



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERO EN MARKETING**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RETRO BAR
RESTAURANTE EN LA CIUDAD DE MANTA”**

AUTOR:

RENÉ GABRIEL GAMBOA VILLAFUERTE

TUTORA:

ING. KAREN PINARGOTE MONTENEGRO. MBA.

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

2019 – 2020

CERTIFICACIÓN

En calidad de tutora del trabajo de titulación asignado a mi persona con el tema:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RETRO BAR-RESTAURANT EN LA CIUDAD DE MANTA”.

Presentado por el sr. **GAMBOA VILLAFUERTE RENÉ GABRIEL**, con cédula de identidad **#131336740-9**, certifico que el presente proyecto ha sido realizado bajo los parámetros establecidos en los protocolos de titulación de la Carrera de Ingeniería en Marketing, para ser sometido a la Evaluación del Tribunal que el consejo de Facultad designe.

Manta, 15 de Agosto del 2019

Ing. Karen Pinargote Montenegro. MBA.

Tutora Proyecto de Emprendimiento

AUTORÍA RESPONSABLE

Yo, **GAMBOA VILLAFUERTE RENÉ GABRIEL** con cédula de identidad #**131336740-9**, declaro que la investigación realizada para el trabajo de titulación “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN RETRO BAR-RESTAURANT EN LA CIUDAD DE MANTA**”, de la modalidad **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**, es de total originalidad y autenticidad personal.

En virtud que el presente contenido de la investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Manta, 15 de Agosto del 2019

RENÉ GABRIEL GAMBOA VILLAFUERTE

C.I. 131336740-9

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a mi **Dios** rey de reyes, quien ha sido mi guía y mi fuerza en momentos difíciles que nunca me ha abandonado y a abrigado mi espíritu en tiempos de tempestad.

A mi madre **Olga María Villafuerte Quiroz** quien siempre ha estado pendiente de mí y ha estado ahí dándome ánimos para seguir adelante, para lograr mis sueños y metas ya que ella es mi amiga, mi confidente y es quien me brinda un amor sincero.

A mi padre **René Gabriel Gamboa Macías** quien con sus regaños me enseñó a nunca darme por vencido y luchar hasta salir victorioso, por la disciplina que me ha hecho tener la cual me ha permitido ser un hombre de bien y llegar hasta donde estoy teniendo una buena imagen y reputación.

A mis amigos, **Oliver, Bryan y Adrián**, quienes han sido como mis hermanos y un apoyo fundamental durante mi carrera universitaria quienes siempre han seguido mis locuras y han estado ahí cuando más los he necesitado.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por iluminar mi mente y por darme calma en momentos de desesperación.

A mis padres por su amor incondicional y sus consejos los cuales me han permitido crecer de manera personal y profesional.

A mí querida tutora y amiga Ing. Karen Pinargote, por su ayuda y orientación para la elaboración de este proyecto quien soportó mis ocurrencias, también al resto de docentes de la carrera de Marketing que me brindaron su ayuda y amistad cuando tenía algún problema y a la Universidad Laica “ELOY ALFARO DE MANABI”, por compartir sus conocimientos académicos, los cuales aplicare ejerciendo mi profesión a futuro.

Además, agradezco a cada una de las personas que han estado presente durante mi desarrollo como estudiante universitario que han aportado de una u otra forma para que alcance mi meta.

Gracias de corazón.



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERO EN MARKETING**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CRACIÓN DE UN RETRO BAR RESTAURANT
EN LA CIUDAD DE MANTA”**

Sometida a consideración del tribunal designado por la facultad de ciencias administrativas y su carrera de Ingeniería en marketing de la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la ciudad de manta, previa a la obtención del título de Ingeniero en marketing

Coordinadora de la carrera de marketing

Ing. Karen Pinargote Montenegro. MBA.
Tutora de proyecto de emprendimiento

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	XI
1 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA.....	1
1.1 VISIÓN.....	1
1.2 OBJETIVOS	1
1.2.1 Objetivo general.....	1
1.2.2 Objetivos Específico	1
1.2.3 Objetivos estratégicos	1
1.3 ACTIVIDAD (MODELO DE NEGOCIO).....	2
1.4 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA.....	4
1.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL.....	5
1.6 DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDEDOR	5
1.6.1 Equipo, Formación y experiencia	7
1.7 ALIANZAS ESTRATÉGICAS	8
1.8 ANÁLISIS FODA	9
1.8.1 Puntos Fuertes	10
1.8.2 Puntos Débiles	10
1.8.3 Oportunidades	10
1.8.4 Amenazas.....	10
1.8.5 Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA.....	11
1.9 LEGAL JURÍDICO Y FISCAL.....	12
1.9.1 Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes	12
1.9.2 Aspectos legales (forma jurídica de la empresa y de trabajo con alianzas)	12
1.9.3 Equipo directivo.....	16
1.9.4 Modalidad contractual (emprendedor y empleado).....	16
1.9.5 Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos	21
1.9.6 Cobertura de responsabilidades (seguros)	24
1.9.7 Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)	25
2 MERCADO	28
2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	28
2.1.1 Evidencia de mercado	28
2.1.2 Binomio producto-mercado	29
2.1.3 Segmentación.....	30
2.1.4 Perfil del consumidor.....	31
2.1.5 Tamaño actual y proyectado	31
2.1.6 Tendencias de mercado.....	45
2.1.7 Factores de Riesgo	46
2.1.8 Ingresos en base al análisis de mercado.....	48
2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	49
2.2.1 Descripción de la competencia (competidores claves)	49
2.2.2 Comparación con la competencia	51
2.2.3 Ventajas competitivas	53
2.2.4 Barreras de entrada	54
2.2.5 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	54

2.3	PRECIO	56
2.3.1	Variables para la fijación de precios	56
2.3.2	Determinación del precio	56
2.4	DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN	58
2.5	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	58
2.5.1	Clientes Claves.....	58
2.5.2	Estrategia de captación de clientes	58
3	OPERACIONES.....	60
3.1	PRODUCTO	60
3.1.1	Descripción del producto	60
3.1.2	Diseño del producto	60
3.1.3	Aspectos diferenciales	63
3.2	PROCESO PRODUCTIVO	64
3.2.1	Proceso de elaboración o servucción	64
3.2.2	Capacidad instalada o tamaño.....	64
3.2.3	Tecnologías necesarias para la producción.....	65
3.2.4	Cronograma de producción – servucción	65
3.2.5	Control de calidad.....	67
3.3	EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS	67
3.3.1	Infraestructura interna.....	68
3.4	REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA	71
3.5	REQUERIMIENTOS DE INSUMOS PRODUCTIVOS	73
3.6	SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MEDIO AMBIENTE	79
3.6.1	Normativa de prevención de riesgos.....	79
3.6.2	Normativa Ambiental.....	80
4	FINANCIERO	84
4.1	SISTEMA DE COBROS Y PAGOS	84
4.1.1	Sistema de Cobros.....	84
4.1.2	Sistema de pagos.....	84
4.2	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS	84
4.2.1	Presupuesto de ingresos.	84
4.2.2	Presupuesto de costos	84
4.2.3	Estado proforma de pérdidas y ganancias.....	86
4.2.4	Análisis de punto de equilibrio	87
4.3	INVERSIONES.....	88
4.3.1	Análisis de inversiones	89
4.3.2	Cronograma de inversiones.....	90
4.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO	90
4.4.1	El costo del proyecto y su financiamiento	90
4.4.2	Fuentes y usos de fondos	90
4.4.3	Estado Balance General	92
4.5	EVALUACIÓN.....	93
4.5.1	Valor actual neto o Valor presente neto	93
4.5.2	Tasa interna de retorno.....	94
4.5.3	Retorno de la Inversión ROI.....	95

5 CONCLUSIÓN	96
6 ANEXOS.....	97
MODELO DE ENCUESTA	97
EVIDENCIA DE ENCUESTAS.....	98
CERTIFICADO DE SUPERINTENDENCIAS DE COMPAÑÍAS	100
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	102
LOGOTIPO.....	103
BIBLIOGRAFÍA.....	104

Índice de Tablas

Tabla 1 Objetivos Estratégicos	1
Tabla 2 Descripción del emprendedor	6
Tabla 3 Equipo del emprendedor	7
Tabla 4 Matriz FODA.....	9
Tabla 5 Matriz Cruzada FODA.....	11
Tabla 6 Cotización de pólizas de seguro Anual.....	25
Tabla 7 Segmentación.....	30
Tabla 8 Género.....	33
Tabla 9 Edad	34
Tabla 10 Asiste a bares y restaurantes	35
Tabla 11 Frecuencia de asistencia.....	36
Tabla 12 Consumo promedio.....	37
Tabla 13 Gusta del estilo retro	38
Tabla 14 ¿Te gustaría que exista un retro bar restaurant en la ciudad?	39
Tabla 15 ¿Qué bebida consumes más?	40
Tabla 16 ¿Cuál coctel prefiere?	41
Tabla 17 Pikeo preferido.....	42
Tabla 18 Producto preferido	43
Tabla 19 Medio de comunicación preferido	44
Tabla 20 Ubicación.....	45
Tabla 21 Ingresos de Producción.....	48
Tabla 22 Matriz Competencia indirecta.....	50
Tabla 23 Comparación con la competencia	51
Tabla 24 Determinación de Precios	56
Tabla 25 Estrategias de promoción.....	59
Tabla 26 Tecnología para la producción.....	65
Tabla 27 Simbología en proceso	66
Tabla 28 Utillaje	68
Tabla 29 Mobiliario	70
Tabla 30 Adecuaciones	71
Tabla 31 Sueldo de empleados primer año	72
Tabla 32 Sueldos de empleados a partir del segundo año	73
Tabla 33 Útiles de oficina	73
Tabla 34 Implementos de limpieza	74

Tabla 35 Servicios Básicos	74
Tabla 36 Arriendo	75
Tabla 37 Mantenimiento	75
Tabla 38 Seguros.....	75
Tabla 39 Gastos proyectados para la producción mensual	76
Tabla 40 Presupuesto de ingresos	84
Tabla 41 Presupuesto de gastos	85
Tabla 42 Estado de pérdidas y ganancias	86
Tabla 43 Punto de equilibrio.....	87
Tabla 44 Desglose Punto de equilibrio	87
Tabla 45 Inversiones	89
Tabla 46 Plan de inversión.....	89
Tabla 47 Estado de situación inicial	90
Tabla 48 Fuentes y uso de los fondos	91
Tabla 49 Accionistas.....	91
Tabla 50 Flujo de fondos netos.....	92
Tabla 51 Balance General.....	93
Tabla 52 Datos de flujo netos	94
Tabla 53 Indicador VAN y TIR.....	94
Tabla 54 Periodo de recuperación de la inversión	95

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Modelo CANVAS. Elaborado por René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	2
Gráfico 2: Organigrama. Elaborado por René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	5
Gráfico 3: cálculo de la muestra Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	32
Gráfico 4: Género Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	33
Gráfico 5: Edad Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	34
Gráfico 6: Asiste Ud. a Bares o Restaurantes Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	35
Gráfico 7: Frecuencia de Asistencia Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	36
Gráfico 8: Promedio de Consumo Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	37
Gráfico 9: Gusto de música y estilo retro Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	38
Gráfico 10: Exista un Retro Bar en la ciudad Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	39
Gráfico 11: Consumo de bebidas Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	40
Gráfico 12: Preferencia de coctel Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	41
Gráfico 13: Tipo de pikeos Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	42
Gráfico 14: Qué es lo que más consume Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte .	43
Gráfico 15: Medios de comunicación Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	44
Gráfico 16: pregunta de ubicación Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	45
Gráfico 17: Fuerzas de Porter Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	54
Gráfico 18: Diseño del Producto Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	60
Gráfico 19: logotipo del Retro Bar Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	61
Gráfico 20: Isotipo Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	61
Gráfico 21: Micrófono Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	62
Gráfico 22: jarro de cerveza Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	62

<i>Gráfico 23: Proceso de elaboración</i> Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	64
<i>Gráfico 24: Simbología en producción</i> Elaborado por: la web	66
<i>Gráfico 25: Plano del establecimiento</i> Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	68
<i>Gráfico 26: Punto de equilibrio</i> Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	88

Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1</i> foto de la competencia Elaborado por: Descargada de la web.....	28
<i>Ilustración 2.</i> Foto de la competencia Elaborado por: Descargada de la web.....	29
<i>Ilustración 3:</i> Binomio Producto-Mercado Elaborado por: descargado de la web.....	30
<i>Ilustración 4:</i> Disco Vinilo Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte	62
<i>Ilustración 5:</i> Nachos Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte.....	62
<i>Ilustración 6:</i> Área de Establecimiento Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte ...	64

Resumen Ejecutivo

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante, nace de la idea de crear un bar con estilo único en la ciudad de Manta, con un ambiente acogedor que nos traslade a años atrás donde se gozaba de una manera única, es decir un estilo retro que haga referencia a los años 80 y 90, el cual tiene la finalidad de ubicarse en la avenida Flavio Reyes y calle 20, el mismo que estará dirigido a un segmento de mercado de clase media hacia arriba en una edad promedio de 30 a 60 años o más, que quieran salir de la rutina y disfrutar de bebidas alcohólicas o algún pikeo.

La ciudad de Manta cuenta con una población de 226,477 personas en su totalidad según el último censo del INEC del año 2010, en la investigación realizada posteriormente mediante método de muestreo probabilístico, donde se obtuvo una muestra de 384 personas a las cuales se les realizó una encuesta para identificar sus gustos y preferencias al momento de acudir a un establecimiento como el antes mencionado.

El horario de atención de dicho establecimiento, será de 18:00 pm hasta las 12:00am el cual tiene una capacidad de 45 personas pero se estiman dos frecuencias de asistencias, teniendo como resultado un total de 90 personas estimando que estas tengan una frecuencia de consumo de 2 productos por personas, alcanzando un mercado meta de 1226 personas y unas ventas proyectadas mensuales de 2772, las cuales se deben vender en volumen de 1935 como mínimo las cuales en dólares representan la cantidad de \$ 15,307 para llegar al punto de equilibrio.

En conclusión, Ruta 66 Retro Bar-Restaurante presenta condiciones aceptables para ponerlo en curso ya que muestra un VAN positivo de \$ 96.232, aplicando una tasa de descuento de 12,98% con un TIR resultante de 42,64%, muestra una gran potencialidad para el mercado ya que la recuperación de la inversión se dará en un tiempo de 3 años 1 mes y 26 días, con un ROI de 1,12.

1 Organización Estratégica

1.1 Visión

La visión de este retro bar restaurant es llegar al 2024 siendo un establecimiento reconocido por tener un estilo único al estilo retro rescatando la época de los años 80 y 90 con un excelente servicio y una excelente imagen en el mercado.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Realizar un plan de negocio para la creación de un Bar-Restaurant al estilo Retro en la ciudad de Manta.

1.2.2 Objetivos Específico

- Realizar un estudio de mercado que proporcione información sobre la demanda existente en el mercado de la ciudad de Manta para la creación de un nuevo Retro-Bar Restaurant.
- Desarrollar un Estudio Técnico que se enfoque en el tamaño, equipamiento e infraestructura del proyecto.
- Diseñar Estrategias de Mercado para mejorar el crecimiento del negocio de acuerdo con los datos recolectados a través del estudio Realizado.
- Realizar un Estudio Financiero que determine la factibilidad de la creación del Retro-Bar, restaurante en la ciudad de Manta.

1.2.3 Objetivos estratégicos

Tabla 1

Objetivos Estratégicos

Tipo de objetivo	Objetivo	Indicador	Meta
Corto plazo	Captar la mayor cantidad de clientes del mercado objetivo	Nuevo nicho de mercado	30 clientes nuevos semanal
Mediano plazo	Incrementar las ventas mensuales	% de incremento de ventas mensuales.	10%
Largo plazo	Fidelizar los clientes y aumentar en la mayor cantidad posible su frecuencia de consumo	Frecuencia de consumo.	500-600 clientes fieles con buena frecuencia de consumo durante los próximos 5 años.

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

1.3 Actividad (modelo de negocio)

El modelo CANVAS es un gráfico o herramienta que va a ayudar a entender de mejor manera la temática y el enfoque del modelo de negocio.

MODELO CANVAS DEL RETRO BAR-RESTAURANT				
<p>8</p> <p>ALIANZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con principales hoteles de la ciudad • Con agencias de viajes que impulsen la llegada de turistas a la ciudad. 	<p>7</p> <p>ACTIVIDADES CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente de diversión • Excelente atención • Diversidad de producto 	<p>2</p> <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Temática única del Retro bar en la ciudad • Personal capacitado • Ambiente cómodo de diversión 	<p>4</p> <p>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personal de calidad 	<p>1</p> <p>SEGMENTO DE MERCADO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fanáticos de los años 80 y 90 • Amantes del estilo retro • Entre 30 y 60 años
	<p>6</p> <p>RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financieros • Económicos • Intelectuales • Tecnológicos 		<p>3</p> <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servidor clientes. • Redes sociales 	
<p>9</p> <p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La inversión total que se debe realizar es de \$ 96,232, entre activo fijo y activo circulante. 			<p>5</p> <p>FUENTES DE INGRESOS</p> <p>Ingresos económicos por venta de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bebidas • Pikeos 	

Gráfico 1. Modelo CANVAS. Elaborado por René Gabriel Gamboa Villafuerte

¿Cuál es el producto y/o servicio?: Alimentos, bebidas y cocteles dirigidos para un público de la clase social media hacia arriba que este en busca de diversión y relajación en un ambiente cómodo y con excelente servicio.

¿Cómo surgió la idea del negocio?: Esta idea nace debido a que en la ciudad de Manta no existe un bar de estas características Retro y después de haber visitado algunos lugares de los cuales se ha rescatado la parte más atractiva para unificarlas y crear algo mucho más innovador enfocado a los años 80 y 90 con un estilo retro americano, por ejemplo la bolera restaurant es un establecimiento que tiene una temática de juegos de bolos además de vender distintos productos alimenticios y bebidas, otro ejemplo puede ser tótem el cual es un resto bar con un ambiente liberal adaptado a las distintas culturas de las personas, en este caso Ruta 66 Retro Bar Restaurant, busca adaptarse a la cultura de las personas adultas llevándolos de regreso a los años 80 y 90.

¿Qué oportunidad de negocio ha detectado?: Manta es una plaza de bares debido a que existe una gran cantidad de estos, pero la gran mayoría se enfoca en brindar un servicio tradicional dejando de lado la ventaja competitiva que puede marcar la diferencia y lograr acaparar un mayor numero de clientes. Las autoridades de Manta esperan un crecimiento en establecimientos nocturnos como especifican en la siguiente entrevista:

Las autoridades de Manta, ubicada en la provincia ecuatoriana de Manabí, aspiran a que esa ciudad con costas al océano Pacífico “tome vida por la noche” en sitios estratégicos como la reconocida playa El Murciélago. La idea es que los turistas puedan tener más opciones nocturnas para disfrutar de la naturaleza mantense. Según cifras oficiales, Manta cuenta con 45 bares, 46 fuentes de soda y 21 discotecas. Todos los establecimientos cuentan con sus registros y autorizaciones para su ejercicio, los festivales parroquiales de mariscos y eventos deportivos de gran magnitud y convocatoria como el Iron Man también ayudan a incentivar el turismo local en esta ciudad costera. (ecuadortv, 2019)

Según datos de (ecuadortv, 2019) afirma que “en el primer cuatrimestre de 2019, se ha contabilizado que, por vía aérea, marítima (cruceiros) y terrestre, el ingreso a ese cantón manabita ha sido de unos 561.465 visitantes”.

La ciudad de Manta es una ciudad que está en desarrollo y crecimiento, sus bellas playas hacen que una gran cantidad de turistas lleguen a esta ciudad, además en la actualidad existen muchos bares, restaurantes y discotecas, los cuales son muy visitados por empresarios, personas de distintas clases sociales y turistas locales, nacionales y extranjeros que buscan algo de diversión y relajación mostrando ser negocios muy rentables, además que en el país solo existe un Retro-Bar Restaurant y este se encuentra ubicado en la ciudad de Quito.

Manta es una ciudad donde sus habitantes tienen gustos muy variados, donde mediante un análisis y estudio de mercado se pudo detectar que existe un nicho de mercado que aún no ha sido explotado el cual está enfocado para el público adulto que gusta del estilo retro de los años 80 y 90.

¿El producto que necesidad cubre?: Cubre la necesidad de diversión y alimentación además de salir de la rutina diaria adquiriendo productos de muy buena calidad en este caso bebidas y pikeos siendo los productos que se van a vender en el establecimiento.

¿Quién será tu cliente?: Los principales clientes serán empresarios o personas pertenecientes a la clase media hacia arriba que habiten en la ciudad además de turistas que estén en edad promedio de 30 años o más que quieren salir de la rutina diaria en busca de relajación y diversión, amantes de la música y el estilo de los años 80 y 90 y que deseen consumir algo de alimentos, bebidas y cocteles.

¿Cuál es el sector en el que se desarrollará la actividad?: El sector que se desarrollará el emprendimiento estará enfocado en bares y restaurantes, sector que se encuentra en crecimiento

en la actualidad en la ciudad de Manta debido a su alta demanda. Como lo especifica el Ministerio de turismo:

Durante décadas los pequeños sectores económicos del Ecuador se han encontrado desplazados por aquellos sectores que han sido y son la principal fuente de ingresos para el país, pero que no necesariamente han generado un desarrollo sostenible, limitando con ello la capacidad de que los gobiernos centren su atención en aquellos sectores rezagados de la economía y que estos sean priorizados al momento de la elaboración y ejecución de políticas económicas y de desarrollo; razón por la cual, el presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer la importancia que tiene el Subsector Hoteles, Bares y Restaurantes, el cual constituye la principal fuente generadora de ingresos y empleo dentro del sector turismo; donde aproximadamente el 80% de los establecimientos turísticos a nivel nacional que se encuentran registrados en el MINTUR (Ministerio de Turismo) pertenecen al subsector generando anualmente más de 75.357 empleos directos según el informe de rendición de cuentas, sin tomar en consideración el número de empleos indirectos que se generan en los diferentes sectores productivos del país, los cuales proveen de bienes y servicios para el funcionamiento del subsector. Tomando en consideración las relaciones intersectoriales que son el eje donde se sustenta el desarrollo de una economía, se analiza las mismas entre los sectores productivos del país con el subsector mediante la utilización de las Tablas Oferta – Utilización, 2001 y 2007 concluyendo el análisis con las políticas y programas de apoyo al sector turístico y a sus subsectores que actualmente se encuentran siendo ejecutados por el Ministerio de Turismo. (MINTUR, 2016)

¿Dónde se ubicará tu empresa?: Estará ubicada en la avenida Flavio Reyes y calle 20, ya que en cuanto a diversión se trata estos lugares son los que tienen mayor afluencia de personas.

¿Está iniciada la actividad?: En la actualidad esta actividad no está realizada.

1.4 Oportunidad de negocio detectada

En la ciudad de Manta no existe ningún tipo de negocio con este concepto de Retro-bar Restaurante, el cual es un punto de reunión y ocio para aficionados a la música de los años 80 y 90 e ideal para grupos, se ofrece desde algo de beber hasta algo para picar como pueden ser: alitas BBQ, hamburguesas, entre otros, y para tomar, varios tipos de bebidas alcohólicas además de cervezas, refrescos y cocteles variados.

El concepto del bar pretende ser innovador, de restauración temática retro, que se desmarca de cualquier negocio similar en el mercado de la ciudad de Manta, dentro de una ambientación y actitud de carácter antiguo, con la exposición dinámica de imágenes, noticias y elementos relacionados con los años 80 y 90.

1.5 Organigrama Estructural y Funcional

La estructura de la empresa debe enfocarse en lograr el cumplimiento de las actividades y objetivos que se establezcan para lograr su cumplimiento. “La estructura organizacional de una empresa es el marco formal de la organización de acuerdo con el cual las tareas se dividen, agrupan y coordinan” (Robbin & Coulter, 2010).

Para el caso del Retro-Bar Restaurant, la estructura organizacional estará compuesta por las siguientes áreas:

- Área administrativa
- Área operacional
- Área de servicio

En los siguientes apartados, se muestra la relación de dichas áreas en el Retro-Bar Restaurant.

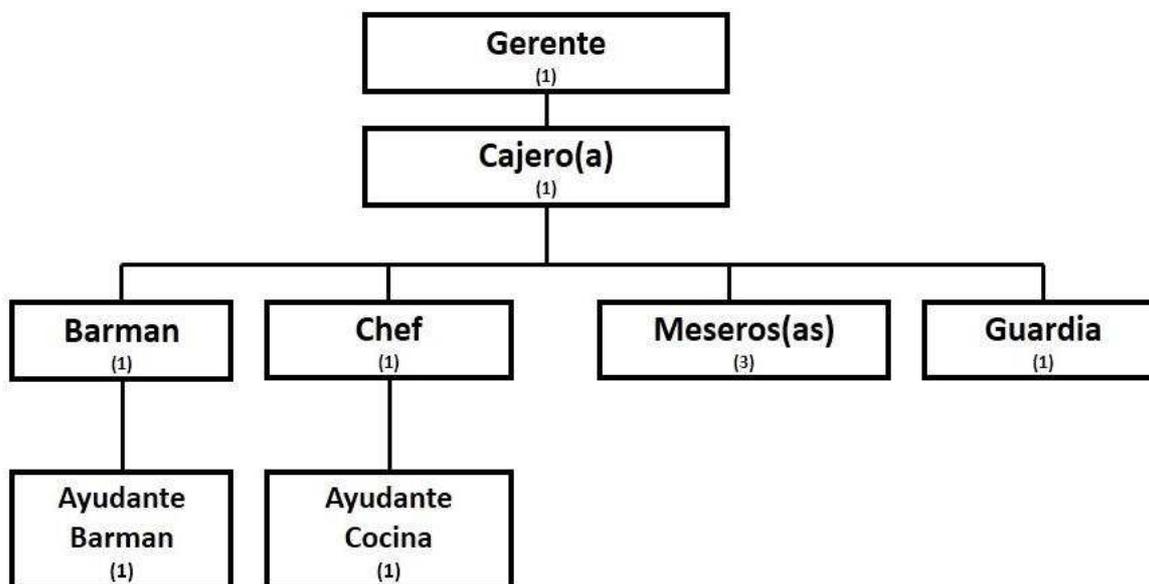


Gráfico 2: Organigrama. Elaborado por René Gabriel Gamboa Villafuerte

1.6 Descripción del emprendedor

Para la descripción del emprendedor se debe resaltar los aspectos positivos y sobresalientes con los que aportara dicha persona en función de su actividad y en base a la actividad que llevara a cabo el emprendimiento. “Un empresario o emprendedor es una persona que arriesga

su dinero, tiempo y esfuerzo para desarrollar un producto o forma de hacer algo innovador” (Ferrell, 2010).

Por ende, se debe conformar un equipo exitoso para que dicha innovación llegue a brindar los resultados anhelados logrando ser uno de los sitios de diversión más reconocido en la ciudad. A continuación, se detalla el puesto y funciones a desarrollar:

Tabla 2
Descripción del emprendedor

Cargo	Conocimientos	Responsabilidad	Función
Gerente general o propietario	Este debe ser experto en áreas de administración, Marketing, relaciones públicas y recursos humanos.	Debe administrar y controlar todos los recursos del negocio además de estar pendiente a las actividades que realice el equipo de trabajo.	Coordinar todas las actividades del negocio como las de logística, y dirigir al personal para que estos cumplan con los objetivos del negocio
Cajero(a)	Debe tener conocimientos informáticos y de facturación	Este debe Ejecutar los procesos de facturación de las ventas realizadas.	Facturar cada una de las ventas de cada cliente efectuadas en el negocio.
Barman	Debe tener conocimiento y experiencia en servicio y atención al cliente además de técnicas en elaboración de cocteles.	Asesorar y ejecutar las actividades de servicio relacionados a la venta de licores y cocteles.	ayudar al cliente en la compra de licores.
Chef	Debe tener conocimientos en la preparación de piqueos y platos a la carta.	Este debe asesorar y desarrollar las actividades de servicio que este relacionados a la venta de piqueos y platos a la carta.	Elaborar los alimentos solicitados o requeridos por nuestros clientes.

Ayudantes de bar y cocina	Conocimientos de atención al cliente, además de tener conocimientos en preparación de bebidas y pikeos.	Asistir al Barman o al Chef en todo lo que este le pida en cuento a funciones laborales	Preparar bebidas y pikeos cuando estos sean requeridos.
Meseros(as)	Conocimientos de atención al cliente.	Ayudar a los clientes a ubicarse en sus respectivas mesas, controlar y servir bebidas y pikeos, brindar todos los insumos necesarios.	Gestionar la distribución de bebidas o pikeos a los respectivos clientes dentro del Retro-Bar Restaurant, y ayudar en la limpieza total del establecimiento.
Guardia	Este debe tener Conocimientos en atención al cliente y servicios de seguridad.	Cumple la función de controlar la seguridad, revisión y tranquilidad de cada uno de los clientes dentro de las instalaciones.	Gestionar el ingreso y salida de los clientes del establecimiento.

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

1.6.1 Equipo, Formación y experiencia

Tabla 3

Equipo del emprendedor

Cargo	Experiencia	Formación solicitada	Conocimiento empresarial
Gerente o propietario	Experiencia mínima en el área.	Título de tercer nivel o profesional en carreras como: Administración de empresas, contabilidad y auditoría, marketing, o economía.	Saber el Manejo de inventarios, impuestos, análisis y manejo de personal o equipo colaborador del negocio.

Cajero(a)	Debe tener como mínimo 1 año de experiencia en el área o en cargos similares.	Bachiller con título en contabilidad.	Conocimientos informáticos y atención al cliente.
Barman	Experiencia mínima de 6 meses en la preparación de bebidas y cocteles.	Este debe ser Bachiller con título en el área, además de certificaciones de trabajos antes realizados.	Debe tener conocimientos en atención al cliente, además de métodos de servicios de cocteles y licores.
Ayudantes de cocina o de bar	Experiencia mínima de 6 meses en el área.	Bachilleres con experiencia en la elaboración de bebidas y pikeos además de tener conocimientos de atención al cliente.	Conocer acerca de bebidas alcohólicas y no alcohólicas además de saber la preparación de cocteles o pikeos.
Meseros(as)	Experiencia mínima de 6 meses.	Este(a) puede ser Bachiller, o estudiantes de tercer nivel o con título técnico en el área, certificaciones de trabajos antes realizados.	Debe saber Técnicas de servicio al cliente además de tener conocimientos de las habilidades y reglamentaciones.
Guardia	Este debe tener Experiencia mínima de 1 año.	Bachiller, estudiantes de tercer nivel con conocimientos en el área, y certificaciones de trabajos antes realizados.	Conocer técnicas de seguridad y trabajo en equipo.

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

1.7 Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas facilitan la colaboración con otras empresas, según el autor Martínez en su libro Kruger Corporation dice que:

Las alianzas estratégicas entre negocios se construyen para compartir buenos momentos y colaborar en la solución de problemas, convirtiéndolos en ventajas competitivas, es por ello se debe tener muy en cuenta que tipo de alianzas realizar ya que se busca mejorar los beneficios. (Martinez, 2017)

Por ende, el Retro-Bar Restaurant realizará alianzas estratégicas con algunos hoteles de la ciudad y con agencias de viajes que impulsen la llegada de turistas a esta ciudad, entre estas están:

Hotel Poseidón y Hotel Manta Host

El Retro-Bar Restaurant ofrecerá descuentos a las personas alojadas en estos hoteles ya que se realizará un convenio de prestación de servicios es decir que el establecimiento será parte de los servicios que puedan disfrutar los huéspedes y a la vez los hoteles ganan buena imagen y prestigio por ofrecer servicios de calidad.

Kv Travel Manta

El servicio del Retro Bar-Restaurant estará incluido dentro de los paquetes turísticos que ofrezcan y vendan en la agencia de Viaje KV Travel ya que esta empresa comisionará por cada cliente o turista que lleven a consumir al establecimiento.

1.8 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite realizar un estudio tanto interno como externo donde se identifican las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas**.

Tabla 4
Matriz FODA

ANALISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Un nuevo concepto en bares y con valor agregado. • Servicio profesional con atención de calidad y un ambiente acogedor. • Ubicación estratégica del establecimiento. • Temática única en la ciudad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo presupuesto de capital para inversión. • Imagen de un negocio nuevo.

OPORTUNIDADES

- Desarrollo de conceptos internacionales como Retro-Bar Restaurant en el mercado local.
- Alianzas estratégicas con importantes hoteles de la ciudad y agencias de viajes que traigan turistas a la ciudad.
- Expansión y crecimiento con nuevos locales en ciudades principales del país.

AMENAZAS

- Posicionamiento de la competencia indirecta.
- Días bajos en asistencia de clientes.
- Políticas económicas que contribuyan a reducir el poder adquisitivo del mercado objetivo.

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

1.8.1 Puntos Fuertes

Las principales fortalezas de la empresa se encontrarán en ser un nuevo concepto en bares con valor agregado, además de contar con personal capacitado para que estos puedan brindar un servicio de excelencia en un ambiente acogedor con una temática única en la ciudad.

1.8.2 Puntos Débiles

Las principales debilidades de la empresa será ser un negocio nuevo dentro de mercado ya que en la actualidad no existe un negocio de estas mismas características a diferencia de la competencia indirecta que ya tiene sus clientes fidelizados considerando también que la creación de un negocio de este tipo requiere de un capital alto para su creación y funcionamiento.

1.8.3 Oportunidades

El mercado de bares y restaurantes en la ciudad está en crecimiento y existen nichos o segmentos de mercados que no han sido explotados como en este caso esta tipo de negocio se convierte en un nuevo concepto internacional como retro bar restaurant en el mercado local, logrado atraer a turistas, por ende conlleva a desarrollar alianzas estratégicas con agencias de viajes y principales hoteles de la ciudad, no dejando de lado una posible expansión llevando este concepto a demás ciudades principales del país.

1.8.4 Amenazas

Las principales amenazas que se podrían tener como empresa pueden ser las políticas económicas que contribuyan a reducir el poder adquisitivo del mercado objetivo, además de días bajos en asistencias de clientes debido a la competencia indirecta.

1.8.5 Estrategias de desarrollo en base al análisis FODA

Tabla 5

Matriz Cruzada FODA

MATRIZ CRUZADA FODA – ANALISIS ESTRATEGICO		
	Fortalezas	Debilidades
	(F1). Un nuevo concepto en bares y con valor agregado.	(D1). Bajo presupuesto.
	(F2). Servicio de calidad con un ambiente acogedor.	(D2). Imagen de un negocio nuevo (contra la competencia o bares sustitutos que tienen clientes fidelizados).
	(F3). Ubicación estratégica.	
	(F4). Atracción para clientes que buscan un ambiente distinto.	
	(F5). Temática única aun no desarrollada en la ciudad.	
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
(O1). Desarrollo de conceptos internacionales como Retro-Bar Restaurant en el mercado local.	(F4-O3). Mediante la apertura de nuevos locales en la provincia o país, brindar el mejor servicio hacia el segmento enfocado a nivel local y nacional.	(D1-O1). Asociarse con empresarios que deseen tener otras ganancias en base a la rentabilidad de este negocio.
(O2). Alianzas estratégicas con importantes hoteles de la ciudad y agencias de viajes que traigan turistas a la ciudad.	(F1-O2). Ejecutar alianzas estratégicas que ayuden en la captación de clientes.	(D2-O3). Aplicar estrategias de marketing para dar a conocer y mostrar los servicios y el enfoque del retro-bar restaurant.
(O3). Expansión y crecimiento con nuevos locales en ciudades principales del país.		

Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
(A1). Posicionamiento de la competencia indirecta.	(F4-A1). Innovar el estilo con un nuevo concepto en bares en base a productos y servicios de manera constante.	(D2-A1). Brinda el mejor servicio con un precio no muy apartado de la competencia indirecta.
(A2). Días bajos en asistencia de clientes.	(F2-A3). Captar la mayor cantidad de clientes que busquen disfrutar del nuevo ambiente en un concepto distinto.	(D1-A2). Realizar promociones para aumentar la demanda por parte de los clientes en días de ventas bajas.
(A3). Políticas económicas que contribuyan a reducir el poder adquisitivo del mercado objetivo.		

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

1.9 Legal Jurídico y fiscal

1.9.1 Antecedentes de la empresa y las partes constituyentes

El emprendimiento de Retro Bar-Restaurante “Ruta 66” se va a constituir como Sociedad Anónima (S.A). La sociedad anónima la regula el Art. 143 de la Ley de Compañías del Ecuador.

Compañía anónima

La compañía anónima debe cumplir requisitos establecidos en la superintendencia de compañías según el **Art. 143** especifica que:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Supercias, 2014)

1.9.2 Aspectos legales (forma jurídica de la empresa y de trabajo con alianzas)

En base a las características del Retro Bar-Restaurante, este tipo de negocio puede ser constituido como una empresa de sociedad anónima, la cual se realizará a través de una escritura pública realizada en la superintendencia de compañías. La superintendencia de compañía data los siguientes tipos de sociedades que se pueden crear en el Ecuador.

Existen cinco especies de compañías de comercio, a saber: “La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de

responsabilidad limitada; La compañía anónima; La compañía de economía mixta” (Supercias, 2014).

Compañía en nombre colectivo

La compañía en nombre colectivo debe cumplir requisitos establecidos en la superintendencia de compañías según el **Art. 36** especifica que:

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social. (Supercias, 2014)

Por todos estos criterios, se decide que este tipo de sociedad es el que mejor se adapta a las exigencias y a la situación de la empresa, por lo que tras analizar todas las demás formas de constitución de una empresa se ha opta por la Sociedad anónima. Aunque para poner realmente en funcionamiento el proyecto se deben considerar aspectos como la financiación por parte de entidades financieras, inversores privados u otras alternativas debido a que se necesita una gran inversión inicial para la apertura de la empresa.

El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos. (Supercias, 2014)

La compañía deberá ser inscrita como consta en el párrafo del **Art. 146** que especifica lo siguiente:

La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción; es decir, que para constituir una empresa se debe realizar por escritura pública, previo mandato será inscrita en el registro mercantil para aquello se requiere. (Supercias, 2014)

1. Reserva un nombre

“Una vez que tengas elegido el Nombre de tu Empresa debes acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo debes revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya” (Supercias, 2014).

2. Elabora los estatutos

“Es el contrato social que registrará a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado” (Supercias, 2014).

3. Abre una “cuenta de integración de capital”

“Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:” (Supercias, 2014).

- “Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima” (Supercias, 2014).
- “Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios” (Supercias, 2014).
- “Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios” (Supercias, 2014).
- Después debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital” (Supercias, 2014)

4. Eleva a escritura pública

“Debes ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos” (Supercias, 2014).

5. Aprueba el estatuto

“Debes llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución” (Supercias, 2014).

6. Publica en un diario

“La Superintendencia de Compañías te va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de tu agrado” (Supercias, 2014).

7. Obtén los permisos municipales

“Debes ir al Municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, donde deberás: Pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones” (Supercias, 2014).

8. Inscribe tu compañía

“Con toda la documentación anterior, debes ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad” (Supercias, 2014).

9. Realiza la Junta General de Accionistas

“Debes realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos” (Supercias, 2014).

10. Obtén los documentos habilitantes

“Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa” (Supercias, 2014).

11. Inscribe el nombramiento del representante

“Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación” (Supercias, 2014).

12. Obtén el RUC

“El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:” (Supercias, 2014).

- “El formulario correspondiente debidamente lleno” (Supercias, 2014).
- “Original y copia de la escritura de constitución” (Supercias, 2014).
- “Original y copia de los nombramientos” (Supercias, 2014).
- “Copias de cédula y papeleta de votación de los socios” (Supercias, 2014).
- “Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente” (Supercias, 2014).

13. Obtén la carta para el banco

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

“Realizados estos pasos, ya podrás hacer la constitución de tu compañía limitada o anónima. Siempre es recomendable apoyarse con un abogado de confianza” (lexproec, 2019).

Constitución de Ruta 66 Retro Bart-Restaurante

La empresa se constituirá bajo la modalidad de sociedad anónima, debido a que tendrá varios socios los mismos que van a aportar capital económico para la creación de la misma ,los mismos que no van a responder con los viene propios en caso de alguna deuda de la empresa ,teniendo un menor riesgo a diferencia de las sociedades limitadas, en donde estos deben responder con todo el patrimonio que tengan ante algún posible fracaso que llegue a tener la empresa, incluyendo todos los pactos que los socios puedan llegar a creer conveniente dentro de la escritura de constitución pudiendo fijar en los estatutos de la misma, otras prestaciones que según su criterio pueden ser parte de la misma.

El capital económico requerido para la creación o constitución de esta empresa es aproximadamente \$96.232, el cual será desembolsado de manera íntegra en el momento de la constitución de la sociedad por parte de cada uno de los socios, cada uno con su porcentaje de

representación, mediante este proceso se deberá presentar ante un notario en certificado del depósito donde se refleje la cantidad aportada por cada uno la misma que será realizada en dinero efectivo.

1.9.3 Equipo directivo

En base a la creación o constitución de la sociedad jurídica mercantil en calidad de sociedad anónima estará conformada por 3 socios los cuales tendrán una participación de: el primer socio aportara el 50% y los otros 2 aportaran con un 25% cada uno de los cuales solo el socio mayoritario será parte de la estructura organizacional y estará en el mando del negocio como gerente de la empresa Ruta 66 Retro Bar-Restaurante.

El equipo de apoyo con el que podrá contar este establecimiento es: una contadora, una cajera, un relacionista público, cabe mencionar que entre el resto del personal estarán, el barman, el ayudante de bar, el chef, el ayudante de cocina, los meseros, el guardia de seguridad y el dj del local.

Recalcando que cada uno de los colaboradores deberá aportar con su experiencia y desenvolvimiento en la labor ya que serán ellos los que hagan de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante una empresa de prestigio en la ciudad, en cuanto a diversión y ocio.

1.9.4 Modalidad contractual (emprendedor y empleado)

La modalidad contractual deberá estar regida de acorde a los parámetros que estable el ministerio de trabajo en don se especifica que:

El ministro del Trabajo suscribió el 10 de abril de 2018, el Acuerdo No. MDT-2018-0073 que Expide Las Modalidades Contractuales Especiales para el Sector Turístico, en este Acuerdo Ministerial se crean dos modalidades contractuales: Contrato de Trabajo Especial por Evento a Jornada Parcial Discontinua para el Sector Turístico, y Contrato de Trabajo Especial Permanente a Jornada Especial Completa para el Sector Turístico. (Derechoecuador, 2018)

Contrato de trabajo especial por evento a jornada parcial discontinua para el sector turístico.

Modalidad Contractual:

Para las actividades especiales propias del giro del negocio del sector turístico, se podrá celebrar un “Contrato de Trabajo Especial por Evento a Jornada Parcial Discontinua para el Sector Turístico”, por el tiempo que duren los eventos contratados, esta modalidad contractual podrá ser aplicada para el desarrollo de las actividades de: alojamiento, alimentos y bebidas, de incentivos,

congresos y eventos (RICE), operación e intermediación, transporte y otras actividades de carácter turístico. (Derechoecuador, 2018)

Registro de Comunicaciones a Cargo del Empleador:

El empleador podrá convocar nuevamente al trabajador con el cual suscribió este contrato; se notificará por tres veces al trabajador y en caso de que no se presentarse, el empleador puede sustituirlo; salvo que el trabajador justifique el hecho suscitado en el término de 3 días. (Derechoecuador, 2018)

Jornada de Trabajo:

Por la naturaleza de la actividad turística, la jornada de trabajo dispuesta para el contrato de este capítulo, será de hasta treinta y seis (36) horas semanales, distribuidas en hasta seis (6) días a la semana, siempre que no superen las ocho (8) horas diarias. El empleador deberá solicitar de forma obligatoria al Ministerio del Trabajo la correspondiente autorización de horarios especiales de trabajo, en caso de ejecutarse actividades adicionales y generen horas suplementarias y extraordinarias, se pagarán con el recargo del 50% y 100%. (Derechoecuador, 2018)

Componentes de la Remuneración:

Contrato de Trabajo Especial por Evento a Jornada Parcial Discontinua para el Sector Turístico, estará conformada por los siguientes componentes:

- “La remuneración pactada entre el trabajador y el empleador no podrá ser inferior a la fijada por la Comisión Sectorial para cada actividad o su proporcional de ser el caso” (Derechoecuador, 2018).
- “Por la naturaleza del presente contrato, se ha previsto un recargo del 15% adicional al valor de la hora calculada como jornada completa” (Derechoecuador, 2018).
- El recargo del 15% adicional será calculado en base a la siguiente:
 “Remuneración por hora sin recargos (Remuneración Sectorial del cargo o Remuneración por acuerdo de las partes /160 horas); 15% del valor hora $[(a*15)/100]$; Valor por hora con recargo del 15% $(a+b)$; y Remuneración total $(e* \text{número de horas trabajadas})$ ” (Derechoecuador, 2018).

Beneficios de Ley:

“Los valores correspondientes a los proporcionales del décimo tercero, décimo cuarto y vacaciones, podrán ser cancelados de forma prorrateada, previo acuerdo de las partes,

el prorrateo de los beneficios de Ley y vacaciones se los calcula en base a la siguiente fórmula:” (Derechoecuador, 2018).

1. “Remuneración mensual percibida por el trabajador” (Derechoecuador, 2018).
2. “Proporcional de la décimo tercera remuneración $[(a/12) /160 \text{ horas}]$ ” (Derechoecuador, 2018).
3. “Proporcional de la décimo cuarta remuneración $[(S.B.U/12) /160 \text{ horas}]$ ” (Derechoecuador, 2018).
4. “Proporcional Vacaciones $[(a/24) /160 \text{ horas}]$ ” (Derechoecuador, 2018).
5. “Total, diario $[(b+c+d) * \text{número de horas laboradas en la jornada diaria}]$ ” (Derechoecuador, 2018).

Pago de Horas Suplementarias y Extraordinarias:

En caso de ejecutarse actividades adicionales concluida la jornada establecida en el horario especial, se pagarán con el recargo del 50% y el 100% respectivamente, según el artículo 2 del artículo 55 del Código del Trabajo, los sábados y domingos comprendidos en la jornada establecida en horario especial de trabajo aprobada, se pagarán con un recargo adicional del 25% valor hora. (Derechoecuador, 2018)

Contrato de trabajo especial permanente a jornada especial completa para el sector turístico.

Modalidad Contractual:

“Para atender las actividades especiales, se podrá celebrar un Contrato De Trabajo Especial Permanente a Jornada Especial Completa para el Sector Turístico, podrá tener un período de prueba de noventa días” (Derechoecuador, 2018).

Jornada de Trabajo:

Por la naturaleza de la actividad turística, la jornada de trabajo dispuesta para el Contrato de Trabajo Especial permanente a Jornada Especial Completa para el Sector Turístico, será de cuarenta (40) horas semanales, distribuidas en hasta seis (6) días de la semana, siempre que esta jornada no supere las ocho (8) horas diarias, para el efecto, el empleador de forma obligatoria deberá solicitar al Ministerio del Trabajo la aprobación de horarios especiales de trabajo. (Derechoecuador, 2018)

Componentes de la Remuneración:

Los componentes de la remuneración para el “contrato de Jornada Parcial Discontinua para el Sector Turístico”, estará conformada por los siguientes componentes:

- “La remuneración pactada entre el trabajador y el empleador no podrá ser inferior a la fijada por la Comisión Sectorial para cada actividad o su proporcional de ser el caso” (Derechoecuador, 2018).
- “Por la naturaleza del presente contrato, se ha previsto un recargo del 15% adicional al valor de la hora calculada como jornada completa” (Derechoecuador, 2018).
- “El recargo del 15% adicional será calculado en base a la siguiente fórmula: Remuneración por hora sin recargos (Remuneración Sectorial del cargo o Remuneración por acuerdo de las partes /160 horas); 15% del valor hora $[(a*15) /100]$; Valor por hora con recargo del 15% $(a+b)$; y, emuneración total $(c * \text{número de horas trabajadas})$ ” (Derechoecuador, 2018).

“La remuneración podrá cancelarse de manera diaria, semanal, quincenal o mensual conforme el acuerdo de las partes” (Derechoecuador, 2018).

Beneficios de Ley:

Los valores correspondientes a los proporcionales del Décimo Tercero, Décimo Cuarto y Fondos de Reserva podrán ser cancelados de forma prorrateada, previo acuerdo de las partes:

El prorrateo de los beneficios de Ley se los calcula en base a la siguiente fórmula: Remuneración mensual percibida por el trabajador; Proporcional de la décimo tercera remuneración $[(a/12) /160 \text{ horas}]$; Proporcional de la décimo cuarta remuneración $[(S.B.U/12) /160 \text{ horas}]$; Total, diario $[(b+c) * \text{número de horas laboradas en la jornada diaria}]$; y, Proporcional Fondos de Reserva $[(a*S,33\%) / (160 \text{ horas})]$. (Derechoecuador, 2018)

Pago de Horas Suplementarias y Extraordinarias:

En caso de ejecutarse actividades adicionales concluida la jornada establecida en el horario especial, se pagarán con el recargo del 50% y el 100% respectivamente, según el artículo 2 del artículo 55 del Código del Trabajo, los sábados y domingos comprendidos en la jornada establecida en horario especial de trabajo debidamente aprobado, se pagará con un recargo adicional del 25% valor hora. (Derechoecuador, 2018)

Disposiciones generales:

Primera. – “En todo lo que no estuviere previsto en la presente norma, se estará a lo dispuesto por el Código del Trabajo y los Convenios de la OIT ratificados por el Ecuador” (Alarcón & Gabriela, 2018).

Segunda. – “La afiliación y pago de aportaciones bajo esta modalidad contractual se realizará conforme a los mecanismos definidos por el IESS” (Alarcón & Gabriela, 2018).

Tercera. – “La relación laboral de los presentes contratos, se podrá terminar de conformidad con las causales: 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8 y 9 del artículo 169 del Código del Trabajo, de producirse despido intempestivo, el empleador deberá pagar las indemnizaciones establecidas en los artículos 184 y 188 del Código del Trabajo” (Alarcón & Gabriela, 2018).

Cuarta. - Si la relación laboral termina por visto bueno, propuesto por el empleador o el trabajador, o por las causales 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8 y 9 del artículo 169 del Código del Trabajo, o por decisión unilateral del empleador, es decir por despido intempestivo, será obligación del empleador registrar en la plataforma informática del Ministerio del Trabajo la correspondiente Acta de Finiquito, debidamente firmada tanto por el trabajador como por el empleador, en los casos de visto bueno, se deberá adjuntar al Acta de Finiquito, la respectiva resolución que concede el visto bueno suscrita por el Inspector del Trabajo. (Alarcón & Gabriela, 2018)

En los casos en los cuales la persona trabajadora no acuda a cobrar su liquidación o se niegue a recibirla, el empleador procederá a la consignación de los valores en un plazo máximo de quince (15) días, contados a partir del vencimiento del plazo señalado en el artículo 6 del Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2017-0135, mediante el cual se expide el “Instructivo para el Cumplimiento de las Obligaciones de Empleadores”, publicado en Registro Oficial Nro. 104 de 20 de octubre de 2017, debiendo seguir el siguiente procedimiento:

1. “Generar el Acta de Finiquito a través del aplicativo informático” (Alarcón & Gabriela, 2018).
2. “Acudir ante un Inspector de Trabajo, quien revisará el acta y autorizará el depósito a la cuenta del Banco del Pacífico a nombre del Ministerio del Trabajo” (Alarcón & Gabriela, 2018).
3. “Cargar el comprobante de pago, en el aplicativo informático” (Alarcón & Gabriela, 2018).

Quinta. - En los casos de suspensión de la relación laboral bajo los preceptos señalados en el presente Acuerdo Ministerial, el empleador deberá generar y suscribir la Constancia de Finiquito, toda vez que, la remuneración y beneficios de ley fueron cancelados al trabajador de forma prorrateada, conforme la fórmula de cálculo para este efecto, el empleador deberá

registrar la Constancia de Finiquito, de forma obligatoria en la página web institucional del Ministerio del Trabajo, adjuntando los roles de pagos, debidamente firmados por el trabajador. (Alarcón & Gabriela, 2018)

Sexta. – Los rubros determinados en los artículos 15, 16, 20 y 21 del presente Acuerdo Ministerial, respecto al cálculo de la remuneración y beneficios laborales que percibirá el trabajador, deberán detallarse obligatoriamente en el rol de pagos, el cual deberá ser suscrito por el trabajador en cada pago de haberes. (Alarcón & Gabriela, 2018)

Séptima. - Con la finalidad de garantizar la estabilidad laboral, los empleadores que necesiten aplicar la presente Norma lo podrán hacer exclusivamente para nuevas contrataciones; en tal virtud, aquellos trabajadores que se encuentren laborando para el mismo empleador con las modalidades contractuales estipuladas en el Código del Trabajo, no podrán ser contratados bajo los lineamientos del presente cuerpo legal. (Alarcón & Gabriela, 2018)

En base a la ley Ruta 66 Retro Bar-Restaurante aplicara las dos modalidades contractuales existentes y entradas en vigor desde mayo del 2018, debido a que sus colaboradores no cumplirán las mismas funciones ni trabajaran en un mismo horario, aquí recalcamos que la carga laboral será dada en función a lo establecido por la ley.

Cuyos cargos estarán distribuidos de la siguiente manera y con la modalidad contractual respectiva.

Gerente, cajera, barman, chef, guardia, meseros y ayudantes de bar y cocina estarán bajo un contrato de Trabajo Especial Permanente.

El relacionista público, la contadora, artistas y el dj estarán bajo contrato de trabajo especial por evento, es decir, por servicios prestados RISE o RUC, a los cuales se les pagará sus servicios por noche.

1.9.5 Permisos y licencias necesarios para el funcionamiento y venta de productos

En base a la ley y la Dirección Municipal de Turismo del cantón Manta es importante recalcar que la empresa deberá contar y cumplir con los siguientes requisitos que exige la dirección para Alojamiento, alimentos y bebidas- bares y discotecas.

Instalaciones: (Locales con sistemas de insonorización)

- a) Entrada para los clientes independientes de la del personal de servicio.
- b) SS. HH independientes para hombres y mujeres.
- c) Salida de emergencia.
- d) Aire acondicionado y/o calefacción.
- e) Mobiliario, alfombras, decoración, vajilla, cristalería de primera.
- f) Dependencias del personal de servicios, vestuarios y SS.HH.

Personal:

- a) Barman
- b) Chef
- c) Personal uniformado

Normativa técnica de discoteca y cuáles son los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento

Alojamiento - Alimentos y Bebidas - Bares y Discotecas

1. “Permiso de uso de suelo previo inspección de PLANEAMIENTO URBANO Y COMISARIA DE TURISMO (**Establecimiento nuevo**)” (Intelectuales, 2018).
2. “Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas” (Intelectuales, 2018).
3. “Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil” (Intelectuales, 2018).
4. “Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C)” (Intelectuales, 2018).
5. “Copia de la cedula de identidad” (Intelectuales, 2018).
6. “Copia de la última papeleta de votación” (Intelectuales, 2018).
7. “Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o de nominación social o nombre comercial del establecimiento” (Intelectuales, 2018).
8. “Fotocopia de caratula de escrituras y hoja de inscripción del Registro de la Propiedad; y el recibo de pago predial al día. En caso de ser arrendado, copia del contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado en un Juzgado o en el Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio” (Intelectuales, 2018).
9. “Copia de la Patente Municipal (Ventanilla de Rentas)” (Intelectuales, 2018).
10. “Requisitos establecimientos nuevos: Copia de la Cedula, Copia del certificado de Votación, Planilla de algún Servicio Básico” (Intelectuales, 2018).
11. “Requisitos renovación: Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos y declaración del impuesto a la renta del año anterior” (Intelectuales, 2018).
12. “Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)” (Intelectuales, 2018).
13. “Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. (LOCALES NUEVOS)” (Intelectuales, 2018).
14. “Copia de la licencia de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos” (Intelectuales, 2018).

15. “Copia del recibo del impuesto predial al día” (Intelectuales, 2018).

Inscripción en la superintendencia de compañías

- “Certificado de la Superintendencia de Compañías respecto al trámite de constitución y fecha de reservación del nombre de la compañía; Inscripción de marca (IEPI)” (Intelectuales, 2018).

Registro único de contribuyente (RUC)

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código Tributario en materia de impuesto. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- “Presentar el documento original del registro de la sociedad” (IEPEI, 2014)
- “Copia de planillas en que aparezca la dirección donde funcionará la compañía” (IEPEI, 2014)
- “Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal” (IEPEI, 2014)
- “Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite” (IEPEI, 2014).
- “El trámite para la obtención del registro único del contribuyente no tiene ningún costo monetario” (IEPEI, 2014).
- “El plazo de la obtención del RUC es de treinta días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de compañía. De acuerdo con la ley, este deberá constar en matriculas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiqueta, envases” (IEPEI, 2014).

Inscripción en el SRI

Periodo Tributario (SRI)

“El ejercicio impositivo es anual y comprende un lapso del 1 de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1 de enero del ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente al 31 de diciembre de cada año” (SRI, 2019).

“Las sociedades calcularan el impuesto causado aplicando la tarifa 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país, y la tarifa del 25% sobre el resto de las utilidades” (SRI, 2019).

Obligación de llevar contabilidad

Los artículos 20 y 21 de la ley del Régimen Tributario Interno y el art. 15 del Reglamento de Aplicaciones del Impuesto a la Renta, determinan lo siguiente:

- “Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad” (SRI, 2019).

- “Las personas naturales están obligadas a llevar contabilidad, aquellas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de cada ejercicio impositivo hayan superado los \$24.000, o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido de \$40.000” (SRI, 2019).

Patente municipal

Este permiso y documento se lo obtiene en las oficinas de la ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- “Registro Único de Contribuyente (RUC)” (Manta, 2019).
- “Copia de cedula de identidad del representante legal” (Manta, 2019).
- “Copia de certificado de votación del representante legal” (Manta, 2019).
- “Formulario de declaración de votación para obtener la patente” (Manta, 2019).

1.9.6 Cobertura de responsabilidades (seguros)

Toda empresa constituida en el Ecuador debe contar con el Seguro Social para su funcionamiento. Cumpliendo con obligaciones del estado y manteniendo las siguientes directrices:

- “El empleador por ley está obligado a registrar a sus trabajadores en el IESS desde el primer día de trabajo” (IESS, 2001).
- “El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través del sitio web y mediante aviso de entrada, desde el primer día laboral y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral o prestación de servicios” (IESS, 2001).
- “El empleador informará a través del Sistema de Historia Laboral (Internet) la modificación de sueldos, contingencias de enfermedad, separación del trabajador (aviso de salida) u otra novedad, dentro del término de 3 días posteriores a la ocurrencia del hecho” (IESS, 2001).

Para el cálculo de las aportaciones y contribuciones del Seguro General Obligatorio, se considera, sueldo básico mensual más:

- “Valores percibidos por conceptos de compensación por el incremento del costo de la vida” (IESS, 2001).
- “Sueldos o salarios de trabajos extraordinarios, suplementarios o a destajo” (IESS, 2001).
- “Comisiones, sobresueldos, gratificaciones, honorarios, participación en beneficios, derechos de usufructo, uso, habitación” (IESS, 2001).
- “Cualesquiera otras remuneraciones accesorias que tengan el carácter normal en la industria o servicio” (IESS, 2001).

Cabe destacar que el sueldo básico mensual “no será inferior al salario básico unificado, al sueldo básico sectorial, establecido en las leyes de defensa profesional, ni al sueldo básico determinado en la escala de remuneraciones de los servidores públicos, siempre que el afiliado ejerza esa actividad” (IESS, 2001).

Seguros no obligatorios

Se recomienda considerar la adquisición de algún tipo de seguro en base a las necesidades que pueda llegar a tener el establecimiento o negocio por motivo de alguna eventualidad, en el caso de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante se deberán adquirir seguros que cubran eventualidades como responsabilidad social y otras afectaciones que se pueden dar a las instalaciones, equipos de oficinas e inmuebles.

Tabla 6
Cotización de pólizas de seguro Anual

SEGURO	MAPFRE Atlas	Liberty Seguros
Incendio y líneas aliadas	\$ 652.12	
Responsabilidad Civil	\$ 879.70	\$ 1000.00
Robo y Asalto	\$ 1120.00	\$ 900.00

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Póliza contra incendios

Las pólizas contra incendio es un tipo de seguro que cubre todo tipo de daño causado por la acción directa o indirecta del fuego, rayos o explosiones, en base a las actividades realizadas en la empresa se podría requerir este tipo de seguro ya se trabajará con bebidas alcohólicas y este producto podría causar u ocasionar algún tipo de incendio.

1.9.7 Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)

La patente es un derecho exclusivo otorgado por el Estado para una invención que es nueva:

Implica una actividad inventiva, o no es evidente y es susceptible de aplicación industrial, o es útil. La patente otorga a su titular el derecho exclusivo de impedir que otros fabriquen, utilicen, ofrezcan para la venta, vendan o importen la invención patentada sin la autorización del titular. La patente es un poderoso instrumento comercial para que las empresas obtengan la exclusividad sobre un nuevo producto o procedimiento y una sólida posición en el mercado y logren ingresos adicionales a través de la concesión de licencias. (IEPEI, 2014)

En el Ecuador existen diferentes modalidades de registros para las marcas y patentes, una de la más sencilla y que acorta tiempo es la realizada en línea, donde a través de simples pasos se puede realizar el registro, una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas. El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00 USD. (IEPEI, 2014)

La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento, os beneficios que puede presentar el patentar una marca son los siguientes:

- “Derecho al uso exclusivo, solo el titular puede hacer uso del signo” (IEPEI, 2014).
- “Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país” (IEPEI, 2014).
- “Derecho de presentar acciones legales civiles, penales y administrativas en contra de infractores” (IEPEI, 2014).
- “Desalienta el uso de su marca por los piratas” (IEPEI, 2014).
- “Protege su prioridad del registro de estas marcas en otras naciones” (IEPEI, 2014).
- “Permite restringir la importación de bienes que utilizan marcas que infringen derechos” (IEPEI, 2014).
- “Derecho de otorgar Licencias a terceros y de cobrar regalías” (IEPEI, 2014).
- “Derecho de franquiciar su producto o servicio” (IEPEI, 2014).
- “Ceder los derechos sobre su marca a terceros” (IEPEI, 2014).
- “Posibilidad de garantizar un crédito con su marca” (IEPEI, 2014).
- “Al registrar su marca la convierte en un activo intangible, el cual en muchas ocasiones llega a convertirse en el activo más valioso de su empresa” (IEPEI, 2014).

Proceso para obtener el certificado del IEPI: (Solo Primera Vez)

1. “Ingresar en la página del IEPI: www.propiedadintelectual.gob.ec” (IEPEI, 2014).
2. “Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS” (IEPEI, 2014).
3. “Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL” (IEPEI, 2014).

4. “Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cedula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)” (IEPEI, 2014).
5. “Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; obteniendo su casillero Virtual” (IEPEI, 2014).
6. “Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA” (IEPEI, 2014).
7. “Ingrese con su usuario y contraseña” (IEPEI, 2014).
8. “Ingrese a la opción PAGOS” (IEPEI, 2014).
9. “Opción TRAMITES NO EN LINEA” (IEPEI, 2014).
10. “Opción GENERAR COMPROBANTE” (IEPEI, 2014).
11. “Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10)” (IEPEI, 2014).
12. “Ingrese los datos y Botón GERERAR COMPROBANTE” (IEPEI, 2014).
13. “Imprima el comprobante” (IEPEI, 2014).
14. “Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00” (IEPEI, 2014).
15. “Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacifico después de haber pagado)” (IEPEI, 2014).
16. “Envié vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@iepi.gob.ec, con copia a cpaez@iepi.gob.ec así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar” (IEPEI, 2014).
17. “Se le enviara el informe de búsqueda a su correo” (IEPEI, 2014).

Ruta 66 Retro Bar Restaurant realizara los trámites correspondientes para obtener el certificado con la finalidad de proteger su nombre comercial en base a lo que rige la ley, todos los tramites de ley están considerados durante la constitución de la empresa la misma que generará un costo al cual estará sumado a la inversión que deba realizar para entrar al mercado.

2 MERCADO

2.1 Investigación de mercado

“La investigación de mercados según tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes” (Peter" & "Chisnall., 1996).

2.1.1 Evidencia de mercado

Mediante entrevistas informales realizadas a varias personas del medio social que habitan en la ciudad de Manta, al finalizar la entrevista se recopiló la siguiente información: la apertura de la sociedad ante la escena musical ha aumentado y en la actualidad existe mucha gente interesada por asistir a estos establecimientos.

Los bares temáticos y restaurantes en la actualidad son varios de los negocios que muestran una gran proyección en el mercado Mantense, en esta ciudad, es común ver varios locales con ofertas relacionadas, sin embargo, su expansión no ha cubierto sectores potencialmente rentables por lo que hay varios nichos de mercado explotables como en este caso es el público adulto.

Por aquello se necesita saber si la apertura de este Retro-Bar Restaurant se beneficiará con una acogida exitosa en el mercado mencionado, algunos de los entrevistados mencionaron en base a experiencias vividas, que en la ciudad de Quito se han introducido algunos negocios con este concepto que progresivamente han ido creciendo y ganando posicionamiento en el público joven y adulto; sin embargo es importante analizar que , en su gran mayoría estos negocios se han concentrado en resaltar el modelos de negocio de bar; antes que la temática retro, concentrándose en crear ambientes similares a otros establecimientos sin que exista un nivel de diferenciación amplio.



Ilustración 1 foto de la competencia Elaborado por: Descargada de la web



Ilustración 2. Foto de la competencia Elaborado por: Descargada de la web

2.1.2 Binomio producto-mercado

El binomio producto – mercado, permite conocer qué tipo de estrategias empresariales debe aplicar el emprendiendo al momento de empezar a realizar sus actividades.

La Matriz de Ansoff, también denominada matriz producto-mercado, “Es una de las principales herramientas de estrategia empresarial y de marketing estratégico. Fue creada por el estratega Igor Ansoff en el año 1957” (Espinosa, 2015).

Se puede decir que esta matriz, es la herramienta perfecta para determinar **la dirección estratégica de crecimiento de una empresa**, por tanto solamente es útil para aquellas empresas que se han fijado objetivos de crecimiento.

La Matriz de Ansoff según Espinoza “relaciona los productos con los mercados, clasificando al binomio producto-mercado en base al criterio de novedad o actualidad” (Espinosa, 2015).

Como resultado obtenemos 4 cuadrantes con información sobre cuál es la mejor opción a seguir: estrategia de penetración de mercados, estrategia de desarrollo de nuevos productos, estrategia de desarrollo de nuevos mercados o estrategia de diversificación.



Ilustración 3: Binomio Producto-Mercado Elaborado por: descargado de la web

Según los criterios de la matriz de Ansoff, Retro Bar Restaurant Ruta 66 se ubica en el desarrollo de nuevos mercados ya que este tipo de establecimiento se dirige a un nicho o segmento de mercado que aún no ha sido explotado el cual es la población Mantense de género masculino y femenino, edad de 30 años en adelante pertenecientes a la clase social media hacia alta que busca diversión y relajación en un ambiente cómodo, amantes de lo antiguo, haciendo referencia hacia los años 80 y 90 donde se disfrutaba de la música disco, rock and roll etc.

Este proyecto se ubicará en la avenida Flavio Reyes y calle 20 de la ciudad de Manta, La principal atracción de este establecimiento es el estilo único retro.

2.1.3 Segmentación

Tabla 7
Segmentación

Tipo de variable	Descripción de la variable
Geográfica	Zonas
	País: Ecuador
	Región: Costa
	Provincia: Manabí
	Ciudad: Manta
	Densidad: Urbana

	Edad: entre 30 y 60 años
	Género: Femenino, Masculino y GLBTI
Demográfica	Estado civil: Solteros, Casados, Divorciados, Unión libre
	Profesión: indeterminada
	Nivel de estudios: indeterminado
Económica	Nivel de ingresos: Superior a 600 dólares mensuales de ingreso individual.
Psicográfica	Clase socioeconómica: Media, Media Alta, Alta
	Hobbies: Amantes a la música
	Momento de uso: Esparcimiento, Diversión, Descanso, Calidad en los productos, buen sabor.
Comportamiento	Frecuencia de uso: Diaria, Semanal y Quincenal
	Actitud hacia tu producto: Gusto por lo antiguo, gusto por la visita a bares temáticos.

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

2.1.4 Perfil del consumidor

El Retro-Bar restaurant está dirigido hacia un público adulto que abarca de 30 a 60 años amantes de la música de los años 80 y 90 que deseen recordad anécdotas vividas en esta época con un buen poder económico para poder adquirir los productos y servicios ofrecidos ya que por tener una temática única y un estilo agradable está proyectado para las clases sociales Media, Media Alta, Alta. Este Retro-Bar Restaurant se ubicará en la avenida Flavio Reyes en la ciudad de Manta ya que es uno de los lugares más recorridos cuando de diversión alimentación y relajación se trata y todo esto se encontrará en un solo lugar ya que se ofrecerá una diversidad de bebidas y cocteles además de pikeos y comida rápida y platos a la carta bajo reservaciones.

2.1.5 Tamaño actual y proyectado

Cálculo de la muestral

El método de selección de la muestra será un método probabilístico, es decir los elementos son seleccionados de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población.

La muestra se calculó con un error máximo admisible del 5%, con un grado de confianza del 95%, las variables P y Q tendrán un valor de 50% puesto que no poseen registros de

investigaciones realizadas anteriormente, dejando así la oportunidad probabilística en contra y a favor en un punto medio.

N	226.477	Tamaño de la población
σ'	0,5	Desviación Estandar de la población -->0,5
Z	95%	Nivel de confianza
e	5%	Limite aceptable de error muestral

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{(226477) (0,5)(0,5) (1,96)(1,96)}{(226477-1)(0,05)(0,05) + (0,5)(0,5) (1,96)(1,96)}$$

$$n = \frac{(226477) (0,25) (3,8416)}{(226476)(0,0025) + (0,25) (3,8416)}$$

$$n = \frac{217508,51}{567,15}$$

$$n = \mathbf{384}$$

Gráfico 3: cálculo de la muestra Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

La muestra tomada en base a la población de Manta con la aplicación de la fórmula arrojó como resultado un total de 384 personas a las que debemos aplicarle una encuesta.

Encuesta

1. Género

Tabla 8
Género

Género		
MASCULINO	FEMENINO	LGBTI
67,80%	32%	0,20%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

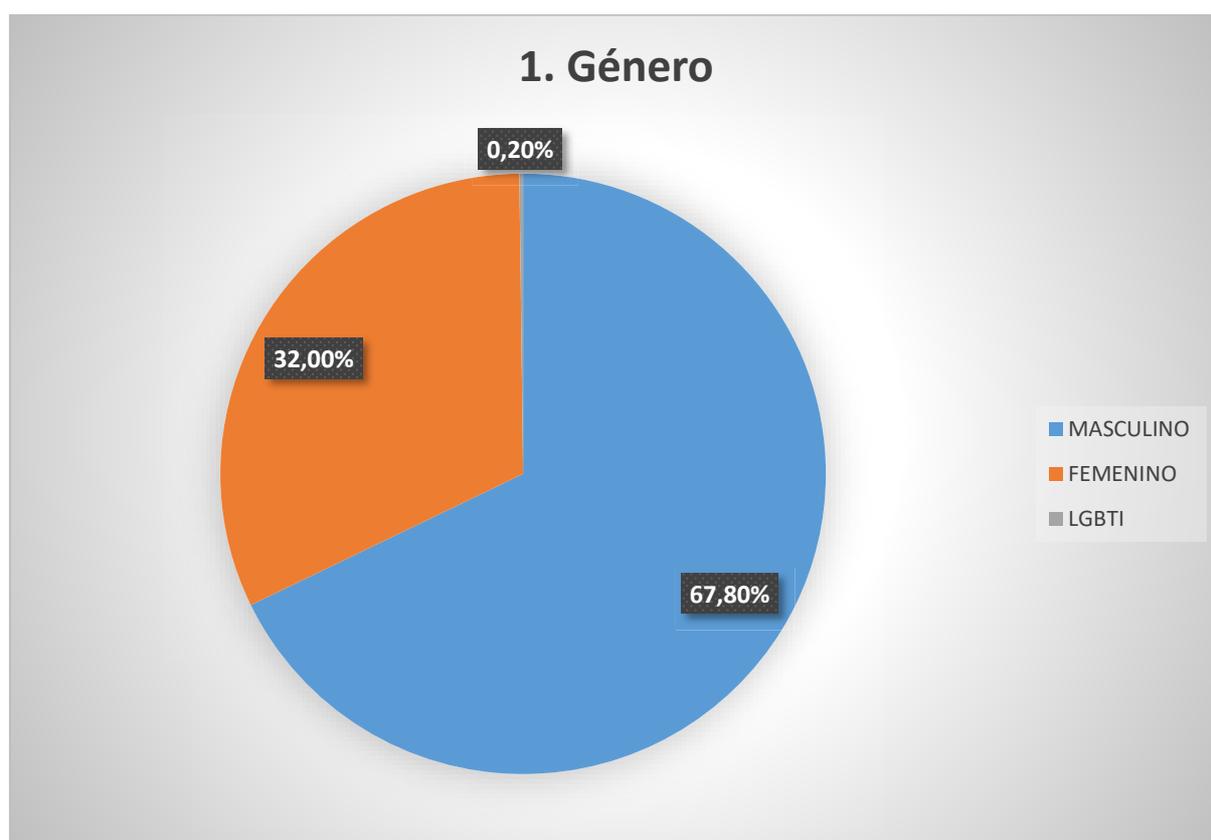


Gráfico 4: Género Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

En la primera pregunta correspondiente al género sexual donde 384 personas que fueron encuestadas, cuál era la muestra, el 67,8% = 260 personas que respondieron la encuesta corresponden al género masculino, mientras un 32% = 123 personas corresponden al género Femenino y el 0.20%= 1 persona corresponde al grupo LGBTI, por lo tanto debemos decir que el mayor público será del género masculino.

2. Edad

Tabla 9
Edad

Edad	
Entre 20 y 30	54%
Entre 31 y 40	30,70%
Entre 41 y 60	11,60%
Más de 60	3,60%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

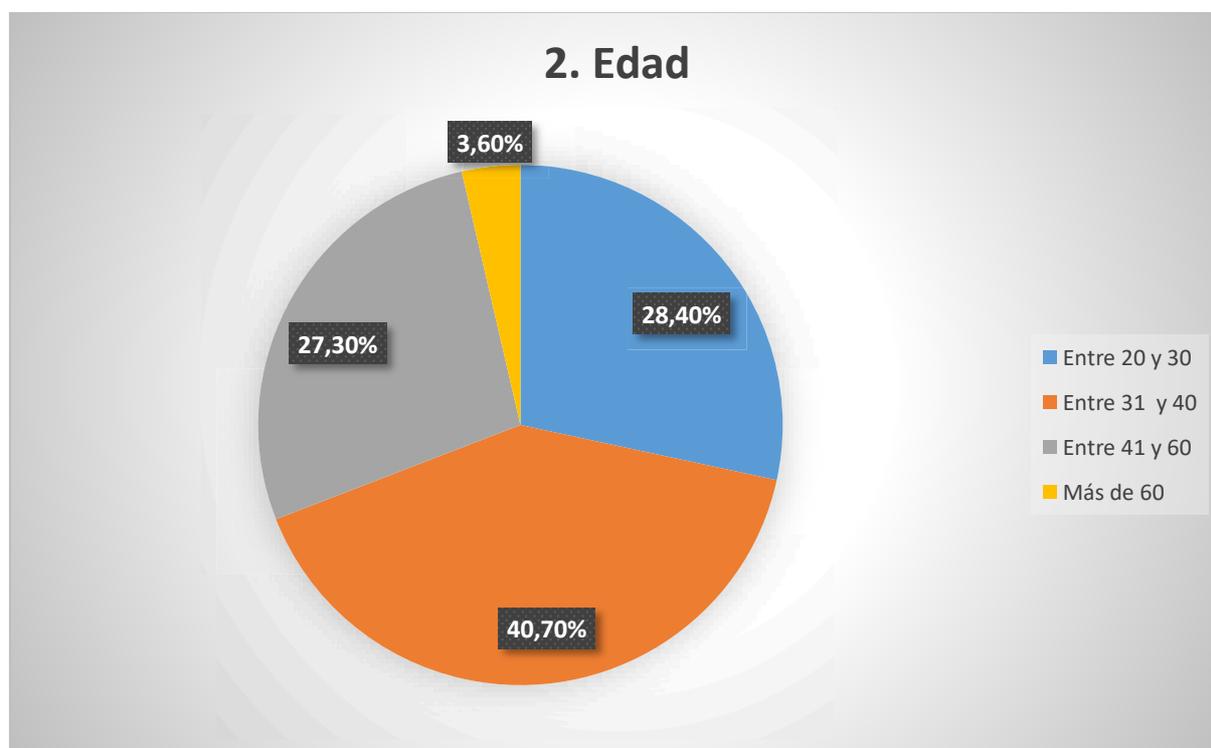


Gráfico 5: Edad Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

En la segunda pregunta de la encuesta, referente a la edad promedio que tendrán los posibles clientes, el 28,40% correspondiente a 110 personas de la muestra encuestada tienen una edad promedio entre 20 y 30 años, un 40,7% = 156 personas corresponden a una edad entre 31 y 40 años, un 27,30% = 104 personas corresponden a una edad promedio entre 41 y 60 años y un 3,60% = 14 personas corresponden a una edad de 60 años en adelante, mediante análisis se puede determinar que la mayoría de los clientes tendrán una edad promedio entre 31 y 60 años.

3. Asiste Ud. ¿a bares o restaurantes?

Tabla 10

Asiste a bares y restaurantes

¿Asiste Ud. a bares y restaurantes?	
SI	NO
98,40%	1,60%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

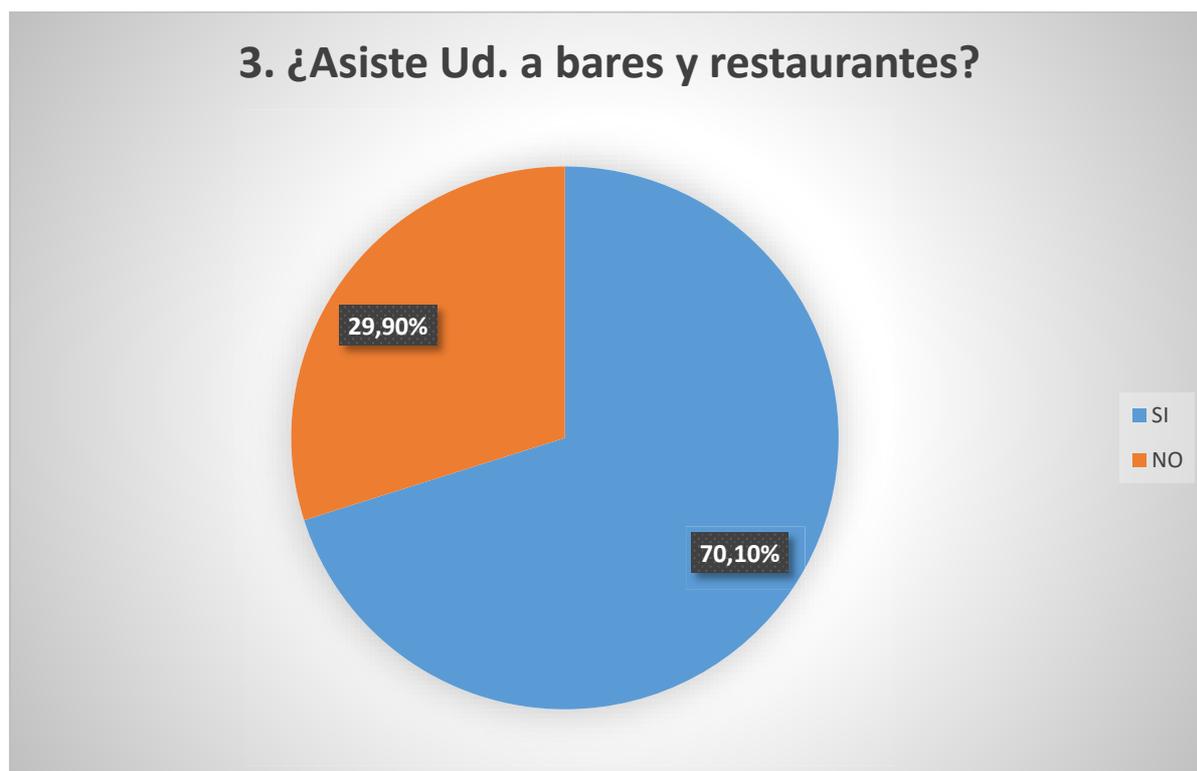


Gráfico 6: Asiste Ud. a Bares o Restaurantes Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La tercer pregunta tiene la finalidad de averiguar si las personas de Manta asisten a bares o restaurantes basándose en una muestra de 384 personas, el 70,10% = 269 personas respondieron que si asisten a bares y restaurantes mientras un 29,90% = 115 personas respondieron que no asiste a bares y restaurantes, en base a los resultados obtenidos se muestra que una gran cantidad de habitantes asisten o acuden a bares y restaurantes, lo cual resulta beneficioso ya que estos podrían ser posibles clientes.

4. ¿Con que frecuencia asiste a bares o restaurantes?

Tabla 11

Frecuencia de asistencia

¿Con que frecuencia asiste a bares o restaurantes?	
Una vez o más veces a la semana	32%
Cada 2 semanas	27,30%
Una vez al mes	28,40%
Dos veces al año	7,50%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

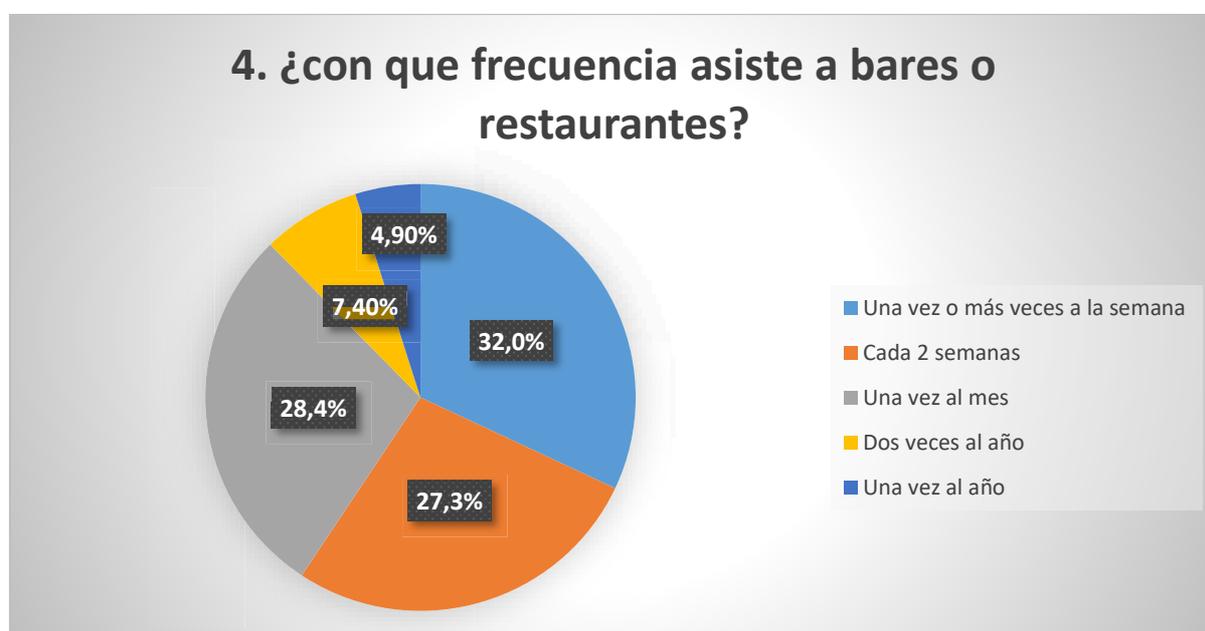


Gráfico 7: Frecuencia de Asistencia Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La cuarta pregunta de la encuesta permite conocer cuál es la frecuencia con la cual los posibles clientes asisten a bares o restaurantes, donde un 32% = 123 personas respondieron que acude una o más veces en la semana a bares o restaurantes, un 28,4% = 109 personas acuden una vez al mes, 27,3% = 105 personas acuden cada 2 semanas, un 7,4% = 28 personas acuden 2 veces al año y un 4,9% = 19 personas acuden una vez al año, en base a los resultados obtenidos, se puede determinar que hay una gran frecuencia de asistencia a bares o restaurantes ya que un 32% correspondiente a la mayoría asiste una o más veces por semana a este tipo de establecimientos.

5. ¿Cuál es el promedio de consumo que Ud. realiza al visitar bares o restaurantes?

Tabla 12

Consumo promedio

5. ¿Cuál es el consumo promedio que Ud. realiza al visitar bares o restaurantes?	
De \$20,00 a \$40,00	41,60%
De \$40,00 a \$60,00	30,70%
De \$60,00 a \$80,00	15,20%
De \$100 en adelante	3,10%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte



Gráfico 8: Promedio de Consumo Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La pregunta número cinco de la encuesta permite conocer cuál es el promedio de consumo que realizan los posibles clientes al visitar algún bar o restaurante en donde un 41,6% = 160 personas respondieron que realizan un consumo entre \$20 y \$40, el 30,7% = 118 personas realizan un consumo entre \$ 40 y \$60 el 15,2% = 58 personas realiza un consumo de \$ 60 a \$ 80, un 9,3% = 36 personas realizan un consumo de \$ 80 a \$ 100 y un 3,2% = 12 personas realizan un consumo superior a los \$100; mediante análisis de resultados se observa que el consumo en su mayoría por parte de los clientes no excede más de 40 dólares por personas en un 41,6% seguido de un 30,7% que tienen un consumo entre \$40 y \$60.

6. ¿gusta de la música y el estilo retro (años 80 y 90)

Tabla 13

Gusta del estilo retro

¿gusta de la música y estilo Retro (años 80 y 90)	
Si	79,80%
No	20,20%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

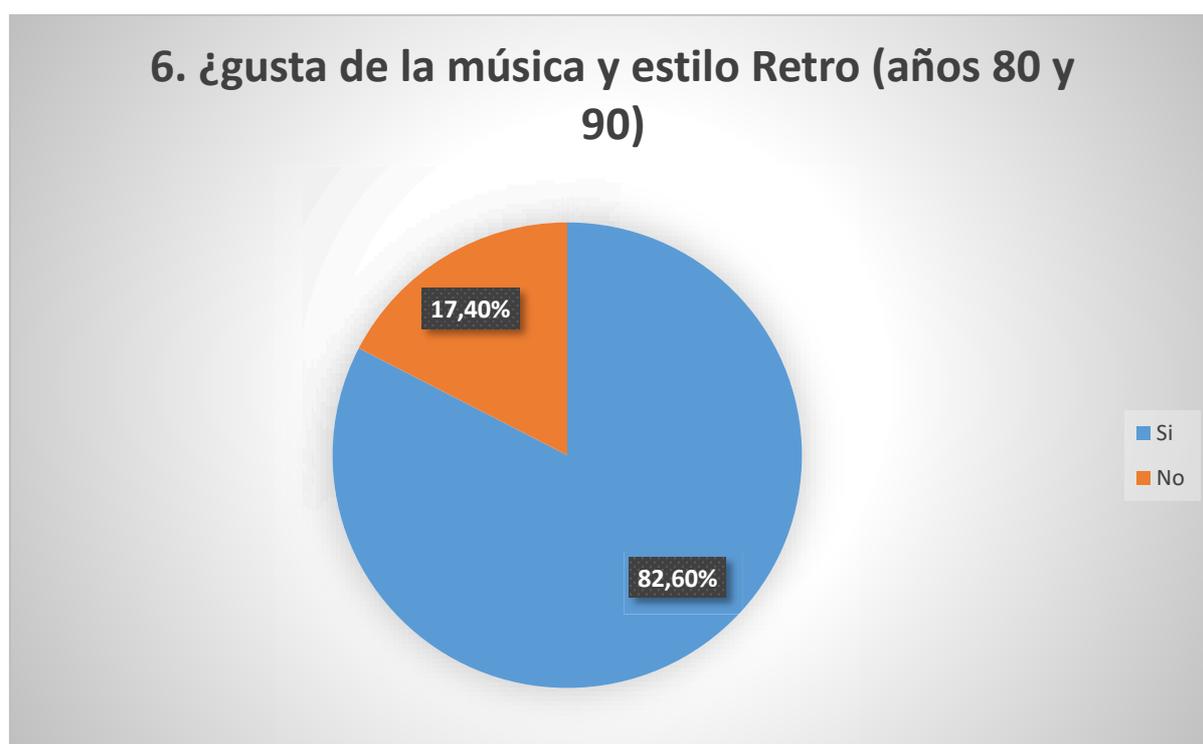


Gráfico 9: Gusto de música y estilo retro Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La sexta pregunta de la encuesta permite saber si los posibles clientes gustan de la música Retro perteneciente a los años 80 y 90 en donde un 82,60% = 317 personas respondieron que gustan de la música y estilo de los años 80 y 90, mientras un 17,40% = 67 personas respondieron que no gustan de este estilo, mostrando que si hay un rango alto de aceptación del estilo retro en base a las respuestas obtenidas en la encuesta realizada.

7. ¿Te gustaría que existiera un retro bar-restaurante en la ciudad?

Tabla 14

¿Te gustaría que exista un retro bar restaurant en la ciudad?

¿Te gustaría que existiera un Retro Bar-Restaurante en la ciudad?	
Si	83,20%
No	16,80%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

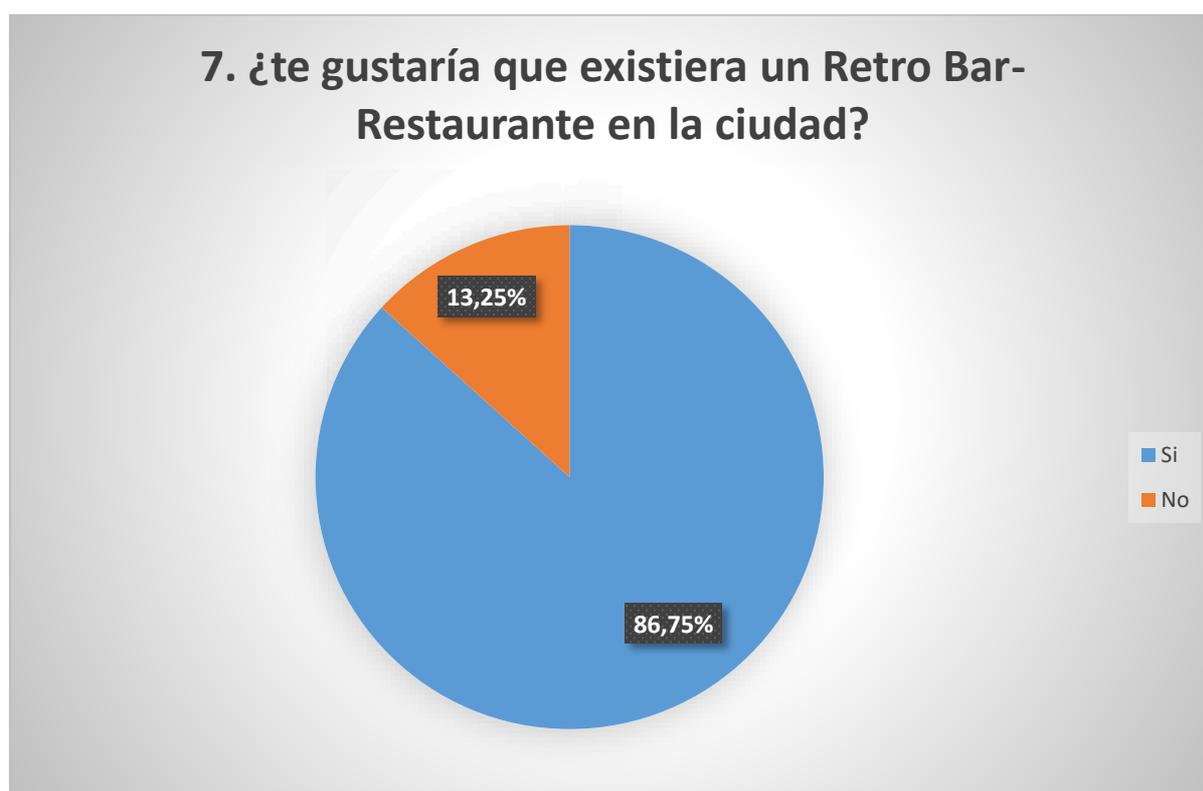


Gráfico 10: Exista un Retro Bar en la ciudad Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La séptima pregunta de la encuesta se realiza con la finalidad de conocer el grado de aceptación que podría tener un negocio de este tipo por los posibles clientes en donde el 86,75% = 333 personas respondieron que si les gustaría que exista un retro bar restaurant en la ciudad mientras un 13,25% = 51 personas respondieron que no les gustaría que exista uno en la ciudad, en análisis de las respuestas obtenidas indica que existiría una gran aceptación para un bar de este tipo si se implementa en la ciudad.

8. ¿Cuál de estas bebidas alcohólicas cual consumes más?

Tabla 15

¿Qué bebida consumes más?

¿De estas bebidas alcohólicas cual consumes más?	
Cervezas	27,50%
Ron	17,20%
Tequila	18,20%
Vodka	15,10%
Whisky	13,50%
Gaseosa	5,50%
Agua	3%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte



Gráfico 11: Consumo de bebidas Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La octava pregunta de la encuesta se realizó con la finalidad de conocer cuál es el tipo de bebida que es más consumido por los posibles clientes del establecimiento en donde un 27,5% = 106 personas respondieron que consumen cerveza, un 18,2% = 67 personas respondieron consumir tequila, el 17,2% = 66 personas consumen ron, el 15,10% = 58 personas consumen vodka, un 13,5% = 52 personas consumen whisky, 5,5% = 21 personas consumen gaseosas, un 3% = 12 personas consumen agua, mediante análisis de las respuestas obtenidas se determina que el producto con mayor consumo y que generará una buena utilidad es la cerveza ya que en respuestas alcanzó un 27,5% de la población encuestada.

9. ¿De estos cocteles cual le gusta comprar?

Tabla 16

¿Cuál coctel prefiere?

¿De estos cocteles cual le gusta comprar?	
Cuba libre	11,70%
Margarita	32,75%
Tequila sunrise	26,25%
Caipirihna	29,30%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

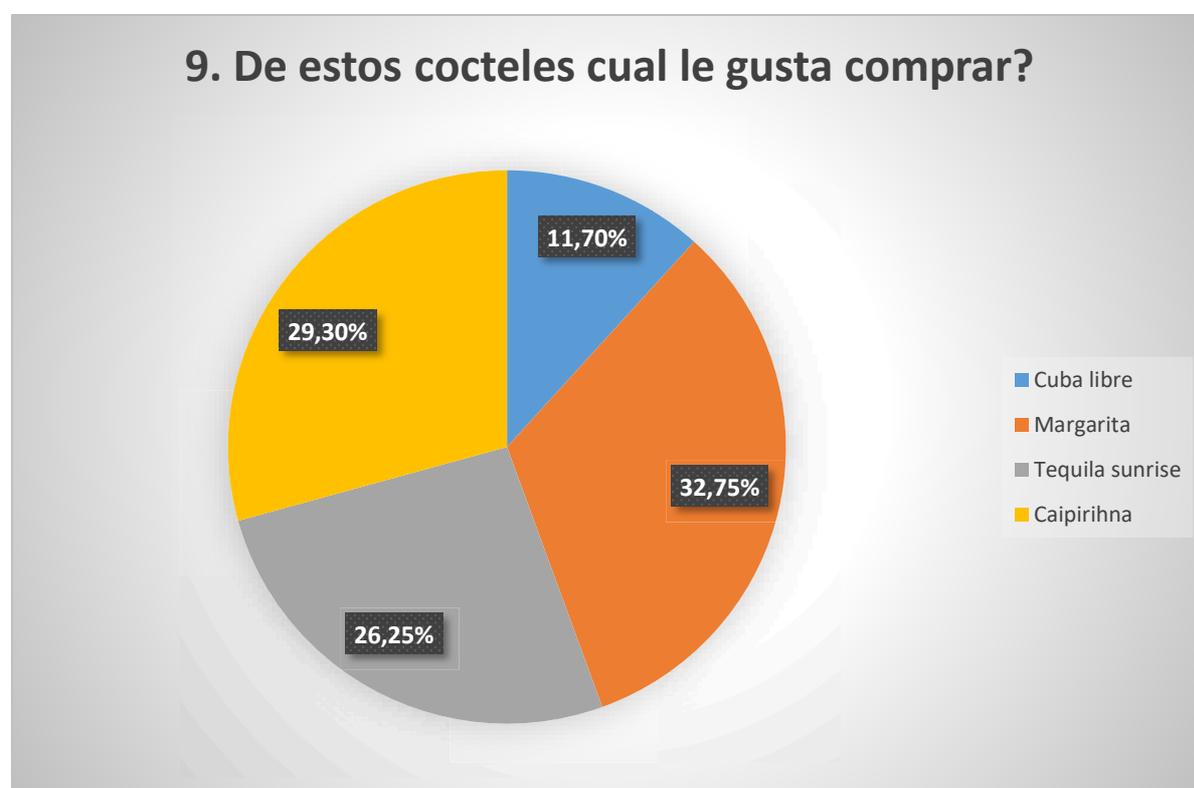


Gráfico 12: Preferencia de coctel Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La novena pregunta permite conocer cuál de los cocteles tendrán mayor demanda dentro de los productos que se vendan en el establecimiento en donde el 32,75% = personas respondieron que prefieren margarita, el 29,30% = prefieren caipirihna el 26,25% = prefieren tequila sunrise y un 11,70% = personas prefieren cuba libre, teniendo como conclusión que de los cocteles el mayor demandado es margarita el cual generara mayor utilidad en este tipo de producto vendido en el establecimiento.

10. ¿Cuál es su pikeo favorito?

Tabla 17

Pikeo preferido

¿Cuál es su pikeo favorito?	
Nachos con queso y carne	18,80%
Hamburguesa	31,30%
Hot Dog	24,20%
Alitas BBQ	25,70%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte



Gráfico 13: Tipo de pikeos Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La décima pregunta muestra resultados de cuáles son los pikeos más requeridos o consumidos por los posibles clientes en donde se obtuvieron los siguientes resultados, un 31,30% = 120 personas respondieron consumir Hamburguesas, el 24,20% = 93 personas consumen Hot dog, 25,70% = 99 personas consumen Alitas BBQ y 18,8% = 72 personas consumen Nachos con queso o carne, las respuestas obtenidas en las encuestas nos ayudan a determinar que le pikeos con mayor demanda por la población encuestada son los nachos con queso o carne por lo cual deben priorizarlo ya que generará una muy buena utilidad.

11. ¿Qué es lo que más consume en sus visitas?

Tabla 18

Producto preferido

¿Qué es lo que consume más en su visita?	
Comida	37,30%
Cocteles	29,50%
Bebidas Alcohólicas	33,20%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

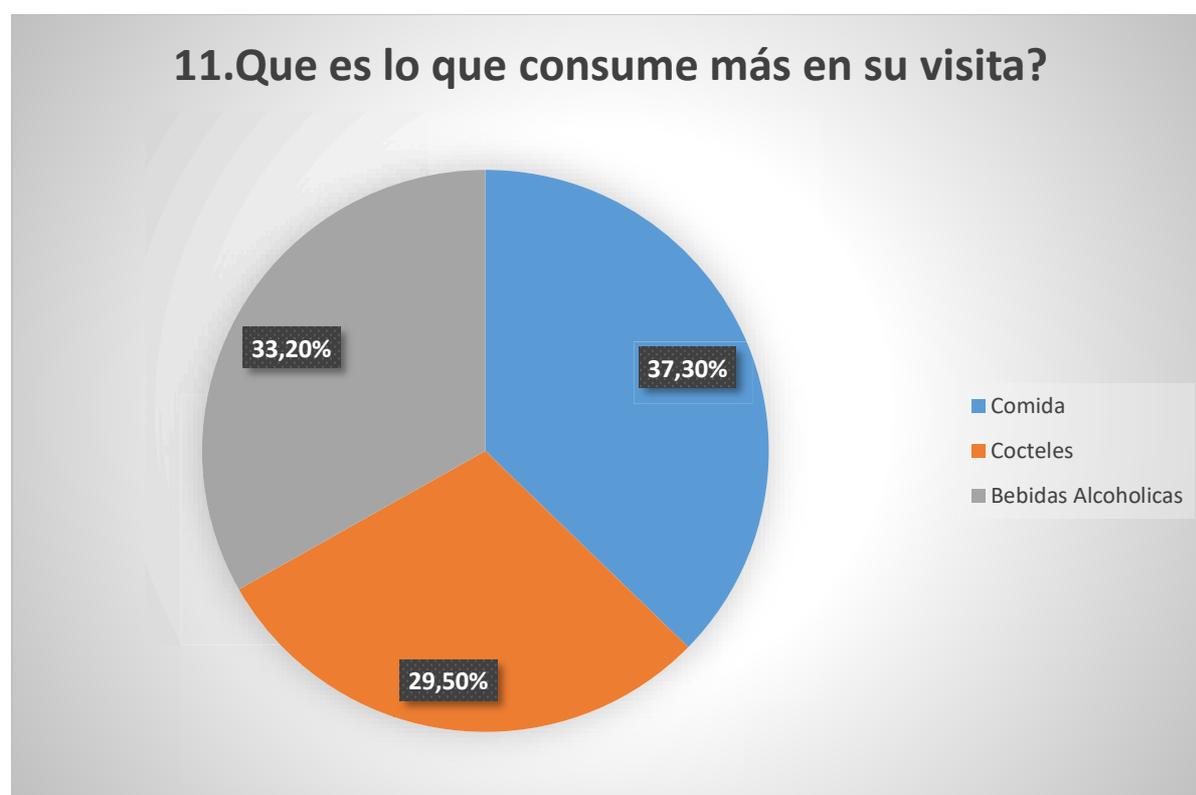


Gráfico 14: Qué es lo que más consume Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La décima primera pregunta de la encuesta realizada tiene la finalidad de demostrar cuales son las preferencias de las personas al acudir a un establecimiento que venda estos tipos de producto arrojando resultados donde el 37,7% = 145 personas respondieron que lo que más consumen es comida o pikeos, el 33,20% = 127 personas se inclinan por bebidas y el 29,5% = 113 personas prefieren cocteles.

12. ¿Qué medio de comunicación es más utilizado por Ud.?

Tabla 19

Medio de comunicación preferido

¿Qué medio de comunicación es más utilizado por Ud.?	
Redes Sociales	72,50%
Radio	4,90%
Tv	9,10%
Material POP	13,50%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

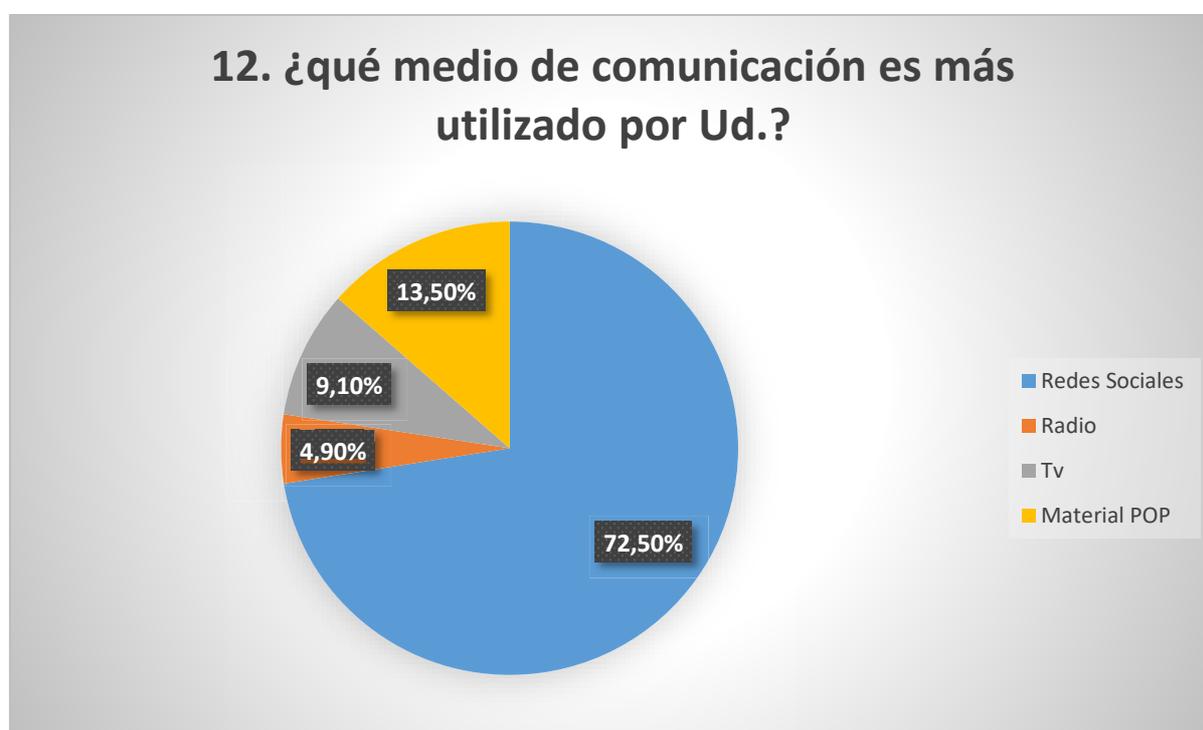


Gráfico 15: Medios de comunicación Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La décima segunda pregunta permite conocer cuál es el medio por el cual los posibles clientes se informan en donde el 72,50% = 278 personas respondieron que las redes sociales es su medio de comunicación más utilizado, el 13,50% = 52 personas contestaron que utilizan material POP un 9,10% = 76 personas se informa a través de la tv y un 4,90% se informa por medio de la radio, como conclusión se puede observar que las estrategias de comunicación que se apliquen deben realizarse a través de las redes sociales ya que obtendrá un mayor alcance.

13. ¿Te parece una buena ubicación la avenida Flavio Reyes?

Tabla 20
Ubicación

¿Te parece una buena ubicación la av. Flavio Reyes?	
Si	87,30%
No	12,70%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

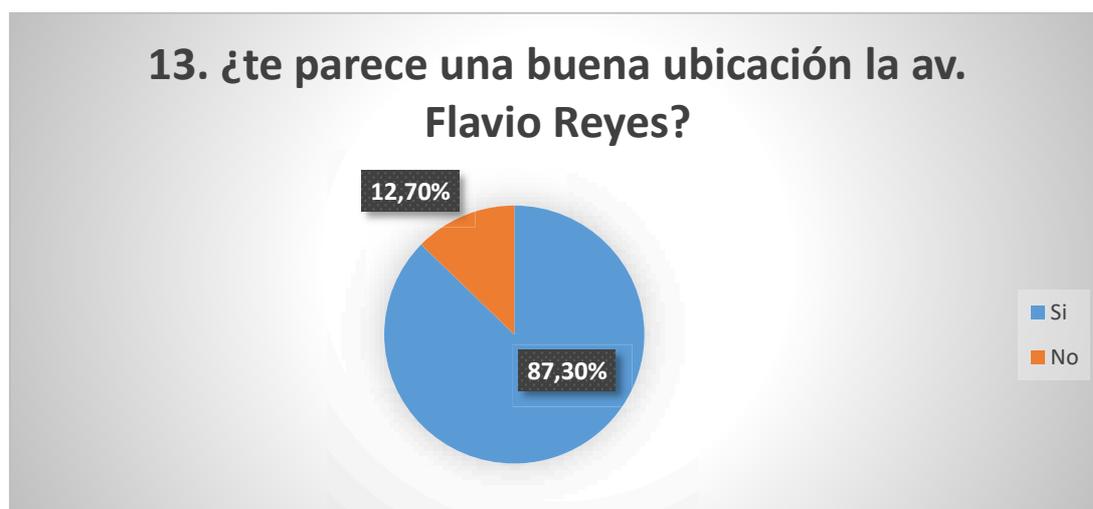


Gráfico 16: pregunta de ubicación Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Análisis

La décima tercera pregunta de la encuesta muestra resultados si es de buen gusto o no la ubicación en donde estará el establecimiento en donde un 87,30% = 335 personas les parecen una buena ubicación estratégica la avenida Flavio Reyes mientras el 12,7% = 49 personas respondieron que no les parece una buena ubicación estratégica, en base a las respuestas obtenidas se considera que la avenida Flavio Reyes es un sitio estratégico con gran afluencia de visitantes de bares y negocios similares.

2.1.6 Tendencias de mercado

La ciudad de Manta se encuentra en un crecimiento constante económicamente, por ende surgen nuevos emprendimientos los cuales buscan penetrar el mercado mediante la innovación.

Hasta septiembre del 2012, según registros del Banco Central, la inflación anual fue de 7.01% considerándose la inflación anual más alta a nivel Nacional, seguido de Machala 6.77% y Quito 6.15%. Pero la inflación mensual, es decir vista y analizada por mes (siendo septiembre el último de estudio) fue de 0.93%, no considerada como el mayor nivel de inflación mensual, estas ciudades fueron Quito 1.73%, Esmeraldas

1.60% y Cuenca 1.46%. Sin embargo la Ciudad de Manta se encuentra entre las ciudades más caras del País. (Wendy, 2012)

Los datos antes detallados, muestran que la ciudad de Manta ha tenido un evidenciado crecimiento en locales comerciales y establecimientos de comidas y bebidas con la finalidad de satisfacer a los clientes residentes de esta urbe o ciudad como también a los turistas.

En la ciudad de Manta, existe poco mercado con este tipo de servicio como es el servicio todo en uno que ofrecerá el Retro-Bar Restaurant, existe competencia de manera indirecta y resultaría muy fácil superarla ya que en la mayoría de los casos estos son establecimientos empíricos que solo aprovechan la ocasión de que el mercado está en crecimiento, además del apoyo de las entidades financieras otorgando créditos para la calidad de capital, esto ayuda a que este tipo de negocio se tecnifiquen, se desenvuelvan o se renueven volviéndose más sostenible en el tiempo.

2.1.7 Factores de Riesgo

Se debe mirar más allá del proyecto que se está realizando para poder identificar los diferentes riesgos y problemas que se puedan presentar en el desarrollo de este plan, por lo tanto, se mencionan cuáles pueden ser alguno de los problemas internos o externos que se pueden dar en el retro-bar restaurant:

Encontrar el local: A veces encontrar un lugar adecuado suele ser complicado y puede demorar hasta un año en hacerlo, lo que significaría que tendría un retraso en cumplir el cronograma planeado.

Alta inversión requerida: Aunque la inversión para un tipo de negocio con estas características suele ser alta, pueden existir inversionistas nacionales o extranjeros interesados en intervenir en este mercado.

Reducción de ventas: Las ventas pueden llegar a ser afectadas por la reducción u ofertas aplicadas por parte de la competencia, el cambio de gusto o preferencias por parte de los consumidores o factores externos que pueden presentarse en todo el país como puede ser una crisis económica.

Incumplimiento de proveedores: En caso de que exista algún tipo de situación como puede ser los escasos de la materia prima para el correcto funcionamiento de este negocio (bebidas y alimentos), por lo cual se debe contar con un plan de contingencia.

Mal manejo de bebidas o alimentos: Por falta de experiencia en la utilización de bebidas o alimentos, la distribución, o almacenamiento incorrecto puede ocasionar algún tipo de intoxicación al cliente y ser afectado el restaurant.

Plan de contingencia

Para enfrentar los problemas o riesgos que fueron anteriormente mencionados se puede proponer para su implementación los siguientes puntos:

- Encontrar un local al que se le pueda realizar adecuaciones sin que estas tengan un costo muy elevado en la avenida Flavio Reyes.
- Si hay nuevos competidores para la implementación del mismo concepto del Retro-Bar Restaurant, se debe utilizar estrategias de publicidad y marketing además de promociones (sorteos de botellas de licor y cocteles entre los clientes que acudan al establecimiento) para poder contrarrestar este efecto.
- Diferenciación del producto y servicio de atención brindando calidad en los mismos (fuerte lealtad y fidelización con los clientes), se debe dar seguridad para que estos puedan dar una respuesta positiva por parte de ellos y futuros clientes.
- Si se llegasen a presentar reducciones considerables en las ventas del negocio se debe implementar un plan de seguimiento al cliente por medio de base de datos, con la finalidad de darle a conocer as temáticas y promociones que habrá durante la semana en el establecimiento, en caso de que esto no ayude a obtener un resultado positivo, tocará empezar a buscar nuevos clientes potenciales y a concentrarse de manera más intensas en los nichos de mercados que no han sido atacados
- Se debe procurar tener en stock ciertas bebidas o alimentos que faciliten complacer el pedido de los clientes en el retro-bar restaurant. Y tal sea el caso se debe recurrir a la búsqueda de productos sustitutos o de nuevos proveedores que nos mantengan el stock lleno, cabe recalcar que se debe tener proveedores emergentes como convenios con grandes despensas de la ciudad que puedan cumplir con un pedido de manera rápida en situaciones de incumplimiento de los proveedores principales en productos de consumo masivo y licores se puede tener como proveedores a:
 - La gallada del chinito
 - Comercial Páez
 - El arbolito
- Se debe ser precavido y tener un cuidado en el trato de las bebidas y alimentos, principalmente a la hora de almacenarlos, ya que algunos de estos deben ser refrigerados y otros no en base a las normas de calidad para productos de consumo como son:

LA NORMATIVA TECNICA SANITARIA PARA EL CONTROL DE PRODUCTOS DE USO Y CONSUMO HUMANO SUJETOS A CONTROL Y VIGILANCIA

SANITARIA CONSIDERADOS FALSIFICADOS, ADULTERADOS O ALTERADOS

En los artículos 1 y 2 se especifica las normativas que debe llevar a cabo un negocio en la cual se encuentre de por medio la sanidad para el cuidado de los productos y del cliente:

Art. 1.- Objeto. La presente Normativa Técnica Sanitaria tiene como finalidad el control y vigilancia sanitaria de los productos de uso y consumo humano que son regulados por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA y que se podrían considerar falsificados, adulterados o alterados. (SANITARIA-ARCSA, 2016)

Art. 2.- Ámbito de aplicación. Las disposiciones establecidas en la presente normativa son aplicables a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que elaboran, fabrican, envasan, almacenan, exportan, importan, donan, distribuyen, transportan, comercializan, expenden o dispensan, en todo el territorio nacional productos de uso y consumo humano sujetos a control y vigilancia sanitaria. (SANITARIA-ARCSA, 2016)

Capítulo IV del control

Art. 8.- según (SANITARIA-ARCSA, 2016) “será la entidad responsable de desarrollar e implementar las estrategias para el control y vigilancia de los productos objeto de la presente Normativa, conjuntamente con las instituciones que se considere pertinentes”.

- “Ejecutar métodos de limpiezas como fumigaciones para eliminar algún tipo de plagas que puedan existir dentro del retro-bar restaurant” (SANITARIA-ARCSA, 2016).
- “Se debe manejar de manera correcta el proceso de producción artesanal en preparación de bebidas y alimentos para lograr un producto exquisito, con la finalidad que no valla a existir algún tipo de intoxicación en algún cliente” (SANITARIA-ARCSA, 2016).

2.1.8 Ingresos en base al análisis de mercado

En el Retro bar restaurante los ingresos se basarán en los diferentes productos que ofrezcan y consuman los clientes, entre estos se puede tener como productos iniciales los siguientes:

Tabla 21
Ingresos de Producción

<i>Producto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio</i>	<i>T.I Mensual</i>	<i>Año1</i>
<i>Nachos con queso y carne</i>	194	\$ 7,00	\$ 1.360,8	\$ 16.329
<i>Hamburguesa</i>	324	\$ 3,50	\$ 1.132,8	\$ 13.593
<i>Hot dog</i>	250	\$ 3,50	\$ 875,8	\$ 10.510

<i>Alitas bbq</i>	266	\$	7,50	\$	1.993,1	\$	23.917
<i>Cuba libre</i>	96	\$	6,00	\$	574,1	\$	6.889
<i>Margarita</i>	268	\$	7,00	\$	1.874,8	\$	22.498
<i>Tequila sunrise</i>	215	\$	7,00	\$	1.502,7	\$	18.032
<i>Caipirihna</i>	240	\$	6,00	\$	1.437,7	\$	17.252
<i>Cerveza Corona</i>	84	\$	3,50	\$	295,3	\$	3.543
<i>Cerveza Pilsener Light</i>	84	\$	2,00	\$	168,7	\$	2.025
<i>Cerveza Club Verde</i>	84	\$	2,50	\$	210,9	\$	2.531
<i>Bot. Wisky Jhonny Negro</i>	28	\$	90,00	\$	2.495,0	\$	29.940
<i>Bot. Wisky Jhon Morriss</i>	28	\$	45,00	\$	1.247,5	\$	14.970
<i>Bot. Ron 100 fuegos</i>	28	\$	40,00	\$	1.108,9	\$	13.307
<i>Bot. Ron Castillo</i>	28	\$	40,00	\$	1.108,9	\$	13.307
<i>Bot. Tequila el charro</i>	28	\$	45,00	\$	1.247,5	\$	14.970
<i>Bot. Tequila Azteca</i>	28	\$	40,00	\$	1.108,9	\$	13.307
<i>Gaseosas personales</i>	28	\$	1,50	\$	41,6	\$	499
<i>Vaso Whisky Jhonny Negro</i>	34	\$	7,00	\$	240,6	\$	2.888
<i>Vaso Whisky Jhon Morriss</i>	34	\$	5,00	\$	171,9	\$	2.063
<i>Vaso Ron 100 fuegos</i>	52	\$	5,00	\$	257,8	\$	3.094
<i>Vaso Ron Castillo</i>	51	\$	5,00	\$	256,4	\$	3.077
<i>Vaso Tequila El Charro</i>	56	\$	5,00	\$	280,0	\$	3.360
<i>Vaso Tequila Azteca</i>	56	\$	5,00	\$	280,0	\$	3.360
<i>Vaso Vodka Siberian</i>	111	\$	5,00	\$	555,8	\$	6.670
<i>Gaseosas personales</i>	51	\$	1,50	\$	76,1	\$	913
<i>Agua</i>	28	\$	1,00	\$	27,7	\$	333
Totales \$				\$	21.931,2	\$	263.174
Totales Unid	2.772						33.266
PVP Promedio		\$	7,91			\$	7,91

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

2.2 Análisis de la competencia

2.2.1 Descripción de la competencia (competidores claves)

Se debe tener siempre presente la competencia como principal factor a estudiar, ya que la competencia se puede describir como:

Conjunto de compañías que ofrecen productos o servicios de la misma naturaleza que los de otra compañía. También se denomina de esta forma al conjunto de marcas que ofrecen productos o servicios que son de distinta naturaleza pero que cubren las mismas necesidades, por lo que pueden restarse mercado. (Interactivo, 2019)

Para Ruta 66 Retro Bar-Restaurante.

Competencia directa.

Después de realizar la visita de campo al lugar donde estará ubicado el Retro Bar Restaurant , considerando que a la competencia directa se la define como aquella que se encuentra en el mercado produciendo o brindando los mismos productos o servicios se puede decir que para el presente negocio no existe una competencia directa debido a que es un retro-bar restaurant con una temática distinta dentro del mercado de bebidas y alimentos, pero con un toque antiguo el cual no existe alguno en la ciudad.

Competencia indirecta

Para analizar cuáles son los establecimientos considerados como competencia indirecta, se toma en consideración dos aspectos, primero observar el mercado a cuál están dirigidos basados en la categoría impuesta por el ministerio de turismo, sin embargo existen establecimientos que no constan en la base de datos y como segundo el horario de atención de estos establecimientos.

Después de recorrer la ciudad se determina que las competencias más cercanas para el proyecto en estudio serían:

Tabla 22

Matriz Competencia indirecta

ESTABLECIMIENTO	TIPO DE CATEGORIA	LOGOTIPO
La Bolera	Restaurante Primera	

Bótelos

Restaurante

Primera



Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Botelos y La bolera, ya que estos restaurantes también venden algo de bebidas y cocteles además de brindar shows de música en vivo al igual como lo quiere realizar el Retro Bar-Restaurant.

Los negocios antes mencionados se caracterizan por tener un buen ambiente, servicio, alimentos y bebidas agradables, además que son lugares exclusivos y un poco costosos.

Producto sustituto

Se consideran como productos sustitutos a las licorerías, bares, karaokes y discotecas que se encuentran en la ciudad ya que en estos sitios también podemos adquirir algunos tipos de bebidas.

2.2.2 Comparación con la competencia

Se debe conocer información acerca de quiénes son los líderes en el mercado es decir quiénes son las posibles competencias, conocer sus éxitos, sus debilidades y los fracasos que estos han tenido, además de sus fortalezas y aspiraciones, el comportamiento dentro del mercado, es decir todo lo que proporcione información para saber a quién hay que enfrentar.

En la siguiente grafica se expresa por valoración del 0 al 10 la comparación con las posibles competencias que podría tener Ruta 66 Retro Bar-Restaurante en cuanto a producto, servicio, precio, promoción distribución y más.

Tabla 23

Comparación con la competencia

GRUPO	SUBGRUPO	RUTA 66 RETRO BAR-RESTAURANTE	BOTELOS	LA BOLERA
Producto/servicio	Características			
	Calidad	10	9	9
	Garantía	10	8	8
	Diseño	10	9	8
	Facturación	10	9	9
Subtotal		40	35	34

Precio	Lista de precios	10	9	9
	Descuentos	10	7	8
	Periodos de pago	10	8	8
Subtotal		30	24	25
Promoción	Promoción de venta	10	8	9
	Publicidad	10	8	8
	Relaciones publicas	10	8	8
	Mkt Directo	10	8	8
Subtotal		40	32	33
Distribución	Canales	7	9	9
	Localización	10	8	8
	Transporte	7	9	8
Subtotal		24	26	25
Otras	Horario de atención	10	8	8
Subtotal		10	8	8
Total		144	125	126
Media		9,6	8,33	8,4

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Producto

El retro-bar restaurant tiene como objetivo brindar productos de muy buena calidad que sean considerados productos de primera que vayan de acuerdo con el estatus social, además de ofrecer shows en vivos en base a la temática que representa este establecimiento enfocado a los años 80 y 90.

Precio

Se debe aplicar una estrategia de fijación de precio de Descremado, teniendo en consideración que:

Si es un producto novedoso y diferenciado, esta estrategia **permitirá proponer precios elevados dirigidos a segmentos dispuestos a pagar** algo más por un producto que valoren por encima de la competencia, a medida que el mercado

va madurando poco a poco, los segmentos que están dispuestos a pagar por este producto aumentan de volumen progresivamente. (IMF, 2019)

Los precios de los productos serán en base a la clase social que está dirigido el retro-bar restaurant, considerando que los precios muy bajos para la clase social al que está dirigido pueden mal interpretarse que será algo de mala calidad.

Promoción

La promoción del establecimiento se debe realizar a través de las redes sociales y material POP, de acuerdo con los tipos de clientes ya que hay que tratar de fidelizarlos y convertirlos en clientes frecuentes.

Distribución

El retro-bar restaurant se encontrará ubicado en la avenida Flavio Reyes ya que en la actualidad es uno de los sitios más visitados por empresarios y gente de clase media hacia arriba cuando buscan algo de relajación y diversión.

2.2.3 Ventajas competitivas

Después de analizar detalladamente la competencia en este caso únicamente indirecta, ya que no se cuenta con un establecimiento dentro del área de investigación que represente competencia directa. Se destacó las siguientes ventajas competitivas:

- **Diferenciación:** concepto innovador y único: dentro de los establecimientos analizados, no existen temáticas ni conceptos similares al de este proyecto, lo cual posesionará automáticamente a este espacio en la mente del público inmerso en el entorno cultural de Manta.
- **Personalización:** ser un establecimiento con una temática totalmente Retro, si bien es cierto que en los distintos bares y restaurantes dentro de la ciudad de Manta no se hace clasificación de sus clientes en base a la edad, este tiene la ventaja de ser de los pocos espacios en declarar que es abiertamente Retro lo cual crea preferencia a las personas que gustan del estilo y de la música de los años 80 y 90, las mismas que podrán sentirse a gusto dentro del establecimiento.
- **Calidad:** diversidad y consistencia dentro de la gama de productos ofertados para los distintos gustos de los clientes en cuanto a pikeos, bebidas y cocteles se trate además de una excelente atención al cliente por parte del personal de servicio, ya que el bar temático ha tomado modelos de bares Americanos, creando un estilo para amantes de la década de los 80 y 90 y tiene como finalidad convertirse en uno de los más rentables de la ciudad.

2.2.4 Barreras de entrada

Se menciona que algunas de las barreras de entrada son los problemas que se presenten mientras se intenta introducir en este mercado por lo cual se deben desarrollar estrategias que sirvan como plan de contingencia para poder superar algún problema que se llegue a presentar, Una de las principales barreras para introducirse en los negocios suele ser la parte financiera ya que un negocio de este tipo requiere de alta inversión y en la mayoría de los casos es difícil conseguir el capital para poder desarrollar una idea.

Otras barreras de entradas pueden ser las políticas gubernamentales establecidas por el GAD cantonal ya que es quien emite un permiso de funcionamiento y en algunos casos suele negar el permiso antes mencionado.

2.2.5 Análisis de las 5 fuerzas de Porter



Gráfico 17: Fuerzas de Porter Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Nuevos entrantes

“El mercado o segmento no es atractivo dependiendo de las barreras de entrada si son fáciles de franquear o no por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado” (Amaya Amaya, 2007).

Se debe tomar en cuenta que el valor inicial o capital de inversión para poner en funcionamiento este proyecto es de aproximadamente \$ 96,232 dólares (alquiler, adecuación y equipos de cocina y bar) se puede decir que las barreras de entradas son medias debido a que

únicamente inversionistas con capital suficiente podrían implementar un retro-bar restaurant o una franquicia.

Amenazas de nuevos productos

Dentro de las amenazas de nuevos productos, Amaya determina que “un mercado o un segmento no resulta ser atractivo si existen productos sustitutos reales o que sean potenciales, esto complicaría un poco la situación ya que podrían entrar al mercado aplicando precios más bajos” (Amaya Amaya, 2007).

Pueden aparecer nuevos bares temáticos pero hay que enfocarse en ser el mejor de la ciudad se debe ganar prestigio y reconocimiento en base a la calidad del producto y del servicio, existen barreras importantes que impiden la entrada de nuevos negocios de este tipo al mercado, resaltando que en la actualidad no existe ningún negocio de este mismo tipo o similar en la ciudad.

Poder de negociación de los compradores

Dentro del poder de negociación de los compradores, Amaya indica que “A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción, de mayor calidad y servicio, por lo cual la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad” (Amaya Amaya, 2007).

Se debe saber negociar con los compradores ya que ellos siempre buscan tener un mayor beneficio con un menor precio.

Poder de negociación de los proveedores

Dentro del poder de negociación de los proveedores Amaya indica que: “La situación será aún más complicada si los nuevos insumos que suministran son claves para nosotros, si estos no tienen un producto sustituto o son pocos de alto costo” (Amaya Amaya, 2007).

Se debe saber negociar con los proveedores ya que son muy importantes para que se pueda satisfacer las necesidades de los consumidores, en la mayoría de los casos suele ser difícil negociar con los mismos pero siempre se termina llegando a un acuerdo debido a la cantidad de materia prima requerida.

Competencia en el mercado

Según el autor Amaya, indica que:

La competencia en el mercado podría ser muy difícil competir en un mercado o en un segmento donde los competidores estén muy bien posesionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a una guerra de precios y campaña publicitaria agresiva, promociones y entrada de nuevos productos. (Amaya Amaya, 2007)

Se debe ser muy cuidadosos al momento de fijar los precios en los productos ya que un precio muy alto podría alejar a los clientes y un precio muy bajo podría dar a pensar que los productos y servicios son de mala calidad.

2.3 Precio

2.3.1 Variables para la fijación de precios

Dentro del tema variables para la fijación de precio Holden y Nagle indican que:

La fijación de precios es una estrategia que debe estar bien planificada para su ejecución en el mercado, esto se debe a que estas apuntan a encontrar un equilibrio entre los deseos de los clientes de un buen valor y la necesidad de cubrir los costes y obtener beneficios para la empresa. (HOLDEN & NAGLE, 2002)

Se debe tener en cuenta que el precio es la única variable que existe dentro del marketing mix que genera ingreso, el resto solo genera gastos, por lo tanto ruta 66 Retro-Bar Restaurant fijara sus precios en base a las competencias indirectas en el mercado ya que no existe una competencia directa porque no hay un negocio con las mismas características sin embargo hay negocios similares que pueden cumplir el rol de productos sustitutos pero sin embargo hay que considerar que los precios de los productos ofertados no deben estar tan por debajo de las posibles competencias ya que nuestro mercado está basado en la clase social media-alta y alta y se puede llegar mal interpretar y considerar que lo que se ofrece es de mala calidad.

2.3.2 Determinación del precio

Se debe considerar que para un negocio de este tipo como es el Retro-Bar Restaurant se deben establecer los precios de acuerdo al producto es decir en el tema de bebidas los precios deben establecerse por vaso y por botella ya que cuando se establece el margen de ganancia se debe establecer por la botella por eso se debe calcular cuántos vasos salen de una botella para poder establecer el precio del vaso de la bebida, en el caso de los pikeos los precios serán establecidos en base al costo de elaboración más el porcentaje de ganancia que se quiere obtener y de la misma manera para los cocteles.

Tabla 24

Determinación de Precios

<i>Producto</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Precio</i>	<i>Costo Unitario</i>
<i>Nachos con queso y carne</i>	194	\$ 7,00	\$ 3,4
<i>Hamburguesa</i>	324	\$ 3,50	\$ 1,40

<i>Hot dog</i>	250	\$ 3,50	\$ 0,83
<i>Alitas bbq</i>	266	\$ 7,50	\$ 1,45
<i>Cuba libre</i>	96	\$ 6,00	\$ 1,35
<i>Margarita</i>	268	\$ 7,00	\$ 1,45
<i>Tequila sunrise</i>	215	\$ 7,00	\$ 1,10
<i>Caipirihna</i>	240	\$ 6,00	\$ 0,75
<i>Cerveza Corona</i>	84	\$ 3,50	\$ 1,67
<i>Cerveza Pilsener Light</i>	84	\$ 2,00	\$ 0,90
<i>Cerveza Club Verde</i>	84	\$ 2,50	\$ 1,25
<i>Bot. Wisky Jhonny Negro</i>	28	\$ 90,00	\$ 34,93
<i>Bot. Wisky Jhon Morrrys</i>	28	\$ 45,00	\$ 10,10
<i>Bot. Ron 100 fuegos</i>	28	\$ 40,00	\$ 16,30
<i>Bot. Ron Castillo</i>	28	\$ 40,00	\$ 14,30
<i>Bot. Tequila el charro</i>	28	\$ 45,00	\$ 16,55
<i>Bot. Tequila Azteca</i>	28	\$ 40,00	\$ 12,05
<i>Gaseosas personales</i>	28	\$ 1,50	\$ 0,40
<i>Vaso Whisky Jhonny Negro</i>	34	\$ 7,00	\$ 2,76
<i>Vaso Whisky Jhon Morrrys</i>	34	\$ 5,00	\$ 0,78
<i>Vaso Ron 100 fuegos</i>	52	\$ 5,00	\$ 1,20
<i>Vaso Ron Castillo</i>	51	\$ 5,00	\$ 1,04
<i>Vaso Tequila El Charro</i>	56	\$ 5,00	\$ 1,34
<i>Vaso Tequila Azteca</i>	56	\$ 5,00	\$ 0,98
<i>Vaso Vodka Siberian</i>	111	\$ 5,00	\$ 0,64
<i>Gaseosas personales</i>	51	\$ 1,50	\$ 0,40
<i>Agua</i>	28	\$ 1,00	\$ 0,20
Totales \$			\$ 2,31
Totales Unid	2.772		
PVP Promedio		\$ 7,91	

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

2.4 Distribución y localización

La distribución de los productos será en el establecimiento donde se podrá disfrutar de un ambiente acogedor y cómodo si buscamos algo de relajación y música de la década de los 80 y 90.

La ubicación del Retro-bar Restaurant será en la avenida Flavio Reyes ya que se ha convertido en una vía muy frecuentada por personas de estatus social medio y alto, público al cual está dirigido el proyecto ya que son aquellas personas quienes tendrán facilidad de pago para disfrutar en el establecimiento si se trata de comida y bebida será la mejor opción.

2.5 Estrategias de Promoción

2.5.1 Clientes Claves

Los clientes claves son aquellas personas de la clase social media alta en adelante en edad promedio de 30 años a más que buscan disfrutar de diversión y relajación pero con un estilo único inspirado en la década de los 80 y 90, a los cuales hay que fidelizarlos a la marca logrando así que sean amante del tipo de negocio.

2.5.2 Estrategia de captación de clientes

El relacionista público debe desarrollar estrategias de marketing y promoción para poder dar a conocer el negocio, utilizando herramientas de publicidad que pueden ser ATL y BTL , la utilización de medios masivos como redes sociales, radio, prensa y televisión los cuales ayudaran a tener un mayor alcance para dar a conocer los servicios, también la utilización de publicidad BTL como flyers podrán ayudar mucho para que los posibles clientes se informen del producto que se está ofreciendo y se interesen por acudir al lugar.

También se pueden aplicar promociones de ventas para los clientes más frecuentes, esto ayudara a que los demás clientes se sigan fidelizando para recibir estos beneficios.

Los valores de los medios publicitarios que se utilicen serán de acuerdo con el tipo de campaña que apliquen y al tiempo de duración del a misma.

Tabla 25
Estrategias de promoción

<i>Materia prima</i>	PUBLICIDAD				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Material POP</i>	400	200	200	200	200
<i>Redes sociales</i>	500	500	500	500	500
<i>Banner</i>	100	100	100	100	100
<i>Promociones y descuento</i>	100	100	100	100	100
Totales	1.100	900	900	900	900

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Redes sociales

Facebook

Este medio es considerado una de las redes sociales mayormente utilizadas a nivel mundial, la cual ayudará a realizar una promoción a mayor escala de los productos y servicios.

Instagram

Esta una red social tiene una gran acogida por una gran cantidad de personal, de esta manera ayudará a fortalecer el grupo de seguidores de una forma masiva dando a conocer el establecimiento o negocio.

Tarjetas de presentación

Esta media ayuda a que las personas puedan conocer sobre el nuevo Retro-bar Restaurant estas deben incluir información muy relevante del negocio como son los medios por los cuales se puedan contactar con el establecimiento o negocio.

Flyers

Seleccionado por ser un medio que ayudará a la promoción del nuevo Retro-bar Restaurant, permitirá el posicionamiento de la marca en la mente de los, este tipo de publicidad se podrá entregar por parte de las impulsadoras en lugares muy transitados en la ciudad.

Shows

Las presentaciones musicales en vivo que se vayan a realizar dentro de las instalaciones estarán dadas en función en días viernes, sábados y días feriados con la finalidad de mantener a los clientes a gusto el gasto que se genere por estos shows dependerá del artista o banda musical que se contrate considerando un costo estimado de \$50 por presentación.

3 OPERACIONES

3.1 Producto

3.1.1 Descripción del producto

Ruta 66 Retro-Bar Restaurant, es una empresa dedicada a la diversión nocturna, un espacio donde se venderán bebidas alcohólicas y varios pikeos en la ciudad de Manta, la cual tiene un enfoque al público adulto que gusta de la época de los años 80 y 90 el público objetivo serán personas de la clase media, media alta y alta en edad promedio 30 y 60 años en la ciudad de Manta. La empresa o negocio ofrecerá los siguientes productos y servicios:

Ruta 66 abrirá sus puertas en horario de martes -viernes a partir de las 18:00 pm hasta 12:00 am y los sábados de 18:00 pm a 02:00 am sus días de atención, con una capacidad total de 45 personas dividida en 2 grupos en promedio de 3 horas por grupo.

Prestación de Servicios de Entretenimiento que ofrece:

- 6 horas de música variada de los años 80 y 90
- Equipo profesional de sonido
- Efectos de luces en el escenario
- Variedad de bebidas (cerveza, Whisky, ron, vodka y cocteles)
- Pikeos rápidos como Alitas BBQ, Nachos con queso o carne, Hot Dog, y Hamburguesas.

Presentación de Espectáculos Artísticos

- Presentación de artistas o bandas locales y en algunos casos a nivel nacional los días viernes y sábados.

3.1.2 Diseño del producto



Gráfico 18: Diseño del Producto Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Logotipo



Gráfico 19: logotipo del Retro Bar Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Está compuesta por las palabras con su significado:

- **Bar:** es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra.
- **Restaurante:** Establecimiento en el que se preparan y sirven comidas.
- **Retro:** Que imita o evoca el gusto o la moda de un tiempo pasado o anticuado.
- **Ruta 66:** La **Ruta 66** es “la carretera madre” y también “la calle principal de Estados Unidos”. Un viaje mítico que vale la pena hacer a lomos de una Harley o al volante de un coche, cruzando estados, disfrutando del paisaje y de sus cambios, la unión de todas estas palabras lleva a que los usuarios o clientes del establecimiento se devuelvan a la época de los años 80 y 90 donde disfrutaban de buena música como era: Electro funk, Techno y techno pop, new wave, rap, house, afro rock, música máquina, new age

Además de un estilo de vestir muy colorido adaptándose a una moda americana.

Isotipo

Auto clásico



Gráfico 20: Isotipo Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Hace referencia al estilo Americano y a los autos usados en los años 80 y 90.

Disco de vinilo



Ilustración 4: Disco Vinilo Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Elemento musical muy utilizado en los años 80 y 90 para producir música en los toca disco.

Micrófono



Gráfico 21: Micrófono Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Hace referencia a la música

Jarro de cerveza



Gráfico 22: jarro de cerveza Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Indica que es un centro de diversión y ocio donde se vende bebidas alcohólicas.

Nachos



Ilustración 5: Nachos Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Indica que es un lugar donde se venden dichos productos y otros pikeos similares

Significado de colores a usarse en el establecimiento:

Negro: El color negro hace referencia a la elegancia, seriedad y misterios, es considerado un buen color para dar una imagen de exclusividad y elegancia.

Rojo: Significa pasión, amor, deseo, energía y se asocia al riesgo. Es ideal para tiendas eróticas, Floristerías. El rojo por ser un color muy estimulante es usado también para anuncios de motos, carros, bebidas energéticas y deportes extremos.

Morado: Está relacionado con el mundo de las fantasías, como una necesidad de escapar de lo terrenal de la vida. Es el soñador escapando de la realidad.

Amarillo: El amarillo se asocia con la alegría, la inteligencia y la felicidad. Por si solo el amarillo carece de fuerza (. Un dicho: “Quien de amarillo se viste, en su belleza confía”); suele combinarse con otros colores, por ejemplo, con el rojo para asociarlo con negocios de comida.

Blanco: Este color transmite minimalismo, simplicidad y perfección.

Eslogan

“Al estilo americano”

Hace referencia por el tipo de temática que tendrá este bar ya que los bares temáticos nacieron en los Estados Unidos además de vender comida rápida o piques originarios de la cultura Americana como son las Hamburguesas y otros productos.

3.1.3 Aspectos diferenciales

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante mostrara diferenciación en la calidad de sus servicios, en base a:

- Se brindará atención al cliente de manera eficaz y oportuna.
- Contar con el personal capacitado y con experiencia en atención al cliente.
- Brindará seguridad para los clientes.
- Tendrá una ubicación estratégica.
- Contará con excelente comunicación con el público objetivo los cuales podrán dar a conocer sus quejas o sugerencias para seguir mejorando.

Las estrategias diferenciadoras que anteriormente se mencionaron permitirán que el negocio cumpla con las necesidades y deseos de los clientes, para así llegar al éxito.

3.2 Proceso productivo

3.2.1 Proceso de elaboración o servucción

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante por ser una empresa que brinda el servicio de entretenimiento, ocio y alimentación nocturno pero con productos preparados contara con el siguiente proceso de elaboración:



Gráfico 23: Proceso de elaboración Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

3.2.2 Capacidad instalada o tamaño



Ilustración 6: Área de Establecimiento Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Estará ubicado en la av. Flavio Reyes y calle 20, tiene un espacio físico de 12 metros de largo por 15 metros de ancho con capacidad para 45 personas considerando 2 frecuencias de asistencias cada frecuencia en un tiempo de 3 horas, los clientes serán distribuidos por dos mesas de 6 personas, cinco mesas de 4 personas, una barra con asientos para 7 personas que

sumadas dan un total de 39, personas adicionales habrá una zona vip con capacidad de 6 personas.

3.2.3 Tecnologías necesarias para la producción

En base a la capacidad que tendrá Ruta 66 Retro Bar-Restaurante será necesario la utilización de tecnología con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad, a continuación, se podrá conocer los equipos tecnológicos que ayudarán a crear un ambiente de alta calidad.

Tabla 26

Tecnología para la producción

Activo	Cantidad	Precio	Total
Laptop	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Amplificador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Controlador dj	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Audífonos dj	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Parlantes	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Micrófono	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Luces led de escenario	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Rocola musical	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Cámaras de seguridad	8	\$ 60,00	\$ 480,00
DVR	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Pantallas 40 pulg	5	\$ 800,00	\$ 4.000,00
Sistema de facturación y caja registradora	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Generador eléctrico	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Aire acondicionado	4	\$ 850,00	\$ 3.400,00
Enfriador de bebidas	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Router para internet	1	\$ 35,00	\$ 35,00
	TOTAL		16.995

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

3.2.4 Cronograma de producción – servucción

Los minutos que tardará la elaboración de cada uno de los cocteles o pikeos y la entrega de alguna bebida solicitada al cliente que visite Ruta 66 Retro Bar-Restaurante estará constituido

por varias actividades que utilizando un cursograma analítico podrá ser comprendido de mejor manera en base a sus simbologías en un diagrama de flujo con el siguiente significado.

□ SIMBOLOGÍA:

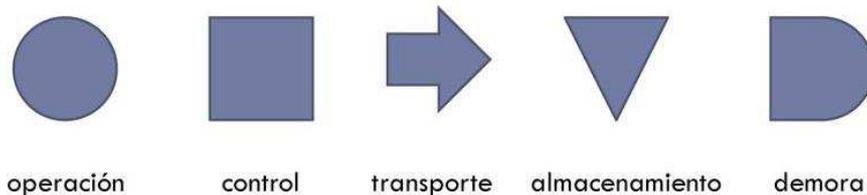


Gráfico 24: Simbología en producción Elaborado por: la web

Tabla 27
Simbología en proceso

DESCRIPCION	SIMBOLO	TIEMPO	OBSERVACIONES
	○ □ ◐ → ▽		
Compra de materia prima	■	2:0:0	Se realiza durante la mañana
Transportación	■	1:0:0	Se realiza durante la mañana
Inspección	■	1:0:0	Se realiza durante la mañana
Clasificación	■	0:30:0	Se realiza durante la mañana
Almacenamiento	■	1:0:0	Se realiza durante la mañana
Manipulación	■	0:30:0	Se realiza durante la mañana
Orden de materia prima	■	2:0:0	Se realiza durante la mañana
Venta	■	0:05:0	Se realiza en el tiempo de atención
Toma de pedido	■	0:0:30	Se realiza en el tiempo de atención
Selección de cristalería	■	0:0:30	Se realiza en el tiempo de atención

Colocación de hielo en la copa	■	0:0:30	Se realiza en el tiempo de atención	
Embarrar de sal la copa	■	0:0:15	Se realiza en el tiempo de atención	
Puesta del licor	■	0:0:15	Se realiza en el tiempo de atención	
Colocación de endulzante	■	0:0:15	Se realiza en el tiempo de atención	
Batir la mezcla		■	0:0:15	Se realiza en el tiempo de atención
Se sirve en copa	■	0:0:45	Se realiza en el tiempo de atención	
Preparación del pikeo	■	0:08:0	Se realiza en el tiempo de atención	
Entrega del producto al cliente		■	0:01:0	Se realiza en el tiempo de atención
Facturación	■	0:03:0	Se realiza en el tiempo de atención	
			Total 8:20:15	

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

3.2.5 Control de calidad

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante utilizará un sistema de gestión de calidad con la finalidad de aprobar el producto terminado el cual incluye:

1. El negocio u establecimiento debe realizar la limpieza correcta establecimiento del espacio físico, antes de su apertura para poder dar inicio al proceso productivo y al final de este para cumplir con los requerimientos de salubridad.
2. Los colaboradores del establecimiento deben cumplir con los requisitos de higiene personal
3. Mantener limpio y ordenado el lugar de trabajo de cada colaborador, así como también el espacio usado por los clientes, herramientas, materiales y utensilios que se utilizan.

3.3 Equipos e infraestructura necesarios

El espacio físico que utilizará este establecimiento por motivo de ser un local alquilado debe sufrir estratégicamente modificaciones en base a los requerimientos que se tenga:

3.3.1 Infraestructura interna

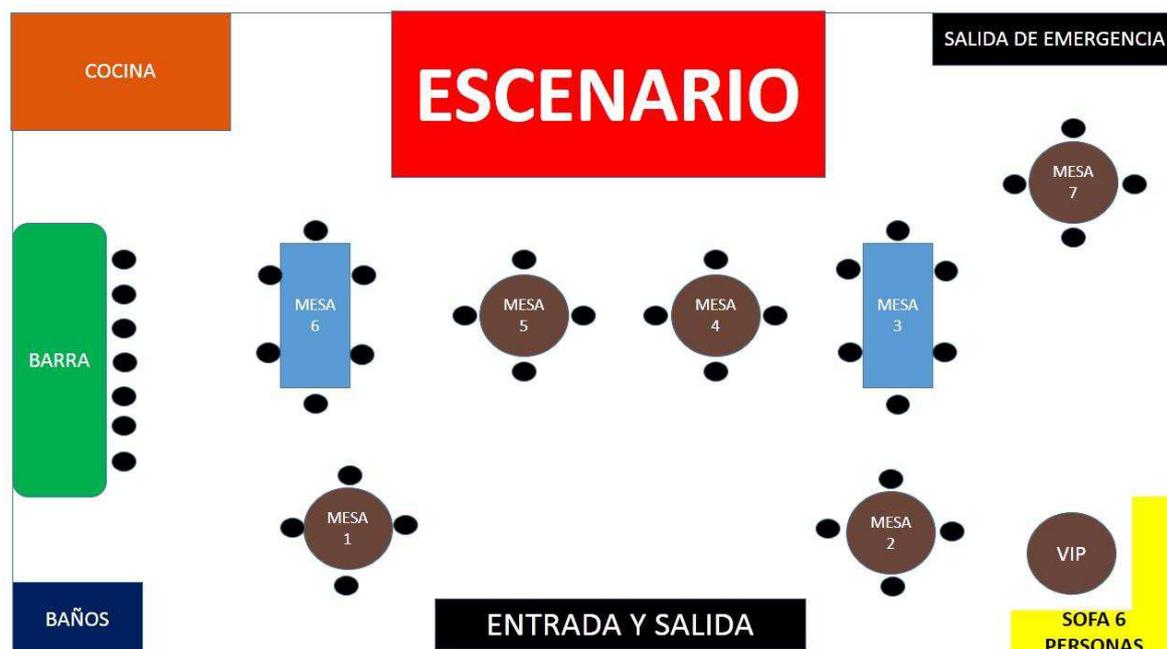


Gráfico 25: Plano del establecimiento Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Para brindar un servicio de calidad de manera eficiente y excelente, Ruta 66 Retro Bar-Restaurante utilizará los siguientes equipos:

Utillaje: los accesorios y herramientas que se van a utilizar dentro de la elaboración de los cocteles y pikeos serán:

Tabla 28
Utillaje

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Cocina industrial metálica de 4 quemadores	1	\$ 310,00	\$ 310,00
Nevera dure de 280 litros	1	\$ 845,00	\$ 845,00
Freidora capacidad 10 litros	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Coctelera de 34,00 acero inoxidable	2	\$ 17,00	\$ 34,00
Vaso mezclador de 1/2 litro	2	\$ 13,00	\$ 26,00
Medidor oncera	6	\$ 3,50	\$ 21,00

Cuchara mezcladora	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Cuchillo para bar	1	\$ 14,00	\$ 14,00
Saca corchos metálicos	5	\$ 7,00	\$ 35,00
Tenaza para hielo	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Destapadores	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Exprimidor de limón	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Organizador de sorbetes y servilletas	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Rail para bebidas	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Tacho para basura industrial	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Tacho para basura pequeño	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Extintor de 10lb	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Plato base grande	45	\$ 3,20	\$ 144,00
Plato entrada	45	\$ 3,10	\$ 139,50
Salero	10	\$ 0,85	\$ 8,50
Tenedor mesa	45	\$ 0,92	\$ 41,40
Vaso 12 onza	70	\$ 1,00	\$ 70,00

Cerveceros	50	\$	2,50	\$	125,00
Vaso old fashioned	100	\$	0,90	\$	90,00
Picador	2	\$	5,00	\$	10,00
Copa margarita 6onz	70	\$	1,50	\$	105,00
Hieleras de vidrio	10	\$	6,00	\$	60,00
Cuchillo para chef	2	\$	8,00	\$	16,00
Cucharas para cocina	5	\$	0,90	\$	4,50
Botella de gas industrial	1	\$	140,00	\$	140,00
Válvula para gas industrial	1	\$	23,00	\$	23,00
Juego de sartenes umco	1	\$	60,00	\$	60,00
Juego de ollas	1	\$	65,00	\$	65,00
TOTAL				\$	2.940,90

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Mobiliario: El mobiliario que utilizará Ruta 66 Retro Bar-Restaurante estará compuesto por mesas y sillas además de un sofá en forma de L con estilo decorativo entre ellos tenemos:

Tabla 29
Mobiliario

MUEBLES DE OFICINA				
Activo	Cantidad		Precio	Total
Sillas	45	\$	25,00	\$ 1.125,00
Mesas 4 personas	6	\$	60,00	\$ 360,00
Escritorio	2	\$	250,00	\$ 500,00

Silla giratoria	2	\$	30,00	\$	60,00
Archivador de Oficina	1	\$	80,00	\$	80,00
Barra	1	\$	250,00	\$	250,00
Taburetes	6	\$	35,00	\$	210,00
Sofá esquinero en L	1	\$	200,00	\$	200,00
Mesa de centro	1	\$	50,00	\$	50,00
Espejos de baño	3	\$	15,00	\$	45,00
Mesa 6 personas	2	\$	100,00	\$	200,00
TOTAL					3.080

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Adecuaciones: Las adecuaciones, son todos los detalles o lujos materiales que se usan para decorar de manera estratégica el establecimiento.

Tabla 30
Adecuaciones

ADECUACIONES				
Material	Cantidad	Precio	Total	
Mano de obra	1	2.000	2.000	
Colocacion de cielo razo	1	2.500	2.500	
Adecuacion de audio y video	1	200	200	
Adecuacion de luces	1	100	100	
Pintada de local con diseños	1	400	400	
Pintura	1	300	300	
Afiches y decoracion	1	500	500	
Escenario	1	1.500	1.500	
TOTAL			7.500	

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Otros elementos materiales: Ruta 66 Retro Bar–Restaurante contara con una pequeña oficina en la cual se realizarán reuniones de manera periódica con la finalidad de brindar un buen servicio en base a la temática que tendrá y definir las promociones de la semana.

3.4 Requerimientos de mano de obra

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante al estar constituida como una empresa con una modalidad contractual, la cuales sería de contrato especial de manera permanente, se tendrá la contratación del siguiente personal recalcando que los sueldos están fijados en base a la tabla de sueldos mínimos sectoriales puesto en vigencia por el ministerio de relaciones laborales, y estos

dependerán de las funciones que los colaboradores, realicen además de su título profesional y el desenvolvimiento del mismo.

A continuación están detallados los salarios y puestos de trabajo en base a la modalidad de contrato permanente.

Tabla 31
Sueldo de empleados primer año

CARGO PERSONAL	Remuneración \$			Beneficios \$				Total anual
	<i>Mensual</i>	<i>Comisiones</i>	<i>T. Anual</i>	<i>13er S.</i>	<i>14to S.</i>	<i>Vacac.</i>	<i>A. Patronal</i>	
<i>Gerente</i>	800	-	9.600	800	394	400	1.070,4	12.264
<i>Cajera</i>	400	-	4.800	400	394	200	535,2	6.329
<i>Barman</i>	450	-	5.400	450	394	225	602,1	7.071
<i>Chef</i>	450	-	5.400	450	394	225	602,1	7.071
<i>Guardia</i>	500	-	6.000	500	394	250	669,0	7.813
<i>Mesero 1</i>	394	20	4.728	394	394	197	527	6.240
<i>Mesero 2</i>	394	20	4.728	394	394	197	527	6.240
<i>Mesero 3</i>	394	20	4.728	394	394	197	527	6.240
<i>Ayudante de cocina</i>	394	-	4.728	394	394	197	527	6.240
<i>Ayudante de Bar</i>	394	-	4.728	394	394	197	527	6.240
Total	4.570	60	54.840	4.570	3.940	2.285	6.115	71.750

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Tabla 32
Sueldos de empleados a partir del segundo año

CARGO PERSONAL	SUELDOS EMPLEADOS A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO								Total anual
	Remuneración \$			Beneficios \$					
	Mensual	T. Anual	13er Sueldo	14to Sueldo	Vaca.	F. reserva	A. Patronal		
Gerente	1.000	-	12.000	1.000	394	500	1.000	1.338	16.232
Cajera	400	-	4.800	400	394	200	400	535	6.729
Barman	400	-	4.800	400	394	200	400	535	6.729
Chef	450	-	5.400	450	394	225	450	602	7.521
Guardia	500	-	6.000	500	394	250	500	669	8.313
Mesero 1	394	20	4.968	414	394	207	414	554	6.951
Mesero 2	394	20	4.968	414	394	207	414	554	6.951
Mesero 3	394	20	4.968	414	394	207	414	554	6.951
Ayudante de cocina	394	-	4.728	394	394	197	394	527	6.634
Ayudante de Bar	394	-	4.728	394	394	197	394	527	6.634
Total	4.720	60	57.360	4.780	3.940	2.390	4.778	6.396	79.644

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

3.5 Requerimientos de insumos productivos

Ruta 66 en la ejecución de las operaciones del Retro-Bar Restaurante, la empresa deberá contar con los siguientes insumos y materias primas.

Gastos fijos en insumos

Los gastos se darán en base a la función y desarrollo que tenga el negocio en la actividad realizada pudiendo dividirse de la siguiente manera:

Tabla 33
Útiles de oficina

UTILES DE OFICINA					
Ítem		Unid.	P.	Total	Total
		Totales	unitario	Mes	anual
Resmas		1,0	4,00	4,5	48,0
Tinta		1,0	25,00	25,0	300,0
Folder		2,0	5,00	10,0	120,0
Esfero		10,0	0,30	3,0	36,0

Facturero



10,0 8,00 80,0 960,0

Totales**122,0 1.464**

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

La limpieza del establecimiento es muy importante para los clientes y para la empresa en base a aquello se generarán costos fijos cada mes en la compra de implementos de limpieza que ayudarán a dar una mejor imagen a Ruta 66.

Tabla 34

Implementos de limpieza

IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA				
<i>Ítem</i>	<i>Unid. Totales</i>	<i>P. unitario</i>	<i>Total Mes</i>	<i>Total anual</i>
<i>Escoba</i>	3,0	2,00	6,0	72,0
<i>Cloro (Galón)</i>	3,0	2,00	6,0	72,0
<i>Trapeador</i>	3,0	3,00	9,0	108,0
<i>Fundas de basura</i>	5,0	1,00	5,0	60,0
<i>papel higiénico</i>	10,0	1,50	15,0	180,0
<i>Totales</i>			41	492

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Los servicios básicos que se utilizarán en el establecimiento serán considerados como costos fijos los cuales son necesarios e importantes siendo la fuente principal de desarrollo del Retro Bar-Restaurante.

Tabla 35

Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS				
<i>Ítem</i>	<i>Unid. Totales</i>	<i>P. unitario</i>	<i>Total Mes</i>	<i>Total anual</i>
<i>Luz</i>	1,0	200,00	200,0	2.400,0
<i>Agua</i>	1,0	100,00	100,0	1.200,0
<i>Internet</i>	1,0	80,00	80,0	960,0
<i>Teléfono</i>	1,0	35,00	35,0	420,0
<i>Bidones de agua</i>	60,0	1,00	60,0	720,0
<i>Gas industrial</i>	2,0	9,00	18,0	216,0

Totales **493** **5.916**

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

El costo del arriendo del local está dado en base a la ubicación del lugar el cual será la Avenida Flavio Reyes, por lo cual su valor será alto.

Tabla 36
Arriendo

ARRIENDOS				
Ítem	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
<i>Arriendo de local</i>	1,0	2.000,00	2.000,0	24.000,0
Totales			2.000	24.000

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

De manera periódica se dará mantenimiento de las tecnologías que se van a utilizar dentro del Retro Bar-Restaurante, el cual tendrá un costo considerado fijo que se dará en base a la utilidad, a continuación se muestra el detalle de los costos.

Tabla 37
Mantenimiento

MATENIMIENTOS				
Ítem	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
<i>M Aires acondicionados</i>	0,3	40,00	13,3	160,0
<i>M Instalaciones</i>	1,0	30,00	30,0	360,0
<i>M Equipos informáticos</i>	0,3	100,00	33,3	400,0
<i>M Maquinarias de producción</i>	1,0	25,00	25,0	300,0
Totales			102	1.220

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

La seguridad del establecimiento, los elementos que se convierten en activos considerados fijos y la responsabilidad social que se tenga con cada cliente, es lo que obliga un pago de un seguro que cubra algún tipo de riesgos el cual tendrá el siguiente costo.

Tabla 38
Seguros

SEGUROS				
Materia prima	Unid. Totales	P. unitario	Total Mes	Total anual
<i>Seguros contra riesgos</i>	1,0	1.000,00	1.000,0	12.000,0

Totales**1.000****12.000**

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Costos variables en materia prima: Los productos o materia prima que se deben utilizar para la elaboración o producción de los diferentes cocteles y pikeos que se ofertarán en el Retro Bar-Restaurante, se dará de forma variada en función a la demanda que tengan estos productos, en base a los analizado y estudiado existe una cantidad de demanda proyectada, dando los siguientes materiales y sus diferentes unidades y costos.

Tabla 39

Gastos proyectados para la producción mensual

COSTOS VARIABLES ANUALES					
Cantidad total proyectadas	Unidades mensuales				
anual:	33.266	proyectadas			2.772
Materia prima	Unid. Totales	Unid/Me dí	P. unitario	Total Mes	Total anual
Jhonny negro 750ml	2,5	Caja	400,00	1.015,7	12.189
Jhon Morrrys 750ml	2,5	Caja	102,00	259,0	3.108
Ron 100 fuegos 750ml	3,1	Caja	156,00	488,6	5.864
Ron castillo 750ml	2,7	Caja	132,00	350,1	4.201
Tequila El Charro 750ml	4,0	Caja	192,00	772,3	9.268
Tequila Azteca 750ml	3,8	Caja	138,00	518,4	6.221
Vodka Siberian 750ml	0,7	Caja	72,00	53,4	640
Triple Sec	10,7	Botella	6,40	68,6	823
Cerveza Corona	7,0	Caja	20,00	140,6	1.687

Cerveza Pilsener Light	7,0	Caja	10,80	75,9	911
Cerveza Club Verde	7,0	Caja	15,00	105,4	1.265
Aguardiente Zamaro	19,2	Botella	7,00	134,2	1.610
Gaseosas Personales	7,3	Caja	9,60	69,7	836
hielo	231,6	Funda	0,80	185,3	2.223
Nachos	129,6	Paquete	2,90	375,8	4.510
Queso cheddar	64,8	Tarrina	3,50	226,7	2.721
carne molida	43,7	Kilo	6,15	268,8	3.226
Alitas	39,9	Kilo	4,60	183,4	2.200
Salsa BBQ	26,6	Botella	2,90	77,1	925
Pan hamburguesa	53,9	Paquete	2,15	116,0	1.392
Lechuga	2,6	Kilo	1,60	4,1	50
Tomate	3,2	Kilo	0,90	2,9	35
Salchicha	22,5	Kilo	2,50	56,3	676
Pan hot dog	31,3	Paquete	2,70	84,5	1.013
Cebolla	16,5	Kilo	1,20	19,8	237

Salsa de tomate	7,0	Galón	8,37	58,7	705
Mostaza	2,6	Tacho	9,67	24,7	297
Mayonesa	4,8	Tacho	12,94	62,0	744
Sal	28,0	Kilo	1,00	28,0	336
Azúcar	7,3	Kilo	1,00	7,3	87
Aceite	12,7	galón	11,09	141,0	1.692
Jugo de limón	10,9	Litro	3,00	32,7	393
Limón	11,5	Ciento	4,00	45,8	550
Jugo de naranja	19,3	Litro	1,00	19,3	232
Granadina	8,6	Botella	6,00	51,5	618
Agua personal	1,2	Caja	4,80	5,5	67
Agua mineral	59,6	Litro	0,80	47,7	572
Agua tónica	4,2	Botella	2,00	8,3	100
Coca cola	58,5	Botella	2,50	146,3	1.756
Cola Sprite		- Botella	2,00	-	-
Totales	980			6.332	75.979

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

3.6 Seguridad industrial y medio ambiente

3.6.1 Normativa de prevención de riesgos

Según: resolución 957 del instrumento andino de seguridad y salud laboral:

Artículo 4.- en el marco de sus sistemas nacionales de seguridad y salud en el trabajo, los países miembros deberán propiciar el mejoramiento de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, a fin de prevenir daños en la integridad física y mental de los trabajadores que sean consecuencia, guarden relación o sobrevengan durante el trabajo. (Trabajo, 2005)

- “Velar por el adecuado y oportuno cumplimiento de las normas de prevención de riesgos laborales, mediante inspecciones u otros mecanismos de evaluación periódica, organizando grupos específicos de inspección, vigilancia y control dotados de herramientas técnicas y jurídicas para su ejercicio” (Trabajo, 2005).
- “Propiciar programas para la promoción de salud y seguridad en el trabajo, con el propósito de contribuir a la creación de una cultura de prevención de riesgos laborales” (Trabajo, 2005).
- “Asegurar el cumplimiento de programas de formación o capacitación para los trabajadores, acordes con los riesgos prioritarios a los cuales potencialmente se expondrán, en materia de promoción y prevención de la seguridad y salud en el trabajo” (Trabajo, 2005).
- “Supervisar y certificar la formación que, en materia de prevención y formación de la seguridad y salud en el trabajo, recibirán los profesionales y técnicos de carreras afines” (Trabajo, 2005).

Según: resolución 957 del instrumento andino de seguridad y salud laboral

Art. 7.- Con el fin de armonizar los principios contenidos en sus legislaciones nacionales, los países miembros de la comunidad Andina adoptaran las medidas legislativas y reglamentarias necesarias, teniendo como base los principios de eficacia, coordinación y participación de los actores involucrados, para sus respectivas legislaciones sobre seguridad y salud en el trabajo contengan disposiciones que regulen, por lo menos, los aspectos que se enuncian a continuación. (Trabajo, 2005)

- “Los niveles mínimos de seguridad y salud que deben reunir las condiciones de trabajo” (Trabajo, 2005).

- “Restricciones de operaciones y procesos, así como de utilización de sustancias y otros elementos en los centros de trabajo que extrañen exposiciones a agentes o factores de riesgos debidamente comprobados y que resulten nocivos para la salud de los trabajadores” (Trabajo, 2005).
- “Prohibición de operaciones y procesos, así como la de utilización de sustancias y otros elementos en los lugares de trabajo que resulten nocivos para la salud de los trabajadores” (Trabajo, 2005).
- “Procedimientos de inspección, de vigilancia y control de las condiciones de seguridad y salud en el trabajo” (Trabajo, 2005).

En base aquello el cuidado y bienestar de cada uno de los colaboradores de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante contara con una revisión continua y alternativas de cuidado como:

- “Revisión continúa de los espacios de trabajo y utensilios a utilizar” (Trabajo, 2005).
- “Se deberá contar con un plan de contingencias para cualquier tipo de riesgo o evento sobre natural que se suscite” (Trabajo, 2005).
- “Señaléticas que indiquen las salidas de emergencias en el local” (Trabajo, 2005).
- “Prohibición de fumador cigarrillos en el espacio interno del establecimiento con la finalidad de evitar el encierro de humo” (Trabajo, 2005)
- “Revisar las instalaciones físicas antes de entrar en funcionamiento como medida de prevención de riesgos” (Trabajo, 2005).
- “Fijar Medidas de Emergencia con la finalidad de prever las posibles situaciones de emergencia que se pudiesen dar durante el tiempo de labor” (Trabajo, 2005).

3.6.2 Normativa Ambiental

“La Normativa Ambiental en el Acuerdo Ministerial No. 061 publicado en el Registro Oficial No 316 el 04 de mayo de 2015” (Ministerial, 2015).

Art. 149: Sustancias químicas peligrosas sujetas a control

Son aquellas que se encuentran en los listados nacionales de sustancias químicas peligrosas aprobados por la Autoridad Ambiental Nacional, estarán incluidas las sustancias químicas prohibidas, peligrosas y de uso severamente restringido que se utilicen en el Ecuador, priorizando las que por magnitud de su uso o por sus características de peligrosidad, representen alto riesgo potencial o comprobado para la salud y el ambiente. Los listados nacionales de sustancias químicas peligrosas serán establecidos y actualizados mediante acuerdos ministeriales. (Ministerial, 2015)

Art. 79 Desechos peligrosos. – A efectos del presente Libro se considerarán como desechos peligrosos, los siguientes:

Los desechos sólidos, pastosos, líquidos o gaseosos resultantes de un proceso de producción, extracción, transformación, reciclaje, utilización o consumo y que contengan alguna sustancia que tenga características corrosivas, reactivas, tóxicas, inflamables, biológico infecciosas y/o radioactivas, que representen un riesgo para la salud humana y el ambiente de acuerdo a las disposiciones legales aplicables. (Ministerial, 2015)

Aquellos que se encuentran determinados en los listados nacionales de desechos peligrosos, a menos que no tengan ninguna de las características descritas en el numeral anterior. Estos listados serán establecidos y actualizados mediante acuerdos ministeriales. Para determinar si un desecho debe o no ser considerado como peligroso, la caracterización del mismo deberá realizarse conforme las normas técnicas establecidas por la Autoridad Ambiental Nacional y/o la Autoridad Nacional de Normalización o en su defecto por normas técnicas aceptadas a nivel internacional, acogidas de forma expresa por la Autoridad Ambiental Nacional. La gestión de los desechos peligrosos con contenidos de material radioactivo, sea de origen natural o artificial, serán regulados y controlados por la normativa específica emitida por la Autoridad Nacional de Electricidad y Energía Renovable o aquella que la reemplace, lo cual no exime al generador de proveer la información sobre la gestión ambientalmente adecuada de estos desechos a la Autoridad Ambiental Nacional, ni de la necesidad de contar con el permiso ambiental correspondiente en virtud del proceso de regularización establecido en este Libro. (Ministerial, 2015)

Art. 80 Desechos especiales. – A efectos del presente Libro se considerarán como desechos especiales los siguientes:

Aquellos desechos que, sin ser peligrosos, por su naturaleza, pueden impactar al ambiente o a la salud, debido al volumen de generación y/o difícil degradación y, para los cuales se debe implementar un sistema de recuperación, rehusó y/o reciclaje con el fin de reducir la cantidad de desechos generados, evitar su inadecuado manejo y disposición, así como la sobresaturación de los rellenos sanitarios municipales. (Ministerial, 2015)

Aquellos cuyo contenido de sustancias tengan características corrosivas, reactivas, tóxicas, inflamables, biológico-infecciosas y/o radioactivas, no

superen los límites de concentración establecidos en la normativa ambiental nacional o en su defecto la normativa internacional aplicable. (Ministerial, 2015)

Aquellos que se encuentran determinados en el listado nacional de desechos especiales. Estos listados serán establecidos y actualizados mediante acuerdos ministeriales. Para determinar si un desecho debe o no ser considerado como especial, la caracterización del mismo deberá realizarse conforme las normas técnicas establecidas por la Autoridad Ambiental Nacional y/o la Autoridad Nacional de Normalización o en su defecto, por normas técnicas aceptadas a nivel internacional. (Ministerial, 2015)

Art. 81 Obligatoriedad. – “Están sujetos al cumplimiento y aplicación de las disposiciones de la presente sección, todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que dentro del territorio participen de las fases y actividades de gestión de desechos peligrosos o especiales” (Trabajo, 2005).

Es obligación de todas las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras que se dediquen a una, varias o todas las fases de la gestión integral de los desechos peligrosos y/o especiales, asegurar que el personal que se encargue del manejo de estos desechos, tenga la capacitación necesaria y cuenten con el equipo de protección apropiado, a fin de precautelar su salud. (Ministerial, 2015)

Art. 82 De la coordinación. – “La Autoridad Ambiental Nacional coordinará acciones para el cumplimiento del presente Capítulo con todas las instituciones que ejerzan potestades, funciones o atribuciones relacionadas con la materia de regulación de esta sección” (Ministerial, 2015).

Art. 83 Fases. - El sistema de gestión integral de los desechos peligrosos y/o especiales tiene las siguientes fases:

- a) Generación
- b) Almacenamiento
- c) Recolección
- d) Transporte
- e) Aprovechamiento y/o valorización, y/o tratamiento, incluye el rehusó y reciclaje
- f) Disposición final. Para corrientes de desechos peligrosos y/o especiales considerados por la Autoridad Ambiental Nacional que requieran un régimen especial de gestión, se

establecerá una norma específica sin perjuicio de la aplicación obligatoria de las disposiciones contenidas en este Libro. (Ministerial, 2015)

En consideración a lo establecido por la ley en cuanto al impacto ambiental y la normativa técnica que describe los tipos de desechos generados por Ruta 66 Retro Bar-Restaurante, no causara un impacto muy fuerte de contaminación al medio ambiente ya que será muy poca la cantidad de desechos tóxicos que se produzcan, sin embargo se tomaran medidas de seguridad como:

- Contar con paredes acústicas en el local para evitar la disipación del ruido y así evitar molestias en el sector.
 - Se efectuará el mantenimiento necesario a los equipos de audio para que estos no causen molestias de distorsiones en la calidad de sonido.
 - Estará prohibido emanar humo de cigarrillo dentro del establecimiento como medida preventiva para evitar daños y accidentes dentro del mismo.
 - se utilizarán recipientes y fundas adecuadas para los diferentes desechos.
 - Se aplicará un sistema de reciclaje en el cual se clasificarán botellas plásticas y de vidrios en diferentes recipientes, las cuales puedan ser reutilizadas.
 - Las políticas internas que maneja la empresa para el personal serán puntuales en cuanto a prevención y practica de normas de protección y cuidado ambiental
 - Aplicara la responsabilidad ambiental y aplicara la Poca utilización de sorbetes en licores preparados hasta erradicar por completo la utilización de los mismos.
- (Ministerial, 2015)

4 FINANCIERO

4.1 Sistema de cobros y pagos

4.1.1 Sistema de Cobros

El sistema de cobro que implementará Ruta 66 Retro Bar-Restaurante, será en efectivo ya que los ingresos serán netos a diario durante cada día que esta abra sus puertas al público.

4.1.2 Sistema de pagos

Antes de formar un contrato de pago con los proveedores de la materia prima se deben fijar acuerdos, por lo tanto, Ruta 66 Retro Bar-Restaurante cancelará a sus proveedores con dinero en efectivo y lo realizará en un periodo de 30 días cada pago, este sistema de pago está fijado en base a información recaudada de negocios similares.

4.2 Presupuesto de ingresos y costos

4.2.1 Presupuesto de ingresos.

Los ingresos económicos que obtendrá Ruta 66 Retro Bar-Restaurante estarán dados en base a la función de la proyección de ventas estipuladas por la demanda que tiene cada uno de los productos que son ofertados, teniendo como resultado los siguientes ingresos anuales:

Tabla 40

Presupuesto de ingresos

<i>Año1</i>	<i>Año2</i>	<i>Año3</i>	<i>Año4</i>	<i>Año5</i>
\$ 263.174	\$ 296.729	\$ 334.562	\$ 377.219	\$ 425.314

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.2.2 Presupuesto de costos

Los costos y gastos que tendrá Ruta 66 Retro Bar-Restaurante estarán dados en función así son directos, indirectos, administrativos o de ventas y estos pueden ser fijos o variables, a continuación, se mostrarán cada uno de ellos durante un periodo de 5 años.

Tabla 41
Presupuesto de gastos

PRESUPUESTOS DE GASTOS ANUALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos/Gastos	\$ Total				
GASTOS DE PERSONAL	70.845	80.602	82.617	84.683	84.683
SERVICIOS PRESTADO	13.200	13.530	13.868	14.215	14.570
SERVICIOS BASICOS	5.700	5.843	5.989	6.138	6.292
ARRIENDOS	24.000	24.600	25.215	25.845	26.492
Fijos MATERIALES Y ÚTILES DE OFICINA	1.464	1.501	1.538	1.577	1.616
IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA	492	504	517	530	543
MANTENIMIENTOS	1.220	1.251	1.282	1.314	1.347
PUBLICIDAD	1.100	923	923	923	923
SEGURO POR SINIESTROS	12.000	12.300	12.608	12.923	13.246
Sub Total	130.021	141.053	144.556	148.147	149.710
GASTOS DE PERSONAL	904	927	950	974	998
SERVICIOS PRESTADO	-	-	-	-	-
SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
Variables COSTO DE LA MATERIA PRIMA	75.979	77.878	79.825	81.821	83.867
Sub Total	76.883	78.805	80.776	82.795	84.865
TOTAL	206.905	219.858	225.331	230.942	234.575

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

En el año 2 los costos y gastos de la empresa aumentara debido al 2% de la inflación asignada considerada una media entre los 5 últimos años, recalcando que esta puede sufrir

algún tipo de variación donde esta puede aumentar o disminuir dependiendo la economía del país, además se indica que los empleados empiezan a obtener sus fondos de reserva, beneficio que se empieza a recibir a partir del segundo año de contrato en la empresa.

4.2.3 Estado proforma de pérdidas y ganancias

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante muestra en su estado de pérdidas y ganancias altos costos y gastos, en los cuales deberá incurrir para poder desarrollar el funcionamiento del negocio y la producción de cada producto a ofertar al público, las ventas que esta tendrá en un periodo de 5 años y con estas las utilidades que serán generadas en base a las ventas totales menos los costos, gastos y la depreciación que se irán teniendo. Los activos fijos menos la utilidad bruta y la utilidad operativa menos la participación de empleado que corresponde al (15%) y menos el aporte de impuesto a la renta que como empresa bajo sociedad anónima se deberá pagar al servicio de rentas internas SRI da como resultado un valor de \$ **26.270** como utilidad neta en el primer año, la cual ira incrementando año a año en función a la producción.

Tabla 42

Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
<i>Rubros</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
VENTAS NETAS	263.174	296.729	334.562	377.219	425.314
COSTO DE VENTAS					
(-)Costos directos	76.339	78.247	80.204	82.209	84.264
(-)Gastos indirectos	74.897	80.226	82.232	84.288	85.256
(-)Depreciación	9.042	9.042	9.042	3.377	3.377
UTILIDAD BRUTA	102.897	129.214	163.085	207.345	252.417
(-)Gastos de administración (A2)	29.295	34.504	35.367	36.251	36.539
(-)Gastos de venta (A2)	26.373	26.880	27.529	28.195	28.517
(-)Amort. de activos diferidos	398	398	398	398	398
UTILIDAD OPERATIVA	46.830	67.432	99.791	142.502	186.964
(-)Gastos financieros (tabla anexo)	5.623	4.702	3.689	2.574	1.349
V.A.I.PE	41.207	62.729	96.102	139.928	185.615
(-)Particip. Empl. 15%	6.181	9.409	14.415	20.989	27.842
V.A IMP. RENTA.	35.026	53.320	81.687	118.938	157.773
(-)Impuesto a la renta 25%	8.757	13.330	20.422	29.735	39.443
UTILIDAD NETA	26.270	39.990	61.265	89.204	118.330

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.2.4 Análisis de punto de equilibrio

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante luego de haber conocido y analizado los costos, gastos e ingresos se muestra un punto de equilibrio en base al cálculo de los costos fijos los cuales están divididos de la siguiente forma, son divididos para el precio menos el costo de valor unitario, dándonos como resultado un punto de equilibrio 1,935 que deben ser vendidas para seguir en el mercado las cuales transformadas en dólares da la cantidad de \$ 15.307 estas cantidades reflejan el punto de equilibrio del Retro Bar-Restaurante en el total de sus productos.

Tabla 43

Punto de equilibrio

<i>PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL</i>	
<i>Indicador</i>	<i>Valor</i>
<i>Costos Fijos</i>	<i>10.835</i>
<i>Unidades a Vender</i>	<i>2772</i>
<i>Precio de venta u.</i>	<i>7,91</i>
<i>Costo variable u.</i>	<i>2,31</i>
<i>P. E. en unidades</i>	<i>1.935</i>
<i>P. E. en US\$</i>	<i>15.307</i>
<i>Total Costos Variables</i>	<i>6.407</i>
<i>Total Costos Fijos</i>	<i>17.242</i>
<i>Total</i>	<i>23.649</i>
<i>Unitario</i>	<i>8,53</i>

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Tabla 44

Desglose Punto de equilibrio

<i>Unidades</i>	<i>T. Costos Fijos</i>	<i>C. V. U</i>	<i>T.C.V</i>	<i>T. Costos</i>	<i>PVP Prom.</i>	<i>Ingresos.</i>	<i>Rentab.</i>
<i>193</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>447</i>	<i>11.282</i>	<i>7,9</i>	<i>1.531</i>	<i>(9.752)</i>
<i>387</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>894</i>	<i>11.729</i>	<i>7,9</i>	<i>3.061</i>	<i>(8.668)</i>
<i>580</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>1.342</i>	<i>12.177</i>	<i>7,9</i>	<i>4.592</i>	<i>(7.585)</i>
<i>774</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>1.789</i>	<i>12.624</i>	<i>7,9</i>	<i>6.123</i>	<i>(6.501)</i>
<i>967</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>2.236</i>	<i>13.071</i>	<i>7,9</i>	<i>7.653</i>	<i>(5.418)</i>
<i>1161</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>2.683</i>	<i>13.518</i>	<i>7,9</i>	<i>9.184</i>	<i>(4.334)</i>
<i>1354</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>3.130</i>	<i>13.965</i>	<i>7,9</i>	<i>10.715</i>	<i>(3.251)</i>
<i>1548</i>	<i>10.835</i>	<i>2,3</i>	<i>3.577</i>	<i>14.412</i>	<i>7,9</i>	<i>12.245</i>	<i>(2.167)</i>

1741	10.835	2,3	4.025	14.860	7,9	13.776	(1.084)
1935	10.835	2,3	4.472	15.307	7,9	15.307	0
2128	10.835	2,3	4.919	15.754	7,9	16.837	1.084
2322	10.835	2,3	5.366	16.201	7,9	18.368	2.167
2515	10.835	2,3	5.813	16.648	7,9	19.899	3.251
2709	10.835	2,3	6.260	17.095	7,9	21.430	4.334
2902	10.835	2,3	6.708	17.543	7,9	22.960	5.418
3096	10.835	2,3	7.155	17.990	7,9	24.491	6.501
3289	10.835	2,3	7.602	18.437	7,9	26.022	7.585
3483	10.835	2,3	8.049	18.884	7,9	27.552	8.668
3676	10.835	2,3	8.496	19.331	7,9	29.083	9.752
3870	10.835	2,3	8.943	19.779	7,9	30.614	10.835

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

El siguiente cuadro, se muestra la representación gráfica del punto de equilibrio de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante.

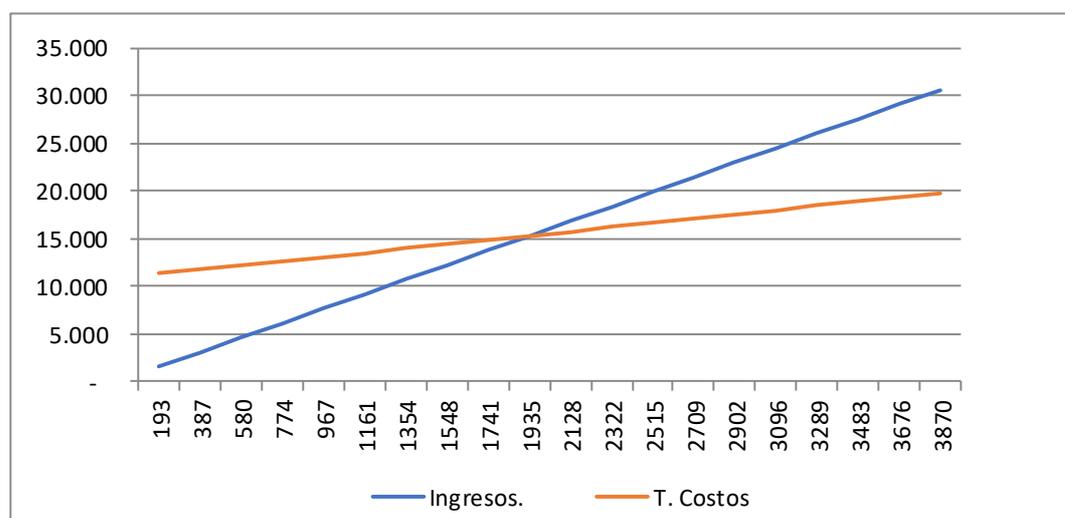


Gráfico 26: Punto de equilibrio Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.3 Inversiones

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante deberá obtener una inversión total de \$ 96,232 para la creación del establecimiento en el mercado, distribuidos de la siguiente forma activos fijos \$ 44.506 y activos circulantes \$ 51,726, dando como resultado una alta inversión.

Tabla 45
Inversiones

INVERSIONES		
INVERSIÓN	\$	%
ACTIVO FIJO	44.506	46%
ACTIVO CIRCULANTE	51.726	54%
TOTAL	96.232	100%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.3.1 Análisis de inversiones

El plan de inversión para Ruta 66 Retro Bar-Restaurante se fija en base a la función de los activos y el capital de trabajo de los cuales se detallarán sus respectivos valores de costos y gastos que se van a tener mediante la constitución del Retro Bar-Restaurante.

Tabla 46
Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN Y ORIGENES DE FONDO				
Inversión fija	Monto	Aporte	Crédito	Total
ACTIVOS				
Terreno	-	-	-	-
Edificio	-	-	-	-
Adecuaciones	7.500	7.500	-	7.500
Maquinarias, equipos y herramientas	19.936	3.452	16.484	19.936
Vehículo	12.000		12.000	12.000
Muebles y equipos de oficina	3.080	3.080	-	3.080
Gastos de Constitución	1.990	1.990	-	1.990
TOTAL	44.506	16.022	28.484	44.506
CAPITAL DE TRABAJO				
Costo directo	19.085	6.696	12.389	19.085
Costo indirecto	18.724	5.000	13.724	18.724
Gastos Administrativos	7.324	8.257	-933	7.324
Gastos de ventas	6.593	4.025	2.568	6.593
TOTAL	51.726	23.978	27.748	51.726
INVERSIÓN TOTAL= INV.FIJA.+CAP.TRABAJO				96.232

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.3.2 Cronograma de inversiones

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante constará con un plan de inversión, el mismo que estará dividido por varias fases, en la fase de instalación se tendrán los activos que serán utilizados para la adecuación del establecimiento, además también se encuentra la fase de funcionamiento la misma que esta conformada por el capital de trabajo en donde se debe empezar a cancelar el sueldo de los colaboradores de la empresa a partir de la fecha de inauguración o apertura.

4.4 Plan de financiamiento

4.4.1 El costo del proyecto y su financiamiento

El estado de situación inicial de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante se da por diferentes como son: investigación y cálculo de manera previa de los activos, pasivos, el monto de inversión y la división de la misma, estos valores serán detallados en la siguiente tabla gráfica.

Tabla 47

Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja	51.726		
TOTAL ACT. CTE.	51.726	TOTAL PASIVO CTE	-
ACTIVOS FIJOS		PASIVO A LARGO PLAZO	
Maquinarias, equipos y herramienta	19.936	Crédito bancario	56.232
Muebles y equipos de oficina	3.080	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	56.232
Adecuaciones	7.500	TOTAL PASIVO	56.232
Terrenos	-		
Edificios	-		
Vehiculos	12.000		
TOTAL ACT. FIJOS	42.516	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS		CAPITAL	40.000
Gastos de puesta en marcha.	1.990	TOTAL PATRIMONIO	40.000
TOTAL ACT. DIFERIDOS	1.990		
TOTAL ACTIVOS	\$ 96.232,05	TOTAL PAS.Y PATR.	\$ 96.232,05

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.4.2 Fuentes y usos de fondos

Ruta 66 Retro Bar-Restaurante deberá contar con \$ 96.232,05, ya que es el valor de inversión para su instalación y funcionamiento de los cuales el 42% correspondiente a \$ 40.000 provendrá de sus accionistas y el 52% correspondiente a \$55,487 será desembolsado a través de un crédito bancario. A continuación, en la siguiente tabla se detalla el origen de los fondos.

Tabla 48
Fuentes y uso de los fondos

ORIGEN DE FONDOS		
DETALLE	MONTO	%
Recursos propios	40.000	42%
Crédito bancario	56.232	58%
TOTAL	96.232	100%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

La estructura accionaria de la empresa se dará de la siguiente forma: el accionista principal aportará el 50% por lo tanto será el principal accionista y los siguientes dos tendrán un aporte del 25 % por lo tal en la siguiente tabla grafica se detallarán los valores.

Tabla 49
Accionistas

ESTRUCTURA ACCIONARIA		
DETALLE	MONTO	%
Gamboa Villafuerte René Gabriel	20.000	50%
Accionista 2	10.000	25%
Accionista 3	10.000	25%
TOTAL	40.000	100%

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

En la siguiente tabla grafica se muestra el desglose de los flujos de fondos netos en donde se toma la inversión del año 0, para luego seguir con el periodo de 5 años, en donde se detallará año a año cada uno de los costos, la depreciación y la amortización de los activos y los diferidos, obteniendo como resultado un flujo de fondo neto en el primer año correspondiente a \$26.498 en la siguiente tabla grafica se detalla el de los siguientes años.

Tabla 50
Flujo de fondos netos

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
<i>Utilidad Neta</i>		26.270	39.990	61.265	89.204	118.330
<i>(+)Depreciación</i>		9.042	9.042	9.042	3.377	3.377
<i>(+)Amort. de activos diferidos</i>		398	398	398	398	398
<i>(-)Costo de inversión fija</i>	44.506	-	-	-	-	-
<i>(-)Capital de trabajo</i>	51.726	-	-	-	-	-
<i>(-)Pago del capital (amortización)</i>		9.211	10.132	11.145	12.259	13.485
<i>Flujo de fondos Netos</i>	-96.232	26.498	39.298	59.560	80.719	108.222
<hr/>						
<i>VAN</i>	107.641					
<i>Tasa de descuento</i>	12,98%					
<i>TIR</i>	42,64%					
<i>ROI (retorno de la inversión)</i>	1,12					
			<hr/>			
			Tasa de descuento			
			Tasa Int. Pasiva		5,92%	
			Riesgo País		7,06%	

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.4.3 Estado Balance General

Para la elaboración del estado de balance general de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante se debe conocer y tomar en cuenta todos los activos, pasivos y patrimonio de cada uno de los accionistas que existan los cuales en condición contable básica se refleja un resultado total de la inversión que corresponde al Activo = pasivo + patrimonio. En la siguiente tabla grafica se muestra cómo se desglosa cada uno de los activos, pasivos y el patrimonio que posee.

Tabla 51
Balance General

		BALANCE GENERAL PROYECTADO					
Rubros		0	1	2	3	4	5
	<i>Caja</i>	51.726	93.162	140.262	211.919	308.525	433.707
	TOTAL ACT. CTE.	51.726	93.162	140.262	211.919	308.525	433.707
	ACTIVOS FIJOS						
ACTIVOS	<i>Inversión fija</i>	42.516	42.516	42.516	42.516	42.516	42.516
	<i>Depreciación acumulada (-)</i>		-9.042	-18.083	-27.125	-30.502	-33.879
	TOTAL ACT. FIJO NETO	42.516	33.474	24.433	15.391	12.014	8.637
	ACTIVOS DIFERIDOS						
	<i>Gastos preoperativos</i>	1.990	1.990	1.990	1.990	1.990	1.990
	<i>Amortización acumuladas (-)</i>	-	-398	-796	-1.194	-1.592	-1.990
	TOTAL ACT. DIF. NETO	1.990	1.592	1.194	796	398	-
	TOTAL ACTIVOS	96.232	128.228	165.889	228.106	320.937	442.344
	<i>Part. Empl. Por pagar</i>	-	6.181	9.409	14.415	20.989	27.842
	<i>Imp. por pagar a la renta</i>	-	8.757	13.330	20.422	29.735	39.443
	TOTAL PAS. CTE.	-	14.938	22.739	34.837	50.724	67.286
	PASIVO LARGO PLAZO						
PASIVO	<i>Crédito bancario</i>	56.232	47.021	36.890	25.745	13.485	-
	TOTAL PAS. LARGO PLAZO	56.232	47.021	36.890	25.745	13.485	-
	TOTAL PASIVOS	56.232	61.959	59.629	60.582	64.209	67.286
	PATRIMONIO						
	<i>Capital</i>	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
	<i>Utilida ejercicio anterior</i>	-	-	26.270	66.259	127.525	216.728
	<i>Utilidad presente ejercicio</i>	-	26.270	39.990	61.265	89.204	118.330
	TOTAL PATRIMONIO	40.000	66.270	106.259	167.525	256.728	375.058
	TOTAL PAS. Y PATR.	96.232	128.228	165.889	228.106	320.937	442.344

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.5 Evaluación

4.5.1 Valor actual neto o Valor presente neto

El (VAN) o valor actual neto se considera como el indicador más utilizado al momento de evaluar tipos de proyectos enfocados a largo plazo en donde la finalidad de este sea incrementar la inversión del mismo. Por lo cual se debe considerar los rubros necesarios como son: costos, gastos de inversión, capital de trabajo, la depreciación y los activos diferidos de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante, el mismo que refleja un VAN valor actual neto más alto que el valor de la inversión, convirtiéndose en un proyecto rentable. A continuación, en la siguiente tabla se desglosa más detalladamente los rubros utilizados para obtener el resultado de VAN.

Tabla 52
Datos de flujo netos

FLUJO DE FONDOS NETOS						
Rubros	0	1	2	3	4	5
<i>Utilidad Neta</i>		26.270	39.990	61.265	89.204	118.330
<i>(+)Depreciación</i>		9.042	9.042	9.042	3.377	3.377
<i>(+)Amort. de activos diferidos</i>		398	398	398	398	398
<i>(-)Costo de inversión fija</i>	44.506	-	-	-	-	-
<i>(-)Capital de trabajo</i>	51.726	-	-	-	-	-
<i>(-)Pago del capital (amortización)</i>		9.211	10.132	11.145	12.259	13.485
<i>Flujo de fondos Netos</i>	-96.232	26.498	39.298	59.560	80.719	108.222

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Tabla 53
Indicador VAN y TIR

<i>VAN</i>	107.641
<i>Tasa de descuento</i>	12,98%
<i>TIR</i>	42,64%
<i>ROI (retorno de la inversión)</i>	1,12

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

Tasa de descuento

Tasa Int. Pasiva	5,92%
Riesgo País	7,06%

4.5.2 Tasa interna de retorno

La TIR, o tasa interna de retorno, es el descuento que hace que el valor actual neto (VAN) se iguale a 0, considerando que la TIR es el tipo de descuento que iguala el valor de los flujos de entradas positivo +, con el flujo – o flujo de salida inicial, por lo cual luego de conocer el cálculo se una TIR de 42,64% para Ruta 66 Retro Bar-Restaurante, convirtiéndolo en un proyecto rentable y viable para sus inversionistas ya que supera la tasa de descuento en la inversión, donde se sustenta el valor económico por la compra d materia prima e insumos, los activos fijos, los sueldos de los empleados en función a la inversión para la ejecución del proyecto. Período de recuperación de la inversión

En base a los cálculos financieros que se desarrollaron anteriormente además del VAN y la TIR se muestra un periodo de recuperación de la inversión en un lapso de 3 años 1 mes y 26 días considerando que la inversión para la realización del proyecto es alta, pero la recuperación

de la misma es mediada de los precios analizados a continuación se muestra su fórmula y su cálculo.

Tabla 54

Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN					
Años	Inversión	FFN	VP FFN	VP Acum.	Recup.
-	-96.232				-96.232
1		26.498	23.454	23.454	-72.778
2		39.298	30.787	46.908	-49.324
3		59.560	41.300	77.695	-18.537
4		80.719	49.542	118.995	22.763
5		108.222	58.790	168.537	72.304

Fórmula:

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

□ Donde:

- a= Año anterior inmediato a que se recupera la inversión.
- b= Inversión inicial.
- c= Suma de lo flujos de efectivo anteriores.
- d= FNE del año en que se satisface la inversión.

a	3
b	96.232
c	77.695
d	118.995
PRI	3,16

3 años 1 mes 26 días

Elaborado por: René Gabriel Gamboa Villafuerte

4.5.3 Retorno de la Inversión ROI

La recuperación o retorno de la inversión de Ruta 66 Retro Bar-Restaurante se da según los cálculos financieros desarrollados de la TIR, VAN Y PRI arroja como resultado un ROI o recuperación de la la inversión del 1,12 lo cual muestra que es un proyecto rentable y viable de acuerdo a los costos, gastos e ingresos que llegue a tener el establecimiento o negocio.

5 Conclusión

Al finalizar este plan de creación, se obtuvo el resultado esperado en cuanto a la factibilidad del proyecto. Dentro de cada uno de los capítulos leídos, se evidencio la importancia de analizar y crear procesos, ya sean investigativos o de producción. A su vez, dentro del capítulo financiero después de realizar la matriz de inversión inicial la cual es alta, se obtuvo resultados positivos en cuanto a la utilidad neta y las herramientas como son los indicadores el VAN= 107, 641, una TIR del 42,64% un valor bastante aceptado cuando se trata de la venta de productos de consumo y un PRI de 3 años 1 mes y 26 días con un ROI del 1,12 considerando que el monto de la inversión también es una cantidad bastante alta \$96,232, llevaron a la conclusión que la creación de un Retro Bar Restaurante basado en la época de los años 80 y 90 en la ciudad de Manta, es un segmento que muchos esperan se cumpla. Por otro lado es un hecho que la ciudad de Manta por su diversidad social y de cultura necesita espacios que cada vez se dediquen más al enriquecimiento cultural, lugares que hoy en día escasean.

En cuanto al enfoque social si bien en la ciudad Manta existen grupos que se inclina por algún género musical o por alguna cultura de vida también se muestra que hay respeto por los gustos de los demás habitantes de la ciudad.

En cuanto al aspecto publicitario, hoy en día el manejo de herramientas para el marketing como redes sociales y páginas web, es de extrema importancia para llegar y quedarse en la mente del mercado objetivo.

Finalmente se puede determinar que el proyecto de la creación de un Retro Bar Restaurant en la ciudad de Manta si es rentable.

6 Anexos

Modelo de encuesta



Encuesta para conocer los gustos y preferencias de los clientes de centros de diversión nocturna en la ciudad de Manta.

(Estamos interesados en conocer su opinión acerca de la creación de un Retro Bar-Restaurante en la ciudad de Manta.)

Agradecemos su respuesta

1. Genero

Masculino Femenino
LGBTI

2. Edad

Entre 20 y 30 Entre 31 y 40
 Entre 41 y 60 Más de 60

3. ¿Asiste Ud. a bares y restaurantes?

Sí no

4. ¿con que frecuencia asiste a bares o restaurantes?

Una vez o más veces a la semana
 Cada 2 semanas
 Una vez al mes
 Dos veces al año

5. ¿Cuál es el consumo promedio que Ud. realiza al visitar bares o restaurantes?

De \$20,00 a \$40,00
 De \$40,00 a \$60,00
 De \$60,00 a \$80,00
 De \$100 en adelante

6. ¿gusta de la música y estilo Retro (años 80 y 90)

Si no

7. ¿te gustaría que existiera un Retro Bar-Restaurante en la ciudad?

Si no

8. ¿Qué bebida tipo de bebidas consumes más?

Cerveza
 Ron
 Tequila
 Vodka
 Whisky
 Cocteles
 Gaseosas

9. ¿De estos cocteles cual le gusta comprar?

Cuba libre
 Margarita
 Tequila sunrise
 Caipirihna

10. ¿Cuál es su pikeo favorito?

Nachos con queso o carne
 Hamburguesa
 Alitas BBQ
 Hot dog

11. ¿Qué es lo que más consume en sus visitas?

Comida
 Cocteles
 Bebidas alcohólicas

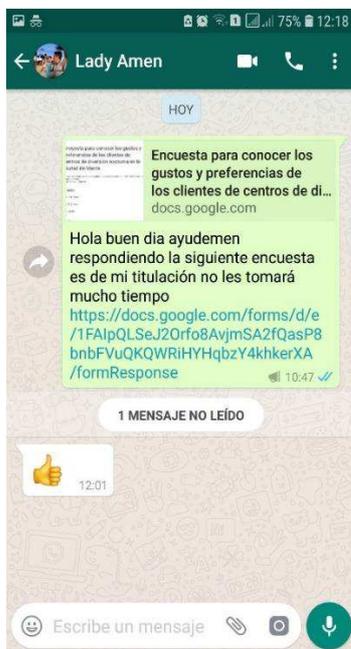
12. ¿qué medio de comunicación es más utilizado por Ud.?

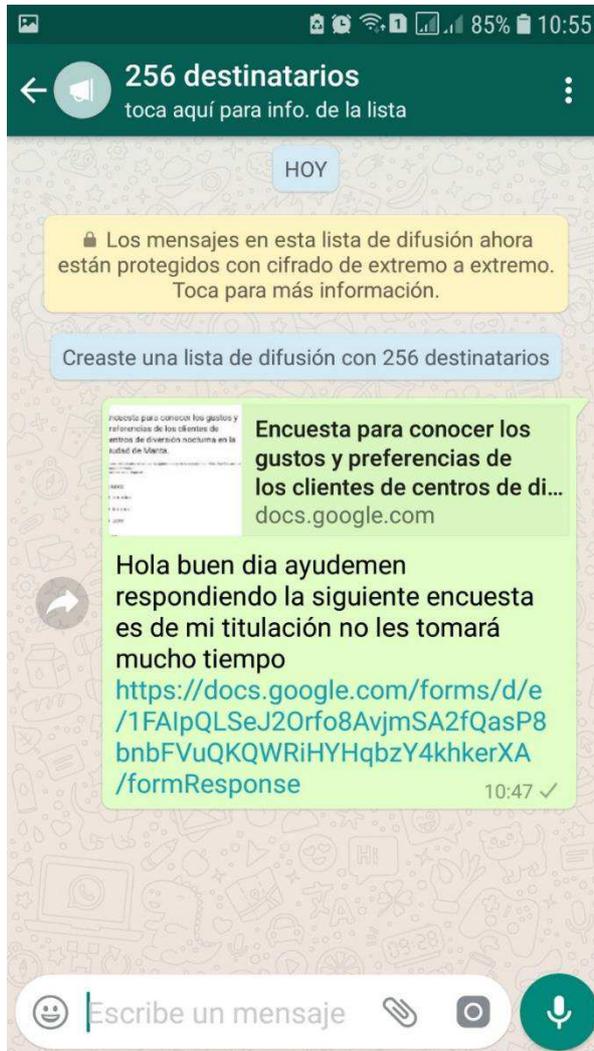
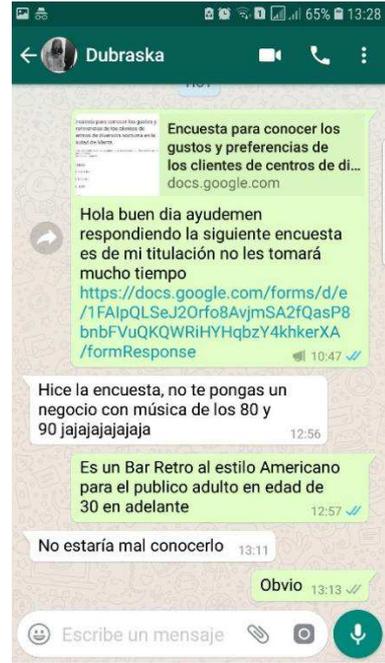
Redes sociales
 Radio
 Tv
 Material POP

13. ¿te parece una buena ubicación la av. Flavio Reyes?

Si
 No

Evidencia de Encuestas





Certificado de Superintendencias de Compañías

Certificado de la Superintendencia de Compañías respecto al trámite de constitución y fecha de reservación del nombre de la compañía.



REPÚBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS
ABSOLUCIÓN DE DENOMINACIONES
OFICINA: PORTOVIEJO

FECHA DE RESERVACIÓN: 07/08/2019 12:00 AM
NÚMERO DE RESERVA: 7853873
TIPO DE RESERVA: CONSTITUCIÓN
RESERVANTE: 1313367409 GAMBOA VILLAFUERTE RENE GABRIEL

PRESENTE:

A FIN DE ATENDER SU PETICIÓN, PREVIA REVISIÓN DE NUESTROS ARCHIVOS, LE INFORMO QUE SE HA APROBADO LA SIGUIENTE DENOMINACIÓN.

NOMBRE PROPUESTO: RUTA 66 RETRO BAR-RESTAURANTE S.A.

ACTIVIDAD PRINCIPAL	K6420.00	ACTIVIDADES DE SOCIEDADES DE CARTERA, ES DECIR, UNIDADES TENEDORAS DE ACTIVOS DE UN GRUPO DE EMPRESAS FILIALES (CON PARTICIPACIÓN DE CONTROL EN SU CAPITAL SOCIAL) Y CUYA ACTIVIDAD PRINCIPAL CONSISTE EN LA PROPIEDAD DEL GRUPO. LAS SOCIEDADES DE CARTERA CLASIFICADAS EN ESTA CLASE NO SUMINISTRAN NINGÚN OTRO SERVICIO A LAS EMPRESAS PARTICIPADAS, ES DECIR, NO ADMINISTRAN NI
---------------------	----------	---

ESTA RESERVA DE DENOMINACIÓN SE ELIMINARÁ EL **19/09/2019 12:00 AM**

RECUERDE QUE DEBERÁ FINALIZAR EL PROCESO DE CONSTITUCIÓN DENTRO DEL PERIODO DE VALIDEZ DE SU RESERVA.

LA RESERVA DE NOMBRE DE UNA COMPAÑÍA NO OTORGA LA TITULARIDAD SOBRE UN DERECHO DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, SEA MARCA, NOMBRE COMERCIAL, LEMA COMERCIAL, APARIENCIA DISTINTIVA, ENTRE OTROS. LOS MISMOS REQUIEREN PARA SU TITULARIDAD LA EJECUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO RESPECTIVO ANTE EL INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI).

LA RESERVA DE LA RAZÓN SOCIAL DE UNA COMPAÑÍA DEBERÁ CONTENER EXCLUSIVAMENTE LOS NOMBRES Y APELLIDOS DE LOS SOCIOS O ACCIONISTAS QUE INTEGREN LA COMPAÑÍA EN FORMACIÓN, Y QUE HAYAN AUTORIZADO EXPRESAMENTE LA INCLUSIÓN DE SU NOMBRE CASO CONTRARIO, DICHA RESERVA NO SURTIRÁ EFECTO JURÍDICO.

PARTICULAR QUE COMUNICO PARA LOS FINES PERTINENTES.

AB. MARIA SOL DONOSO MOLINA
SECRETARIO GENERAL

07/08/2019 7.56 PM



ILUSTRE MUNICIPIO DE MANTA

CERTIFICADO DE REGISTRO AMBIENTAL

Establecimiento: microempresa
"Ruta 66 Retro Bar-Restaurante S.A."
Representante: René Gamboa

Dirección: Calle 20 avenida Flavio reyes

Teléfono: 0996839308

Fecha de emisión: 10 de Agosto del 2019

Ciudad: Manta

Fecha de ingreso: 12 de Agosto del 2019

Tipo: Bar-Restaurante
Cargo: Gerente

Barrio: Córdova

Ruc: 13131367409001

Fecha de caducidad: 12meses

Correo:

retro66bar.restaurante@gmail.com

Pago de especie:

Constitución de la Empresa**CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

NOMBRE DE LA EMPRESA: “RUTA 66 RETRO BAR-RESTAURANTE”
RAZON SOCIAL: SOCIEDAD ANÓNIMA
TIPO DE ORGANIZACIÓN: ENTRETENIMIENTO Y OCIO
CAPITAL SOCIAL SUSCRITO: \$100,000
NOMBRE: “RUTA 66 RETRO BAR RESTAURANTE S.A.”
NACIONALIDAD: ECUATORIANA

PARTICIPACIÓN DE LOS ACCIONISTAS

LA EMPRESA CUENTA CON 3 SOCIOS ACCIONISTAS

IDENTIFICACION	NOMBRE	NACIONALIDAD	VALOR	%
131336740-9	Gamboa Villafuerte René Gabriel	<i>Ecuatoriana</i>		50%
	Socio 2	<i>Ecuatoriana</i>		25%
	Socio 3	<i>Ecuatoriana</i>		25%

FECHAS DE CONSTITUCIÓN: 15 DE AGOSTO DEL 2020

REPRESENTANTE: SR. RENE GABRIEL GAMBOA VILLAFUERTE

FECHA: 12 DE AGOSTO DEL 2018

OBJETO SOCIAL: producción y comercialización de servicios de entretenimiento dirigido al público adulto amante de la época de os 80 y 90.

Logotipo

Dirección: Calle 20 – Av. Flavio Reyes

Matriz / sucursal: Manta - Manabí

Número de Teléfono: 0983242005 Tuenti

Correo electrónico: retro66bar.restaurantte@gamil.com

Nombre Director General y/o Presidente Ejecutivo: Rene Gabriel Gamboa Villafuerte

Bibliografía

- Alarcón" & "Gabriela. (13 de Abril de 2018). *Maythaler y Zambrano abogados*. Obtenido de Maythaler y Zambrano abogados: <https://www.lmzabogados.com/acuerdo-ministerial-no-mdt-2018-0073-expide-las-normas-regula-las-modalidades-contractuales-especiales-sector-turistico/>
- Amaya Amaya, j. (2007). *Gerencia: planeacion y estrategia: fundamentos, modelo y software de planeacion*. Bucaramanga: Publiarte.
- asesoria-legal-en-materia-societaria. (2019). *www.lexproec.com*. Obtenido de <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- compañía, l. d. (20 de mayo de 2004). *superintendencia de compañía*. Obtenido de supercias.gob.ec: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- compañías, l. d. (20 de mayo de 2004). *superintendencia de compañías*. Obtenido de supercias.gob.ec: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- derechoecuador.com. (2018). *derechoecuador.com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/registro-oficial/2018/06/registro-oficial-no-258-viernes-08-de-junio-de-2018-primer-suplemento>
- derechoecuador.com. (2018). *nuevas-modalidades-de-contratacion-de-personal*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/nuevas-modalidades-de-contratacion-de-personal>
- Ecuador, M. (2016). *RENDICION DE CUENTAS 2016*. Obtenido de MINTUR ECUADOR: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/Informe-de-Rendición-de-Cuentas-MINTUR-.pdf>
- ecuadortv. (30 de junio de 2019). *ecuadortv.ec*. Obtenido de [ecuadortv.ec](https://www.ecuadortv.ec/tourism/noticias/turismo-nocturno-manta): <https://www.ecuadortv.ec/tourism/noticias/turismo-nocturno-manta>
- Espinosa, R. (31 de Mayo de 2015). *RobertoEspinosa*. Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento>
- Ferrell, O. A. (2010). *introduccion a los negocios en un mundo cambiante*. México D.F.. México: McGraw-Hill Interamericana.
- HOLDEN" & "NAGLE. (2002).
- IESS. (2001). *Ley de seguridad social*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/LEY-DE-SEGURIDAD-SOCIAL.pdf>
- IMF. (2019). *IMF Bussines School*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/marketing/estrategias-fijacion-de-precios/>
- Instituto ecuatoriano de la propiedad intelectual . (29 de Septiembre de 2014). *Instituto ecuatoriano de la propiedad intelectual* . Obtenido de Instituto ecuatoriano de la propiedad intelectual : <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- intelectual, l. d. (2019). Obtenido de https://www.wipo.int/sme/es/documents/ip_pharma.htm
- intelectuales, s. N. (2 de junio de 2018). *derechosintelectuales.gob.ec*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec>

- Interactivo, D. L. (2019). *https://www.marketingdirecto.com*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/competencia-2>
- Manta, A. d. (2019). *manta.gob.ec*. Obtenido de <http://www.manta.gob.ec/index.php/financieros/item/1238-patentes>
- MAPFRE Atlas Seguros. (2018). *Seguros generales*. Obtenido de sitio web de MAPFRE Atlas: <https://www.mapfreatlas.com.ec/seguros-ec/empresas/generales/>
- Martinez, I. (2017). *Kruger corporation*.
- Ministerial, N. A. (04 de mayo de 2015). *Normativa Ambiental en el Acuerdo Ministerial 061*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu155124.pdf>
- MINTUR. (2016). *turismo.gob.ec*. Obtenido de turismo.gob.ec: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/Informe-de-Rendición-de-Cuentas-MINTUR-.pdf>
- Peter"&"Chisnall. (1996). *La Esencia de la Investigación de Mercados*.
- ROBBIN"&"COULTER. (2010). *ESTRUCTURA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL*.
- SANITARIA-ARCSA, D. E. (23 de Mayo de 2016). *controlsanitario.gob.ec*. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/12/RESOLUCIÓN_ARCSA_DE_010_FALSIFICADOS_ADULTERADOS_ALTERADOS.pdf
- SRI. (10 de Agosto de 2019). *sri.gob.ec*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- supercias. (20 de mayo de 2014). *supercias.gob.ec*. Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- TRABAJO, R. 9. (2005). Obtenido de <https://web.ins.gob.pe/sites/default/files/Archivos/R%20Nro-957%20REGLAMENTO%20INSTRUMENTO%20ANDINO%20DE%20SST.pdf>
- Wendy, R. (2012). *ambitoeconomico.blogspot.com*. Obtenido de <http://ambitoeconomico.blogspot.com/2012/12/indicadores-informativos-del-canton.html>