Y ANAZONAS	Primera	0	0	44	376	20 1791032985001	434788	616,000
100	173248	PIZZA HUT No 4	AMEX-216 S.A.	GONZALEZ SUAREZ 894	Primera	0	0	24	96	9 1791041624001	541270	336,000
101	174493	PIZZA HUT No 6	SAENZ FERNANDEZ JOSE FERNANDO	EDMUNDO CARVAJAL S/N Y RAMIRO NARRA	Primera	0	0	14	36	17 1791130391002	239002	196,000
102	175499	PIZZA HUT No 8	BELLMUT EXPRESS S.A.	ANAZONAS Y REPUBLICA C.C. EL JARDIN P-3	Primera	0	0	13	40	12 1791303644002	980260	216,000
103	175648	PIZZA HUT No 9	DOGGIES EXPRESS S.A.	MALDONADO C.C. EL RECREO	Primera	0	0	15	43	6 1791310624001	640985	182,000
104	1264	PIZZERIA EL HORNEO No 1	PIZZERIA EL HORNEO CIA. LTDA.	GONZALEZ SUAREZ 10-70 Y J. BEJARANO	Primera	0	0	18	72	15 1790434478001	543377	252,000
105	2539	PIZZERIA EL HORNEO No 2	PIZZERIA ANAZONAS LAMARCAPIAN C.L	VEINTIMILLA 1149 Y ANAZONAS	Primera	0	0	30	320	15 1790847292001	542518	420,000
106	174717	PIZZERIA EL HORNEO No 5	SEVENTIDOCIENTOS CIA. LTDA	VEINTIMILLA 1149 Y ANAZONAS	Primera	0	0	24	96	13 1791264757001	462893	336,000
107	174754	PIZZERIA EL HORNEO No 6	VALLEJO CARPILLO NELSON VICENTE	MARISCAL SUCRE Y PEDRO CAPURO (C.C. ATAHU	Primera	0	0	21	84	14 1791274530001	633324	294,000
108	176099	POLLO FOCO	BUENO TILLACORTA MONES	NACIONES UNIDAS Y SHYRIS C.C. QUICENIRO	Primera	0	0	10	14	5 1790669313001	469120	140,000
109	1040	POLLO FRITO KENTUCKY	CUCUTAY CIA. LTDA.	ANAZONAS Y MAC UNIDAS C.C.1	Primera	0	0	22	88	29 1790234266003	252306	308,000
110	175601	PORTON EL	CUTART GIMENEZ MARCAPITIA	GONZALEZ SUAREZ 1241 Y ALBERTO NENA	Primera	0	0	14	36	12 1791303402001	532552	196,000
111	175983	PUERTO ALEGRE	LA TORRE ARBOLEDA NOLIVAR AUGUSTO	VEINTIMILLA 1039 Y ANAZONAS	Primera	0	0	12	48	4 1790201646002	548967	168,000
112	2002	PUERTO CAMARON	ZOLAN PASTERNAK ARBAHAN	6 DE DICIEMBRE Y GRANADEROS (C.C. OLIMPIC	Primera	0	0	30	120	12 1790919172601	437230	420,000
113	175000	RACLETTE	COGREGO GARCIA PIEDRO CECILIA	ELOY ALFARO 1348 Y F. ANDRADE MARTIN	Primera	0	0	23	92	6 0606431870001	566433	322,000
114	176374	RAPA WUI	ALVARADO CONCHA JOSE ALEJANDRO	6 DE VILLARREAL L-58 Y ANAZONAS C.C. EL 6	Primera	0	0	12	48	9 1791344510001	462956	168,000
115	175646	RINCON DEL GAUCHO No 1	ESPINOZA ARRIJOS ANGEL BOLIVAR	DIEGO DE ALMAGRO 422 Y LLIZARDON GARCIA	Primera	0	0	27	107	10 0701197820001	547846	378,000
116	174728	RISTORANTE LUXI	NOVA NOVA GLORIA GUADALUPE	PAUL RIVER 160 Y JAMES ORTIZ	Primera	0	0	14	36	7 1707467043001	238244	196,000
117	174725	SANDRY No 1	MICHAEL MARTINEZ BYRON NATHANILIANO	NACIONES UNIDAS S/N Y JAPON	Primera	0	0	23	92	19 0506393320001	246011	322,000
118	175883	SANDRY No 4	MIYU JAPANESE ELEM DEL POSARIO	MTS. ORELLANA Y 6 DE DICIEMBRE	Primera	0	0	36	144	11 17905074154001	583337	504,000
119	1853	SHORTON GRILL STEAK HOUSE	OTAZ DE ARREGUI PEDRO ESTEBAN	CALIMA 216 Y ALMAGRO	Primera	0	0	50	200	11 1790453977001	523645	700,000
120	175049	SHORTON GRILL STEAK HOUSE	NORTHMAPRON JURADO LUZ EUSEBIA	FRANCISCO JORDUTIA 350 Y AY. ELOY ALFARO	Primera	0	0	40	160	20 C.I. 0798018455	247197	564,000
121	175216	SPAGHETTI	MAQUIAN ROMO LERRER MANUEL EDUARDO	PORTUVAL S/N Y AY. ELOY ALFARO	Primera	0	0	13	52	8 1707240954001	236619	294,000
122	175974	SUGERENCIAS DEL CHEFF	BORIA PITALSO ALICIA MARIA DE LAS MERCE	NACIONES UNIDAS Y SHYRIS C.C. QUICENIRO L	Primera	0	0	21	84	7 17097378243002	562842	396,000
123	175620	SWINE	DEL HIERRO AGUIRRE ESTEBAN FABIAN	MARIANO AGUILERA 326 Y MARTIN CARLON	Primera	0	0	18	72	12 1790093700001	433608	252,000
124	1406	TANERNA PIENONTE	ANACON DE MARCHI GIUSEPPINA	C. JULIO AROSEMEHA 173 Y ELOY ALFARO	Primera	0	0	13	52	4 1704511316001	187,000	187,000
125	176096	TABLITA DEL TARTARO LA	GARCIA RECERA VANESSA CECILIA	C.C. QUICENIRO LOCAL 183	Primera	0	0	10	40	6 17904985736001	446500	140,000
126	174629	TABLITA DEL TARTARO No 2	HARD FINLOS JENNY ANCELY	ANAZONAS Y REPUBLICA C.C. EL JARDIN P-3	Primera	0	0	15	40	13 1791303644002	980261	210,000
127	175500	TACO BELL	BELLMUT EXPRESS S.A.	C.C. QUICENIRO SHOPPING TIERRA UNIDAS	Primera	0	0	10	40	14 1791303644001	236493	140,000
128	176015	TACO BELL No 2	BELLMUT EXPRESS S.A.	JUAN LEON NEPA Y CARLON	Primera	0	0	13	52	9 1790452794002	580143	182,000
129	176178	TACO BELL No 3	AGAPE S.A.	ANAZONAS 2583 Y MARTIANA DE JESUS	Primera	0	0	20	80	12 1790828859001	246660	280,000
130	175999	THE PANCAKE HOUSE	MACDONALD PALLARES JESSICA ANN	ANAZONAS Y REPUBLICA C.C. EL JARDIN P-3	Primera	0	0	10	40	4 1791274539001	980254	210,000
131	174042	THE TEXAS RANCH	YADES MARTIN LUIS	ANAZONAS Y REPUBLICA C.C. EL JARDIN P-3	Primera	0	0	21	84	13 1791303717001	437377	294,000
132	174877	TOP DOGS No 3	REGUENA AGERO MARIA SOLEMD	LOS SHYRIS 1280 Y PORTUGAL	Primera	0	0	25	100	13 1790660182001	546979	350,000
133	173612	TRONCOS LOS	GEORRES METAMIOS ELIG MARTINI Y CIRIOS	LA PINTA 435 Y ANAZONAS	Primera	0	0	20	80	15 1790600896001	546033	280,000
134	2047	VIJIA CASTILLA LA	CRUZ CEPALLOS NANCY LUCILA	ISABEL LA CATOLICA Y CORDERO	Primera	0	0	20	80	4 1790943216001	215718	280,000
135	175878	VINA LA	MARCEL ARTEITA PABLO JOSE	ESPEJO 447 Y GUAYACUIL (CINE BOLIVAR)	Primera	0	0	20	80	7 1791340377001	240660	200,000
136	2516	VOMER DAR	EMP. JEANISOS Y HOTELES DE QUITO C. A.	REPUBLICA 3001 Y MAROSCA	Segunda	0	0	16	44	7 1791304357001	243581	140,000
137	176266-3	A. ITALIA	PIZZA MAYOR S.C.C.	TOMAS DE BERLAMEA 361 Y PARIS	Segunda	0	0	20	80	3 1790363446001	545196	140,000
138	174076	ABONICOS LOS	ANDRADE AVELGA SHIRLEY SULLERHMAN	CALIMA 329 Y REINA VICTORIA	Segunda	0	0	16	44	12 1790808632001	546333	280,000
139	2476	ADAM'S RIB R.R.O.	GUANAY CIA. LTDA.	LA PINTA 4995 Y ANGEL LUDUEÑA	Segunda	0	0	22	88	7 17904446492001	593593	278,000
140	174559	ARBATECITA	SECCANO AGERO LUIS CARLOS	WHIPPER 517 Y COYUNA	Segunda	0	0	13	52	4 1791298970002	546553	130,000
141	175976	ARABE EL No 2	SUELI BORDAO	DOBLES ALA Y 6 DE DICIEMBRE	Segunda	0	0	15	40	8 1791244141001	273377	190,000
142	174065	ARROL DE ORO	ALTAZ LETIVA ERMESITA EUSTAZO	PAJE EL MONTE 12 Y SHYRIS	Segunda	0	0	15	40	3 1790363446001	456048	150,000
143	174816	BANJA MAP	SACRO EACQUE EUSEBIO	COPALCA 504 Y MAGUIO	Segunda	0	0	14	36	6 0700073300001	550129	140,000
144	174444	BALCON CHILENO	SACRO EACQUE EUSEBIO	MOSQUERA VARRAZ 153 Y PASAJE ENFASIA	Segunda	0	0	20	80	4 1790357952002	226392	208,000
145	175614	BARBONA CERVINERIA	CEBOLA CACERONA NADIO LECHELO	VEINTIMILLA 918 Y ANAZONAS	Segunda	0	0	11	44	8 1791344270001	549341	200,000
146	174565	BODEGON PLO GAR EL	SOCIACION CIVIL BODEGON PLO GAR	REINA VICTORIA 1722 Y LA PINTA	Segunda	0	0	25	100	12 1790954851001	236353	250,000
147	175299	BODEGUITA DE COCA LA	SALAS VILLARREAL ANA ROSA	COLON 1540 Y 7 DE DICIEMBRE	Segunda	0	0	25	100	12 1790954851001	236353	250,000
148	1094	BRASERO EL	EL BRASERO BRANDELLER CIA. LTDA.		Segunda	0	0	25	100	12 1790954851001	236353	250,000

ENCUESTAS PARA LOS POTENCIALES CLIENTES
(COMIDA TIPICA)

1. Cree usted que la gastronomía de un país es un atractivo importante para el turista?

SI

NO

2. Encuentra usted interesante la variedad de comida típica ecuatoriana?

SI

NO

3. Que ha degustado Ud.?

4. Conoce de la existencia de restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica en la ciudad de Quito?

Cuales:

5. Cree importante la implementación de un restaurante de comida típica de calidad, en un sitio de interés turístico?

SI

NO

6. Cree usted que Guapulo es una zona de interés turístico?

SI

NO

7. Le parece adecuado implementar un restaurante de las características descritas, en el área de Guapulo?

SI

NO

ENCUESTAS PARA LOS POTENCIALES CLIENTES

(COMIDA TIPICA)

1. Cree usted que la gastronomía de un país es un atractivo importante para el turista?

☒ SI

☐ NO

2. Encuentra usted interesante la variedad de comida típica ecuatoriana?

☒ SI

☐ NO

3. Que ha degustado Ud.?

De Todo

4. Conoce de la existencia de restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica en la ciudad de Quito?

Cuales:

La chaza

El Pajonero

Las quechuas

La Ronda

5. Cree importante la implementación de un restaurante de comida típica de calidad, en un sitio de interés turístico?

☒ SI

☐ NO

6. Cree usted que Guapulo es una zona de interés turístico?

☐ SI

☒ NO

7. Le parece adecuado implementar un restaurante de las características descritas, en el área de Guapulo?

☒ SI

☐ NO

ENCUESTAS PARA LAS AGENCIAS DE TRIPES

1. ¿Existen en la localidad servicios de intermediación de viajes organizados en la ciudad o en su zona rural?

SI

NO

2. ¿Existen servicios de intermediación de viajes organizados de manera exclusiva en la localidad o zona rural, en un punto de atención turística?

SI

NO

3. ¿Existen servicios de intermediación de viajes en la ciudad, con los que se atiende a turistas extranjeros?

SI

NO

4. ¿Existen servicios de intermediación de viajes organizados de manera exclusiva en la zona rural, en un punto de atención turística?

SI/NO

5. ¿Existen servicios de intermediación de viajes organizados de manera exclusiva en la zona rural, en un punto de atención turística?

SI

NO

6. Dentro de la zona rural, ¿existen los puntos de atención turística en la zona rural, en un punto de atención turística?

SI

7. ¿Existen servicios de intermediación de viajes organizados de manera exclusiva en la zona rural, en un punto de atención turística?

SI

NO

8. ¿Existen servicios de intermediación de viajes organizados de manera exclusiva en la zona rural, en un punto de atención turística?

SI

NO

ENCUESTAS PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Cree que existen suficientes restaurantes de primera categoría con especialidad en comida típica, en la ciudad de Quito?

SI

☒ NO

2. Cree conveniente la implementación de un nuevo restaurante de primera categoría con especialidad en comida típica, en una zona de atractivo turístico?

☒ SI

NO

3. Existen el número suficiente de turistas en la ciudad, con los ingresos necesarios para el consumo de este tipo de productos?

☒ SI

NO

4. Ofrecería a sus clientes la posibilidad de visitar un restaurante de esa categoría y especialidad, en una zona de interés turístico?

☒ SI

NO

5. Considera usted que Cuápulo es una zona de interés turístico para los turistas?

☒ SI

NO

6. Dentro de las visitas programadas para los turistas por parte de su agencia, incluyen el área de Cuápulo?

☒ SI

NO

7. Dentro de los paquetes que se ofrecen a los turistas, existe el tiempo necesario para que estos puedan asistir a cualquier restaurante de comida típica?

☒ SI

NO

8. Cree que con la implementación de este tipo de establecimientos, se logrará una mayor difusión de la comida típica ecuatoriana?

☒ SI

NO

ENCUESTAS PARA LA CONSULTA

1. ¿Cómo se define el negocio?

LEY

MAJ

Seguimiento

2. ¿Qué beneficios le da el sector la visión de negocios extraordinaria?

MAJ y LEY

MAJ y LEY

NADA

3. ¿Qué tipo de actividades desarrolla?

Comercialización

Actividad de intermediación

Actividad de gestión

Alquiler de maquinaria

4. ¿Cómo se define el sector en sus estándares?

LEY

MAJ y LEY y MAJ

LEY y MAJ

5. ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios? ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios? ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios?

LEY

MAJ y LEY

6. ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios? ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios?

LEY

MAJ

7. ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios? ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios?

LEY

MAJ

8. ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios? ¿Qué tipo de actividades desarrolla para el sector de Comercio y/o Intermedios?

LEY

MAJ

ENCUESTAS PARA LA COMUNIDAD

1. Como ve Ud. al turista?

BIEN

MAL

NO IMPORTA

2. Que beneficios le deja al sector la visita de turistas extranjeros?

MUCHO

POCO

NADA

3. Implementaria Ud. en el sector?:

Tienda de artesanos

Mejores restaurantes

Espectaculos

Otros: _____

4. Como ve Ud. los sitios ya establecidos?

BIEN

MAS O MENOS

MAL

5. Cree que seria conveniente para el sector de Guapulo y sus habitantes la incorporacion de un restaurante de primera categoria, con especialidad en comida tipica ecuatoriana?

SI

NO

6. Cree usted que hace falta este tipo de establecimientos de alimentacion en el sector?

SI

NO

7. Cree usted que la incorporacion de este tipo de establecimientos aportara positivamente a un mejor desarrollo de la zona?

SI

NO



EQUITEL
HOTEL & CATERING SUPPLY

DISEÑO Y
EQUIPAMIENTO
PARA HOTELES
RESTAURANTES Y
COMEDORES
INSTITUCIONALES

PROFORMA: Q 01/09/98

CLIENTE:
ATENCION: SR. ALEX CARPIO
DIRECCION: COLON 2269 Y ULLOA EDIF. FIERRO OF. 104
CARGO:
TELEFONO: 554-549
FAX:
CIUDAD: QUITO

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
02,070	Vollrath/ Cucharon de 1 oz.	1	3,18	3,18
02,072	Vollrath/ Cucharon de 2 oz.	1	4,01	4,01
02,074	Vollrath/ Cucharon de 4 oz.	1	4,72	4,72
04,004	Hamilton Beach/Licuada de 1/2 galón	1	283,50	283,50
07,012	K.Aid/Batidor de mano 3 velocidades	1	66,13	66,13
17,020	Victorinoc/ Kit gourmet de 24 piezas	1	680,40	680,40
23,002	MenuMaster/Microondas (digital)	1	720,72	720,72
26,003	Vitamix/Olla arrocera de 25 tazas	1	349,14	349,14
37,009	Frymaster/Freidora a gas pollo/pesc/papas	1	2.404,50	2.404,50
39,001	International/Cafetera eléctrica 60 tazas	1	376,92	376,92
39,002	International/Cafetera eléctrica 90 tazas	1	488,83	488,83
39,003	International/Cocina 6 hornillas/horno/pla	1	3.387,22	3.387,22
44,053	Cuchillo normal /Mod. Windsor	1	1,48	1,48
44,054	Cucharita	1	0,62	0,62
44,055	tenedor normal	1	0,94	0,94
44,056	Cuchara redonda	1	-	-
44,058	Tenedor de ensalada	1	0,93	0,93
44,059	Cuchara de sopa	1	1,07	1,07
68,007	Plato base hotelero/Arcopal	1	3,17	3,17
68,008	Plato tendido hotelero/Arcopal	1	2,89	2,89
68,009	Plato hondo hotelero/Arcopal	1	2,89	2,89
68,010	Plato postre hotelero/Arcopal	1	2,89	2,89
68,011	Plato pan hotelero/ Arcopal	1	1,65	1,65
68,020	Sopero /Arcopal	1	1,65	1,65
68,021	Consomera 2 orejas	1	2,07	2,07
68,022	Cevichero	1	1,52	1,52
68,023	Dulcero /Arcopal	1	1,58	1,58
68,025	Taza para café/arcopal	1	1,52	1,52
68,026	Plato para taza café/Arcopal	1	1,11	1,11
68,027	Taza tinto/ arcopal	1	1,11	1,11
68,028	Plato para taza tinto/arcopal	1	1,97	1,97

CONDICIONES:

- PROFORMA EN DOLARES
- ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN EL 10% DE IVA

PIZZERIAS, FRITADERIAS, ETC., INCLÚYENDOSE LAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS QUE UTILIZAN PERSONAL EN LOS GRUPOS OCUPACIONALES ESTABLECIDOS PARA ACTIVIDADES SIMILARES, a nivel nacional, de conformidad con la estructura ocupacional y valores que se detallan a continuación:

ESTRUCTURA OCUPACIONAL**SUELDO MINIMO
CATEGORIAS**

GRUPO I	LUJO	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA Y CUARTA
Posillero	218.000	212.000	206.000	188.000
Ayudante de cocina	218.000	212.000	206.000	188.000
Ayudante de saloner	218.000	212.000	206.000	188.000
Ayudante de panadería y/o pastelería	218.000	212.000	206.000	188.000
Ayudante de bodega	218.000	212.000	206.000	188.000
Mensajero	218.000	212.000	206.000	188.000
Portero y/o conserje	218.000	212.000	206.000	188.000
GRUPO II				
Salonero	224.000	216.000	209.000	191.000
Bodeguero y/o comprador	224.000	216.000	209.000	191.000
Carnicero y/o parrillero	224.000	216.000	209.000	191.000
Planchero	224.000	216.000	209.000	191.000
Hornero pollos	224.000	216.000	209.000	191.000
GRUPO III				
Hornero pizzas	227.000	221.000	213.000	196.000
Cajero	227.000	221.000	213.000	196.000
GRUPO IV				
Cocinero y/o salsero (Cocina fría)	234.000	226.000	221.000	202.000
Pastelero y/o panadero	234.000	226.000	221.000	202.000
GRUPO V				
Capitán de saloner	239.000	231.000	224.000	206.000
Salonero bilingüe	239.000	231.000	224.000	206.000
GRUPO VI				
Maitre	242.000	234.000	230.000	212.000
Barmán	242.000	234.000	230.000	212.000
Cheff de cocina	242.000	234.000	230.000	212.000

Art. 2o.- Para las ocupaciones de este sector que no consten en el Artículo 1o, su sueldo mínimo no podrá ser inferior al menor valor mensual establecido en el presente Acuerdo.

CORPORACION ECUATORIANA DE TURISMO
GUIA PARA LA REALIZACION DE PROYECTOS TURISTICOS

El proyecto a presentarse a la CETUR, con fines de obtener la Calificación y poder gozar de los beneficios de la Ley de Turismo, debe basarse en un estudio técnico-económico, tanto para empresas nuevas como exigentes. Esta guía constituye un compendio de los aspectos más importantes que, permitirán a la CETUR, preparar el respectivo Informe de Evaluación.

A. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA Y SUS DATOS PERSONALES

1. GENERALIDADES

- 1.1 Denominación o razón social.
- 1.2 Actividad turística.
- 1.3 Dirección de la oficina: Provincia, Cantón, ciudad, parroquia, calle, N°, teléfono y casilla.
- 1.4 Dirección de la actividad a desarrollarse: Provincia, cantón, ciudad, parroquia (o localidad), calle y N°
- 1.5 Conformación Jurídica
- 1.6 Fecha de constitución (el es persona jurídica)

2. CARACTERISTICAS DEL CAPITAL

- 2.1 Accionistas y aporte de capital: Nombre, nacionalidad, capital suscrito, capital pagado, total.
- 2.2 Si es persona natural indica el monto de capital propio a invertir en el proyecto
- 2.3 Composición del capital:
- | | |
|------------|---|
| Nacional | % |
| Extranjero | % |

3. DATOS PERSONALES

- 3.1 Representante legal
 - Nombres y apellidos.
 - Dirección Domiciliaria: Provincia, ciudad, parroquia, calle y Nº
- 3.2 Datos de los empresarios y ejecutivos principales
 - Nombres y apellidos
 - Función que desempeñarán en la empresa
 - Conocimiento y/o experiencia previos
 - Vínculos con otras empresas nacionales o extranjeras
 - Acompañar curriculum vitae
- 3.3 Certificados de referencia bancaria, comerciales o de otra índole de las empresas y de sus elementos personales

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO-ECONOMICO

1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado debe ser actualizado y establecerá si la capacidad receptiva del país en general y específicamente del sector donde se localizará el proyecto requiere de nuevas instalaciones turísticas o ampliar las existentes, de tal forma que justifique las inversiones a efectuarse. Con el estudio de mercado debe darse respuesta a las siguientes interrogantes: ¿Cuánto se podrá vender?, ¿A quién vender?, ¿Cómo se propone realizar la comercialización de los servicios?, ¿Qué problemas se presentan?, Alternativas.

- 1.1 Servicios a prestarse:
1.1.1 Detalle y especificaciones

1.2 Demanda

1.2.1 Análisis histórico de la Demanda

1.2.2 Demanda actual y futura: Estudio de las corrientes turísticas hacia la localidad

- Turismo receptivo (turistas extranjeros): Temporadas alta y baja
- Turismo interno: Temporadas alta y baja

1.3 Oferta

1.3.1 Establecimientos que en la localidad prestan servicios similares al del proyecto

1.3.2 Análisis de la capacidad de los servicios existentes en la localidad.- Categoría del servicio y tarifas (precios)

1.4 Balance Oferta-Demanda

1.4.1 Establecer la demanda insatisfecha

1.4.2 Demanda que captará el proyecto

2. TAMAÑO Y LOCALIZACION

2.1 Tamaño

Capacidad máxima de los servicios a instalarse en número de plazas

2.2 Localización

2.2.1 Factores determinantes de la localización

2.2.2 Alternativas de localización

3. DESCRIPCION TECNICA Y FISICA DEL PROYECTO

3.1 Memoria descriptiva

3.2 Planos arquitectónicos

3.2.1 Proyectos Nuevos

- Ubicación del proyecto
- Plantas equipadas y amobladas de acuerdo a la capacidad del establecimiento en base a la cual se elaboró el estudio de factibilidad
- Cortes y fachadas
- Instalaciones: eléctricas, sanitarias y otras especiales en caso de existir (teléfono, sonido, aire acondicionado, contra incendios, etc.)
- Plantas de cubiertas y emplazamiento.

3.2.2 Ampliaciones, Remodelaciones y Adecuaciones de Establecimientos Existentes

- Planos conteniendo el levantamiento arquitectónico de la (s) planta (s) existentes con el equipamiento y amoblamiento actual en caso de haberlo
- Levantamiento fotográfico de las fachadas de los establecimientos
- Toda la documentación señalada en el literal 3.2.1 en la que se indique la nueva propuesta.

NOTA:

- Las plantas, cortes y fachadas deberán ser realizadas a escala 1:100 ó 1:50
- El formato de las láminas será el señalado, para el caso, por el Instituto Ecuatoriano de Normalización.

3.3 Presupuesto y cronograma de obras

3.4 Plazo de funcionamiento

4. INVERSION Y FINANCIAMIENTO

4.1 Inversión Fija

(Presentar por departamentos: Operación, Administración y Ventas)

4.1.1 Terrenos donde se realizará el proyecto (último avalúo catastral)

4.1.2 Construcción y obras civiles

4.1.3 Maquinaria y equipos con sus valores unitarios, facturas proformas o nota de pedido

4.1.4 Decoración

4.1.5 Instalación de maquinaria y equipo

- 4.1.6 Utillería, cristalería, lencería y demás menaje (facturas proformas o nota de pedido)
- 4.1.7 Vehículos
- 4.1.8 Equipos y muebles de oficina
- 4.1.9 Gastos de preparación del estudio de factibilidad, planificación arquitectónica, análisis de suelos, etc.
- 4.1.10 Gastos de puesta en marcha (capacitación de personal, promoción, papelería, etc.)
- 4.1.11 Intereses pagados durante la construcción
- 4.1.12 Gastos de organización (constitución), patentes y similares
- 4.1.13 Varios e imprevistos
- 4.2 Capital de Operación o Capital de Trabajo (un mes)
 - 4.2.1 Inventario de materiales e insumos (jabones, alimentos, etc.)
 - 4.2.2 Sueldo del personal
 - 4.2.3 Suministros (gas, energía, agua)
 - 4.2.4 Promoción
 - 4.2.5 Efectivo en caja
- 4.3 Financiamiento
 - 4.3.1 Fuentes internas
 - Capital social o propio
 - Aportes extras de socios
 - Reservas y utilidades
 - 4.3.2 Fuentes Externas
 - Crédito de Instituciones Financieras
 - Préstamo de Terceros

NOTA: La empresa deberá indicar nombre de la Institución con la que contrae el crédito, plazo, interés anual, etc.; y, adjuntar tabla de amortización.

5. COSTOS E INGRESOS

Es importante analizar los costos e ingresos.

5.1 Costos y Gastos

5.1.1 Costos de Operación

- Materiales e insumos para elaboración (origen, cantidad y valor unitario)
- Mano de obra directa (personal requerido, remuneración anual y beneficios sociales)
- Costos indirectos:
 - Mano de obra indirecta (personal requerido, remuneración mensual, remuneración anual y beneficios sociales).
 - Energía, agua, combustible, teléfono, telex, etc.
 - Reparación y mantenimiento
 - Seguros
 - Arriendos
 - Depreciación y amortización
 - Impuestos
 - Imprevistos y varios
- Suministros o artículos que no suponen transformación:
 - Licores, cigarrillos, etc.

5.1.2 Gastos de Administración y Generales

- Personal administrativo (sueldo mensual, anual y beneficios sociales)
- Movilización y viáticos
- Suministros de oficina
- Gastos generales

- Arriendos
- Depreciación
- Otros (especificar)

5.1.3 Gastos de Venta

- Personal de ventas (sueldo mensual, anual y beneficios sociales)
- Movilización y viáticos
- Publicidad y promoción
- Comisiones y descuentos
- Arriendos
- Depreciación
- Otros (especificar)

5.1.4 Gastos Financieros

- Intereses
- Comisiones y otros

NOTA: Determinar el costo por servicio a ofrecer (alojamiento, restaurante, bar, cafetería, etc.)

5.2 Ingresos Totales

El cálculo se basa en la capacidad utilizada que se espera de cada uno de los servicios a prestarse durante la vida útil del proyecto, tomando como mínimo un período de 5 años. La suma de cada uno de los servicios serán los ingresos totales del proyecto.

5.2.1 Ingresos por alojamiento

5.2.2 Ingresos por servicios de restaurante

5.2.3 Ingresos por servicio de bar

5.2.4 Ingresos por boîte

5.2.5 Ingresos por casinos

5.2.6 Ingresos por arriendos y concesiones

5.2.7 Ingresos por servicios de lavandería y planchado

5.2.8 Ingresos por servicios de recreación y esparcimiento

5.2.9 Otros Ingresos (especificar)

6. PRONOSTICO FINANCIERO

6.1 Estado, Proforma de Pérdidas y Ganancias (proyección para la vida útil del proyecto, con un mínimo para 5 años).

6.2 Flujo de caja

7. EVALUACION FINANCIERA

7.1 Cálculo del punto de equilibrio y su gráfico

7.2 Capacidad de pago

7.3 Valor actual neto

7.4 Tasa interna de retorno

BIBLIOGRAFIA

BAEZ, S: Descripción de puestos en hoteles, restaurantes y bares. 3º
impresión, Editorial Continental, México, 1984.

BOARDMAN, R: Dirección y análisis de costes en hoteles y restaurantes. 3º
edición, Ediciones Ibérico – Europea, Madrid, 1982.

BRADSHAW, M: Restaurant employees. MacMillan Publishing Company, New
York, 1984.

CARDENAS, F: Comercialización del Turismo. 3º edición, Editorial Trillas,
México, 1995, p. 41-72.

CARPIO, J: Guía turística del Ecuador. Ediciones La Golondrina, Cuenca –
Ecuador, 1994, p. 39-43.

CETUR - MINISTERIO DE TURISMO: Boletín de estadísticas turísticas.
1991-1995.

CETUR: Catastro de establecimientos turísticos. 1997.

COLTMAN, M: **Como iniciar y administrar un restaurante**. Editorial Norma, Bogotá, 1992.

DIARIO EL COMERCIO: **Guápulo, un retablo colonial**. Sección B, Quito, 1998-01-31, p. 5.

DIARIO TIEMPOS DEL MUNDO: **Falencias en la administración turística**. Sección C, 1998-03-19, p. 7.

DURON, C: **El Restaurante como empresa**. 1º edición, Editorial Trillas, México, 1989.

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO: **Servicios de Bares y Restaurantes**. Ediciones Daly, Málaga, Tomo 1.

FIGUEROLA, M: **Teoría Económica del Turismo**. 1º edición, Editorial Alianza, Madrid, 1990, p. 37-76.

ILUSTRE MUNICIPIO DE QUITO: **Planes parciales para áreas históricas**. Quito, 1992, p. 66-84.

LAMBIN, J: **Marketing Estratégico**. 2º edición. McGraw – Hill, Madrid, 1991, p.43-221.

LAROUSSE, P: **Pequeño Larousse ilustrado**. Ediciones Larousse.

LAMBERTINE, L: **Administración de bar, cafetería y restaurante**. Editorial Continental, México, 1982.

LUNDBERG, D: **Organización y administración de hoteles y restaurantes**. 4º edición, Ediciones Centrum, Barcelona, 1986, volumen 2, p. 323-357.

MAYEMBERGER, A: **Enciclopedia de Hotelería y Restaurantes**. Edinter, Bogotá, 1990.

OCEANO: **Nueva Enciclopedia práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes**. Editorial Océano, 1995, volumen 3, p. 529-556.

UNIVENSA S. A.: **ABC del Viajero**. 1998.