

UNIVERSIDAD DEL PACIFICO
ESCUELA DE NEGOCIOS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PLAN DE TESIS PREVIA A LA OBTENCION DE
INGENIERA COMERCIAL ECUADOR
CON MENCIÓN EN
RECURSOS HUMANOS-NEGOCIOS INTERNACIONALES

TEMA

“PROYECTO DE INVERSIÓN: IMPLEMENTACIÓN DE UNA
CAFETERIA EN EL GRAND HOTEL HERNANCOR DE
HUAQUILLAS”

DAYANA K. GUERRA GONZALEZ
AUTOR

EC. ERWIN J. GUILLEN FRANCO
DIRECTOR

“GUAYAQUIL”-ECUADOR

DICIEMBRE-2009-2010

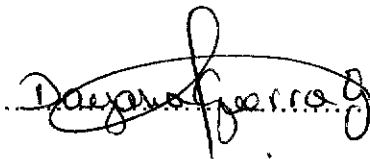
DECLARACION DE AUDITORIA

Yo, Dayana katterine Guerra González declaro ser la autora exclusiva de la presente tesis.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieran de la misma son de mi responsabilidad.

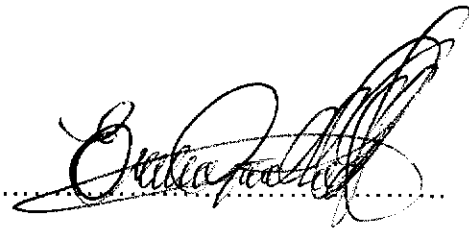
Por medio del presente documento cedo mis derechos de autor a la Universidad del Pacífico-Escuelas de Negocios- para que pueda hacer uso del texto completo de la Tesis de Grado "Implementación de una Cafetería en el Grand Hotel Hernancor " con fines académicos y/o investigación.

Guayaquil, 29 de diciembre-2009.

.....

CERTIFICACION

Yo, Erwin J. Guillén Franco profesor de la Facultad de Negocios de la Universidad del Pacifico, como Director de la presente Tesis de Grado, certifico que la señorita Dayana Katterine Guerra González, egresado de esta Institución, es autor exclusivo del presente trabajo, el mismo que es autentico, original e inédito.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erwin J. Guillén Franco', written over a horizontal dotted line.

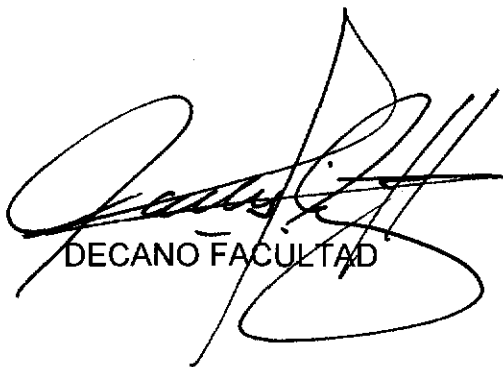
DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

La Universidad Del Pacifico, se compromete a no difundir públicamente la información establecida en la presente Tesis de Grado "IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA EN EL GRAND HOTEL HERNANCOR", de autoría de DAYANA GUERRA GONZALEZ, en razón que está ha sido elaborada con información confidencial.

Tres copias, escritas y digitales, de esta Tesis de Grado quedan en custodia de la Universidad del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso, suscribe.

Guayaquil, 29 de diciembre del 2009.



DECANO FACULTAD

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme culminar mi carrera
y llegar a ser una profesional , a mis padres
a mi familia, a mi tía que fueron mi fortaleza en
todo momento.

Para todos aquellos que de una u otra forma me
apoyaron para alcanzar mis objetivos.

DEDICATORIA

A mis Padres, hermanos, a mi tía por apoyarme en todo momento a culminar mi carrera; a mis compañeros, amigos con el apoyo incondicional que nos brindamos durante el tiempo universitario. A todo el personal académico que compartieron y contribuyeron con su conocimiento parte de mi educación.

A todas las personas que contribuyeron con su conocimiento y experiencias para llevar a cabo el proyecto.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	5
DEDICATORIA	6
INDICE GENERAL	7
INDICE DE TABLAS.....	10
INDICE DE FIGURAS.....	11
RESUMEN.....	12
IIINTRODUCCION	15
ANTECEDENTES.....	16
CAPITULO I : IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA.....	18
1.1.- Antecedentes de su creación.....	18
1.2.- Objetivos de su implementación.	19
1.3.-Importancia Socio Económico.....	20
CAPITULO II: ANALISIS GENERALES DE LA ESTRUCTURA DEL HOTEL ..	21
2.1.- Análisis de la Organización y de la Administración	21
2.2.- Análisis de la parte Operativa.....	23
2.3.- Programación de las actividades.....	23
CAPITULOIII: SU IMPLEMENTACION.....	25
3.1.- Descripción del Negocio o del servicio.....	25
3.2.- Propuesta para la Organización.....	27
3.2.1.-Misión.....	28
3.2.2.-Visión.....	28
3.2.3 objetivos.....	29
3.2.4.- Análisis de Foda.....	30
3.2.4.1.- Fortaleza.....	30
3.2.4.2.- Oportunidades.....	30

3.2.4.3.- Debilidades.....	30
3.2.4.4 .- Amenazas.....	30
3.3.- Etapas de la Organización.....	31
3.4.- Etapa de la integración.....	31
3.5.- Etapa de la dirección.....	31
3.6.- Etapa de Control.....	32
3.7.- Propuesta del plan de Marketing para la cafetería.....	32
3.7.1.- Análisis de la situación.....	33
3.7.2.- Objetivos de Marketing.....	33
3.7.3.- Ventaja Diferencial.....	34
3.7.4.- Segmentación de Mercado.....	34
3.7.5.- Mercado Meta.....	34
3.8.- Análisis de datos.....	35
3.9.- Análisis Porter.....	39
CAPITULO IV: ESTRATEGIA DEL MARKETING.....	41
4.1.- Políticas del Marketing Mix.....	41
4.1.1.- Productos y Servicios.....	41
4.1.1.1.- Productos.....	41
4.1.1.1.1.- Calidad del Producto.....	43
4.1.1.1.1.1.-Empaque.....	43
4.1.1.2.- Servicios.....	43
4.1.1.2.1.- Logotipo.....	44
4.1.2.- Precio.....	44
4.1.3 .-Plaza.....	44
4.1.4.-Promoción.....	45
4.1.4.1.- Estrategia de Publicidad.....	45
4.1.4.2.- Estrategia de venta.....	46
CAPITULO V: ESTRUCTURA LEGAL DE LA CAFETERIA	47
5.1.- Aspecto legales.....	47
5.1.1.- Registro Unico de Contribuyentes.....	47

5.1.2.- Permiso de Funcionamiento de los Bomberos	47
5.1.3.- Permiso de funcionamiento de la Dirección provincial de de Salud	48
CAPITULO VI: RECURSOS APLICAR EN EL PROYECTO.....	49
6.1.- Inversión de Activos fijos.....	49
6.2.- Capital de trabajo.....	50
6.2.1.- Costos de los Insumos para la elaboración de los productos.....	51
6.2.2.- Determinación de PVP de los productos.....	53
6.3.- Gastos del Proyecto.....	56
6.3.1.- Gastos Administrativos.....	56
6.3.2.- Gastos de Ventas y Promoción.....	57
6.3.3.- Depreciación.....	57
6.4.- Punto de Equilibrio.....	58
6.5.- Estados Financieros.....	61
6.5.1.- Estado de Situación Inicial.....	61
6.5.2.- Balance General	62
6.5.3.- Flujo de Caja	64
6.5.4.- Análisis de Indicadores	70
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	72
Bibliografía.....	73
Anexos	74

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Capacitación	29
Tabla 2.- Menu de Desayunos	42
Tabla 3.-Inversión de Activos	49
Tabla 4.- Cuadro de compras a Proveedores.....	51
Tabla 5.- Cuadro de Materia Prima	52
Tabla 6.- PVP de Productos	53
Tabla 7.- Inversión.....	54
Tabla 8.- Amortización de Préstamo.....	55
Tabla 9.- Gastos Administrativos Fijos	56
Tabla 10.- Detalle de Gastos Varios.....	56
Tabla 11.-Gastos de Ventas y Promoción	57
Tabla 13.-Depreciación de Instalación	57
Tabla 14.- Depreciación de Equipos	58
Tabla 15.- Depreciación de Muebles	58
Tabla 16.- Punto de Equilibrio.....	59
Tabla 17.- Calculo de Punto de Equilibrio	60
Tabla 18.- Estado de Situación Inicial	61
Tabla 19.- Balance General	62
Tabla 20.- Estado de Perdida y Ganancia.....	63
Tabla 21.- Flujo Mensual	64
Tabla 22.- Flujo Proyectado.....	65
Tabla 23.- Balance General 31 Diciembre	66
Tabla 24.- Balance General Proyectado.....	67
Tabla 25.- Perdidas y ganancias Proyectadas	68

INDICES DE FIGURAS

Figura1.- Preferencias del servicio.-	36
Figura2.- Suele desayunar en casa	37
Figura3.- Precios	37
Figura4.- Tipos de desayuno.....	38
Figura6.- Análisis Porter	39

RESUMEN

El turismo hoy en día es un aporte importante para la economía del país, y uno de los sectores de este turismo son los Hoteles de las diferentes ciudades que tiene el Ecuador, no podíamos dejar atrás una de las ciudades, como es la provincia del El ORO, con uno de sus cantones que tienen un mayor movimiento de comercio, como es Huaquillas.

La presente tesis es un proyecto de factibilidad de implementación de una cafetería en el Grand Hotel HERNANCOR, proyecto que se realiza con el objetivo de mejorar la rentabilidad de la empresa de servicios y de generar un aporte a la sociedad, creando fuentes de empleo y brindando un servicio de calidad a todos sus clientes y potenciales.

La tesis está desarrollada en seis partes que contiene lo siguiente:

En el primer capítulo contiene los antecedentes de sus creación, con el fin de dar a conocer él como y porque surgieron las cafeterías, el objetivo de su implementación y la importancia socio económica.

En el segundo capítulo se da a conocer como se encuentra la estructura de la empresa, se implementa el organigrama y se define funciones, se analiza el manejo operativo de la cafetería.

En el tercer capítulo se describe el negocio, su capacidad, y el objetivo del servicio a ofrecer, se implementan su misión y objetivos para brindar un mejor servicio tanto en el Hotel como en el nuevo servicio que es la cafetería, se presenta el análisis de nuestro mercado meta.

En el cuarto capítulo se presenta las estrategias del Marketing y los productos, servicios que se van a ofrecer en la cafetería. Se analiza los precios y la calidad del producto. Se presenta estrategias para la venta y la publicidad para el respectivo servicio.

En el quinto capítulo se realiza un estudio sobre los requisitos a cumplir para la implementación de la cafetería, como el Ruc, permiso del cuerpo de bomberos etc.

En el capítulo sexto se realiza un análisis de la factibilidad del proyecto, su inversión, y la velocidad en la que retorna el capital.

INTRODUCCION

La presente tesis se realizó con la finalidad de analizar e implementar nuevos servicios para mejorar y ser más competitivo con el mercado actual a nivel turístico-hotelero, la importancia que se le da a este sector hoy en día nos impulsa a mejorar los diferentes servicios de nuestro país.

A pesar de existir en el mercado negocios similares de forma ambulatoria, al aire libre, se sintió la necesidad de implementar la cafetería Hernancor para dar mayor facilidad a los huéspedes, que en lugar de salir a buscar un lugar donde desayunar tenga el servicio dentro del Hotel, lo que ayudara en optimizar el tiempo para sus actividades durante el día, adicional enfocar la oportunidad de negocio para el resto de la población como un lugar de esparcimiento en las tardes para pasar un momento acogedor con la familia, amigos y compañeros de trabajo.

Se realizará unas series de estrategias como lanzamiento, dentro de nuestro plan estratégico se mencionara los tipos de servicios que se brindaran dentro de la cafetería, con la finalidad de obtener una buena rentabilidad a corto plazo.

Analizaremos los procesos que se realizan actualmente en el Hotel como es el servicio al cliente, ya que es la carta de presentación ante el público en general, mejora de los procesos administrativos para brindar un servicio de calidad, a través del recurso Humano, que nos permitirá tener una visión de negocio en expansión y de crear nuevas plazas de trabajo, aportando con el crecimiento del cantón.

El estudio económico-financiero se realizó bajo los parámetros actuales, el resultado del análisis del punto de equilibrio es dinámico, convirtiéndolo en un modelo de sensibilidad que se adapte con facilidad a los cambios que se pudieran dar en las variables permitiendo el ajuste al entorno económico del momento.

ANTECEDENTES

Huaquillas, su nombre se remonta a la cantidad de Huacas (Entierros indígenas) existentes en el lugar.

En la época de 1941 Huaquillas era un caserío de pocos habitantes, pero con un espíritu muy grande para realizar faenas agrícolas, cría de ganado cabrío, entre otros. Esta tierra era muy rica y había abundante agua.

En sus inicios Huaquillas, primero se hizo parroquia, posteriormente en su búsqueda constante por tener un crecimiento interno, se preparó para cumplir con unos de sus objetivos de ser Cantón el 6 de Octubre de 1980.

Huaquillas está ubicado al sur occidente de la provincia, tiene una temperatura entre los 25 a 32 grados centígrados, su clima es tropical y subtropical, limita al norte con el Archipiélago de Jambelí, al sur y este con el cantón Arenillas y al Oeste con la República del Perú con Aguas Verdes. Cuenta con 5 parroquias urbanas. Ubicado a 72,9 Km de Machala.

Aproximadamente Huaquillas tiene una población de 40,285 habitantes, uno de los centros turísticos es el puerto de Hualtaco que cuentan con un excelente centro gastronómico, se pueden visitar también las islas que se encuentran a poca distancia del puerto, cuenta con un centro comercial a lo largo de un avenida, tiene diferentes maneras de transportación para viajar a diferentes centros turísticos.

Hoy en día Huaquillas es un cantón que se caracteriza por su movimiento comercial, con el vecino País del Perú, tienen un emporio de actividades comerciales, las ventas son al por mayor y menor, venden todo tipo de productos nacionales y extranjeros: camarónicas y pesquería.

Con estos antecedentes del progreso constante que ha tenido Huaquillas desde sus inicios hasta la actualidad se ve inmerso de brindar un buen servicio a los comerciantes y turistas que llegan a este cantón.

El siguiente estudio de factibilidad en el Grand Hotel Hernancor, implementando el servicio de una cafetería dentro del Hotel con el objetivo de brindar a sus huéspedes una mayor facilidad en ahorro de tiempo que disponen para sus negocios o sus visitas turísticas y de esta manera dar una contribución socio económica generando una plaza de empleo en el cantón.

CAPITULO I

1. IMPLEMENTACION DE UNA CAFETERIA.

1.1. Antecedentes de su creación.

Todo en la vida tiene una razón de ser y una historia, así como la historia del café y la creación de las cafeterías alrededor del mundo.

El café es originario de la provincia de Kaffa, en Etiopía, según la leyenda cuenta había un pastor llamado Kaldi observó el efecto de unos pequeños frutos rojos de arbusto, este cultivo con el tiempo se extendió en Arabia, donde posteriormente existió la posibilidad de que en 1583, Léonard Rauwolf, un médico alemán recién llegado de un viaje de diez años por Oriente Medio, fue el primer occidental en describir el brebaje: Una bebida tan negra como la tinta. Sus consumidores lo toman por la mañana, está formada por agua y el fruto de un arbusto llamado bunnu.

Estos comentarios llamaron la atención de mercaderes, a los que la experiencia del comercio de las especias les había hecho sensibles a este tipo de información. En el siglo XV, los musulmanes introdujeron el café en Persia, Egipto, África Septentrional y Turquía, donde la primera cafetería, Kiva Han, abrió en 1475 en Constantinopla.

Las primeras "Casas de Café" o "Kaveh Kanes" estuvieron ubicadas en La Meca, el mayor centro de peregrinaje religioso del mundo musulmán.

Desde ahí se expandieron rápidamente a través de las regiones árabes. Eran lugares muy concurridos, donde se jugaba ajedrez, se comentaba de actualidad y se disfrutaba del canto y la música. A los mercaderes venecianos les pareció tan buena idea que la llevarón a Italia. En 1683 se abrió el primer negocio de cafés, el famoso Caffè Florian ubicado en la conocida Piazza San Marco de Venecia.

Con el pasar de los tiempos las cafeterías han crecido generando una fuente de ingreso alrededor del mundo. La bebida El café creció junto con este negocio, en los últimos años, incentivado por un refinamiento en las costumbres ecuatorianas este negocio ha crecido sin duda alguna en diferentes lugares de nuestro país.

Luego de realizar un estudio de servicios que ayuden a incrementar la rentabilidad del Hotel se presenta la propuesta de Implementar una cafetería dentro del Grand Hotel Hernancor con la expectativa de suplir una necesidad brindar un mejor servicio de calidad a todos sus clientes.

1.2.- Objetivo de su Implementación.

El objetivo del presente proyecto es brindar un mejor servicio y facilidad a los clientes del Hotel y a potenciales clientes, darles una mayor comodidad y calidad ofreciéndoles directamente en el Hotel una variedad de desayunos sin la necesidad de que salgan a buscarlo en los diferentes sectores del cantón lo que les permitirá ahorrar tiempo para sus actividades habituales. Adicional brindarles a los habitantes del cantón una alternativa de esparcimiento donde puedan tomar un café y compartir con sus amigos.

Mejorar sus utilidades, generando una fuente de ingreso a corto plazo y tener un buen equilibrio financiero, a través de brindar un servicio centrado en la satisfacción al cliente.

Dentro de este proyecto se analizara las diferentes áreas del hotel con el objetivo de implementar procesos y nuevas estrategias que ayuden a mejorar los recursos internos, tanto administrativamente como con el recurso Humano que es la parte fundamental para dar el buen servicio a los clientes y así crear nuevas plazas de trabajo.

1.3.- Importancia Socio Económico

La actividad turística ha sido considerada como uno de los medios más importantes para impulsar el desarrollo de una región; y si bien es cierto que los diferentes motivos de viaje como el descanso, el deporte, la religión, negocios, entre otros representan un ingreso de divisas para el país; el servicio que se brinda en las estadias a nivel Hotelero, es un factor muy importante hoy en día en cualquier rincón del país, motivo que nos impulsa a implementar una cafetería dentro del Hotel, para brindar una mayor comodidad.

Unos de los factores que influyen en este hecho, es el poder adquisitivo de los turistas, de los comerciantes que se desplazan por un cien número de actividades, los cual les permite realizar gastos en estadias, comidas, en compras, actividades recreativas u otros servicios.

Otro factor importante, es que se genera plazo de trabajo dentro de la cafetería y así contribuir de alguna manera en el status social de los habitantes de Huaquillas.

CAPITULO II

2.- ANALISIS GENERALES DE LA ESTRUCTURA DEL HOTEL.

2.1.- Análisis de la Organización y de la Administración.

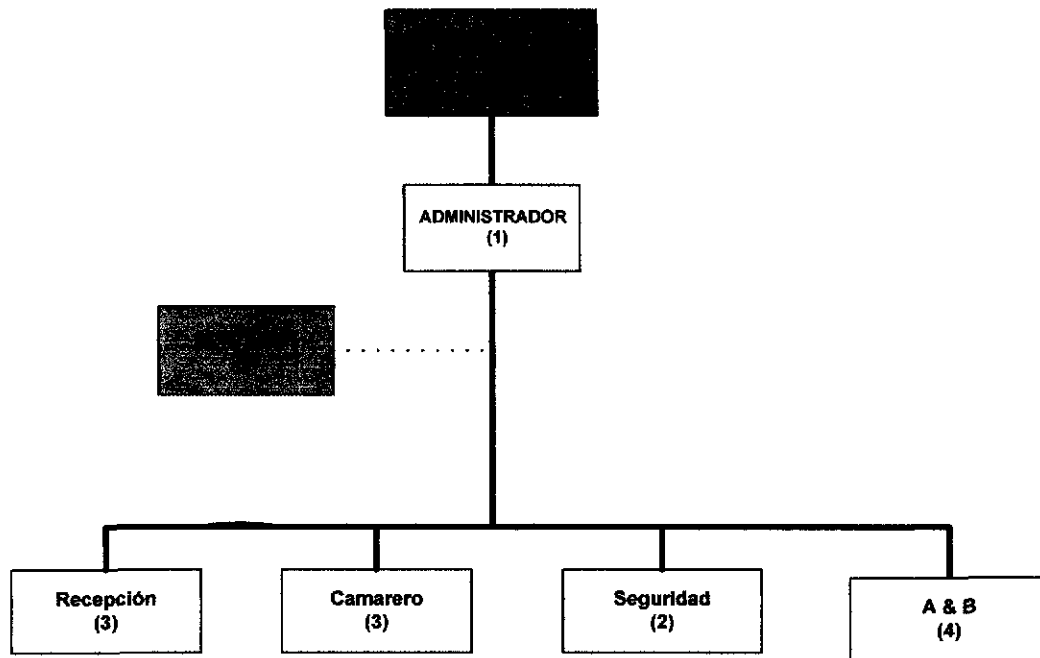
La mayoría de los Hoteles en esta ciudad están conformados por Patrimonio familiar formando pequeñas empresas que tienden hacer planes informales pensando que hacerlo por escrito insume demasiado tiempo y no es necesario. Sin embargo cuanto más claro estén formulados los objetivos y la estrategia más seguro será el éxito de la empresa.

Un hotel es una empresa de servicios, y la sincronización, coordinación y control interdepartamental es lo que va a determinar, además de su categoría, su reputación a nivel comercial sin olvidar que cada departamento tiene una funciones concretas y específicas, y que igualmente desempeña un papel dentro de la organización general dentro de la empresa.

El Hotel Hernancor está conformado actualmente por 11 personas. Como se puede apreciar el flujo de información se da de manera vertical.

El área administrativa está compuesta por la Gerencia General, el cual tiene un administrador, adicional se contrata servicios externos de un contador. El administrador tiene a su mando el área de recepción, a los camareros, seguridad, y la nueva área que se está creando que es la cafetería (Anexo 1).

Para la cafetería se contratarán cuatro personas inicialmente, dos personas como salonero quien realizará las funciones de cobranzas y las otras dos personas que harán las funciones de cocinero. Ver Manual de funciones Anexo 2



Anexo 1
Organigrama de la empresa

2.2.- Análisis de la Parte Operativa

Se puede decir que los distintos departamentos que constituyen un Hotel tienen gran importancia y no conviene destacar una mayor relevancia para uno u otro. Al ser un hotel lo primordial es la atención y el servicio que se venden, dentro de esta nueva área de bebidas y alimentos se presentará una propuesta que permita darle una mayor comodidad a los huéspedes brindándole el servicio de cafetería, adicional estará abierta para el público en general.

Como se menciono anteriormente se contratará 4 personas para esta área 2 cocineros y 2 saloneros, el cocinero en conjunto con la administradora coordinaran las actividades diarias de la cafetería, de igual manera, el área de recepción elaborará un reporte diario de cuantas personas se encuentran hospedadas en el Hotel y cuando será su fecha de retiro, con la finalidad de establecer el número desayunos que podrían estar elaborando durante la mañana.

Se coordinara con la administración los requerimientos de insumos para el stock de la cafetería en general.

En el caso de haber algún tipo de actividad dentro de la cafetería se tendrá que programar por lo menos con dos días de anticipación para poder arreglar la ubicación y los inmuebles.

La atención será a partir de la 6:30 de la mañana hasta las 23:00 pm, las personas asignadas a esta labor cumplirán dos jornadas.

2.3.- Programación de las actividades.

Como hemos mencionado anteriormente, el objetivo de la cafetería es brindar un mejor servicio dentro del hotel y tener nuevas oportunidades de negocio que generen un ingreso para la empresa y aportar a nivel socio económico del cantón,

brindando un nuevo lugar de entretenimiento donde podamos compartir con la familia y amigos.

Con esta implementación se brindaran diferentes actividades cada uno con su plan estratégico para poder brindar un buen servicio, dentro de las actividades a realizar podemos mencionar:

- Brindar el servicio de desayuno a los huéspedes del Hotel.
- Brindar el servicio desayunos a la carta.
- Desayunos para empresa.
- Atención al público en general.
- Como una oportunidad de servicios se puede reserva el local para realizar eventos tales como: Desayunos Navideños, Desayunos de reinados.

CAPITULO III

3.-SU IMPLEMENTACION

3.1.- Descripción del Negocio o servicio.

El proyecto de implementar la cafetería en el Hotel Hernancor es con la finalidad de ser competitivos dentro de este medio, brindando un mejor servicio a los huéspedes del hotel, y ser una medida alterna a la cual pueden asistir las personas que viven en el cantón.

Las cafeterías hoy en día son lugares para reunirnos con los amigos, comprar un café para llevar o tan solo pasar un rato, lo cierto es que muchos de nosotros acudimos a una cafetería como parte de nuestro estilo de vida.

El Hotel Hernancor está ubicado en una zona central del cantón por lo que favorece la implementación de la cafetería, siendo un atractivo de esparcimiento dentro de la sociedad.

La cafetería será instalada dentro de las instalaciones del Hotel en un espacio de 128 mts². Habrá dos puertas una que da el ingreso a las personas que se encuentran dentro del Hotel (huéspedes) y la otra puerta que sería el acceso para los clientes en general, interiormente la misma se dividirá en dos secciones el área del servicio y el área de la cocina.

En área del servicio tendrá 96 mts² se colocará 8 mesas de madera pequeñas con 4 sillas, tres sillones, una mesa pequeña y 5 sillas alrededor de una barra, dando una capacidad para 40 personas. El estilo de la decoración es clásica que da un ambiente acogedor. (Anexo 3).

Para separar del área de la cocina habrá una pequeña barra de madera donde se colocara la parte de arriba unas tacitas como luces, y unos asientos para la atención; en esta parte estará la persona que realizará la cobranza del área de la cafetería. En la otra división se realizará el área de alimentos y bebidas adecuada

en un espacio de 32 mts ² Como muestra en la foto se realizará una división como bodega para guardar los alimentos y los productos de la cafetería.

Se compraran utensilios de cocina como una estufa de 6 hornillas, congelador, una maquina de café para el servicio de la cafetería, microondas.

El servicio que se brindara será de acuerdo a los eventos que puedan acontecer como detallamos a continuación:

↳ Brindar los siguientes desayunos

- **Desayuno continental:** leche, café, té o chocolate, mermelada mantequilla, jugo de naranja, tostadas o pan.



- **Desayuno americano:** leche, café, té o chocolate, huevos, tocino, mermelada, mantequilla, tostadas, jugo de naranja.



- **Desayuno sostenido:** Bolón de queso, café tinto o en leche, jugo.



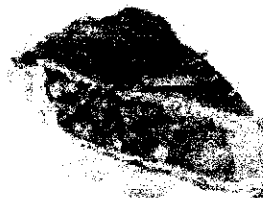
➤ **Sandwiches**



➤ **Jugos y Bebidas**



➤ **Dulces**



Reservas para reuniones: se les brindará el menú detallado en el listado anterior, la capacidad es para 40 personas.

✦ Eventos especiales: Tales como reinado o reuniones empresariales, festejos navideños.

3.2.- Propuesta para la Organización.

El crear una Misión y Visión, hasta hace mucho era básicamente una moda empresarial para las empresas, poco a poco esto se ha ido convirtiendo en reflexiones de un conjunto de herramientas para orientar a las organizaciones, como brújula hacia el norte deseado.

La tendencia de concentrarse en estos puntos es para definir principalmente los beneficios del producto o servicio que se va a ofrecer, la tecnología que se requiere, la forma de comercializar ese producto o servicio, la rentabilidad que este va a producir, etc. Es indudable la importancia de estos aspectos, así como no se puede olvidar que todos ellos no son nada sin el apoyo de un grupo humano.

Basándonos en la teoría de Henry Fayol, que la administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcance con eficiencia las metas propuestas, todo proceso se divide en cinco etapas que son: Planeación, Organización, Integración, Dirección y control, sobre la cual se basara la propuesta.

De acuerdo a lo anteriormente expresado y con la finalidad de implementar los procesos para que ayuden al crecimiento en un futuro de la organización se propone al Hotel Hernancor lo siguiente:

3.2.1.- Misión.

La misión es alcanzar la satisfacción en los servicios a nuestros clientes, mediante el esfuerzo del grupo humano, creciendo en el mercado de Huaquillas para obtener una rentabilidad y brindar un aporte al turismo.

3.2.2.- Visión.

Lograr la preferencia y satisfacción de nuestros clientes. Ser reconocidos como uno de los Hoteles que brinda una alta calidad en servicios, a través del recurso Humano para seguir manteniendo la posición del mercado, lo que nos ayudará a crecer y crear nuevos servicios generando más fuentes de empleo.

3.2.3.- Objetivos.

- Incrementar las utilidades, brindando un mejor servicio durante el 2010.
- Mantener el buen posicionamiento del Hotel en el mercado de Huaquillas.
- Incrementar nuevas plazas de trabajo, creando nuevos servicios en un corto plazo.

Las acciones para lograr la misión, la visión y los objetivos están asociadas a los recursos tecnológicos y humanos que apoyarán la prestación del servicio. Entre las principales acciones para cumplir los objetivos planteados en la misión y la visión están:

- Implementar en el 2010 el servicio de cafetería en el Hotel.
- Evaluar trimestralmente los servicios que brinda el hotel.
- Planificar programas de capacitación a los colaboradores para brindar un servicio de calidad.

Este plan de capacitación será dictado a todo el personal de la empresa

Tema	Fecha Propuesta	Duración	Personal	Costo	Instructor
Atención al Cliente	15/05/2010	4 hrs	Todos	200,00	A contratar
Trabajo en Equipo	23/07/2009	2 hrs	Todos	0,00	Dayana Guerra
Técnicas y manejo de una cafetería	19/03/2009	2 hrs	Cocinero - Salonero	0	Interna - Verónica Hernandez
Atención telefónica	23/09/2009	1 hrs	Todos	130,00	Verónica Hernandez

con el objetivo de mejorar la atención al cliente y obtener los servicios de calidad propuestos

3.2.4.- Análisis Foda.

Dentro de las fortalezas podemos mencionar:

3.2.4.1.- Fortalezas.

Calidad y servicio de comida, garantizada a través de un estricto control de calidad.

- Excelentes presentación y variedad de los productos.
- Ser los primeros en brindar un estilo de cafetería diferente dentro de los Hoteles que hay en Huaquillas.
- Capacitaciones al personal interno para brindar un mejor servicio.

3.2.4.2.- Oportunidades.

- Implementar nuevos servicios que los clientes requieran.
- Hacer de la cafetería un lugar de esparcimiento.
- Tener una creciente demanda de los consumidores hacia las comidas rápidas.

3.2.4.3.- Debilidades.

Falta de conocimiento de técnicas alimenticias por parte del personal asignado a esta área.

3.2.4.4.- Amenazas.

- La economía global, la crisis financiera.
- Ingresos de nuevos competidores.

- Productos sustitutos, como pizza, hamburguesa y toda clase de comida rápida.
- Incursión de franquicias reconocidas a nivel mundial.
- Existir la posibilidad de poca fluencia de huéspedes.

3.3.- Etapa de la Organización.

En esta etapa se establece quienes formarán parte de la empresa y sus funciones. El diseño de la estructura organizacional deberá ser flexible y dinámico para adaptarse a los cambios que necesiten realizarse.

En el capítulo anterior (2.1) se presentó el organigrama de la empresa implementando la nueva área de servicios de Alimentos y Bebidas y sus respectivas funciones.

3.4.- Etapa de Integración.

La etapa de integración o de incorporación se basa en seleccionar, reclutar, evaluar y capacitar al personal de la empresa. Para ello es muy importante que en el proceso de selección se definan los parámetros como los perfiles de cargos, pruebas y establecer que debilidades y fortalezas puedan tener las personas contratadas.

3.5.- Etapa de dirección.

Esta labor consistirá en influir sobre las personas para que contribuyan a las metas de la empresa. Es importante recordar que muchos de los problemas de una organización son producto del comportamiento individual y grupal. Por consiguiente la dirección implica seguidores, para que las personas tiendan a seguir a quienes ofrecen el mejor medio de satisfacer las necesidades y deseos individuales.

La forma de obtener colaboración es tener un ambiente agradable y un estilo de dirección participativa, la que tiene como fin alcanzar las metas colectivas.

Para lo cual se recomienda fomentar su misión, visión y objetivos con todo el personal y que cada uno pueda aportar ideas para mejora de la organización.

3.6.- Etapa de Control.

Medir y corregir el desempeño individual y organizacional para conseguir que los objetivos se cumplan de acuerdo a lo planificado. Esto se lo realizará contemplando el desempeño de la organización desde la perspectiva del cliente, de los procesos internos y de la formación del crecimiento empresarial.

La etapa de control se realizará en todas las áreas así como para la implementación de la cafetería donde se estipulará el periodo de implementación mediante el Diagrama de Gantt (ANEXO5). El proyecto se inicia el 1 de febrero y termina el 23 de marzo por lo que la operación empezaría a partir del 1 de abril del 2010.

3.7.- Propuesta de un plan de Marketing para la Cafetería.

Una vez que ya se elaboró el plan estratégico de la empresa (objetivos, misión, visión, FODA y acciones para alcanzar las metas propuestas): se elabora el plan estratégico de Marketing, para lo cual nos centraremos en los siguientes puntos:

1. Análisis de la situación.
2. Objetivos del Marketing.
3. Determinar la ventaja diferencial.
4. Seleccionar los mercados meta.
5. Diseñar la mezcla de Marketing.

3.7.1.- Análisis de la Situación.

Actualmente la compañía tiene en el mercado turístico 10 años en el que conoce el mercado como se ha ido evolucionando cada día, y que es latente las necesidades que puedan existir.

Se realizó una pequeña investigación por medio de encuestas a clientes (huéspedes) y a posibles clientes como: Cámara de comercio de Huaquillas, agencias de viajes. Los resultados obtenidos demostraban la necesidad de tener un lugar cerca, confiable, agradable, seguro, algo de esparcimiento donde puedan compartir armonía con amigos, una cafetería que ayude a satisfacer la necesidad del huésped para ahorrar tiempo y cumplir en sus actividades diarias, y para brindarle al cantón un nuevo lugar para de entrenamiento.

3.7.2.- Objetivos del Marketing.

Los objetivos del marketing deben guardar estrecha relación con las estrategias globales de la compañía, por ellos se considera lo siguiente:

- Obtener utilidades a través de brindar un servicio centrado en la satisfacción al cliente.- Brindándoles una variedad de productos para que los huéspedes y los clientes degusten.
- Evaluar constantemente el servicio que se brinda para poder establecer día a día mejoras, tanto en el producto como el servicio de la atención.
- Obtener buen posicionamiento en el mercado de la región. Hoy en día el internet es un medio de comunicación y de investigación al que la mayoría de personas tiene acceso y unas de las medidas de promover los servicios del Hotel es creando una página Web, que muestre los servicios que brinda el Hotel Hernancor así promocionamos la cafetería.
- Otra medida es dar a conocerla por el medio de audio, por radio, colocar cuñas en alguna emisora de la ciudad ofreciendo los servicios del Hotel.
- Crear nuevas plazas de trabajo.- Para crear nuevas plazas de trabajo debemos mantener el buen servicio lo que permitirá el crecimiento de la

empresa y expandirla en las diferentes áreas, creando nuevos servicios lo que implica generar una fuente de empleo.

3.7.3.- Ventaja Diferencial.

Tenemos tres ventajas diferenciales:

1. La calidad de la comida
2. Contamos con personal capacitado en atención al cliente, preocupados en ofrecer un servicio de calidad.
3. El estilo contemporáneo brinda un ambiente acogedor.

3.7.4.- Segmentación del Mercado.

La segmentación es un proceso que consiste en dividir en grupos pequeños el mercado total de un bien o servicio, el Objetivo es que los miembros de cada grupo coincidan en los factores que repercuten en la demanda.

La segmentación está dada por dos grupos: la de los huéspedes que son quienes recibirán el servicio gratuito de un desayuno continental.

Y el segundo grupo son los clientes en general que buscan un buen servicio y un lugar donde poder compartir con un grupo de amigos.

3.7.5.- Mercado Meta.

El servicio será dirigido a todo público siempre y cuando tenga el poder adquisitivo.

Nuestro mercado meta está dirigido a todo público en general pero se considera como clientes potenciales a la población desde los 20 años que son los jóvenes quienes habitualmente desayunan y meriendan fuera del hogar por motivos de trabajo entre otros, y se considera hasta la edad de 45 años que son los padres de familia que por lo regular llevan a sus hijos los fines de semana fuera del hogar a desayunar o a cenar, además de ser ellos los mayores representantes de la población económicamente activa de Huaquillas.

El cantón de Huaquillas según los datos que proporciona el INEC para el año 2010 tiene una población aproximada de 49.228 habitantes de los cuales se calcula que el 99,57% de la población viven en zona urbana es decir 49.015 habitantes y el 0,43% en zona rural es decir 213 habitantes. Del 99,57% el 52.74% son menores de 20 años, del 47.26% entre la edad de 20 a 45 años de edad se estima que un 15% de esta población o sea 1853 personas al mes pueden hacer uso de los servicios de la cafetería lo cual representaría 62 personas por día y un aproximado de 5 persona por hora.

Estos valores son estimados a partir del quinto mes debido a que los primeros cinco meses por motivos de que recién se da a conocer la cafetería la afluencia de personas es menor a la esperada.

Para determinar el nuevo servicio dentro del Hotel se realizó una prueba piloto mediante encuestas a 300 personas, considerando a los que se hospedaban en el hotel y a los habitantes de los alrededores.

Esta encuesta estuvo realizada en base a preguntas de respuestas concretas para la comodidad del encuestado con no más de 4 preguntas.

En esta prueba se obtuvo como resultado lo siguiente: De las 300 personas, el 56% que respondieron, prefiere un servicio de cafetería, en tanto el 44% prefieren otros servicios.

3.8.- Análisis de datos.

Después de haber realizado las encuestas a la muestra de 300 personas los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes: (Anexo5)

La primera pregunta de la encuesta realizada se basaba en conocer las preferencias de los servicios posibles que les gustarían a los clientes que tengamos en el hotel, para esto tuvieron 5 opciones para elegir entre piscina, spa,

gym, restaurante, cafetería. De las 300 personas el 56% prefería tener el servicio de cafetería, el 23.33% un restaurante, 15% un gym, 4% piscina y un 1.67% prefería tener un spa, por lo que podemos llegar a la conclusión de que los posibles clientes les agradaba más la idea de la instalación de una cafetería en el Hotel.

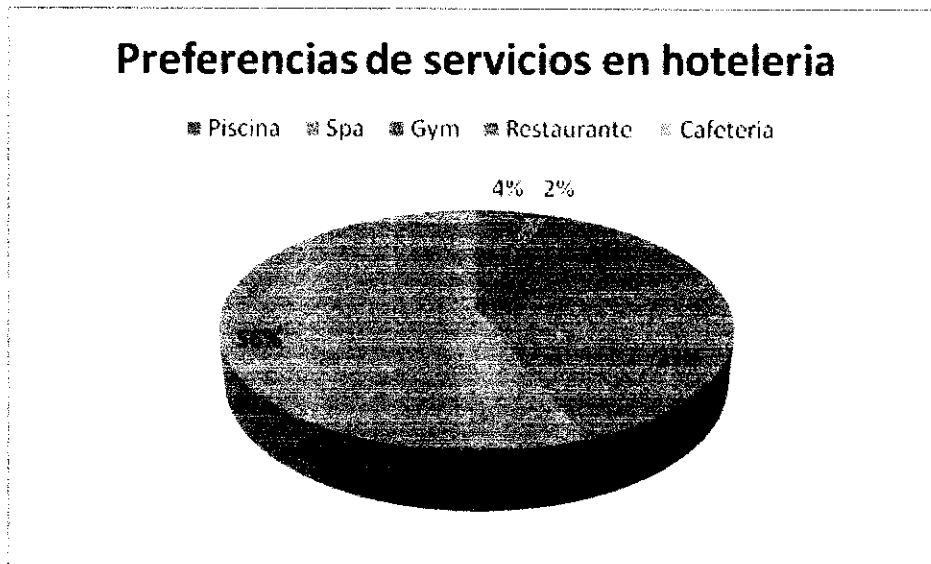


Figura 1.-Preferencias del Servicio

Fuente: Encuesta de mercado realizada a 300 personas

Autora: Dayana Guerra

La segunda pregunta de nuestra encuesta desea indagar en las decisiones que tienen nuestros posibles clientes si tienen el hábito de desayunar o no, de las 300 personas encuestadas un 64% es decir 192 personas dijeron que si desayunaban todos los días, mientras que un 36% representando a 180 personas dijeron que no acostumbraban a desayunar.

Como podemos darnos cuenta hay una relación de casi dos a uno eso se ve reflejado en que la cantidad de los que no desayunan en comparación de los que si lo hacen es casi el doble, por lo que podemos decir que crear el área de la cafetería es del agrado de los clientes.

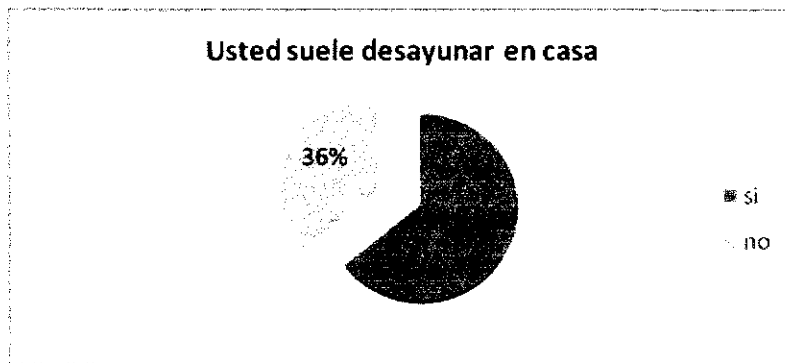
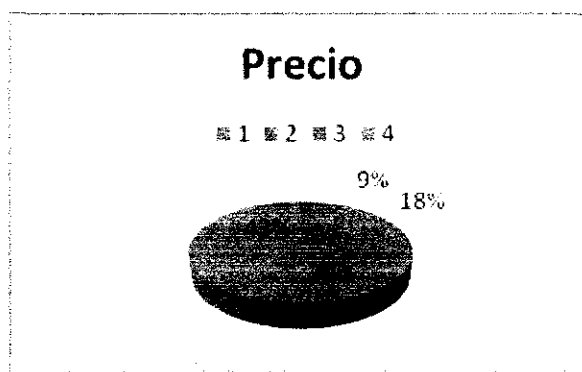


Figura 2: Suele desayunar en casa

Fuente: Encuesta de mercado realizada a 300 personas

Autora: Dayana Guerra

En la encuesta realizada la tercera pregunta mide la capacidad adquisitiva que los posibles clientes están dispuestos a pagar por un desayuno, esta pregunta nos ayuda en el momento de establecer el costo de los desayunos ya que deben estar adecuados a la comodidad de nuestros clientes en donde ambas partes salgan beneficiadas, se destina para esta pregunta tres precios referenciales para desayunos como de \$2 (80 personas), \$3 (175 personas), \$5 (30 personas), \$7 (15). El precio de \$2 lo pagaría un 30% de la muestra, el de \$3 lo pagaría un 43% de la muestra, el \$5 lo pagaría un 18% y el desayuno de \$7 lo pagaría un 9% de las personas.



Fuente: Encuesta de mercado realizada a 300 persona **Figura 3.-Precios**

Autora: Dayana Guerra

La cuarta pregunta de la encuesta desea ver la preferencia de los consumidores para las diferentes opciones de desayunos y de aperitivos que brindaría la cafetería del hotel. El desayuno continental es adquirido por un número de 86 personas, el americano por 44 personas, el sostenido con un número de 53 personas, y de aperitivos de sal y de dulce, los de sal tienen mejor acogida un número de 73 personas y los de dulce con 44 personas.



Fuente: Encuesta de mercado realizada a 300 personas

Figura 4. Tipos de desayuno

Autora: Dayana Guerra

De las personas encuestadas el 30% está dispuesto a pagar entre US\$2, el 43% de los encuestados se encuentra entre en el rango de US\$ 3.

Otra idea es el haber preguntado la frecuencia con que beben café.

USTED CONSUMIRIA CAFE O TE POR LA TARDE

■ si ■ no



Figura 5.-Consumiria Café o Te

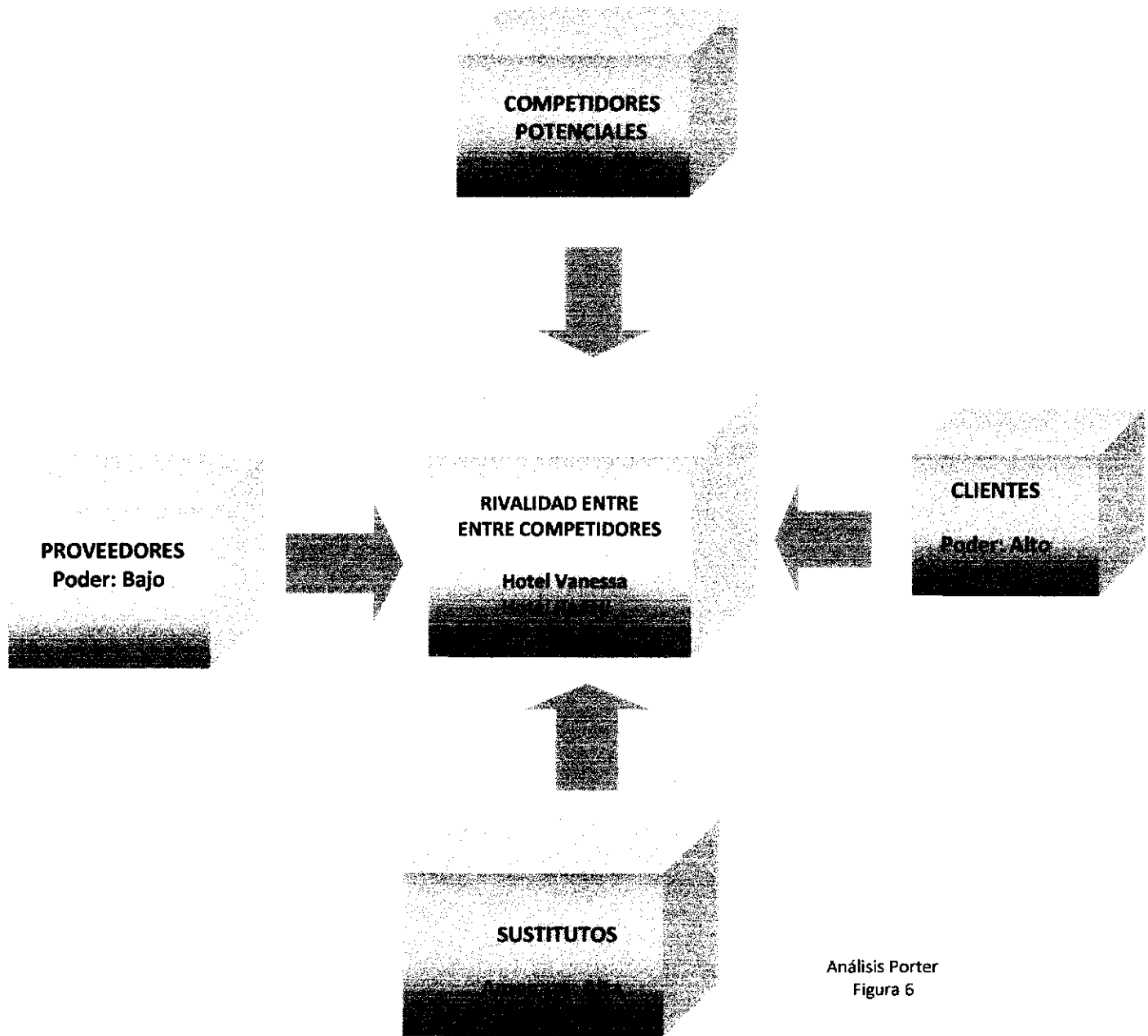
Fuente: Encuesta de mercado realizada a 300 personas

Autora: Dayana Guerra

Del 100% de las personas encuestadas el 40% si toman café en la tarde, por el contrario el 60% no toma café en las tardes, al analizar nos damos cuenta que por el clima las preferencias cambian. El nivel de compra de la mañana vs el nivel de

compra en la tarde puede variar puesto que también se venderá bebidas frías para tener un buen nivel de ventas.

3.9.- ANALISIS PORTER



Análisis Porter
Figura 6

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.- Existe un número de locales que ofrecen servicios de alimentación, tales como los puestos que hay en diferentes localidades del cantón muchos de estos son al aire libre, alrededor de ruido y de calor, los otros son los restaurantes de los Hoteles como Vanessa y Hotel Rodey que tienen el servicio de restaurante, a diferencia de la cafetería que ofrece un lugar más confortable donde puedan degustar de una variedad de desayunos.

NUEVOS COMPETIDORES.- La amenaza de los nuevos competidores es alta ya que la mayoría de estos establecimientos de cafetería, pertenecen a franquicias de marcas reconocidas y no necesitan grandes inversiones para poner en marcha un servicio similar. Los establecimientos que ofrecen este servicio y que no pertenecen a ninguna franquicia no cuentan con ninguna publicidad y sus costos de producción son mayores debido a la economía de escala.

PRODUCTOS SUSTITUTOS.- Existen empresas que ofrecen otro tipo de comida rápida diferente de los productos que ofrece la Cafetería Hernancor que pueden ser sustitutos.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES.- El poder de los clientes es alto ya que el producto que ofrece la cafetería Hernancor, lo pueden elaborar ellos mismo y por tanto a veces exigen precios menores. Además al existir otras localidades los precios son competitivos. Motivo por lo que nos exigimos a dar un buen servicio y que los clientes confien en los ingredientes utilizados para elaborar los productos, ya que la calidad en la elaboración y conservación de los alimentos que ofrecen los negocios de comida rápida son continuamente cuestionados.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES.- Los proveedores tienen un bajo poder de negociación puesto que el número de proveedores que pueden vender los productos a la cafetería son muchos, y se puede conseguir a precios bajos.

CAPITULO IV

4.- ESTRATEGIA DE MARKETING

4.1.- Política del Marketing Mix.

El marketing Mix es la combinación de las características del producto, la manera en que se distribuirá, su promoción y el precio. Con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado o mercado meta y cumplir con los objetivos del marketing.

4.1.1.- PRODUCTOS Y SERVICIOS.

4.1.1.1.- Productos.

La cafetería Hernancor ofrece una gran variedad de productos para ser degustados por nuestros clientes tanto en la mañana como en la tarde. A continuación detallamos una serie de productos.

Menú Desayunos	
Desayuno Continental	
Desayuno Americano	
Desayuno sostenido	
Aperitivos de Sal	Aperitivos de Dulce
Sandwiches de queso	Dulce de tres leches
Sandwiches Mixto	Pie de piña
Sandwiches Cubano	Pie de Manzana
Tortilla de verde	Pie de limón
Patacones	Tiramisu
Porción de papas	Torta de chocolate
Tostadas de queso	Torta de frutas
Tostadas de jamón y queso	
Bebidas	
Bebidas Calientes	Bebidas Frías
Café Simple	Agua
Café con leche	Jugo de naranja
Capuccino	Ensaladas de frutas
Té de menta	Gaseosa
Té de manzanilla	Jugo Deli, limonadas, envasadas
Té de anís	Pilsener
	Cervezas (club verde, café y pilsener light)

Tabla 2.- Menu Desayunos

4.1.1.1.1.- Calidad del Producto.

En base a las encuestas realizadas se pudo determinar que uno de los factores importantes al momento de elegir un lugar para comprar desayunos esta la limpieza y la calidad en la preparación de los productos, motivo que nos impulsa a brindar un servicio de calidad y de control en cada uno de los productos que se elaboran para ofrecer a todos sus clientes.

4.1.1.1.1.1.- Empaque

La percepción de la limpieza es primordial para cada unos de los clientes, los servicios que se den tendrá una presentación impecable en todos los productos que se vayan a ofrecer en la cafetería. Parte del servicio se lo realizará en platos de porcelana ya que se servirán dentro de la cafetería, si alguien desee llevar algo como postre o algún desayuno los diseños de los empaques serán de la siguiente manera:

- Que permitan la conservación del producto.
- La seguridad en el manejo de los alimentos y bebidas, tratando de que haya derramamientos o algún otro tipo de accidente.
- Envases que den confianza en la presentación y calidad del producto.

4.1.1.2 Servicios

Los servicios que brindará la cafetería serán

- La atención a los huéspedes del Hotel.
- Brindar el servicio de la cafetería al público en general del cantón que serán los posibles clientes a través de eventos, reuniones, que se puedan realizar dentro de la cafetería.

4.1.1.2.1.- Logotipo

La cafetería se llamará “Cafetería Hernancor”, cuyo logotipo sin cambiar la imagen del Hotel y que tenga la misma similitud llevará el mismo logotipo



4.1.2.- Precio

La fijación de precios se dará de dos maneras a los huéspedes se le incluirá dentro del precio del hospedaje, y sujeto a los siguientes factores.

- De acuerdo al costo de producción.
- Analizando el precio del mercado con los competidores

Basándonos en los factores mencionados y de acuerdo a la encuesta realizada los precios oscilaran entre US\$ 2 a US\$ 3.

4.1.3.- Plaza

Los canales de distribución que se aplicaría dentro de la cafetería estaría dada de la siguiente manera:

Para los aperitivos de dulce, y bebidas frías incluye la ensalada de frutas el canal es:



El fabricante en este caso sería todos los proveedores los cuales nos brindan el servicio de la preparación de algunos de los productos de alta calidad.

Detallista .- Esta representado por nuestra compañía el Hotel en este caso, que se encarga de llevar directamente a las manos del consumidor.

Consumidor Final .- Todos los clientes quienes consuman nuestros productos. Para los aperitivos de sal, el menú y bebidas calientes.



PRODUCTORES.- Son todos los proveedores de materia prima, como es el café, frutas para los jugos, verdes, maíz, etc, para la elaboración de los productos.

4.1.4.- Promoción.

Como es un servicio nuevo que implementara el Hotel la estrategia de Publicidad y Ventas pueden ser:

4.1.4.1.- Estrategia de Publicidad.

- ✓ Para la inauguración se hará una invitación a miembros importantes del cantón en la que se brindara información del servicio y se brindara unos bocaditos.
- ✓ Se repartirán durante las dos primeras semanas 300 volantes y a inicios del tercer trimestre se repartirá 300 volantes más.



Figura 7.- Modelo de Volante

4.1.4.2.- ESTRATEGIA DE VENTA

Como recién iniciamos, no enfocaremos más a publicidad para captar más clientes y darnos a conocer. Posteriormente se podrá establecer una serie de promociones y ventas como por ejemplo:

- ✓ Regalos.- Para las personas que cumplan año y que vaya acompañada, se le dará un desayuno americano, previa presentación de la cédula con el objetivo de que nos vayan conociendo y generar fidelidad.

De acuerdo a la aceptación del producto y del servicio se implementarán nuevas promociones.

CAPITULO V

5.- ESTRUCTURA LEGAL DE LA CAFETERIA.

5.1.- Aspectos legales

Para poder llevar a cabo la implementación de la cafetería el hotel debe cumplir con una serie de requisitos como son:

- ✓ Registro Unico de Contribuyentes.
- ✓ Permisos de Benemérito cuerpo de Bomberos.
- ✓ Permiso de la Sanidad.

5.1.1.- Registro Unico de Contribuyentes.

Como actualmente se cuenta con un Ruc del Hotel, el trámite a seguir es la actualización del Ruc incrementando un punto de Venta que en este caso sería la cafetería. Este documento se lo obtiene en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI). El trámite no tiene costo alguno.

La empresa actualmente tiene un Ruc natural por cuanto los requisitos para actualizarlo es el siguiente.

*Cedula

*Papeleta de votación

*Se identifica que va actualizar el Ruc por incremento de un nuevo servicio.

5.1.2.- Permiso de Funcionamiento de los bomberos.

Se debe obtener el Permiso de funcionamiento de los Bomberos, para lo cual se tiene que solicitar una inspección en la que se debe cumplir con la adquisición de

los extintores de incendios, de acuerdo a las dimensiones del local comercial. El documento otorgado como permiso se lo debe renovar en forma anual.

Los documentos necesarios para obtener el permiso son:

- original y una copia del RUC actualizado
- una copia de la escritura de la constitución de la empresa, una copia del nombramiento del representante legal de la compañía.
- copia a color de la cédula de identidad
- copia del certificado de votación del representante legal de la empresa y la factura original de la compra de extintores de incendios. Estos extintores deberán ser recargados anualmente y la factura es indispensable para renovar el permiso.

5.1.3.-Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.

Por tratarse de un negocio dedicado a la venta de alimentos preparados, hay que tramitar el permiso de la Dirección de Salud, para lo que es necesario presentar

- Una carta de solicitud dirigida al Director Provincial de Salud con todos los datos de la empresa.
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de papeleta de votación
- Documentos que acrediten a la personería jurídica
- Croquis del establecimiento.
- Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos actualizado.



CAPITULO VI

6.- RECURSOS A APLICAR EN EL PROYECTO

6.1.- Inversión de activos Fijos.

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Final
8	Mesas	30	240
32	Sillas	12	384
40	Individuales Plásticos	1,2	48
3	sillones	30	90
1	mesa pequeña	35	35
1	Televisor Plasma	600	600
1	Soporte de televisor	30	30
1	Instalación general	12000	12000
4	Lámparas	35	140
4	Focos	2	8
5	Lámparas en forma de tasa	35	175
5	Asientos de bar	30	150
1	Caja registradora	250	250
1	Silla para cajero	25	25
3	Acondicionadores de aire	250	750
1	Tostadora Grande	130	130
1	Licuadora	40	40
1	Cocina de 4 ornillas	400	400
1	Máquina de capuchino	2500	2500
1	Microonda	300	300
1	Utensilios de cocina	500	500
2	Lavamanos	90	180
2	inodoros	85	170
	TOTAL		19.145,00

Tabla 3.- Inversión de Activos Fijos

Según la tabla obtenida los \$19.145,00 reflejan el valor que necesito para la obtención de mis activos fijos. En mi inversión de activos fijos no se encuentra considerado un congelador debido a que éste ya era propiedad del hotel y fue reubicado a la cafetería.

6.2.- Capital de trabajo

La cafetería tiene como meta recibir un número de 60 personas al día cantidad en la que se considera que el local atenderá desde las 6:30 H00 am hasta las 23H00 pm.

La cafetería en la jornada de la mañana ofrece los siguientes servicios:

Desayuno Continental: este desayuno consta de café con leche o chocolate,, jugo, pan, mantequilla y mermelada. Se considera que será consumido por un 28.67% de los clientes es decir 17 personas en las que se incluye los desayunos de los que se hospedan en el hotel y las personas de los alrededores.

Desayuno Americano: este desayuno consta de café con leche o chocolate, pan, mantequilla, mermelada, huevos y jamón. Se considera que lo consumirá un 14.67% de nuestros clientes, es decir un aproximado de 8 personas.

Desayuno Sostenido: este desayuno consta de bolón de queso, café tinto o con leche y un vaso de jugo. Aproximadamente lo consumirá un 17.67% de los clientes es decir 11 personas.

La cafetería en la jornada de la tarde ofrece los siguientes servicios:

Aperitivos de Sal: Aquí constan lo que son sándwiches, tortillas, patacones, papas, etc. Los aperitivos de sal serán consumidos por un 24.33% de las personas es decir 15 clientes.

Aperitivos de dulce: Éstos constan de dulces de tres leches, pies, tiramisú, torta de chocolate o frutas. Serán aproximadamente consumidos por un 14.66% de los clientes es decir alrededor de 9 personas.

Es necesario mencionar que a pesar de que se tiene preferencia para la venta de los productos tanto de la mañana como los de la jornada de la tarde, en caso de que los clientes necesiten obtener ciertos productos en jornadas distintas no habrá

ningún conveniente, debido a que nuestro principal objetivo es mantener a la clientela contentos con el servicio que la cafetería presta.

6.2.1.- Costos de los insumos para la elaboración de los productos.

Para la obtención de los precios de los bienes finales se iniciará con una tabla de la materia prima a utilizar, como consideramos que estamos refiriéndonos a alimentos, las compras de nuestros insumos se realizará cada quince días dado que son bienes perecibles. Se hará la compra de los insumos para una cantidad de 60 personas.

Es necesario recalcar que hay bienes finales que la cafetería no se encargará de prepararlos sino de adquirirlos a otros proveedores como es el caso

de los aperitivos de dulce. A continuación tenemos la siguiente tabla:

Producto	Cantidad mensual (porciones)	Precio de Compra	Total de la Compra mensual
Dulce de tres leches	38,00	0,70	26,60
Pie de Piña	38,00	0,50	19,00
Pie de manzana	38,00	0,50	19,00
Pie de limón	38,00	0,50	19,00
Tiramisú	38,00	0,70	26,60
Torta de chocolate	38,00	0,45	17,10
Torta de frutas	38,00	0,50	19,00
Agua	450,00	0,20	90,00
Gaseosa	300,00	0,35	105,00
Jugo Deli	100,00	0,20	20,00
Limonadas	30,00	0,20	6,00
Cerveza pilsener	25,00	0,80	20,00
Cerveza pilsener light	25,00	1,00	25,00
Cerveza club Verde	25,00	1,25	31,25
Total	1.221,00	7,85	443,55

Tabla4.- Cuadro de compras a Proveedores

Es necesario recalcar que hay bienes finales que la cafetería no se encargará de prepararlos sino de adquirirlos a otros proveedores como es el caso de los aperitivos de dulce. A continuación tenemos la siguiente tabla

Tabla de Insumos para la elaboración de los productos

Insumos	Medida	Cantidad	Cantidad	P.Unitario	P. Total
Leche	litro	4	120	0,7	84,00
Chocolate	paquete		4	1,2	4,80
Naranjas	unidades	50	1500	0,12	180,00
Pan	paquetes 20	2	60	1,1	66,00
Mantequilla	libra		4	2	8,00
Mermelada	paquete		4	1	4,00
Huevos	unidades	10	300	0,06	18,00
Jamón	kilo		5	2,3	11,50
Queso	Kilo		5	1,8	9,00
Verde	unidades	15	900	0,08	72,00
Caja de té mer	15 sobres		10	0,6	6,00
Caja de té Ani	15 sobres		10	0,6	6,00
Caja de té maz	15 sobres		10	0,6	6,00
Vasos	paq. 25 vasos		5	0,3	1,50
Platos	paq. 25		5	0,5	2,50
Cucharas	paq. 25		5	0,35	1,75
Cuchillos	paq. 25		5	0,3	1,50
Tenedores	paq. 25		5	0,3	1,50
Agua	galón		7	1,3	9,10
Bandejitas	paq 25		3	3	9,00
Café Nescafe	unidades		4	1,7	6,80
Café para capu	kilos		8	42	336,00
Sal	gramos 500		3	1	3,00
Pimienta	frasco		4	1,5	6,00
Tocino	Kilo		5	2	10,00
Aceite	litro		4	2,3	9,20
Lechuga	fdas		10	0,5	5,00
Tomate	4 tomates		10	0,5	5,00
Mayonesa	frasco		2	4,5	9,00
varios para sa	libras		10	0,3	3,00
Papas	quintal		1	12	12,00
Servilletas	paquetes		5	0,7	3,50
azucar more	Kilo		3	1,2	3,60
splenda	sobres		1800	0,06	108,00
azucar	libra		3	0,35	1,05
				Total	1023,30

Tabla5.- Cuadro de materia Prima

Dada la tabla de costo de los insumos podemos darnos cuenta que se va a necesitar \$ 1,466,85 mensuales para satisfacer la demanda de nuestros clientes.

6.2.2.- Determinación de PVP de los Productos.

De acuerdo a los valores de la tabla, se estima que los desayunos tendrán los siguientes precios para los respectivos desayunos y aperitivos de sal:

1.-Detalle de Menu con precios de Venta de la materia prima						
Menú	Precio de Costo	Cantidades de venta al mes	Total	Precio de venta	Cant. Al mes	Total
Desayuno Continental	0,64	510	326,40	1,7	510	867
Desayuno Americano	1,03	240	247,68	2	240	480
Desayuno Sostenido	0,65	330	214,50	2	330	660
Sandwiches de queso	0,32	64	20,48	1	64	64
Sandwiches de jamón	0,55	64	35,39	1,2	64	76,8
Sandwiches mixtos	0,39	64	24,64	1,7	64	108,8
Sandwiches cubanos	0,57	64	36,38	1,8	64	115,2
Tortilla de verde	0,45	64	28,80	0,9	64	57,6
Patacones	0,26	66	17,42	0,8	66	52,8
Porción de papas	0,26	68	17,95	0,8	68	54,4
Café	0,04	169	7,10	0,6	169	101,4
Capuchino	0,12	169	20,96	1,2	169	202,8
Te	0,05	169	7,86	0,6	169	101,4
Leche	0,06	169	10,14	0,7	169	118,3
Jugo de Naranja	0,05	169	7,61	0,7	169	118,3
Total	5,44	2.379,00	1.023,31	17,70	2.379,00	3.178,80

Tabla5.- Cuadro de PVP de los desayunos.

Producto	Cantidad mensual (porciones)	Precio de Compra	Total de la Compra mensual	Precio de Venta	Total de PVP Mensual
Dulce de tres leches	38,00	0,70	26,60	1,30	49,40
Pie de Piña	38,00	0,50	19,00	1,00	38,00
Pie de manzana	38,00	0,50	19,00	1,00	38,00
Pie de limón	38,00	0,50	19,00	1,00	38,00
Tiramisú	38,00	0,70	26,60	1,40	53,20
Torta de chocolate	38,00	0,45	17,10	1,25	47,50
Torta de frutas	38,00	0,50	19,00	0,75	28,50
Agua	450,00	0,20	90,00	0,50	225,00
Gaseosa	300,00	0,35	105,00	0,75	225,00
Jugo Deli	100,00	0,20	20,00	0,50	50,00
Limonadas	30,00	0,20	6,00	0,50	15,00
Cerveza pilsener	25,00	0,80	20,00	1,00	25,00
Cerveza pilsener light	25,00	1,00	25,00	1,20	30,00
Cerveza club Verde	25,00	1,25	31,25	1,50	37,50
Total	1.221,00	7,85	443,55	13,65	900,10

Tabla 6.- PVP de Productos

6.2.3.- Financiamiento

INVERSION			
Inversión		Financiamiento	
Inversión Fija	19.145,00	Dueño	\$ 13.611,85
Capital de Trabajo	\$ 1.466,85	Préstamos	\$ 7.000,00
Total	\$ 20.611,85		\$ 20.611,85

Tabla 7.- Inversión

De acuerdo al detalle se necesitará con un capital de trabajo de US\$ 20,611,85 de los cuales para iniciar la compañía cuenta para este proyecto con un Capital de US\$ 13,611.85.

El valor de US\$ 7000,00 se realiza un préstamo al Banco del Pacifico de acuerdo a la siguiente tabla.

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Capital	7.000,00
Tasa de Interés	11,10%
Plazo en meses	36
Frecuencia en el año	12

Fecha de inicio de la tabla	Mes	Día	Año
	3	10	2010
Periodo de gracia en meses	0		

TABLA 2-1

Número pagos	FECHA	Pago de Capital	Pago de Interés	DIVIDENDO	CAPITAL Pendiente
1	09-abr-10	164,75	64,75	229,50	6.835,25
2	09-may-10	166,28	63,23	229,50	6.668,97
3	08-jun-10	167,81	61,69	229,50	6.501,16
4	08-jul-10	169,37	60,14	229,50	6.331,79
5	07-ago-10	170,93	58,57	229,50	6.160,86
6	06-sep-10	172,51	56,99	229,50	5.988,34
7	06-oct-10	174,11	55,39	229,50	5.814,23
8	05-nov-10	175,72	53,78	229,50	5.638,51
9	05-dic-10	177,35	52,16	229,50	5.461,16
10	04-ene-11	178,99	50,52	229,50	5.282,18
11	03-feb-11	180,64	48,86	229,50	5.101,53
12	05-mar-11	182,31	47,19	229,50	4.919,22
13	04-abr-11	184,00	45,50	229,50	4.735,22
14	04-may-11	185,70	43,80	229,50	4.549,52
15	03-jun-11	187,42	42,08	229,50	4.362,10
16	03-jul-11	189,15	40,35	229,50	4.172,95
17	02-ago-11	190,90	38,60	229,50	3.982,04
18	01-sep-11	192,67	36,83	229,50	3.789,37
19	01-oct-11	194,45	35,05	229,50	3.594,92
20	31-oct-11	196,25	33,25	229,50	3.398,67
21	30-nov-11	198,06	31,44	229,50	3.200,61
22	30-dic-11	199,90	29,61	229,50	3.000,71
23	29-ene-12	201,75	27,76	229,50	2.798,96
24	28-feb-12	203,61	25,89	229,50	2.595,35
25	29-mar-12	205,50	24,01	229,50	2.389,86
26	28-abr-12	207,40	22,11	229,50	2.182,46
27	28-may-12	209,31	20,19	229,50	1.973,15
28	27-jun-12	211,25	18,25	229,50	1.761,89
29	27-jul-12	213,21	16,30	229,50	1.548,69
30	26-ago-12	215,18	14,33	229,50	1.333,51
31	25-sep-12	217,17	12,33	229,50	1.116,34
32	25-oct-12	219,18	10,33	229,50	897,17
33	24-nov-12	221,20	8,30	229,50	675,96
34	24-dic-12	223,25	6,25	229,50	452,71
35	23-ene-13	225,32	4,19	229,50	227,40
36	22-feb-13	227,40	2,10	229,50	0,00
TOTAL		7.000,00	1.262,10		

Tabla 8.- Amortización de Préstamo

6.3.- Gastos del Proyecto En este punto se determina todos los gastos que se realizarán en el área de la cafetería

6.3.1.- Gastos Administrativos

Gastos Administrativos Fijos			
Cantidad	Descripción	Costo Mensua	Valor Anual
2	Sueldo saloner	618,32	5.564,88
2	Sueldo Cocinero	714,71	6.432,36
	Servicios Básicos(agua,luz,teléfono)	100,00	900,00
	Suministros de limpieza y otros	150,00	1.350,00
	Total	1.583,03	14.247,24

Tabla 9.- Gastos Administrativos Fijos.

Los sueldos y salarios serán considerados a partir del 1 de abril que se procede a contratar al personal, el resto de gastos como se empieza el 1 de febrero a realizar trabajos generaran gastos en formas proporcionales.

Dentro de los gastos varios se considera los consumos de agua, luz y teléfono, otros gastos que se pueden dar en la ejecución del servicio, Suministros de oficina donde se considera un gasto de US\$ 90 promedio pasando un mes, para la limpieza de la cafetería se destina un valor de US\$ 50. Adicional el personal de la cafetería se los dotará de uniformes con la finalidad de brindar una buena imagen y atención.

Gastos Varios	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Gastos Basicos:Agua , luz y telefono	25,00	25,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Servicio Varios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suministro de Oficina	0	110	0	90	0	90	0	90	0	90	0
Suministro de limpieza	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Uniformes		200									
	25,00	385,00	100,00	190,00	100,00	190,00	100,00	190,00	100,00	190,00	100,00

Tabla 10.- Detalle de Gastos Varios

6.3.2.- GASTOS DE VENTAS Y PROMOCION

Gastos de Publicidad

Descripcion	Costo Mensual	Costo Anual
Gasto de Publicidad (marzo y octubre)	310,00	310,00
Gasto de Evento y Banquete	400,00	400,00
Total	710,00	710,00

Tabla 10.- Gastos de Ventas y Promoción

Como gastos de publicidad se considera US\$ 310 para las volantes como mencionamos en el plan de Marketing que serán repartidos antes de la inauguración de la cafetería.

Al inaugurar la cafetería se realizará una invitación algunas personas del cantón entre amigos y miembros del club de leones para dar a conocer las instalaciones.

6.3.3 .- Depreciación

La depreciación que se realiza es de los muebles de oficina, equipos y el costo de la instalación de la cafetería, la depreciación que se aplica es lineal de acuerdo al siguiente cuadro.

Años	% Amortización	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Saldo por Depreciación
1	0,2	2.400,00	2.400,00	9.600,00
2	0,2	2.400,00	4.800,00	7.200,00
3	0,2	2.400,00	7.200,00	4.800,00
4	0,2	2.400,00	9.600,00	2.400,00
5	0,2	2.400,00	12.000,00	-

Tabla 13.- Depreciación de Instalación

Años	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Saldo por Depreciación
1	0,2	1.000,00	1.000,00	4.000,00
2	0,2	1.000,00	2.000,00	3.000,00
3	0,2	1.000,00	3.000,00	2.000,00
4	0,2	1.000,00	4.000,00	1.000,00
5	0,2	1.000,00	5.000,00	-

Tabla14.- Depreciación de Equipos

Años	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Saldo por Depreciación
1	0,2	429,00	429,00	1.716,00
2	0,2	429,00	858,00	1.287,00
3	0,2	429,00	1.287,00	858,00
4	0,2	429,00	1.716,00	429,00
5	0,2	429,00	2.145,00	-

Tabla15.- Depreciación de Muebles

6.4.-PUNTO DE EQUILIBRIO

El siguiente cuadro muestra un detalle de los posibles consumos por desayuno para determinar el punto de equilibrio.

DATOS PARA CALCULO DE PUNTO DE EQUILIBRIO

Menú	Cantidades de venta al mes	Precio de venta	Ingreso Total	% de ventas	Costo Variable	Costo variable medio (CVM)	CVM/PRECIO	(% VENTAS) (CVM/P)
Desayuno Continental	510	1,70	867	21,26%	326,40	0,64	0,38	0,08
Desayuno Americano	240	2,00	480	11,77%	247,68	1,032	0,52	0,06
Desayuno Sostenido	330	2,00	660	16,18%	214,50	0,65	0,33	0,05
Sandwiches de queso	64	1,00	64	1,57%	20,48	0,32	0,32	0,01
Sandwiches de jamón	64	1,20	76,8	1,88%	35,39	0,553	0,46	0,01
Sandwiches mixtos	64	1,70	108,8	2,67%	24,64	0,385	0,23	0,01
Sandwiches cubanos	64	1,80	115,2	2,82%	36,38	0,5685	0,32	0,01
Tortilla de verde	64	0,90	57,6	1,41%	28,80	0,45	0,50	0,01
Patacones	66	0,80	52,8	1,29%	17,42	0,264	0,33	0,00
Porción de papas	68	0,80	54,4	1,33%	17,95	0,264	0,33	0,00
Café	169	0,60	101,4	2,49%	7,10	0,042	0,07	0,00
Capuchino	169	1,20	202,8	4,97%	20,96	0,124	0,10	0,01
Te	169	0,60	101,4	2,49%	7,86	0,0465	0,08	0,00
Leche	169	0,70	118,3	2,90%	10,14	0,06	0,09	0,00
Jugo de Naranja	169	0,70	118,3	2,90%	7,61	0,045	0,06	0,00
Dulce de tres leches	38,00	1,30	49,40	1,21%	26,60	0,7	0,54	0,01
Pie de Piña	38,00	1,00	38,00	0,93%	19,00	0,5	0,50	0,00
Pie de manzana	38,00	1,00	38,00	0,93%	19,00	0,5	0,50	0,00
Pie de limón	38,00	1,00	38,00	0,93%	19,00	0,5	0,50	0,00
Tiramisú	38,00	1,40	53,20	1,30%	26,60	0,7	0,50	0,01
Torta de chocolate	38,00	1,25	47,50	1,16%	17,10	0,45	0,36	0,00
Torta de frutas	38,00	0,75	28,50	0,70%	19,00	0,5	0,67	0,00
Agua	450,00	0,50	225,00	5,52%	90,00	0,2	0,40	0,02
Gaseosa	300,00	0,75	225,00	5,52%	105,00	0,35	0,47	0,03
Jugo Deli	100,00	0,50	50,00	1,23%	20,00	0,2	0,40	0,00
Limonadas	30,00	0,50	15,00	0,37%	6,00	0,2	0,40	0,00
Cerveza pilsener	25,00	1,00	25,00	0,61%	20,00	0,8	0,80	0,00
Cerveza pilsener light	25,00	1,20	30,00	0,74%	25,00	1	0,83	0,01
Cerveza club Verde	25,00	1,50	37,50	0,92%	31,25	1,25	0,83	0,01
Total	3.600,00	31,35	4.078,90	1,00	1.466,86	13,29	11,80	0,36

Punto de equilibrio

%CFM= 1- 0,36

%CFM= 0,64

Ventas mínimas= Costo fijo / % Costo fijo medio

Ventas mínimas= 1583,03/ 0,46 2.472,02

Ventas mínimas= 2.472,02

Ganancia Mensual: 4.078,90

Ventas mínimas men 2.472,02

Cantidad mínima a vender de los producto =

(ventas mínimas mensuales * cantidad a vender mensual) / ingreso mensual

Cantidad minima a vender de los producto = 2.181,78

Producto	ventas mínimas mensuales	cantidad a vender	Ingreso mensual	Cantidad deProd. A vender
Desayuno Continental	2.181,78	510	4.078,90	272,80
Desayuno Americano	2.181,78	240	4.078,90	128,37
Desayuno Sostenido	2.181,78	330	4.078,90	176,52
Sandwiches de queso	2.181,78	64	4.078,90	34,23
Sandwiches de jamón	2.181,78	64	4.078,90	34,23
Sandwiches mixtos	2.181,78	64	4.078,90	34,23
Sandwiches cubanos	2.181,78	64	4.078,90	34,23
Tortilla de verde	2.181,78	64	4.078,90	34,23
Patacones	2.181,78	66	4.078,90	35,30
Porción de papas	2.181,78	68	4.078,90	36,37
Leche	2.181,78	169	4.078,90	90,40
Jugo de Naranja	2.181,78	169	4.078,90	90,40
Dulce de tres leches	2.181,78	169	4.078,90	90,40
Pie de Piña	2.181,78	169	4.078,90	90,40
Pie de manzana	2.181,78	169	4.078,90	90,40
Dulce de tres leches	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Pie de Piña	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Pie de manzana	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Pie de limón	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Tiramisú	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Torta de chocolate	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Torta de frutas	2.181,78	38	4.078,90	20,33
Agua	2.181,78	450	4.078,90	240,70
Gaseosa	2.181,78	300	4.078,90	160,47
Jugo Deli	2.181,78	100	4.078,90	53,49
Limonadas	2.181,78	30	4.078,90	16,05
Cerveza pilsener	2.181,78	25	4.078,90	13,37
Cerveza pilsener light	2.181,78	25	4.078,90	13,37
Cerveza club Verde	2.181,78	25	4.078,90	13,37

Total 1925,62

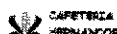
6.5.- Estados Financieros.

6.5.1. Estado de Situación Inicial.

Se Considera que la compañía empieza con un capital de US\$ 13,611.85 COMO Capital en Banco de los cuales se adquiere en el mes de febrero el inventario, y se cancela el 50% de la obra, así como de los activos fijos con un plazo de dos meses la diferencia.

La diferencia de la obra se la cancela al momento de la entrega.

Adjunto el Estado de Situación Inicial al 1 de Febrero donde se realiza las transacciones del Capital.



CAFETERIA HERNANCOR
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 1 DE FEBRERO 2010

<u>Activo</u>		<u>Pasivo</u>	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Bancos	13.611,85	Cuentas por pagar	-
		Documento por pagar	-
Total de Corriente	<u>13.611,85</u>	Total de pasivo Corriente	<u>-</u>
		<u>Pasivo No corriente</u>	
		Cuentas por pagar	0
		Documento por pagar a l/P	0
			<u>0</u>
		<u>Patrimonio</u>	
		Capital	<u>13.611,85</u>
		Total de Patrimonio	<u>13.611,85</u>
Total de ACTIVOS	<u>13.611,85</u>	Total de Pasivo + Patrimonio	<u>13.611,85</u>



CAFETERIA HERNANCOR
BALANCE GENERAL

DEL 1 DE FEBRERO AL 28 DE FEBRERO 2010

<u>Activo</u>		<u>Pasivo</u>	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Bancos	4.014,35	Cuentas por pagar	9.572,50
		Documento por pagar	
Total de Corriente	4.014,35	Total de pasivo Corriente	9.572,50
Activo Fijo		Pasivo No corriente	
Muebles y Enceres	2.145,00	Cuentas por pagar	0
(-) Depreciación Acumulada Muebles Enceres	35,75	Documento por pagar a l/P	0
Equipos de Oficina	5.000,00		0
(-) Depreciación Acumulada E. Oficina	83,33		
Gastos de Capacitación <i>Capacitación</i>	12.000,00	Patrimonio	
(-) Depreciación de Gastos de Constitución	200,00	Capital	13.611,85
Total de Activos Fijos	18.825,92	Perdida del Ejercicio	(344,08)
		Total de Patrimonio	13.267,77
Total de Activos	22.840,27	Total de Pasivo + Patrimonio	22.840,27

Tabla 19.- Balance General
1-28 de Febrero

GRAND HOTEL HERNANCOR -CAFETERIA
ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA
 Al 28 de febrero del 2010

Ingresos	
Ingresos por Ventas	-
Costos	
Costo de Ventas	-
Utilidad Bruta	<u><u>-</u></u>
Gastos	
Gastos Administrativos	
Sueldos y Salarios	-
Beneficios Sociales	-
Consumos Basicos	25,00
Suministros de limpieza	-
Utiles de oficina	-
Uniformes	-
Varios	-
Gastos de Capacitacion	-
Tramites Legales	-
Total de Gastos Administrativos	<u><u>25,00</u></u>
Drepreciaciones de Activos	
Depreciacion de Equipo de Oficina	83,33
Depreciacion de Muebles de Oficina	35,75
Depreciacion de gastos de Instalación	200,00
Total de Depreciaciones	<u><u>319,08</u></u>
Gastos de Publicidad	-
Gastos de Ventas	-
Total de Gastos	<u><u>-</u></u>
Total de Gastos	344,08
Utilidad Antes del Participacion	(344,08)
(-) 15 % participación de trabajadores	-
Utilidad Antes de Impuestos	(344,08)
(-)25% Impuesto a la Renta	-
Reserva Legal	-
Utilidad Neta	<u><u>(344,08)</u></u>

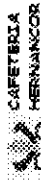
Tabla 20.- Estado de Perdida y Ganacia

Al 28 de febrero

6.5.3.- Flujo de Caja

Para el Flujo de Caja se considera los siguientes puntos:

- La obra es terminada en el mes de Marzo, la operación empieza en el mes de abril, pero como anteriormente se tendría desembolsos se realiza el flujo desde el mes de febrero.
- En el mes de Marzo es otorgado el préstamo de lo cual se empieza a pagar desde el mes de abril la primera cuota, el préstamo será cancelado en un plazo de 36 meses.
- Los pagos de sueldos se empezaran realizar a partir del mes de abril respectivamente.
- Dentro del Flujo proyectado se considera un 5% para ciertos rubros que pueden tener tendencia de incrementar.
- En el Cálculo de la nomina al mínimo sectorial se considera el porcentaje del 2% y UN 7% de acuerdo al cargo.
- Se cancelan los beneficios sociales de acuerdo a lo que determina la ley, en las fechas correspondientes.
- No se considera política de pago puesto que todo se cancelará al contado y de la misma manera se realizará la cobranza. Se creará posteriormente estrategias para que los proveedores nos otorguen plazo en las compras y así tener un buen manejo de flujo.



**GRAND HOTEL HERNANCOR - CAFETERIA
FLUJO DE CAJA**

DEL 1 DE Febrero -31 de Diciembre del 2010

	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	
Saldo Inicial	13.611,85	4.014,36	834,25	(12,21)	903,97	2.020,16	3.046,36	4.182,54	5.188,72	6.304,91	7.331,10	13.611,85	
Ingresos													
Ingresos por Venta			4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	36.710,10	
Otros Ingresos													
Prestamos													
Total de Ingresos			4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	4.078,90	36.710,10	
Gastos													
Sueldos y Salarios			942,76	942,76	942,76	942,76	942,76	942,76	942,76	942,76	942,76	9.254,84	
less			223,60	223,60	223,60	223,60	223,60	223,60	223,60	223,60	223,60	1.788,80	
Consumos Basicos		25,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	500,00	
Suministros de limpieza		50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	500,00	
Utileria de oficina			110,00	90,00								200,00	
Uniformes			200,00									200,00	
Gasto de Instalación			6.000,00									12.000,00	
Compras de Activos			1.786,25									1.786,25	
Prestamos			164,75	166,28	167,81	169,37	170,93	172,51	174,11	175,72	177,35	1.538,84	
Intereses			64,75	63,23	61,69	60,14	58,57	56,99	55,39	53,78	52,16	526,89	
Gastos de Capacitación				110,00								110,00	
Gastos de Eventos y Banquetes			400,00									400,00	
Gastos de Publicidad			310,00									310,00	
Compras			1.466,85	1.466,85	1.466,85	1.466,85	1.466,85	1.466,85	1.466,85	1.466,85	1.466,85	14.668,50	
Impuestos			232,00									232,00	
Total de Gastos			10.186,10	10.186,10	10.186,10	10.186,10	10.186,10	10.186,10	10.186,10	10.186,10	10.186,10	101.861,00	
Salidos Disponibles			4.014,35	834,25	-12,21	903,97	2.020,16	3.046,35	4.182,54	5.188,72	6.304,91	7.331,10	7.667,29

(0,00)

Tabla 21.- Flujo Mensual 2010



GRAND HOTEL HERNANCOR-CAFETERIA FLUJO DE CAJA PROYECTADO 5 AÑOS

	1	2	3	4	5
	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Saldo Inicial	13.611,85	7.667,29	15.896,43	23.769,05	34.658,27
Ingresos					
Ingresos por Venta	36.710,10	51.394,14	53.963,85	56.662,04	59.495,14
Otros Ingresos	-	-	-	-	-
Prestamos	7.000,00	-	-	-	-
Total de Ingresos	57.321,95	59.061,45	69.860,28	80.431,09	94.153,91
Gastos					
Sueldos y Salarios	9.264,84	12.752,22	13.245,78	13.712,24	13.986,48
Beneficios Sociales	1.788,80	5.322,29	5.091,35	5.253,92	5.359,00
Consumos Basicos	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
Suministros de limpieza	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Utiles de oficina	470,00	470,00	470,00	470,00	470,00
Uniformes	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gastos de Instalación	12.000,00	-	-	-	-
Compras de Activos	7.145,00	-	-	-	-
Prestamos	1.538,84	2.460,45	2.548,00	452,71	-
Intereses	526,69	523,08	206,04	6,29	-
Gastos de Capacitacion	110,00	115,50	121,28	127,34	133,71
Gastos de Eventos y Banquetes	400,00	-	-	-	-
Gastos de Publicidad	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
Compras	14.668,50	18.482,31	19.406,43	20.376,75	21.395,58
Impuestos	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Pago de Impuesto a la Renta	-	745,74	1.881,21	2.082,66	2.351,46
Pago de Utilidades	-	526,40	1.327,91	1.470,11	1.659,85
Total de Gastos	49.634,66	43.165,00	46.091,22	45.772,43	47.305,24
Saldos Disponibles	7.687,29	13.896,43	23.769,05	34.658,27	46.947,57

Tabla22.-Flujo Proyectado de cinco años



GRAND HOTEL HERNANCOR -CAFETERIA
BALANCE GENERAL
Del 1 de Febrero - 31 de Diciembre 2010

Activo

Activo Corriente

Bancos	7.667,29
Cuentas por Cobrar	-
Materia Prima	-
Total de Corriente	7.667,29

Activo Fijo

Muebles y Enceres	2.145,00
(-)Depreciación de Muebles de Enceres	393,25
Equipos de Oficina	5.000,00
(-)Depreciación de Equipos de Oficina	916,67
Gastos de Instalación	12.000,00
(-) Depreciación de Gastos de Instalación	2.200,00
Total de Activos Fijos	15.635,08

Total de Activos 23.302,37

Pasivo

Pasivo Corriente

Cuentas por pagar	
Beneficios Sociales	1.246,40
Obligaciones Tributarias	745,74
Total de pasivo Corriente	1.992,14

Pasivo No corriente

Prestamo por pagar	5.461,16
Total de pasivo no corriente	5.461,16

Total de Pasivo **7.453,30**

Patrimonio

Capital	13.611,85
Reserva Legal	186,43
Utilidad o Perdida del Ejercicio	2050,78

Total de Patrimonio 15.849,06

Total de Pasivo + Patrimonio 23.302,37

**GRAND HOTEL HERNANCOR -CAFETERIA
BALANCE GENERAL PROYECTADO 5 AÑOS**

	2.010,00	2.011,00	2.012,00	2.013,00	2.014,00
	1	2	3	4	5
Activo					
Activo Corriente					
Bancos	7.667,29	15.896,43	23.769,05	34.658,27	46.947,57
Cuentas por Cobrar	-	-			
Materia Prima	-	-			
Total de Corriente	7.667,29	15.896,43	23.769,05	34.658,27	46.947,57
Activo Fijo					
Muebles y Enceres	2.145,00	2.145,00	2.145,00	2.145,00	2.145,00
(-)Depreciación de Muebles de Enceres	393,25	822,25	1.251,25	1.680,25	2.109,25
Equipos de Oficina	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
(-)Depreciación de Equipos de Oficina	916,67	1.916,67	2.916,67	3.916,67	4.916,67
Gastos de Instalación	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
(-) Depreciación de Gastos de Instalación	2.200,00	4.600,00	7.000,00	9.400,00	11.800,00
Total de Activos Fijos	15.635,08	11.806,08	7.977,08	4.148,08	319,08
Total de Activos	23.302,37	27.702,51	31.746,14	38.806,35	47.266,65
Pasivo					
Pasivo Corriente					
Cuentas por pagar	-				
Beneficios Sociales	1.246,40	1.327,91	1.470,11	1.659,85	1.870,74
Obligaciones Tributarias	745,74	1.881,21	2.082,66	2.351,46	2.650,22
Total de pasivo Corriente	1.992,14	3.209,12	3.552,77	4.011,31	4.520,96
Pasivo No corriente					
Prestamo por pagar	5.461,16	3.000,71	452,71		
Total de pasivo no corriente	5.461,16	3.000,71	452,71		
Total de Pasivo	7.453,30	6.209,83	4.005,48	4.011,31	4.520,96
Patrimonio					
Capital	13.611,85	13.611,85	13.611,85	13.611,85	13.611,85
Reserva Legal	186,43	750,80	1.375,59	2.081,03	2.876,10
Utilidad o Perdida del Ejercicio	2.050,78	7.130,04	12.753,21	19.102,15	26.257,74
Total de Patrimonio	15.849,06	21.492,69	27.740,66	34.795,04	42.745,69
Total de Pasivo + Patrimonio	23.302,37	27.702,51	31.746,14	38.806,35	47.266,65

Tabla 24.- Balance General Proyectado

GRAND HOTEL HERNANCOR -CAFETERIA

ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA

PROYECCION 5 AÑOS

	2010	2011	2012	2013	2014
Ingresos					
Ingresos por Ventas	36.710,10	51.394,14	53.963,85	56.662,04	59.495,14
Total de Ingresos	36.710,10	51.394,14	53.963,85	56.662,04	59.495,14
Costos					
Costo de Ventas	14.668,50	18.482,31	19.406,43	20.376,75	21.395,58
Total de Costo de Ventas	14.668,50	18.482,31	19.406,43	20.376,75	21.395,58
Utilidad Bruta	22.041,60	32.911,83	34.557,42	36.285,29	38.099,56
Gastos					
Gastos Administrativos					
Sueldos y Salarios	9.264,84	11.678,62	13.245,78	13.712,24	13.986,48
Beneficios Sociales	2.508,80	5.675,89	5.091,35	5.253,92	5.359,00
Consumos Basicos	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
Suministros de limpieza	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Utiles de oficina	470,00	470,00	470,00	470,00	470,00
Uniformes	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gastos de Capacitacion	110,00	115,50	121,28	127,34	133,71
Impuestos y Contribuciones	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Total de Gastos Administrativos	13.785,64	19.397,01	20.411,65	21.074,31	21.488,94
Depreciacion de Activos Fijos					
Gastos de Instalaciones	2.200,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Depreciacion de Activos Fijos	1.309,92	1.429,00	1.429,00	1.429,00	1.429,00
Interes Bancarios	526,69	523,08	206,04	6,29	
Total de Gastos amortizaciones	4.036,60	4.352,08	4.035,04	3.835,29	3.829,00
Gastos de Publicidad	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00
Gastos de Eventos	400,00				
Total de Gastos	710,00	310,00	310,00	310,00	310,00
Total de Gastos	18.532,24	24.059,09	24.756,68	25.219,60	25.627,94
Utilidad Antes del Participacion	3.509,36	8.852,74	9.800,74	11.065,69	12.471,62
(-) 15 % participación de trabajadores	526,40	1.327,91	1.470,11	1.659,85	1.870,74
Utilidad Antes de Impuestos	2.982,95	7.524,83	8.330,63	9.405,84	10.600,88
(-) 25% Impuesto a la Renta	745,74	1.881,21	2.082,66	2.351,46	2.650,22
Reserva Legal	186,43	564,36	624,80	705,44	795,07
Utilidad Neta	2.050,78	5.079,26	5.623,17	6.348,94	7.155,59

Tabla 25.- Perdidas y Ganancia Proyectado

6.5.4.- Análisis de Indicadores.

Unos de los indicadores aplicables son el VAN el Valor Actual Neto, en el proyecto nos demuestra que el valor es US\$ 5,773,07.

La tasa interna de retorno del proyecto es del 29,46%, la cual se obtiene al traer el valor presente de flujo de caja. De acuerdo a la tasa significa que el proyecto es rentable.

TIR Y VAN	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA		\$ 2.050,78	\$ 5.079,26	\$ 5.623,17	\$ 6.348,94	\$ 7.155,59
+ GASTOS VIRTUALES		\$ 3.509,92	\$ 3.829,00	\$ 3.829,00	\$ 3.829,00	\$ 3.829,00
INVERSION INICIAL	\$ 20.611,85					
ABONO A CAPITAL		\$ 1.538,84	\$ 2.460,45	\$ 2.548,00	\$ 452,71	
FLUJO NOMINAL	\$ 20.611,85	\$ 5.560,70	\$ 8.908,26	\$ 9.452,17	\$ 10.177,94	\$ 10.984,59
	-\$					
	20.611,85	\$ 5.560,70	\$ 8.908,26	\$ 9.452,17	\$ 10.177,94	\$ 10.984,59
	\$ 20.611,85	-\$ 4.680,91	-\$ 6.312,42	5.638,14	-\$ 5.110,53	-\$ 4.642,92

TASA DE DESCUENTO	18,80%
CALCULO DEL VAN	\$ 5.773,07
TIR NOMINAL	29,46%

CONCLUSIONES

Una vez evaluado el proyecto de Implementación de un Cafetería en el cantón de Huaquillas, se puede concluir que es una alternativa viable, de acuerdo a los estudios realizados.

En cuanto a la parte Financiera se estima un VAN de US\$ 5,773.07 y un TIR de 29,46% con un periodo de recuperación aproximadamente de 5 años para la inversión inicial del proyecto.

Anteriormente a lo expuesto podemos concluir que el negocio presenta una normal crecimiento, generando ingresos favorables es rentable, que hacen viable al proyecto.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación de la Cafetería en el Grand Hotel HERNANCOR ubicado en Huaquillas.
- Se sugiere incluir en el plan de negocios, estrategia para aumentar la fidelidad y los ingresos de los niveles de ventas, como aumentar la publicidad y así da a conocer la cafetería en todo el cantón.
- Aprovechar la cafetería como una oportunidad de negocios aperturando otros servicios que brinden la misma calidad que los pueda caracterizar.


BIBLIOGRAFIA

- Administración Una perspectiva global.- (Harold Koontz-Heinz Wehrich 11ª Edición)
 - Ken o Donnel .- El alma en el negocio.- 1992
 - Lundberg Donald .- Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes. Tomo 1,2
 - Lerner Joel .- Introducción a la Administración y Organización de empresas . USA Mc. Graw Hill- 1982.
 - Antonio Blanco.- Aprender a motivar .- Paidós
- * [http/ www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
* [http/ www.bce.gov.ec](http://www.bce.gov.ec)

ANEXOS


ANEXOS 2

MANUAL DE FUNCIONES

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaguillan-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	GERENTE	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADORA	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	ADMINISTRACION		
SUPERVISADO POR:	N/A		
SUPERVISA A:	ADMINISTRADOR	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	1
2. DESCRIPCION			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
Responsable de gerenciar las actividades y servicios del Hotel. Responsable por el movimiento de insumos dentro y fuera de la empresa.			
2.2 RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> . Planificar, supervisar las actividades inherentes al hotel. . Analizar las estrategias para el incremento de ventas. . Supervisar el servicio del hotel que permitan una gestión eficaz del conjunto, siempre enfocado a la satisfacción del cliente. . Asegurar la optimización de los recursos humanos, financieros y de las áreas de servicios. . Coordinar las negociaciones con proveedores, asegurando la calidad de los mismos. . Aprobar los reportes de pagos a proveedores de servicios. . Analizar estrategias que ayuden a mejorar el servicio del Hotel. . Implementar políticas en cuanto al manejo de los recursos humanos como de servicios. . Controlar el movimiento de insumos dentro y fuera de la empresa. . Administrar, controlar y desarrollar procesos para el cuidado del Hotel en las distintas áreas 			

	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	GERENTE	REVISIÓN: 00

o departamentos, para llevar a cabo de la mejor manera posible.
 . Hacer cumplir los objetivos para lograr el buen desempeño de la empresa y tener una alta calidad y servicio.

. Controlar los proveedores del área de Alimentos y Bebidas (La cafetería).

. Controlar los procesos de elaboración del área A & B.

. Controlar el stock de la materia prima del área de A & B.

. Controlar el stock de insumos del área de hospedaje del Hotel.

. Controlar los reportes de las diferentes áreas del Hotel.

. Analizar el presupuesto anual del hotel.

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:


- Administrador

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:

. Ingeniero Hotelero o en carreras administrativas.

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)


 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	GERENTE	REVISIÓN: 00

	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos	X		
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento	X		
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	X		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):
Mínimo dos años en posiciones similares


3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- 30- 45 años

 GRAND HOTEL HERNANCOR <small>Huaquillas-Ecuador</small>	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	ADMINISTRADOR	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADORA	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	ADMINISTRADOR		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Administración		
SUPERVISADO POR:	Gerente		
SUPERVISA A:	Recepción, Camareros, Seguridad, Alimentos y Bedidas.	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	12
2. DESCRIPCION			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
Responsable de administrar y controlar el buen manejo de todas las áreas del hotel.			
2.2 RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> . Elaborar presupuesto anual de las diferentes áreas del hotel. . Implementar nuevas estrategias para el incremento de ventas. . Elaborar y supervisar los procesos del área de recepción. . Elaborar cronograma de actividades del personal de house-keeper (camarero). . Supervisar las actividades de los camareros. . Coordinar las compras del área A & B. . Revisar semanalmente el cronograma alimenticio del área A&B. . Supervisar el área de A & B de la cafetería para que se brinde un servicio de calidad. . Supervisar la seguridad integra del hotel. . Realizar negociaciones con proveedores, asegurando la calidad de los mismos. . Elaborar estrategias de servicio para eventos en la cafetería. 			

	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	ADMINISTRADOR	REVISIÓN: 00


- . Supervisar las actividades del área administrativas.
- . Realizar trámites de permiso para el funcionamiento del Hotel.
- . Analizar los Estados Financieros del Hotel y elaborar plan estratégico para mejoras.
- . Revisar y elaborar plan de pagos a los proveedores de servicios.
- . Analizar estrategias que ayuden a mejorar el servicio del Hotel.
- . Supervisar el movimiento de insumos.
- . Controlar y supervisar los insumos de las diferentes áreas del hotel.
- . Revisar la nomina del personal y los beneficios.

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:
Gerente General

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:
. Estudios Superiores en carreras administrativas o a nivel Hotelero.

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)


 GRAND HOTEL HERNANCOR <small>Huaquillas-Ecuador</small>	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	ADMINISTRADOR	REVISIÓN: 00

	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos	X		
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento	X		
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	X		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):
Mínimo dos años en posiciones similares


3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- 24- 45 años

	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	RECEPCIONISTA	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADOR	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	RECEPCIONISTA		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Administración		
SUPERVISADO POR:	Administrador		
SUPERVISA A:	N/A	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	N/A
2. DESCRIPCION			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
Responsable de las funciones administrativas y comerciales del Hotel.			
2.2 RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> . Receptar las llamadas telefónicas. . Gestionar las reservas, formalizando las entradas y salidas de los huéspedes. . Elaborar un reporte diario de los ingresos y salidas del Hotel. . Elaborar las facturas por servicios consumidos (hospedaje, cafetería, llamadas telefónicas) . Realizar las gestiones de cobranzas de los servicios de hospedaje. . Atender las necesidades de los clientes durante su estancia. . Brindar información a los huéspedes. . Atender y dar seguimiento a los problemas que se presente durante la estancia de los huéspedes. . Apoyar a los diferentes eventos del hotel. . Apoyar a las gestiones de cobranzas del área de A & B. . Atender la seguridad de los clientes, la de sus pertenencias y de las instalaciones del establecimiento, controlando y vigilando los accesos, las entradas y salidas de personas. 			

 GRAND HOTEL HERNANCOR <small>Huaguiñas-Ecuador</small>	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	RECEPCIONISTA	REVISIÓN: 00


- . Atender y controlar los servicios de correspondencia, mensajería.
- . Elaborar reporte mensual de la facturación realizada durante el mes.
- . Elaborar reporte mensual las cobranzas
- . Controlar la limpieza realizada por los camareros.
- . Controlar el ingreso del personal de seguridad.
- . Elaborar las requisiciones de los suministros en relación a la recepción.
- . Llevar el control de las llaves de las habitaciones.

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:
Administrador.

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:
. Estudios Superiores en carreras administrativas o a nivel Hotelero.

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)


 GRAND HOTEL HERNANCOR <small>Huaquillas-Ecuador</small>	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	RECEPCIONISTA	REVISIÓN: 00

	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos		x	
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento	x		
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	x		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):
Mínimo un años en posiciones similares


3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- 20- 35 años

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	Camarero	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADOR	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	CAMARERO		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Administración		
SUPERVISADO POR:	Administrador		
SUPERVISA A:	N/A	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	N/A
2. DESCRIPCION			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
Responsable del aseo en general del Hotel.			
<ul style="list-style-type: none"> . Realizar la limpieza del hotel, habitaciones, pasillos, oficinas, áreas comunes, cafetería. . Llevar el control de los insumos de limpieza. . Elaborar requisiciones de compra de los materiales de limpieza. . Elaborar un reporte de habitaciones en mal estado. . Brindar apoyo a los huéspedes a su instalación. . Elaborar un reporte diario de las habitaciones que se realizan la limpieza. . Brindar apoyo en eventos realizados en el Hotel. . Llevar el control del inventario que se encuentra en cada habitación. . Otras funciones que se les asignen. 			

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	CAMARERO	REVISIÓN: 00

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:

N/A

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:

Mínimo Bachiller.

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)


	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos			X
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento		X	
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	X		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):

No es necesario


3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- 18- 35 años

 GRAND HOTEL HERNANCOR <small>Huaquillas-Ecuador</small>	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	Seguridad	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADOR	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	Seguridad		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Administración		
SUPERVISADO POR:	Administrador		
SUPERVISA A:	N/A	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	N/A
2. DESCRIPCIÓN			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
. Responsable de resguardar la seguridad del Hotel y de los clientes externos e internos.			
. Vigilar las actividades desarrolladas en el hotel, con el fin de detectar posibles infiltraciones de elementos indeseables que den lugar a molestar a inseguridad en el huésped por otra parte se busca determinar los posibles riesgos de accidentes incendios y contaminación del ambiente del hotel.			
. Llevar el registro de ingresos y salidas del personal.			

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	SEGURIDAD	REVISIÓN: 00

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:

N/A

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:

Mínimo Bachiller.

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)


	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos			X
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento		X	
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	X		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):

No es necesario


3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- 20- 45 años

 GRAND HOTEL HERNANCOR <small>Huaguilillas-Ecuador</small>	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	Salonero	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADOR	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	Salonero		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Alimentos & Bebidas		
SUPERVISADO POR:	Administrador		
SUPERVISA A:	N/A	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	N/A
2. DESCRIPCION			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
<ul style="list-style-type: none"> . Atender de una manera rápida y cordial a todos los clientes. . Receptar los pedidos de los clientes de la cafetería. . Atender a los huéspedes del Hotel. . Mantener la limpieza dentro de la cafetería. . Brindar apoyo en el área de la cocina. . Realizar las facturas de cada cliente. . Receptar los pagos de los clientes. 			

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	SALONERO	REVISIÓN: 00

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:

N/A

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:

Mínimo Bachiller.

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)


	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos			X
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento		X	
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	X		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):

No es necesario.-


3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- 20- 45 años

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-11-2009
	COCINERO	REVISIÓN: 00

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
CONSULTORA	ADMINISTRADORA	GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACION			
NOMBRE DEL CARGO:	Cocinero		
AREA O DPTO. FUNCIONAL:	Alimentos & Bebidas		
SUPERVISADO POR:	Administrador		
SUPERVISA A:	Mesero	# DE PERSONAS A LAS QUE SUPERVISA:	2
2. DESCRIPCION			
2.1 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CARGO / MISION:			
Responsable del buen servicio del área de A&B			
2.2 RESPONSABILIDADES:			
<ul style="list-style-type: none"> . Controlar las existencias del inventario de la cafetería. . Actualizar las fichas de control. . Elaborar el listado de las compras para abastecer la cafetería. . Supervisar y controlar el servicio del salonero. . Programar el menú diario del hotel. . Controlar la limpieza del área de trabajo antes y después del servicio. . Mantener comunicación permanente con la recepción del Hotel para confirmar el número de huéspedes diarios. . Preparar los menús de acuerdo a los lineamientos de calidad y normas de sanidad. 			

 GRAND HOTEL HERNANCOR Huaquillas-Ecuador	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	FECHA: 1-Noviembre-2009
	COCINERO	REVISIÓN: 00

2.3 SUSTITUCIÓN GENERAL:

N/A

3. PERFIL DEL CARGO

3.1 NIVEL DE EDUCACIÓN REQUERIDA PARA EL CARGO:

Estudiante Universitario o mínimo Bachiller y que tenga conocimientos de Cocina y de normas de calidad

3.2 HABILIDADES REQUERIDAS EN EL CARGO (Marcar con una X si aplica)

	Alta	Media	Baja
Liderazgo: Capacidad de conducir equipos al logro de objetivos desarrollando y validando el desempeño. Delega con justicia las responsabilidades y propone soluciones a los conflictos		X	
Trabajo bajo presión: Capacidad para realizar tareas y lograr los objetivos definidos en ellas bajo situaciones de conflicto, carga laboral dentro de los plazos establecidos para el cumplimiento	X		
Trabajo en equipo: Capacidad de relacionarse e integrarse para trabajar productivamente con personas de diferentes experiencias, habilidades y conocimientos, en pro del logro de objetivos	X		

3.3 EXPERIENCIA REQUERIDA PARA ADECUADO DESEMPEÑO EN EL CARGO (TIEMPO Y TIPO):

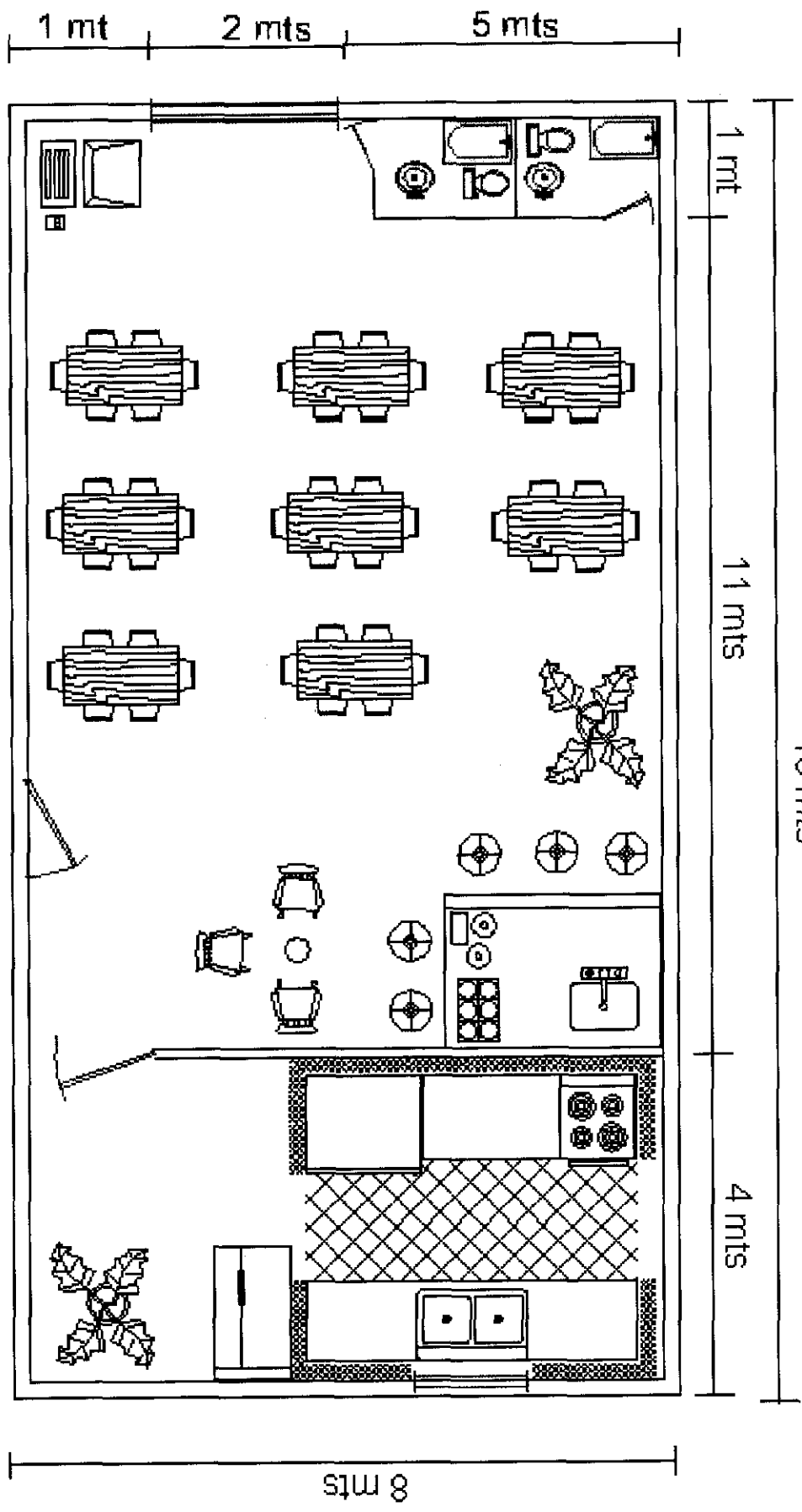
Mínimo 1 años en posiciones similares

3.4 EDAD PREFERENTE (DE - HASTA):

- Mínimo 25

ANEXO 3

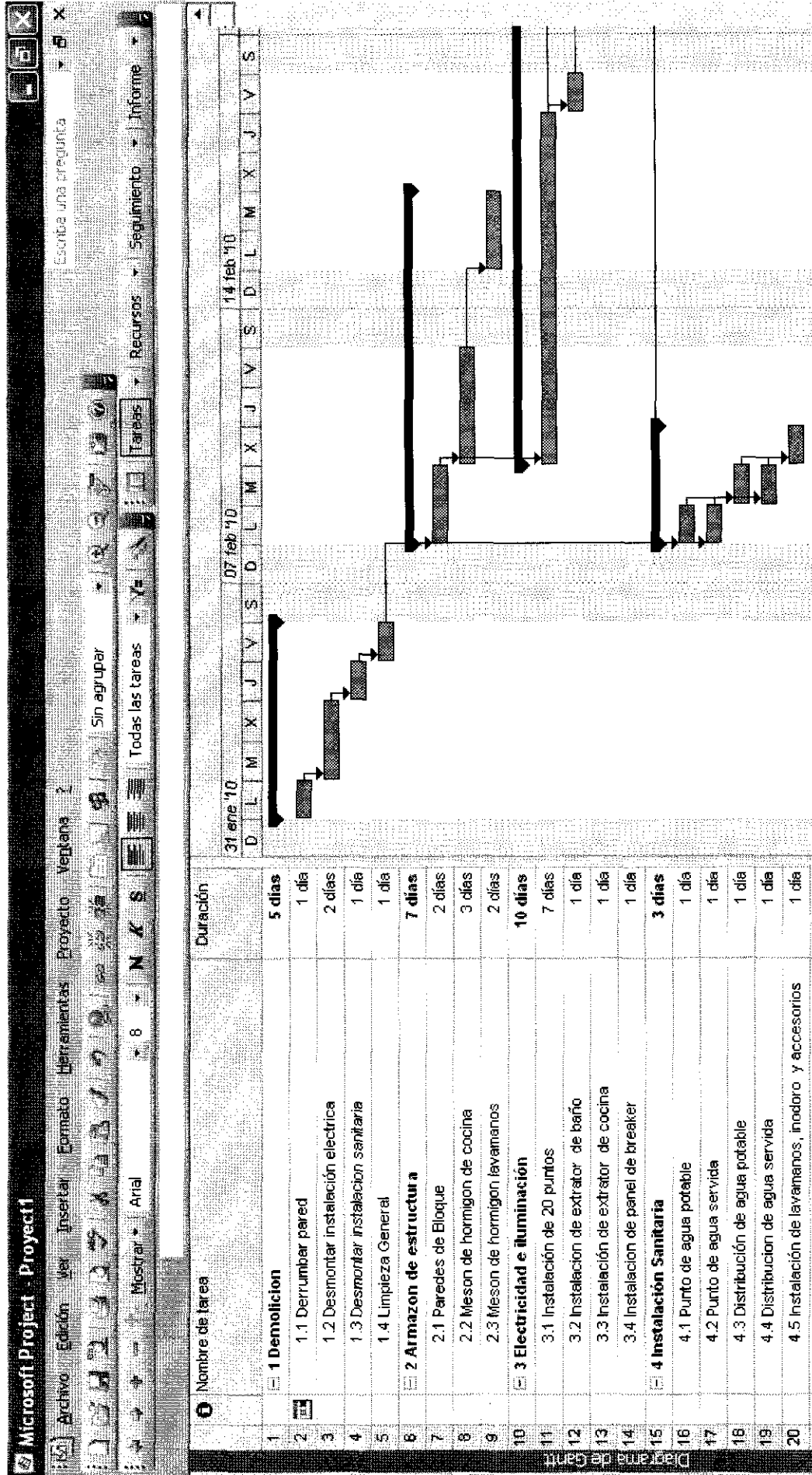
PLANO DE LA CAFETERIA



ANEXO 4

METODO GANTT

ANEXO 4.- Método Gantt



Microsoft Project - Proyecto1

Archivo Edición Ver Insertar Formato Herramientas Proyecto Ventana

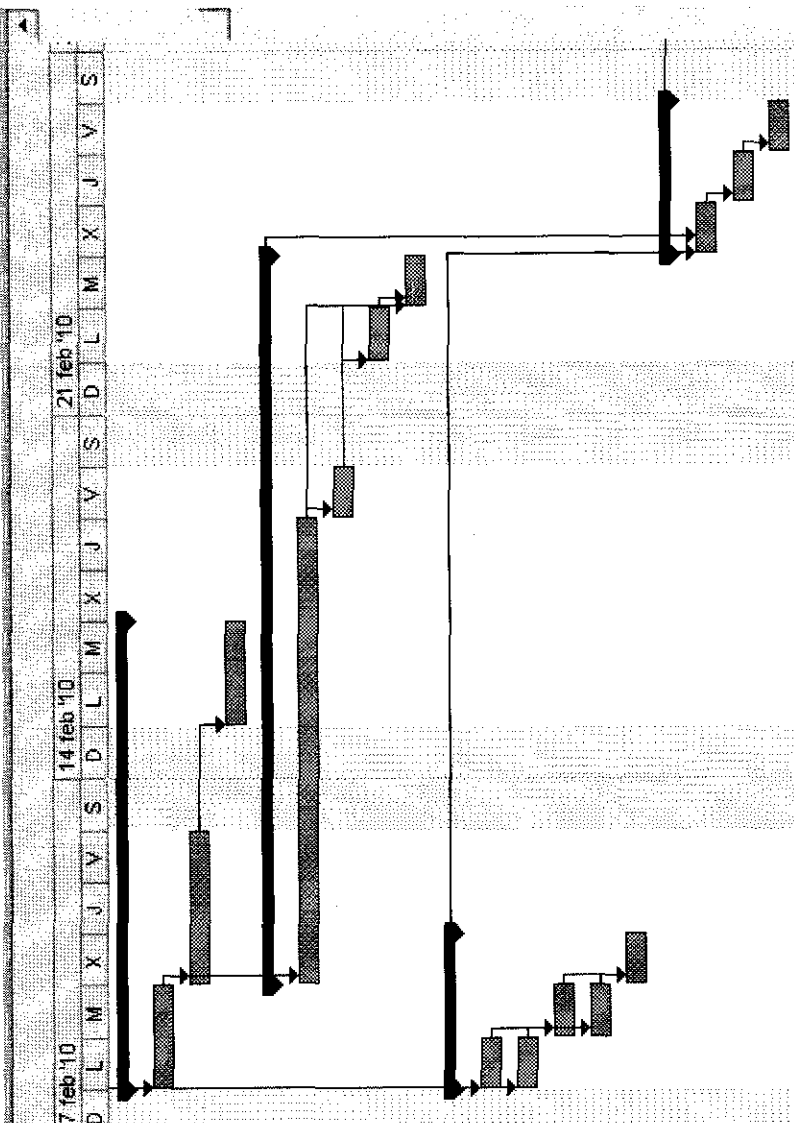
Mostrar Arial 8

Sin agrupar

Tareas Recursos Seguimiento Informe

Escriba una pregunta

ID	Nombre de tarea	Duración
6	2 Armazon de estructura	7 dias
7	2.1 Paredes de Bloque	2 dias
8	2.2 Meson de hormigon de cocina	3 dias
9	2.3 Meson de hormigon lavamanos	2 dias
10	3 Electricidad e iluminacion	10 dias
11	3.1 Instalacion de 20 puntos	7 dias
12	3.2 Instalacion de extractor de baño	1 dia
13	3.3 Instalacion de extractor de cocina	1 dia
14	3.4 Instalacion de panel de breaker	1 dia
15	4 Instalacion Sanitaria	3 dias
16	4.1 Punto de agua potable	1 dia
17	4.2 Punto de agua servida	1 dia
18	4.3 Distribucion de agua potable	1 dia
19	4.4 Distribucion de agua servida	1 dia
20	4.5 Instalacion de lavamanos, inodoro y accesorios	1 dia
21	5 Recubrimientos de paredes	3 dias
22	5.1 Ceramica paredes baños y cocina	1 dia
23	5.2 Instalacion de Recubrimiento de porcelanato mesón	1 dia
24	5.3 Instalacion de Recubrimiento granito marmol meson	1 dia



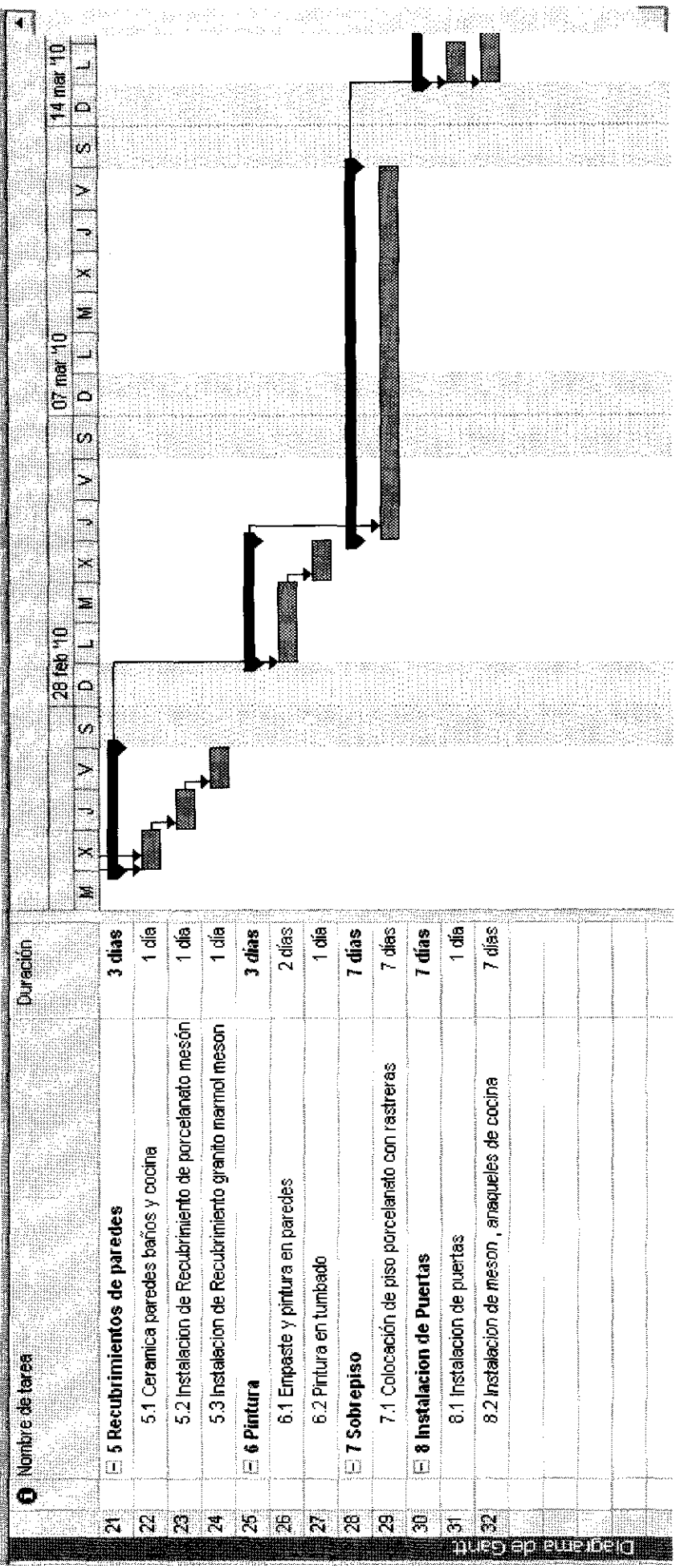
Microsoft Project - Proyecto1

Archivo Edición Ver Insertar Formato Herramientas Proyecto Ventana Z

Mostrar Arial 8 N K S

Tareas Recursos Seguimiento Informe

Escriba una pregunta



Microsoft Project - Project1

Archivo Edición Ver Insertar Formato Herramientas Proyecto ventana 2

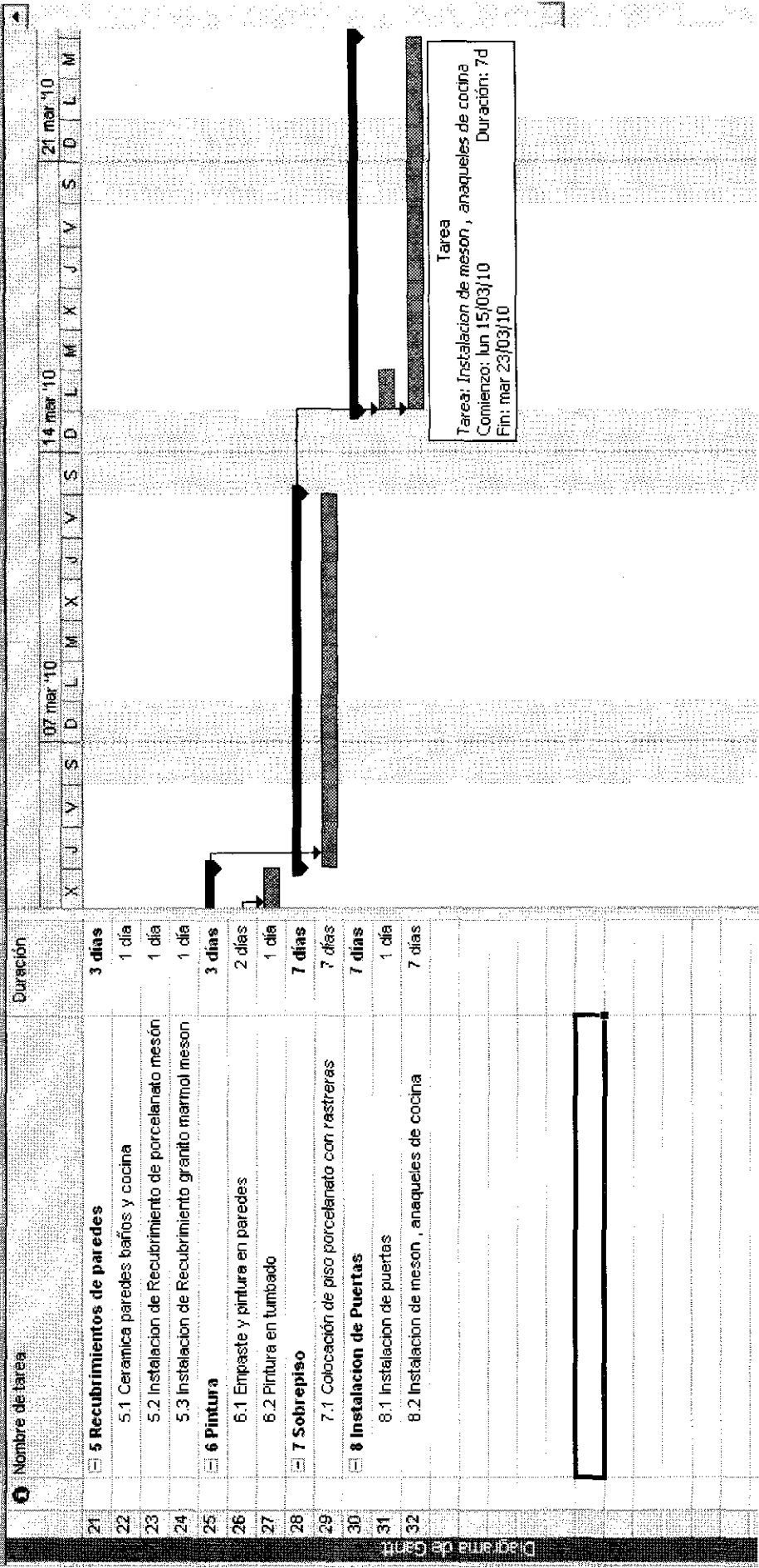
Mostrar Arial 8 N X S

Escriba una pregunta

Recursos Seguimiento Informe

Tareas

Todas las tareas Sin agrupar



ANEXO 5

ENCUESTA

Encuesta de Mercado

1.- Cual de estos servicios le gustaria que se implementaran en el hotel

Piscina _____ Restaurante _____
Spa _____ Cafeteria _____
Gym _____

2.- Usted suele desayunar en casa

Si _____ No _____

3.- Cuanto estaria dispuesto a pagar por un desayuno

\$ 2 _____
\$ 3 _____
\$ 5 _____
\$ 7 _____

4.- Que desayuno usted elegiria

Desayuno Continental _____
(leche con café o chocolate, pan, mermelada, jugo)

Desayuno Sostenido _____
(Leche con café o chocolate, bolon, queso, jugo, café tinto)

Desayuno Americano _____
(leche con café o chocolate, pan, huevos, mermelada, jamon)

Aperitivos de sal _____

Aperitivos de dulce _____