



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE TURISMO**

**TÍTULO: PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL RESTAURANTE  
“DELICIAS Y TRADICIONES” EN EL COMPLEJO TURÍSTICO DE EL  
CHORRO, CANTÓN GIRÓN.**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TITULO DE LICENCIADA EN  
TURISMO

**ASPIRANTE:** MÓNICA CATALINA RIVAS CALLE  
**DIRECTOR:** DR. HERIBERTO LÓPEZ

**CUENCA – ECUADOR**

**2007**

## DEDICATORIA

Con sentimiento y cariño dedico este triunfo que considero una bendición de Dios, a mi madre: **Rosa Calle**, a mi padre: **Ruperto Rivas**, a mi querida hermana **Sandra Rivas** y a todos los seres humanos vulnerables del Azuay, Ecuador y el mundo; quienes son fuentes de inspiración e impulso permanente en mi vida

Con amor para **Pedro Encalada Verdugo**, **María de los Ángeles** y **María Emilia Encalada Rivas**, la razón de ser y fieles compañeros en todo momento, como ejemplo de persistencia y superación.

*Con Afecto, Mónica Catalina Rivas Calle,  
Cuenca, Julio del 2007*

## AGRADECIMIENTO

- Agradezco a Dios y la Bendición de Monseñor Luis Enrique Jhules, por brindarme su apoyo y constituirse en mi guía permanente.
- A mis padres, mi hermana, mi esposo e hijas, por el apoyo incansable y la confianza sin límites depositada en mi persona.
- A la Universidad del Azuay, por ayudarnos a cumplir nuestro sueño como profesionales, en la persona del Sr. Carlos Delgado, Coordinador del presente curso de graduación y director de la escuela de turismo.
- Al Sr. Heriberto Lopez por su acierto en la dirección de la investigación.
- A los señores profesores quienes con su paciencia y generosidad compartieron sus conocimientos.
- A todos mis compañeros por brindarme su apoyo y amistad sincera.

*Que Dios, Os bendiga*

*Con afecto, Mónica Catalina Rivas Calle*

## INDICE DE CONTENIDO

|  |     |
|--|-----|
| Dedicatoria.   | i   |
| Agradecimiento.  | ii  |
| Índice de Contenido.   | iii |
| Resumen.   | iv  |
| Abstract.  | v   |
| <br>   |     |
| <b>CAPITULO I</b>  |     |
| <b>INTRODUCCIÓN</b>  |     |
| 1.1.Objetivo General   | 1   |
| 1.2.Objetivos específicos  | 1   |
| <br>   |     |
| <b>CAPÍTULO II.</b>  |     |
| <b>MARCO TEÓRICO</b>   |     |
| 2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN CANTONAL   | 2   |
| 2.1.1. Contexto General.   | 2   |
| 2.1.2. Contexto Sectorial  | 3   |
| 2.2. DE LOS RESTAURANTES   | 3   |
| 2.2.1. Antecedentes  | 3   |
| 2.2.2. Concepto  | 4   |
| 2.2.3. Clasificación de los restaurantes   | 4   |
| 2.2.3.1. Restaurante de Lujo   | 4   |
| 2.2.3.2. Restaurantes de Primera categoría   | 5   |
| 2.2.3.3. Restaurante de segunda categoría  | 6   |
| 2.2.3.4. Restaurante de tercera categoría  | 7   |
| 2.2.3.5. Restaurante de cuarta categoría   | 8   |
| 2.3. ASPECTOS LEGALES  | 8   |
| 2.3.1. Requisitos para el registro en el Ministerio de turismo de cuenca               | 8   |
| 2.3.2. Requisitos y formalidades para la afiliación a la cámara de comercio de Cuenca. | 9   |
| 2.3.3. Requisitos y formalices para la afiliación a la acamara de turismo de Cuenca    | 10  |
| 2.3.4. Requisitos para obtener el permiso de los Bomberos                              | 10  |
| 2.4. LA PLANIFICACION ESTRATEGICA  | 10  |

|  |    |
|--|----|
| 2.4.2. Sus Beneficios  | 11 |
| 2.5. ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO                             | 12 |
| 2.5.1. Antecedentes  | 12 |
| 2.5.2. Definición  | 13 |
| 2.5.3. Objetivos del análisis económico financiero             | 14 |
| 2.5.4. Estados básicos para el análisis económico financiero   | 15 |
| 2.6. PLAN DE MARKETING   | 16 |
| 2.6.1. Concepto  | 16 |
| 2.6.2. Objetivos del Marketing                                 | 17 |
| 2.6.3. Etapas en el plan de Marketing                          | 17 |
| 2.6.4. Tácticas a utilizar                                     | 20 |
| <b>CAPITULO III.</b>   |    |
| <b>RESULTADO TURISTICO PROPUESTO</b>                           | 21 |
| 3.1. Ubicación del Estudio.                                    | 21 |
| 3.2. Plan de marketing del restaurante Delicias y Tradiciones. | 22 |
| 3.2.1. Diagnóstico – Problema                                  | 22 |
| 3.2.2. Fortalezas – Oportunidades – Debilidades y Amenazas     | 23 |
| 3.2.3. Visión.   | 24 |
| 3.2.4. Misión  | 24 |
| 3.2.5. Objetivo General.                                       | 24 |
| 3.2.6. Objetivos Estratégicos                                  | 24 |
| 3.2.7. Valores   | 24 |
| 3.3. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO                             | 25 |
| 3.3.1. Monto de Inversión.                                     | 25 |
| 3.3.2. Determinación de Costos.                                | 27 |
| 3.3.3. Determinación de precios                                | 29 |
| 3.3.4. Calculo del Punto de Equilibrio.                        | 30 |
| 3.3.5. El menú que ofrecerá el Restaurante.                    | 30 |
| <b>CAPITULO IV. CONCLUSIONES.</b>                              | 32 |

---

## **RESUMEN**

El complejo turístico de El Chorro, esta posesionado en el mercado como un producto de alto interés, sin duda, registra una gran afluencia de personas interesadas a recrearse a través de la aventura en un espacio natural. La Propuesta de Implementación del Restaurante “Delicias y Tradiciones” contribuirá al desarrollo de la actividad turística de una forma eficiente, planteándose como objetivos: el analizar la posibilidad de emprender un Restaurante, elaborar un Plan de Marketing y realizar un análisis económico - financiero para la implementación de la empresa.

A partir del presente estudio se ratifica la importancia de articular el servicio del Restaurante Delicias y Tradiciones a los diversos atractivos (paisaje, agua, flora, fauna, aves) implementando prácticas y técnicas de conservación ambiental que permita cuidar el Complejo Natural de El Chorro de Girón.

El Chorro de Girón cuenta con 1123 visitantes mensuales que se dedican a la recreación familiar; para mantener un punto de equilibrio en términos físicos, se deberá alcanzar una venta de 322 unidades al mes; es decir diariamente se deberá alcanzar a 11 visitantes. El costo diario que debe lograr es de \$ 113,40 para cubrir el total de los costos del Restaurante.

Se plantea como visión que en el 2017, el Restaurante Delicias y Tradiciones es líder en el mercado local de alimentación tradicional mediante la prestación de un servicio de calidad, puntualidad, eficiencia y seguridad.

## **ABSTRACT**

The tourist complex of The Jet, this appropriated in the market as a product of high interest, without a doubt, it registers a great affluence of interested people to relax through the adventure in a natural space. The Proposal of Implementation of the Restaurant "Delights and Traditions" it will contribute to the development of the tourist activity in an efficient way, thinking about as objectives: analyzing the possibility to undertake a Restaurant, to elaborate a Plan of Marketing and to carry out an economic analysis - financier for the implementation of the company.

Starting from the present study the importance is ratified of articulating the service of the Restaurant Delights and Traditions to the diverse attractiveness (landscape, dilutes, flora, fauna, birds) implementing practical and technical of environmental conservation that allows to take care of the Natural Complex of The Jet of Girón.

The Jet of Girón has 1123 monthly visitors that are devoted to the family recreation; to maintain a balance point in physical terms, a sale of 322 units will be reached a month; that is to say daily it will be reached 11 visitors. The daily cost that should achieve is of \$113,40 to cover the total of the costs of the Restaurant.

He/she thinks about as vision that is leader in the local market of traditional feeding by means of the benefit of a service of quality, punctuality, efficiency and security in the 2017, the Restaurant Delights and Traditions.

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

La actividad turística, se posiciona como una gran oportunidad a la hora de identificar una alternativa económica en la región austral, nacional y mundial; el cantón Girón, posee una variedad de recursos y potencialidades Turísticas que llevan a reconocer al sector turismo como una importante actividad económica rentable, mediante la generación de fuentes de trabajo para la localidad.

El complejo turístico de El Chorro, esta posesionado en el mercado como un producto de alto interés, sin duda, registra una gran afluencia de personas interesadas a recrearse a través de la aventura en un espacio natural.

La presente Propuesta de Implementación del Restaurante “Delicias y Tradiciones” en el Complejo Turístico de El Chorro, cantón Girón, contribuirá al desarrollo de la actividad turística de una forma eficiente. La propuesta plantea los siguientes objetivos:

### **1.1 Objetivo General**

Elaborar una propuesta de Implementación del Restaurante “Delicias y Tradiciones” de la Gastronomía Andina en el Complejo Turístico de El Chorro, cantón Girón.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Analizar la posibilidad de emprender un Restaurante “Delicias y Tradiciones” de la gastronomía andina en el complejo turístico El Chorro.
- Elaborar un Plan de Marketing de la empresa “Delicias y Tradiciones”
- Realizar un análisis económico - financiero para la implementación de la empresa.

El presente documento da cuenta de cuatro capítulos, el I Introducción, el II se basa un Marco teórico que sustenta el proyecto, el III se muestra los Resultados del la propuesta turística propuesta y el IV describe algunas conclusiones.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN CANTONAL

**2.1.1. Contexto General.** Girón es uno de los 15 cantones de la provincia del Azuay, ubicado al Sur Occidente en la vía Girón – Pasaje a 37 kilómetros de la ciudad de Cuenca, se encuentra situado a una altura de 2162 msnm, la superficie cantonal es de 337 km<sup>2</sup> que representa el 4,14% del área total de la provincia del Azuay (pedí 2002)

Según INEC 2001, Girón cuenta con 12.615 habitantes, la población femenina corresponde a 54%, mientras que la masculina llega al 46%. Pudiendo deducir que existen 37,4 habitantes por kilómetro cuadrado.

El río Chorro constituye un importante recurso hídrico para el cantón, al ser una fuente de agua para la planta potabilizadora.

Las principales actividades productivas son la pecuaria y sus derivados, en lo agrícola predomina el maíz, habas, trigo y cebada, frutales de diversas especies como la manzana, el durazno, el aguacate, la chirimoya, el tomate de árbol y los cítricos, la caña de azúcar para la producción de la pequeña industria del aguardiente y panela, además se explotan áridos a pequeña escala.

La actividad Turística se encuentra en proceso de desarrollo, con una ausencia de participación de los moradores de Girón, incursionado empresas privadas, nacionales e internacionales, que se enfocan en la promoción de atractivos como: El Museo de la casa de Tratados de Girón, las Chorreras de la comunidad del Chorro del Carmen, el cerro de “Mazta” y los ecosistemas de Gigantones de clima subtropical – seco.

**2.1.2. Contexto Sectorial.** El Chorro esta ubicado a 5km al Noroeste del Cantón Girón a 30 minutos para llegar al refugio ubicado al pie de este hermoso paisaje natural que solamente Girón puede ofrecer.

El acceso para llegar hasta la cascada no necesita de esfuerzo físico, puesto que la ruta es de primera clase y en su trayecto usted puede disfrutar de un paisaje magnífico con una Naturaleza en estado puro.

La ruta a la primera cascada es iluminada, la puedes disfrutar en la noche y escuchar los encantadores sonidos de la naturaleza en el silencio de la noche.

Actualmente el refugio cuenta con estacionamiento propio, seguridad, canchas deportivas, tour a caballo y alojamiento, lo que permite determinar la necesidad de implementar un Restaurante que permita satisfacer las necesidades de alimentación de los visitantes, aportando a un mayor desarrollo de la actividad turística.

El presente proyecto, se orienta a elaborar una propuesta de Implementación del Restaurante “Delicias y Tradiciones” de la Gastronomía Andina en el Complejo Turístico de El Chorro para satisfacer la demanda de los turistas locales, nacionales e internacionales, brindando un servicio que permita cubrir las necesidades de alimentación mediante la gastronomía andina.

## **2.2. DE LOS RESTAURANTES**

**2.2.1 Antecedentes.** La industria Restaurantera comenzó con pequeñas tabernas a principios de 1700 A.C. En el siglo XVIII, en estos sitios sólo se podía comer a una hora fija y con un menú específico.

El primer establecimiento con el nombre de Restaurante fue el Beauvillers, pero fue cerrado a causa de la revolución francesa; poco después se abrió un restaurante en París del cual surgieron muchos y grandes Chefs. Más tarde de la Revolución Francesa se suprimieron las corporaciones y concesiones, empezando a multiplicarse los restaurantes.

**2.2.2 Concepto.** De Wikipedia, la enciclopedia libre; define a un Restaurante como un comercio donde se presta un servicio, dependiendo del local. Cubre una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

Según el reglamento general a la ley de turismo título segundo de las actividades turísticas, capítulo i, de las actividades turísticas y su categorización, art. 43 literal b sostiene que: restaurante, se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

**2.2.3. Clasificación de los Restaurantes.** Según la Corporación Ecuatoriana de Turismo “CETUR” se clasifican en: de lujo, de primera, segunda, tercera y de cuarta categoría. Distinguiéndose cada una de ellas en el tipo de instalaciones, el servicio y el personal; así:

**2.2.3.1. Restaurante de Lujo.** Las instalaciones, constan de las siguientes características:

- a) Entradas: entradas para el cliente independiente la del personal de servicio y mercaderías.
- b) Vestíbulo: con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos, independientes para hombres y mujeres. En el vestíbulo podrá instalarse un bar.
- c) Comedor: superficie, capacidad y categoría adecuada al servicio.
- d) Cocina: con elementos acorde a su capacidad, office, almacén, cámaras frigoríficas y cuartos fríos para carnes, pescados y verduras, mesa caliente, fregaderos, extracción de humos y olores.
- e) Mobiliario: alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela de acuerdo a la categoría.
- f) Aire acondicionado y/o calefacción.
- g) Ascensor. Si el establecimiento estuviese situado en planta cuarta o superior de un edificio.

- h) Escalera de servicio. Si el establecimiento tuviese más de una planta interior.
- i) Dependencias del Personal de Servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

Con respecto a los servicios, se caracteriza por:

- a) Carta de platos. Un primer grupo de entradas, con diez variedades y cuatro sopas o cremas.  
Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cinco variedades.  
Un tercer grupo de pescados con cinco variedades.  
Un cuarto grupo de carnes y aves con cinco variedades.  
Un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cinco variedades.
- b) Carta de vinos. Con cinco variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados, tintos, licores, whisky, coñac y champaña. Así como aguas, cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.

El servicio se hará de fuente o plato, utilizándose mesas auxiliares o guerdones, rechauds o infernillos y cubre fuentes o cubre platos para la salida de platos de la cocina al restaurante.

Con respecto al personal, se distingue por las siguientes características:

- a) Un Maître o jefe de comedor con conocimientos del idioma inglés.
- b) Personal suficiente y uniformado, con estaciones de cuatro mesas por salonero.

**2.2.3.2. Restaurante de Primera categoría.** Las instalaciones, constan de las siguientes características:

- a) Entradas. Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicios y mercancías.
- b) Vestíbulo. Con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres.

- c) Comedor. Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.
- d) Cocina. Con elementos acordes a su capacidad, office, almacenes, cámaras frigoríficas, cuartos fríos para carnes, pescado y verduras, mesa caliente, fregaderos, extractor de humos y olores.
- e) Mobiliario: alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela de acuerdo a la categoría.
- f) Aire acondicionado y/o calefacción.
- g) Ascensor. Si el establecimiento estuviese situado en planta superior a la cuarta del edificio.
- h) Escalera de servicio. Si el establecimiento tuviese más de una planta.
- i) Dependencias del Personal de Servicio. Comedor, vestuarios, servicios higiénicos independientes para personal masculino y femenino.

Con respecto a los servicios, se caracteriza por:

- a) Carta de platos: Un primer grupo de entradas con variedades y tres sopas o cremas.  
 Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cuatro variedades.  
 Un tercer grupo de pescados con cuatro variedades.  
 Un cuarto grupo de carnes y aves con cuatro variedades.  
 Un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cuatro variedades.
- b) Carta de vinos: Con cuatro variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados y tintos, licores, whiskies, coñacs, champagnes. Así como aguas, cervezas, colas, refrescos, café e infusiones.

Con respecto al personal, se caracteriza por:

- a) Un Maitre o jefe de Comedor con conocimiento del idioma inglés.
- b) Personal suficiente y uniformado, con estaciones de seis mesas por salonero.

**2.2.3.3. Restaurante de Segunda categoría.** Las instalaciones, constan de las siguientes características:

- a) Entradas: Una sola entrada para los clientes y personal de servicio y mercancías.
- b) Teléfono, servicios higiénicos independientes para hombres y para mujeres.
- c) Sala comedor: Con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.
- d) Cocina: Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos, almacenes y extractor de humos.
- e) Mobiliarios: Decoración, vajilla, cubertería, cristalería, mantelería y servilletas acordes a su categoría.
- f) Dependencias del personal de servicio, servicios higiénicos.

Con respecto al servicio, se caracteriza por:

- a) Carta de platos: Un primer grupo de entradas con cinco variedades y dos sopas.  
Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos tres variedades.  
Un tercer grupo de pescados con tres variedades.  
Un cuarto grupo de carnes y aves con tres variedades.  
Un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con tres variedades.
- b) Carta de vinos, con tres variedades para cada grupo de vinos blancos, rosados y tintos, licores, whiskies, coñacs, champagnes. Colas, aguas, refrescos, cervezas, café e infusiones.
- c) Personal suficiente y uniformado con estaciones, de ocho mesas por salonero.

**2.2.3.4. Restaurante de Tercera categoría.** Las instalaciones, constan de las siguientes características:

- a) Entradas: Una sola entrada para los clientes y personal de servicios y mercancías.
- b) Teléfono y servicios higiénicos comunes para hombres y mujeres.
- c) Comedor: Adecuado al servicio, capacidad y categoría.
- d) Cocina: Con elementos acordes a su capacidad, frigoríficos, fregaderos y bodegas.

- e) Mobiliario: Decoración, vajilla, cubertería, cristalería y mantelería decorosa y acorde a su categoría.
- f) Dependencias del personal del servicio, servicios higiénicos para el personal.

Con respecto al servicio, se caracteriza por:

- a. Carta de platos: Un primer grupo de entradas y sopas con cuatro variedades.
- b. Un segundo grupo de huevos y fideos con dos variedades.
- c. Un tercer grupo de pescados con dos variedades.
- d. Un cuarto grupo de carnes y aves con dos variedades.
- e. Un quinto grupo de postres con dos variedades.

Con respecto al Personal, se caracteriza por:

El personal en contacto con el público se presentará aseado, limpio y usando prendas apropiadas que le identifique como tal.

**2.2.3.5. Restaurante de Cuarta categoría.** Las instalaciones, constan de las siguientes características:

- a) Comedor independiente de la cocina y adecuado al servicio y categoría.
- b) Cocina limpia, decorosa e higiénica.
- c) Servicios higiénicos comunes para la clientela y el personal del servicio.

Servicios:

Una carta variada de platos y bebidas.

Personal:

El personal en contacto con cliente limpio y aseado.

## **2.3. ASPECTOS LEGALES**

### **2.3.1. Documentos requeridos para el registro en el Ministerio de Turismo.**

Para que el Restaurante tenga las formalidades requeridas para su funcionamiento, se requiere ser parte de las respectivas instancias del Ministerio de Turismo, para la

cual se necesita de la copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o Reforma de Estatutos, tratándose de Personas Jurídicas; además:

1. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de Personas Jurídicas.
2. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
3. Fotocopia de la Cédula de Identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o Extranjera.
4. Fotocopia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de Propietario (Con la autorización de utilizar la razón social).
5. Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual (IEPPI), de no encontrarse registrada la razón social, MICIP (calle Larga y Av. Huaynacapac, bajos del Banco Central).
6. Copia del certificado de Votación.
7. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrado en el Juzgado del Inquilinato.
8. Lista de precios de los servicios ofertados. (Original y Copia)
9. Licencia de uso de suelo otorgada por el Municipio de Girón en éste caso
10. Una carpeta.

Solicitud dirigida al Gerente Regional Austro, en la cual deberá contar:

- a) Nombres completos del representante legal de la Compañía.
- b) Un listado completo de los documentos que adjunta.
- c) La categoría en la que desea operar.
- d) Domicilio y teléfono para notificaciones posteriores.
- e) Firma del solicitante (Representante Legal)
- f) Firma del Abogado patrocinante

### **2.3.2. Requisitos y formalidades para el Registro Cámara de Comercio de Cuenca.**

1. Copia de Cédula de Identidad
2. Copia del Certificado de Votación

3. Copia Certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o Reforma de Estatutos, tratándose de Personas Jurídicas.
4. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

El valor a cancelar va desde los 150 dólares americanos hasta 300 dólares americanos, dependiendo del tipo de negocio a iniciar, el pago se realizará una vez al año, y se obtienen beneficios tales como: Seguro médico, descuento es varias cadenas de servicios, asesoría legal y técnica.

### **2.3.3. Requisitos y formalices para la Afiliación a la Cámara de Turismo de Cuenca.**

1. Copia de Cédula del representante legal.
2. Copia del Certificado de Votación.
3. Copia del Registro único de Contribuyentes (RUC).
4. Categoría otorgada por el Ministerio de turismo.

El valor a cancelar dependerá de la Categoría otorgada por el Ministerio, su costo varía entre los 300 dólares, se deberá pagar una mensualidad de 15 dólares americanos.

### **2.3.4. Requisitos para obtener el permiso de Bomberos.**

1. Copia de Cédula
2. Pago de la Patente Municipal

El costo aproximado de este es de 20 dólares el mismo que se deberá hacer anualmente.

## **2.4. LA PLANIFICACIÓN ESTARTEGICA**

**2.4.1 Concepto.** La Planificación Estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo,

identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias.

Es una herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones.

#### **2.4.2 Sus Beneficios:**

- Establecer la dirección a seguir por la empresa y sus unidades de negocio
- Examinar, analizar y discutir sobre las diferentes alternativas posibles.
- La Planificación facilita la posterior toma de decisiones
- Mayores beneficios y menores riesgos

La Planificación Estratégica comienza dando respuesta a estas tres preguntas:

##### **1. ¿Dónde estamos hoy?**

- Análisis de la Situación
- Análisis del Entorno
- Análisis Interno
- Análisis de la Competencia

##### **2. ¿Dónde queremos ir?**

- Objetivos y Metas a largo plazo

##### **3. ¿Cómo podemos llegar a donde queremos ir?**

- Comprender el Mercado
- Comprender la Competencia Negocio
- Diseñar las Estrategias apropiadas

A la hora de realizar una Planificación Estratégica hemos de evitar cometer errores "típicos" como, por ejemplo:

- Dedicar mucho tiempo a la descripción de nuestra empresa en lugar de analizar el mercado, la competencia o nuestra posición competitiva.
- La omisión de Objetivos mensurables.
- Negligencia en el análisis del mercado.
- No determinar con precisión quienes son "todos" nuestros competidores reales y potenciales, limitando el análisis a mis competidores en cuota.
- El Plan Financiero previsto a medio plazo presenta desajustes debido a factores que no podemos controlar: fluctuaciones, inflación, crisis monetarias, etc.

Para evitar caer en los errores habituales comentados anteriormente, recomendamos:

- a) El Planning ha de incluir periodos de revisión del Plan
- b) La utilización de software y técnicas de "simulación de escenarios" nos puede ayudar a prever las posibles variaciones y corregirlas con mas facilidad
- c) Podemos incluir, además de objetivos, metas mensurables.
- d) Toda estrategia debe incluir una meta mensurable.
- e) Determinar bien todos los competidores reales y potenciales.

Tomado de: <http://www.tja.entelnet.bo/uteplan/planpag1.html>

## **2.5. ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO**

**2.5.1. Antecedentes.** En las circunstancias actuales por las que atraviesa el país, la economía está orientada hacia su total recuperación, para ello la elevación de la eficiencia en la productividad social se deberá convertir en la vía principal para asegurar el desarrollo económico.

En tal sentido Carlos Lage (1997), al presentar el Proyecto de la Resolución Económica al V Congreso del Partido Comunista de Cuba expresó: "La eficiencia

debe transformarse de concepto económico en modo de actuar, controlar y exigir, desde los que dirigen hasta cada trabajador. El socialismo, además de justicia, es eficiencia y es calidad. Lo que no es eficiente no es socialista y lo que no tenga calidad no debe ser producido.”

Resaltando así la importancia que reviste en los momentos actuales para el desarrollo de la economía del país que las empresas administren adecuadamente los recursos materiales, financieros y laborales con vista a lograr la eficiencia económica, siendo ésta la base fundamental del perfeccionamiento empresarial.

Por tal razón, la condición necesaria para el correcto funcionamiento de cualquier sistema lo constituye el “Análisis Económico Financiero”, ya que el mismo representa un medio infalible para el control de los recursos y para evaluar la situación económica financiera de la entidad como eslabón fundamental de la economía.

El panorama que se empieza a apreciar actualmente y en un futuro predecible, muestra la necesidad de aplicar los métodos y técnicas del Análisis Económico Financiero que unido al grado de autonomía que deben ir ganando las empresas, le propiciará a los directivos lograr controles económicos ágiles con vista a facilitar la toma de decisiones y a tener una administración más eficiente.

**2.5.2 Concepto.** El profesor de la Universidad Autónoma de Ciudad México, Licenciado Juan Antonio Martínez, en el diplomado en Finanzas expresa que: “El análisis financiero es una herramienta o técnica que aplica el administrador financiero para la evaluación histórica de un organismo social público o privado. El método de análisis como la técnica aplicable a la interpretación, muestra el orden que sigue para separar y conocer los elementos descriptivos y numéricos que integran el contenido de los estados financieros.”

A través del Análisis Económico Financiero, se puede hacer el diagnóstico de la empresa, que es la consecuencia del análisis de todos los datos relevantes de la misma e informar de sus puntos débiles y fuertes. Para que el diagnóstico sea útil se han de dar las siguientes circunstancias:

- Debe basarse en el análisis de todos los datos relevantes.
- Debe hacerse a tiempo.
- Ha de ser correcto.
- Debe ir inmediatamente acompañado de medidas correctivas adecuadas para solucionar los puntos débiles y aprovechar los puntos fuertes.

Este diagnóstico del día a día de la empresa, es una herramienta clave para la gestión correcta; ayuda a conseguir los que podrían considerarse los objetivos de la mayor parte de las empresas, como son:

1. Sobrevivir: Seguir funcionando a lo largo de los años, atendiendo a todos los compromisos adquiridos.
2. Ser rentable: Generar los beneficios para retribuir adecuadamente a los accionistas y para financiar adecuadamente las inversiones precisas.
3. Crecer: Aumentar las ventas, las cuotas de mercado, los beneficios y el valor de la empresa.

**2.5.3. Objetivos del Análisis Económico Financiero.** Dentro de los objetivos a tener en cuenta en el Análisis Económico Financiero se encuentran:

- Evaluar los resultados de la actividad realizada.
- Poner de manifiesto las reservas internas existentes en la empresa.
- Lograr el incremento de la actividad, a la vez que se eleva la calidad de la misma.
- Aumentar la productividad del trabajo.
- Emplear de forma eficiente los medios que representan los activos fijos y los inventarios.
- Disminuir el costo de los servicios y lograr la eficiencia planificada.

Para complementar los objetivos es necesario efectuar un análisis de todo el proceso económico financiero, partiendo de los Estados Básicos para dicho análisis.

**2.5.4. Estados Básicos para el Análisis Económico Financiero.** El Análisis Económico Financiero se basa en la utilización de fuentes de información que aportan datos sobre el pasado y el presente de una empresa, permitiendo hacer previsiones sobre el futuro de la misma, esta fuente de información son los Estados Financieros.

Joaquín Moreno planteó: “Los Estados Financieros principales tienen como objetivo informar sobre la situación financiera de la empresa en una fecha determinada y sobre los resultados de sus operaciones y el flujo de fondos para un determinado período.”

Los Estados Financieros sirven para tomar decisiones de inversión y crédito lo que sugiere conocer la capacidad de crecimiento de la empresa, su estabilidad y rentabilidad, conocer el origen y las características de sus recursos para estimar la capacidad financiera de crecimiento, evaluar la solvencia y liquidez de la empresa, así como su capacidad de crear fondos y formarse un juicio sobre los resultados financieros de la administración en cuanto a la rentabilidad, solvencia, generación de fondos y capacidad de crecimiento.

Existen tres Estados Financieros Básicos que debe emitir una entidad:

1. Balance General.
2. Estado de Resultado.
3. Estado de Origen y Aplicación de Fondos.

Dentro de la estructura contable de la empresa el Balance General constituye el documento económico financiero por excelencia, el cual debe reflejar fielmente la situación estática de la entidad en un momento determinado. Periódicamente las empresas preparan balances donde sencillamente indican lo que poseen en bienes y derechos y lo que deben y el monto de su patrimonio, o sea, de sus recursos propios.

Su objetivo es el de sintetizar donde se encuentran invertidos los valores de la empresa (activo) y el origen y la fuente de donde provienen esos valores (pasivo y capital).

El balance debe representar en forma clara los tres grandes grupos de cuentas reales: activos, pasivos y patrimonio.

- El activo representa los recursos, es decir, los bienes y derechos de propiedad de una entidad, ya sean tangibles e intangibles.
- El pasivo son todas las obligaciones, la deuda o cargos de la entidad.
- El patrimonio es la diferencia entre los recursos y las obligaciones.

Como hemos visto, el balance es un documento clave, pero debe complementar su información estática con la información dinámica que proporciona el Estado de Resultado y el Estado de Origen y Aplicación de Fondos.

El Estado de Resultado, también conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias o por Estado de Ingresos y Gastos y a diferencia del Balance General, nos muestra los resultados de un período, por lo tanto es un documento dinámico, se basa en que una empresa obtiene ingresos por los productos o servicios que vende, pero por otra parte se anotan los gastos ocasionados por la venta de servicio o productos.

## **2.6. PLAN DE MARKETING**

**2.6.1 Concepto.** Entre las distintas definiciones que se han presentado, se puede considerar como válida a la propuesta por Philip Kotler: “Marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando satisfactores con valor para ellos”

Podemos considerar como una disciplina que utiliza una serie de herramientas, tales como la investigación de mercados, planificación estratégica, segmentación, posicionamiento, creación y fortalecimiento de imagen mediante planes de

comunicación, elaboración de manuales operativos de mercado, entre otros, que sirven para agregar valor a los productos o servicios en términos perceptibles para el consumidor o cliente.

Con la implementación del plan de marketing se favorecerá al sector, mediante el conocimiento de las necesidades y deseos de los posibles visitantes a los que se les podría brindar la mejor atención, a fin de darnos a conocer no solamente a nivel nacional sino de índole internacional.

Entendemos entonces que el marketing se constituye como el marco orientador en el desarrollo de la actividad turística de acuerdo a las necesidades del consumidor, sea este local, nacional o extranjero.

### **2.6.2 Objetivos del Marketing**

- Establecer la misión que hace referencia al origen y la razón de ser; la visión de la empresa, es decir, lo que se proyecta para sí misma en el futuro.
- Conocer y afrontar las potencialidades y debilidades del sector, para este estudio se debe analizar detenidamente ciertos aspectos
- Realizar actividades de Marketing: Determinar el mercado meta, plantear estrategias de mercado, desarrollar estrategias de comunicación y establecer planes de acción.
- Elaborar material promocional: de la presente propuesta y del complejo turístico.

**2.6.3. Etapas en el plan de marketing.** El Plan de Marketing exige una metodología a seguir con cierta precisión si no queremos caer en el desorden. Es importante seguir todas y cada una de las etapas siguientes en el orden descrito.

**2.6.3.1. Análisis de la Situación.** En este estudio deberemos identificar factores que incidan ya sea directa o indirectamente en nuestro emprendimiento tales como:

- Competidores existentes
- FODA(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

- Productos, precios, descuentos, ubicación, facturación, diseño, fabricación, finanzas, entre otros, de cada uno.
- Políticas de venta, canales de distribución empleados, publicidad y promoción.
- Entorno y situación del mercado, Situación económica, política, legal, tecnológica etc..
- Comportamiento del consumidor, patrones de uso del producto, costumbres del sector, de la industria o el mercado.
- Tendencias y evolución posible del mercado.
- Situación de nuestra empresa respecto a políticas de productos, finanzas, capacidad productiva, tecnológica de I+D, costes, personal, medios.
- Quiénes son nuestros clientes?
- ¿Por qué, cuándo, dónde, cómo, cuánto y con que frecuencia compran?

#### **2.6.3.2. Pronóstico- Objetivos**

- Objetivos generales del plan de marketing
- Objetivos de venta por producto
- Objetivos por cuota de mercado
- Objetivos por participación de marcas
- Objetivos de calidad
- Objetivos sobre plazos y tiempos
- Objetivos de precios
- Objetivos de márgenes y costes
- Objetivos de publicidad y promoción
- Determinación del público objetivo (Target)
- Cuotas de venta por vendedor, delegación, equipo.

#### **2.6.3.3. Estrategia**

Entendemos por estrategia la forma de alcanzar los objetivos. O lo que es lo mismo ¿Qué vamos a hacer para llegar a la meta propuesta?

El término estrategia proviene del lenguaje militar. Charles O. Rossoti dice que estrategia es "El motor que incrementa la flexibilidad de la organización para adaptarse al cambio y la capacidad para alcanzar las nuevas y creativas opiniones"

La estrategia es una labor creativa.

Aquí entraríamos en detalle en estos 4 apartados:

#### **2.6.3.4. Políticas de Producto**

- ¿Qué producto deseamos comercializar?
- Características del producto
- Diseño del envase
- Marcas
- Etiquetas
- Target o mercado objetivo
- Calidades
- Presentaciones

#### **2.6.3.5. Políticas de Precios**

- Tarifas
- Condiciones de venta
- Descuentos
- Márgenes
- Punto de equilibrio

#### **2.6.3.6. Políticas de Distribución**

- Distribución física de la mercancía
- Canales de distribución a emplear
- Organización de la red de ventas

#### **2.6.3.7. Políticas de Publicidad y Promoción**

- Promociones
- Merchandising
- Plan de medios

- Desarrollo de la campaña publicitaria
- Análisis de la eficacia de los anuncios

#### **2.6.4. Tácticas a Utilizar**

La táctica es una estrategia de orden más bajo. Acciones para lograr objetivos más pequeños en períodos menores de tiempo. Tareas más específicas y no tan globales como serían las estrategias.

- ¿Qué debe hacer cada persona en concreto?
- ¿Cómo lo debe hacer?
- ¿Quién lo debe hacer?
- ¿Con qué recursos cuenta?
- Planificación del trabajo y tareas
- Recursos técnicos, económicos y humanos
- Organización

### CAPITULO III. RESULTADO TURISTICO PROPUESTO

**3.1. Ubicación del Estudio.** El presente estudio se realizó para el complejo turístico del Chorro de Girón, perteneciente al cantón Girón, provincia del Azuay. Se encuentra dentro de la potencial ruta turística de la cuenca hidrográfica del río Jubones (San Fernando-Girón- Santa Isabel- Valle de Yunguilla), misma que en los últimos años ha experimentado un crecimiento en cuanto a la afluencia de visitantes, sobresaliendo los de índole nacional (94).

Actualmente este recurso turístico pertenece al Municipio de Girón, entidad que busca vincular el desarrollo de la actividad turística en el complejo y el cantón. El complejo se encuentra al servicio de la ciudadanía, a fin de dar a conocer la riqueza existente.

**Figura 1. Ubicación del complejo turístico El Chorro.**



## **3.2. Plan de marketing del restaurante Delicias y Tradiciones.**

**3.2.1. Diagnóstico – Problema.** La Organización Mundial de Turismo (OMT) destaca que en el siglo XXI, la industria turística y del ocio es confederada como el primer sector de la economía mundial.

El complejo turístico de El Chorro de Girón en la actualidad ha alcanzado un desarrollo de la actividad turística muy notoria. La afluencia de turistas, locales, nacionales y extranjeros que buscan satisfacer sus necesidades de ocio y/o recreación en un ambiente natural, nos permite determinar la necesidad de implementar el Restaurante “Delicias y Tradiciones” en dicho complejo.

El complejo turístico de El Chorro, carece del servicio de un Restaurante permanente, que permita satisfacer las necesidades de la demanda; aspecto que se considera limitante para lograr un desarrollo eficaz de dicha actividad en el complejo. La necesidad de una planificación conjunta y la importancia de la definición de una imagen concreta como destino turístico nos permitirá lograr un desarrollo sustentable.

Según Xavier Contreras P. (2006), en su estudio del complejo de El Chorro, identifica que llegan en un promedio de 1162 visitantes por mes, de los cuales el 94,4% son nacionales, realizando una prospección al año tendremos 13944 visitantes. El 62,82% se dedican hacer un día de campo con la familia; el restaurante busca suplir la necesidad de alimentación para los visitantes.

A esto se suma la falta de promoción y sobre todo la necesidad de la recuperación de productos locales para la alimentación, situaciones que inciden en la cultura local, que al ser rescatada impulsará el desarrollo endógeno o local.

### **3.2.2. Fortalezas – Oportunidades – Debilidades y Amenazas.**

#### **3.2.2.1. Las Fortalezas.**

- Se cuenta con el Complejo Turístico de El Chorro, considerado un atractivo natural posesionado en el mercado local, nacional e internacional.
- La comida tradicional es apetecida
- Existe capacidades técnicas instaladas.
- Se cuenta con la voluntad política del Gobierno Municipal de Girón para impulsar este tipo de propuestas.

#### **3.2.2.2. Las Oportunidades**

- La economía nacional e internacional se mueve en torno al turismo y recreación.
- Existen visitantes durante todo el año.
- La predisposición de las instituciones educativas de Cuenca, Machala y Loja
- La posibilidad de obtener apoyos crediticios

#### **3.2.2.3. Las Debilidades**

- Falta de iniciativas para impulsar emprendimientos productivos en la región.
- La emigración de los talentos locales, generan dependencias.
- El mal manejo del complejo turístico de El Chorro.
- La falta de promoción y difusión, y la falta de integrar los servicios con los atractivos.

#### **3.2.2.4. Las Amenazas**

- Se genera desinterés en los visitantes, en visitar el Complejo Turístico.
- Los visitantes llevan consigo sus alimentos, generando contaminación del lugar.

- Pérdida de tradiciones culturales locales, con el riesgo de la introducción de costumbres de alimentación y bebidas.
- Dependencia de las remesas de los emigrantes.

**3.2.3. Visión.** En el 2017, el Restaurante Delicias y Tradiciones es líder en el mercado local de alimentación tradicional mediante la prestación de un servicio de calidad, puntualidad, eficiencia y seguridad.

**3.2.4. Misión.** Prestar un servicio eficiente y de calidad para satisfacer las necesidades de los turistas, garantizando los más altos estándares de calidad en el servicio de alimentación tradicional.

**3.2.5. Objetivo General.** Convertir al Restaurante Delicia y Tradiciones en la principal empresa de alimentación en Girón, mediante la captación de clientes, ofreciendo un servicio diferente, personalizado, de calidad, y puntualidad.

#### **3.2.6. Objetivos Estratégicos**

- Satisfacer las necesidades de alimentación y bebidas tradicionales a la demanda turística en el Complejo de El Chorro.
- Articular el servicio de Restaurante a los atractivos naturales (agua, paisaje, flora, fauna y aves) existentes en la zona.
- Fomentar el desarrollo de la actividad turística integrada y sostenible al enfocar el eje ambiental, social cultural y económico.
- Promover la economía local a través de la promoción de los atractivos existentes en la cuenca del río Jubones.

#### **3.2.7. Valores**

Reciprocidad, Respeto, Puntualidad, Calidad, Calidez, Honradez, Seguridad

### 3.3. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

**3.3.1. Monto de Inversión.** Para ejecutar la presente propuesta se establece el siguiente presupuesto, en el cual se describe la inversión inicial básica, organizada en cuatro rubros como son:

- Equipos
- Equipos de oficina
- Materiales y enceres
- Materiales de oficina
- Mantelería y cristalería, y
- Utensilios de cocina.

En el Cuadro 1, se describe cada uno de los rubros requeridos para la implementación del Restaurante Delicias y Tradiciones.

**Cuadro 1. Rubros requeridos para la inversión del servicio de Restaurante.**

| Concepto           | Unidad | Cantidad | Costo Unitario | Costo. Total |
|--------------------|--------|----------|----------------|--------------|
| <b>1.- Equipos</b> |        |          |                |              |
| Cocina Industrial  |        | 1        | 1.500.00       | 1.500.00     |
| Congelador         |        | 1        | 800.00         | 800.00       |
| Refrigeradora      |        | 2        | 800.00         | 1.600.00     |
| Licadora           |        | 2        | 80.00          | 160.00       |
| Televisor          |        | 2        | 500.00         | 1.000.00     |

| <b>Total equipos 5060.00</b>               |  |    |        |         |
|--|--|----|--------|---------|
| <b>2.- Equipos de Oficina</b>              |  |    |        |         |
| Computador                                 |  | 2  | 800.00 | 1600.00 |
| Impresora                                  |  | 2  | 200.00 | 400.00  |
| Fax  |  | 1  | 20.00  | 200.00  |
| Teléfono                                   |  | 5  | 50.00  | 250.00  |
| <b>Total de equipos de oficina 2450.00</b> |  |    |        |         |
| <b>3.-Muebles y enceres</b>                |  |    |        |         |
| Muebles de Oficina                         |  | 3  | 200.00 | 600.00  |
| Mesas                                      |  | 10 | 50.00  | 500.00  |
| Sillas                                     |  | 40 | 20.00  | 800.00  |
| Archivador                                 |  | 1  | 150.00 | 150.00  |
| Sillas para la oficina                     |  | 3  | 25.00  | 75.00   |
| Soportes para T.V                          |  | 2  | 50.00  | 100.00  |
| <b>Total muebles y enceres 1625.00</b>     |  |    |        |         |
| <b>4.- Materiales de Oficina</b>           |  |    |        |         |
| Papelería básica                           |  |    | -      | 200.00  |
| Folleteria                                 |  |    | -      | 300.00  |
| Marketing (Difusión)                       |  |    | -      | 500.00  |
| Varios de Oficina                          |  |    | -      | 200.00  |

|   |       |    |       |        |
|---|-------|----|-------|--------|
| <b>Total en Materiales de Oficina 1200.00</b> |       |    |       |        |
| <b>5.- Mantelería y cristalería</b>           |       |    |       |        |
| Mantelería                                    | juego | 20 | 10.00 | 200.00 |
| Cubertería                                    | juego | 20 | 6.00  | 120.00 |
| Vajillas                                      | juego | -  | -     | 500.00 |
| Cristalería                                   | juego | -  | -     | 500.00 |
| <b>Total Mantelería y Cristalería 1320.00</b> |       |    |       |        |
| <b>6.- Utensilios de Cocina</b>               |       |    |       |        |
| Ollas   |       |    | -     | 200.00 |
| Cacerolas                                     |       |    | -     | 100.00 |
| Varios  |       |    | -     | 200.00 |
| <b>Total implementos de cocina 500.00</b>     |       |    |       |        |
| <b>TOTAL GENERAL 12.755.00</b>                |       |    |       |        |

El monto de inversión inicial para del Restaurante Delicias y Tradiciones será de doce mil setecientos cincuenta y cinco mil dólares. El 48 % de la inversión corresponde a los equipos para la implementación del restaurante.

**3.3.2. Determinación de Costos.** El análisis de este aspecto nos ha permitido determinar los bienes y servicios que debemos adquirir con el fin de alcanzar el objetivo. Los costos que se detallan en el Cuadro 2, se dividen en: fijos y variables; los fijos se determinan en periodo mensual y los costos variables por unidad de producto.

**El Cuadro 2, Costos Fijos y Variables para el establecimiento del servicio de Restaurante.**

| <b>Costos fijos</b>                          | <b>Por mes</b> | <b>Costos variables</b> | <b>Por Unidad</b> |
|--|----------------|-------------------------|-------------------|
| Arriendo Local                               | 200.00         | Materia Prima           | 5.20              |
| Sueldos                                      | 2.000.00       | Horas Extras            | 0.86              |
| Gastos Básicos                               | 150.00         | Varios                  | 0.50              |
| Impuestos                                    | 37.00          |                         |                   |
| Seguridad Social                             | 600.00         |                         |                   |
| Uniformes                                    | 300.00         |                         |                   |
| Pap.y artículos de oficina                   | 50.00          |                         |                   |
| Seguros                                      | 45.00          |                         |                   |
| Depreciación de Equipos de cocina            | 8.43           |                         |                   |
| Depreciación de Equipos y muebles de oficina | 5.10           |                         |                   |
| <b>Totales</b>                               |                |                         | <b>3395.53</b>    |
| <b>6.56</b>                                  |                |                         |                   |

Los costos variables, fluctúan con respecto a la producción en una proporción directa; esto implica que si aumentan las ventas en alimentos y bebidas aumentarían las compras de materia prima y en consecuencia los costos.

**3.3.3. Determinación de precios.** Este cálculo nos permite determinar el precio por cubierto (plato) a partir de los costos de alimentos y bebidas, precios de la competencia y el porcentaje de ganancia. Para la cual se considerara los siguientes aspectos:

- La capacidad del restaurante; 40 personas
- Número de horas que se laborara al día; 8 horas
- Numero de personas potenciales 320, que es el resultado de multiplicar la capacidad y el número de horas laborables.
- Cantidad de platos a ofrecer; 10 platos
- Estimación de Ventas: 12 unidades por día = 360 unidades por mes

**Cuadro 3. Determinación de precios por el servicio**

| <b>Detalle</b>       | <b>Valor</b> | <b>Cálculos</b>   |
|----------------------|--------------|---|
| Costo variable total | \$ 6.56      | CVAU*VE<br>$6.56 * 600 = 3.936.00$                      |
| Costo fijo total     | \$ 3.395.53  | =CFI Total  |
| Costo total          | \$ 7.331.53  | costo Fijo + variable                                   |
| Costo unitario       | \$ 12.22     | Costo total / u. estimadas de venta<br>$7.331.53 / 600$ |
| Ganancia 40%         | \$ 4.88      | Costo unitario * % ganancias<br>$12.22 * 40\%$          |
| Precio de venta      | \$ 17.10     | Costo unitario + ganancia                               |

El precio en el cual se debería vender por cubierto corresponde a \$13.23, con el cual se estaría cubriendo los costos para la preparación y el porcentaje de rentabilidad establecido.

**3.3.4. Calculo del Punto de Equilibrio.** Esta herramienta nos permitirá identificar la situación económica- financiera de la empresa, a fin de determinar si hay pérdida o utilidad, mediante la siguiente formula.

|                         |                |          |   |                     |
|-------------------------|----------------|----------|---|---------------------|
| <b>PE= Costos fijos</b> | \$3.395.53     | 3.395.53 | = | <b>322 unidades</b> |
| <b>Pv-cvu</b>           | \$17.10 – 6.56 | 10.54    |   | <b>x mes</b>        |

Para mantener un punto de equilibrio en términos físicos, debemos alcanzar una venta de 322 unidades al mes, y la división del total para 30 que son el número de días que se atenderá en el Restaurante, nos permite saber el número de platos por día, el mismo que deberá ser como mínimo de 11.

Expresión en términos monetarios.

|                      |                              |   |                 |
|----------------------|------------------------------|---|-----------------|
| <b>V= CF+ CV/ 30</b> | =3.395.53 + 6.56= 3402.09/30 | = | <b>\$113.40</b> |
|----------------------|------------------------------|---|-----------------|

El costo diario que debe lograr es de: \$113.40 para cubrir el total de los costos del restaurante.

El presente estudio económico financiero nos permite establecer que:

- a) El proyecto es rentable, puesto que los ingresos totales estimados son mayores que los costos totales.

**3.3.5. El menú que ofrecerá el Restaurante.** Todas las opciones que se detallan en el menú serán preparadas con recetas caseras y productos de la localidad.

**Entradas:**

- Tamal de cerdo,
- Crema de choclo,
- Sopa de Quinoa,
- Caldo de pollo criollo,
- Caldo de Toro,

**Fuerte:**

- Cuy asado familiar (1 cuy entero, mote y llapingachos)
- Sancocho/ fritada (mote, llapingachos y encebollado)
- Carne asada (mote pillo, llapingachos y encebollado)
- Seco de pollo (arroz y ensalada)

**Postres:**

Pan de achira con dulce de leche

Leche con achira

Buñuelos con miel

Queso con miel de caña

**Bebidas Calientes:**

Canelazo

Horchata

Morocho

**Bebidas Frías:**

Mapanagua

Guarapo

Chicha de jora

## **CAPITULO IV. CONCLUSIONES.**

- A partir del presente estudio se ratifica la importancia de articular el servicio del Restaurante Delicias y Tradiciones a los diversos atractivos (paisaje, agua, flora, fauna, aves) implementando prácticas y técnicas de conservación ambiental que permita cuidar el Complejo Natural de El Chorro de Girón.
- El Chorro de Girón cuentan con 1123 visitantes mensuales que se dedican a la recreación familiar; para mantener un punto de equilibrio en términos físicos, se deberá alcanzar una venta de 322 unidades al mes; es decir diariamente se deberá alcanzar a 11 visitantes. El costo diario que debe lograr es de \$ 113,40 para cubrir el total de los costos del Restaurante.
- El estudio económico financiero establece que el Restaurante Delicias y Tradiciones en el Complejo Turístico de El Charro son rentables, puesto que los ingresos totales estimados son mayores que los costos totales.
- El Restaurante Delicias y Tradiciones plantea tres objetivos importante para la sostenibilidad del atractivo; siendo el económico, el ambiental y el rescate de la cultura.

## CAPITULO VI. BIBLIOGRAFÍA

1. Guía para acompañar procesos de planificación en organizaciones de desarrollo, Miguel Andrade, Quito, agosto del 2000.
2. Manual de Mercadeo e Imágenes. Biocorredor Turístico Yanuncay. Bernardo Yaquilema y Juan Santiago Malo, Cuenca, marzo del 2002
3. Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal de Girón, 2002 – 2012. Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, Regional 6, Cuenca – Ecuador, 2002.
4. Propuesta para la Valorización en el chorro de Girón, Girón, mayo-2006. Gobierno Local del Cantón Girón.
5. Resolución Económica al V Congreso del Partido Comunista de Cuba, 1997. Carlos Lage
6. Reglamento general a la ley de turismo título segundo de las actividades turísticas, capítulo i, de las actividades turísticas y su categorización, art. 43 literal b.
7. Revisión Internet. [www. nuestrogirón.com](http://www.nuestrogirón.com), el portal del [vago.com](http://vago.com), [monografías .com](http://monografías.com).
8. Wikipedia, la enciclopedia libre.