



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL:

CREACIÓN DE LA EMPRESA
“LUXOR’S S.A.”,
“LUXOR’S RESTAURANT & BUSINESS CLUB.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.

ELABORADO POR:

HAYDEE MARÍA GARCÍA VERA
JESSICA MARÍA JARA ESCOBAR
TATIANA ELIZABETH PORTUGAL ASTUDILLO
KAROL STEPHANY SOLÓRZANO DELGADO
MICHELLE ALEJANDRA TORRES CARBO

REVISADO POR:

MBA. ÁNGEL CASTRO

GUAYAQUIL, 18 DE ENERO DEL 2010

PLAN DE NEGOCIOS



AVENIDA DE FRANCISCO DE
ORELLANA Y NAHÍM ISAÍAS
GUAYAQUIL, ECUADOR

ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

EL LECTOR DEL SUSCRITO RECONOCE QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR _____ EN ESTE PLAN DE NEGOCIO ES CONFIDENCIAL; POR LO TANTO, EL LECTOR ESTÁ DE ACUERDO CON NO REVELARLO SIN EL EXPRESO EL PERMISO ESCRITO DE _____.

ES RECONOCIDO POR EL LECTOR QUE LA INFORMACIÓN PARA SER PROPORCIONADA EN ESTE PLAN DE NEGOCIO ES DESDE TODO PUNTO DE VISTA CONFIDENCIAL EN LA NATURALEZA, OTRA QUE LA INFORMACIÓN QUE ESTÁ EN EL DOMINIO PÚBLICO POR OTRO MEDIO Y QUE CUALQUIER DESCUBRIMIENTO O EMPLEO DE MISMO POR EL LECTOR, PUEDE CAUSAR EL DAÑO SERIO O DAÑAR A _____.

SOBRE LA PETICIÓN, ESTE DOCUMENTO DEBE SER INMEDIATAMENTE DEVUELTO A _____.

LA FIRMA

EL NOMBRE

FECHA

ESTO ES UN PLAN DE NEGOCIO. ESTO NO IMPLICA UN OFRECIMIENTO DE VALORES.

CALIFICACIÓN

La calificación otorgada es de:

Equivalente a:

Firmas:

1).....

2).....

3).....

4).....

5).....

AGRADECIMIENTO

DIOS, A NUESTROS PADRES, A
NUESTROS MAESTROS Y TODAS LAS
PERSONAS QUE INTERVINIERON EN EL
DESARROLLO PROFESIONAL.

DEDICATORIA

A DIOS

A NUESTROS PADRES

INDICE

	PAG
1.0. RESUMEN EJECUTIVO	1
2. 0. OPORTUNIDAD	3
2.1. DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD	4
3. 0. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	6
3.1. CLIENTES POTENCIALES	7
4.0. LA EMPRESA	8
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	9
4.2. EQUIPO GERENCIAL	12
4.2.1. EXPERIENCIA LABORAL DEL STAFF	13
4.3. ORGANIGRAMA	15
5.0. PLAN DE MARKETING	16
5.1. INTRODUCCIÓN	16
5.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	17
5.2.1. ANTECEDENTES	17
5.2.2. COMPETENCIA	17
5.2.3. MAPEO COMPETENCIA	18
5.2.4 LA EMPRESA	19
5.3 ANÁLISIS DE MERCADO	19
5.3.1 SECTOR	20
5.3.2 CLIENTES	20
5.3.3 CONSUMIDORES	20
5.3.4 SEGMENTACIÓN	20
5.4. ANÁLISIS F.O.D.A.	22
5.5 OBJETIVOS	23
5.6 ESTRATEGIAS	23
5.6.1 ESTRATEGIA DE MARKETING Y PUBLICAD	23
5.6.2 ESTRATEGIA DEL SERVICIO EN EL MERCADO	25
5.6.3 ESTRATEGIA DE VENTAS	26
5.6.3.1 COMO SE HARÁN LAS VENTAS	26
5.7. PRESUPUESTO	27
6.0. PLAN DE OPERATIVO	28
6.1 DESCRIPCIÓN	28
6.1.1 DESCRIPCIÓN DEL RESTAURANTE	28
6.1.3 DESCRIPCIÓN DE LUXOR'S BUSINESS CLUB	28

6.2 UBICACIÓN	30
6.3 HORARIOS DE ATENCIÓN	30
6.4 HORARIOS DEL PERSONAL	31
6.5 UNIFORMES	31
6.6 TIPO DE SERVICIO	32
6.7 DECORACIÓN	32
6.8 ORGANIGRAMA DE LUXOR'S	35
6.9 DESCRIPCIÓN DE CARGOS LABORALES	36
6.10 PLAN DE COMUNICACIÓN:	42
7.0 PLAN DE FINANCIERO	43
7.1. INTRODUCCIÓN	48
7.2. FACILIDADES Y EQUIPOS	48
7.3. ESTRATEGIA DE OPERACIONES	48
7.4 ALCANCE DE LAS OPERACIONES	49
7.5. OPERACIONES DIARIAS	50
7.6. ASPECTOS LEGALES	55
8.0 PLAN DE DESARROLLO	61
8.1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO	61

BIBLIOGRAFÍA

APENDICES

APÉNDICE A: LUXOR'S STAFF

APÉNDICE B: ESTUDIO DE MERCADO

APÉNDICE C: COMPLEMENTO FINANCIERO

APÉNDICE D: PLAN DE SEGURIDAD

APÉNDICE E: VARIOS

PRESENTACION DEL PROYECTO

PROYECTO:

LUXOR'S ES UN RESTAURANTE TEMÁTICO & BUSINESS CLUB UBICADO EN LA CIUDADELA. KENNEDY NORTE, EN LA AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA Y NAHÍM ISAÍAS ESQUINA, FRENTE A COLINEAL.

PLANTEAMIENTO:

CREAR UN ESTILO INNOVADOR DE RESTAURANTE TEMÁTICO, CUYA FINALIDAD ES BRINDAR UNA EXPERIENCIA ÚNICA A NUESTROS CLIENTES, OFRECIÉNDOLES LA OPORTUNIDAD DE PASAR EL MEJOR MOMENTO DE LA SEMANA Y PERMITIÉNDOLES A SU VEZ, DEJAR A UN LADO LA COTIDIANIDAD DE LA CIUDAD Y SUMERGIRLOS EN UN MUNDO LLENO DE MAGIA, EXTRAVAGANCIA Y ENTRETENIMIENTO, ENTREGANDO UN SERVICIO DE CALIDAD, EN UN LUGAR SOFISTICADO, CON UNA EXQUISITA COMIDA.

JUSTIFICACIÓN:

¿POR QUÉ SE ESCOGIÓ EL TEMA?

EN EL ÚLTIMO AÑO NOS HEMOS DADO CUENTA QUE LA DEMANDA DE UN SITIO LLÁMESE ÉSTE: RESTAURANTE PARA IR A VER EL FÚTBOL, CELEBRAR UN CUMPLEAÑOS, REUNIRSE CON AMIGOS, FAMILIARES O POR NEGOCIOS, ES LIMITADA Y NO BRINDAN NI LOGRAN SATISFACER LAS NECESIDADES DEL MERCADO LOCAL.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO NUESTRO PROYECTO?

LUXOR'S RESTAURANTE & BUSINESS CLUB ESTÁ DIRIGIDO A UN MERCADO DE DOS SEGMENTOS: EL PRIMERO, COMPENDIDO POR UN PÚBLICO ECONÓMICAMENTE ACTIVO DE 20 A 50 AÑOS, QUE TENDRÁ UNA CONCURRENCIA MAYORITARIA EN EL "AFTER WORK", COMO UNA OPCIÓN DE RELAX EN UN AMBIENTE PROPICIO PARA DEFINIR ASPECTOS DE NEGOCIOS.

EL SEGUNDO SEGMENTO, ESTÁ CONFORMADO POR FAMILIAS Y AMIGOS DE NIVEL MEDIO –MEDIO ALTO, CON UNA AFLUENCIA ENTRE SEMANA Y FINES DE SEMANA, BUSCANDO UNA ALTERNATIVA DE DISTRACCIÓN Y PARA SALIR DE LA RUTINA.

¿ES FACTIBLE EJECUTARLO?

TODA IDEA CON UN BUEN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN Y PLAN DE COMERCIALIZACIÓN TIENE ÉXITO.

SOMOS LA ÚNICA ALTERNATIVA CON UNA TEMÁTICA DE UN CLUB TIPO LAS VEGAS, NO SOLO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL SINO EN TODO EL ECUADOR, ADOPTANDO UN MECANISMO DE BUEN MANEJO DE RECURSOS Y SERVICIOS.

¿DÓNDE SE VA A DESARROLLAR?

LUXOR'S RESTAURANTE & BUSINESS CLUB, BUSCANDO ATRAER Y SER FACTIBLES A SUS SEGMENTOS DE MERCADO, SE UBICARÁ EN UNA ZONA COMERCIAL Y BANCARIA, DE ENTRETENIMIENTO Y POCA OPCIÓN GASTRONÓMICA Y DE MAYOR AFLUENCIA EN GUAYAQUIL.

SIENDO SU UBICACIÓN ESPECÍFICA EN LA PRINCIPAL AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA Y NAHÍM ISAÍAS ESQUINA, FRENTE A COLINEAL HABIENDO TOMADO EN CUENTA QUE ES UNO DE LOS EJES PRINCIPALES DE ESTA ZONA.

1. RESUMEN EJECUTIVO

MISIÓN

ESTABLECER LUXOR'S COMO UNO DE LOS RESTAURANTES Y CLUBES MÁS FRECUENTADOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A TRAVÉS DE UNA OFERTA GASTRONÓMICA DE CALIDAD Y DE UN SERVICIO ACORDE CON LAS EXIGENCIAS DE NUESTROS CLIENTES.

VISIÓN

SER LA MEJOR EXPERIENCIA EN RESTAURANTES TEMÁTICOS Y CLUBES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN DONDE NUESTROS CLIENTES SE PUEDAN INVOLUCRAR EMOCIONALMENTE MEDIANTE VIVENCIAS INOLVIDABLES.

A SU VEZ, SER RECONOCIDOS POR LA COMUNIDAD EN GENERAL COMO UNO DE LOS ESPACIOS MÁS SOBRESALIENTES EN EL ÁREA DE SERVICIOS Y OFERTA GASTRONÓMICA, NO SÓLO POR LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS SINO TAMBIÉN POR UNA EFICIENTE ATENCIÓN.

VALORES

LUXOR'S RESTAURANTE & BUSINESS CLUB SE DESTACA POR SU EXCELENCIA, COMO POR LA DIVERSIÓN, HONESTIDAD, INNOVACIÓN Y SOBRE TODO EL RESPETO POR LA TRANQUILIDAD PERSONAL.

GRACIAS A NUESTRO EQUIPO DE TRABAJADORES QUE HA LOGRADO CREAR UN BUEN AMBIENTE, EN DONDE EL RESPETO MUTUO, RECONOCIMIENTOS Y APRECIO SON LOS EJES FUNDAMENTALES

OBJETIVO GENERAL

MEJORAR LA OFERTA DE RESTAURANTES TEMÁTICOS EN LA CIUDAD MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROPUESTA QUE FUSIONA UNA GASTRONOMÍA VARIADA CON ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN A NUESTROS CLIENTES. A SU VEZ CREAR EN NUESTROS EMPLEADOS UN SENTIDO DE PERTENENCIA HACIA NUESTRO RESTAURANTE.

SATISFACER LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES MAS SELECTOS QUIENES BUSCAN UN LUGAR DONDE PUEDAN REUNIRSE A DISFRUTAR DE UN MOMENTO DE RELAX, BUEN COMER Y SEGURIDAD

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- CAPACITAR Y MOTIVAR A NUESTROS EMPLEADOS, PARA QUE SE PUEDAN DESENVOLVER DE FORMA EFICIENTE CON LOS CLIENTES.
- RECUPERAR NUESTRA INVERSIÓN Y COMENZAR A TENER INGRESOS REPRESENTATIVOS A PARTIR DEL QUINTO AÑO DE INICIADO EL PROYECTO.
- QUE LOS CLIENTES VEAN A NUESTRO RESTAURANTE COMO UN LUGAR EN EL QUE SIENTAN QUE PUEDEN DIVERTIRSE MIENTRAS DEGUSTAN NUESTRA GASTRONOMÍA.

METAS

- SER UNA EMPRESA RECONOCIDA A NIVEL NACIONAL.
- INCREMENTAR NUESTROS CARTERA DE CLIENTES
- MONOPOLIZAR ESTE SERVICIO A INSTITUCIONES EDUCATIVAS

2. LA OPORTUNIDAD

PARA LA CREACIÓN DE ESTE NEGOCIO HEMOS VISTO VARIAS OPORTUNIDADES EN EL MERCADO POR LO CUAL CREEMOS QUE AL LANZAR ESTE PRODUCTO SE OBTENDRÁ GRAN ACOGIDA EN EL MEDIO.

LAS OPORTUNIDADES PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO LAS HEMOS DIVIDIDO DE LA SIGUIENTE MANERA:

- OPORTUNIDAD CULTURAL
- FACTOR DIFERENCIADOR

2.1 OPORTUNIDAD CULTURAL

ENTRE LAS TRADICIONES ECUATORIANAS ENCONTRAMOS EL BUEN COMER. UNA DE LAS TRADICIONES QUE SE HA ACUÑADO CON EL PASAR DE LOS AÑOS ES REUNIRSE LOS FINES DE SEMANAS TODA LA FAMILIA PARA SALIR O QUEDARSE EN CASA Y PREPARAR LA COMIDA JUNTOS, QUEDANDO LA PRIMERA COMO PREFERENCIAL ENTRE EN PUEBLO HOY EN DÍA.

ADEMÁS, HOY MÁS QUE NUNCA LOS EMPRESARIOS DEL PAÍS SALEN DE SUS OFICINAS PARA CONGREGARSE EN RESTAURANTES Y ALLÍ PODER LLEVAR A CABO SUS REUNIONES DE NEGOCIOS, COMO OTRO PUNTO TAMBIÉN BUSCAN DIVERSIÓN, DISTRACCIÓN DE TANTAS HORAS DE TRABAJO Y STRESS.

EN BASE A ESTO Y MÁS HEMOS VISTO LA OPORTUNIDAD DE LOGRAR CREAR UN ESTABLECIMIENTO QUE POSEA EL BUEN COMER Y DIVERSIÓN. DE ESTA MANERA ESTARÍAMOS APOYANDO A QUE LA FAMILIA SIGA REALIZANDO SUS ACTIVIDADES JUNTAS, Y LOS EMPRESARIOS TENGAN UN SITIO DONDE SE SIENTAN CÓMODOS Y CONFIADOS DE QUE ALLÍ PODRÁN LOGRAR TODAS SUS EXPECTATIVAS. POR LO QUE NUESTRA IDEA DE FORMAR

UN RESTAURANTE CON UNA CALIDAD DE COMIDA EXCELENTE A PRECIOS MÓDICOS Y SHOWS EN VIVO, ADICIONAL A ESTO CREAR UN BUSINESS CLUB CON LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA EN MAQUINAS DE JUEGO, LOGRARÁ LA MEJOR COMBINACIÓN DE UNA TARDE Y NOCHE PERFECTA. ADEMÁS QUE SE CREACIÓN ES UN APOYO PARA LA EMPRESA TURÍSTICA ECUATORIANA, PUESTO QUE ESTE ES UN MEDIO MÁS DE ATRACCIÓN A TURISTAS, Y DEJAR NUESTRO NOMBRE EN ALTO.

2.2 EL FACTOR DIFERENCIADOR

LA INNOVACION

HOY EN DÍA PARA LAS FAMILIAS DEL PAÍS SALIR A COMER A VECES ES UN LUJO QUE NO PUEDEN TOMARSE, YA QUE LOS VALORES EN LOS RESTAURANTES SON ALTOS Y MUCHO MAS LA DIVERSIÓN. UNA FAMILIA PROMEDIO GASTA \$20.00 POR PERSONA EN UNA SALIDA FAMILIAR, MIENTRAS QUE EN OTROS PAÍSES EL MÍNIMO DE GASTO EN UN RESTAURANTE ES DE \$45.00 POR PERSONA.

LOS JUEGOS DE CASINO GENERALMENTE CONLLEVAN DOS FACTORES: DIVERSIÓN Y GASTO DE DINERO, SIENDO ESTA ULTIMA UN PROBLEMA PARA LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE PAÍS, YA QUE NO EXISTE TANTO DINERO COMO PARA REALIZAR A VECES ESE TIPO DE GASTOS, QUE EN CIERTOS CASOS SON CONSIDERADOS INNECESARIOS Y LUJOS.

ES JUSTO AHÍ DONDE TOMA PROTAGONISMO LUXOR'S, YA QUE NUESTRO RESTAURANTE PROVEE COMIDA DE GRAN CALIDAD A BAJOS PRECIOS, CON UN TOQUE ECUATORIANO Y A LA VEZ ANGLOSAJÓN, DÁNDOLE UN TONO DIFERENCIADOR A DE ENTRE OTROS RESTAURANTES. DARNOS UN LUGAR PREFERENTE DE ENTRE LAS OTRAS EMPRESAS DE COMIDA NO SERÁ DIFÍCIL YA QUE NO EXISTE UN LUGAR COMO EL NUESTRO EN TODO EL PAÍS.

LA FORMA EN QUE SE ESTÁ DESENVOLVIENDO LA CULTURA DEL PAÍS NOS DEMUESTRA, QUE CADA VEZ MÁS LA GENTE DEMUESTRA MÁS INTERÉS POR SALIR, COMER, Y LOS JUEGOS DE AZAR QUE EN EL PASADO.

LUEGO DE DISCERNIR LLEGO LA PREGUNTA, ¿PORQUE SI CADA VEZ ES MÁS ALTO EL PORCENTAJE DE AFLUENCIA A RESTAURANTES, ASÍ COMO LA DE GRANDES EMPRESARIOS QUE DESEAN REUNIRSE A CERRAR NEGOCIOS? ES AHÍ CUANDO SE VIO UNA OPORTUNIDAD EN LA UNIÓN DE AMBAS IDEAS, DÁNDOLE UN TOQUE DE DISTINCIÓN Y EMOCIÓN.

3. ANALISIS DE LA INDUSTRIA

HOY EN DÍA GUAYAQUIL SE HA CONVERTIDO EN UNA URBE DE GRAN ATRACTIVO TURÍSTICO, CON MUCHA IMPORTANCIA A NIVEL LATINOAMERICANO, POR ESTO Y LOS AUGES DE LOS RESTAURANTES TIPO TEMÁTICOS EN LA CIUDAD, HEMOS DECIDIDO INVERTIR EN UN RESTAURANTE Y BUSINESS CLUB TIPO LAS VEGAS (LUXOR'S RESTAURANT), EN EL CUAL LAS PERSONAS TENDRÁN UNA NUEVA OPCIÓN PARA DIVERTIRSE JUNTO AL BUEN COMER SIN TENER QUE SALIR DE LA ZONA URBANÍSTICA.

PENSAMOS QUE ESTE LUGAR TENDRÁ UN ATRACTIVO INNOVADOR Y DE GRAN ACOGIDA A NIVEL MERCADO COMO EN EL QUE NO SE SIENTE LIGADO O INTERESADO POR NOSOTROS.

SE PUEDE CONSIDERAR QUE EL MERCADO CONCERNIENTE A RESTAURANTES HA INCREMENTADO SUS INGRESOS EN CASI UN 50% A PARTIR DEL AÑO 2005 HASTA LA ACTUALIDAD. CADA VEZ MÁS LAS FAMILIAS Y AMIGOS SALEN JUNTOS A DISFRUTAR DE UN BUEN MOMENTO AGRADABLE JUNTOS. POR LO QUE SE HAN CREADO VARIAS EMPRESAS QUE PUEDAN DAR UN SERVICIO COMPLETO. ENTRE LOS SERVICIOS VARIOS SE ENCUENTRAN: BAR., RESTAURANTE, CENTRO DE REUNIONES PARA MOMENTOS VARIOS, ETC.

EN LO CONCERNIENTE A CLUBES, ES UNA EMPRESA AUN ESPERANDO SU AUGE, YA QUE LAS LEYES ECUATORIANAS ESTÁN PASANDO POR UN MOMENTO CRÍTICO DE CAMBIOS, POR LO QUE SE ESPERA MAYOR ESTABILIDAD, PARA QUE ASÍ EL SECTOR TENGA EL AUGE DESEADO. EXISTE UN MONOPOLIO ESTABLECIDO PARA ESTA INDUSTRIA, LIDERANDO DOS EMPRESAS FUERTES EN EL PAÍS, POR LO QUE SE ESTÁ BUSCANDO FRAGMENTAR EL MERCADO Y QUE TODOS TENGAN LA OPORTUNIDAD DE CRECER Y SER EXITOSOS.

NUESTROS COMPETIDORES

- CHILI'S
- FRIDAY'S
- TONY ROMAN'S
- TENNIS CLUB
- YATCH CLUB

1. CLIENTES POTENCIALES

NUESTRA EMPRESA APUNTA A CLIENTES QUE TENGAN DESEO POR PASAR UNA TARDE O NOCHE DIVERTIDA JUNTO AL BUEN COMER. TODOS LOS CONSUMIDORES ASIDUOS A RESTAURANTES Y A CASINOS QUE DESEEN PROBAR ALGO DIFERENTE Y LA COMBINACIÓN PRECISA ENTRE COMIDA, JUEGOS, SHOWS EN VIVO Y DIVERSIÓN.

NUESTRO MERCADO NO SE BASA SIMPLEMENTE EN UN GRUPO PEQUEÑO, SINO QUE SE EXTIENDE A TODOS LOS CIUDADANOS DEL PAÍS QUE DESEEN PASAR UN BUEN MOMENTO JUNTO A UNA EXQUISITA COMIDA.

4. LA EMPRESA

¿QUIÉNES SOMOS?

LUXOR'S ES UNA EMPRESA INNOVADORA DEDICADA A LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO Y DEL BUEN COMER, NOS PREOCUPAMOS POR LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES EN NUESTRAS DOS RAMAS, LA PRIMERA UN RESTAURANTE TEMÁTICO TIPO LAS VEGAS QUE VA DIRIGIDO A TODA LA CIUDADANÍA DE CLASE MEDIA, QUE BUSCAN UN BUEN AMBIENTE PARA REUNIRSE CON AMIGOS Y FAMILIARES A CELEBRAR CUMPLEAÑOS, ANIVERSARIOS, ETC.

Y NUESTRA SEGUNDA ESTA ENFOCADA A PERSONAS DE CLASE MEDIA – ALTA, ES DECIR EMPRESARIOS, MANGERS, ETC, QUIENES ESTÁN BUSCANDO UN LUGAR EXCLUSIVO ES DECIR UN BUSINESS CLUB DONDE LOGREN SALIR DE LA RUTINA, DIVERTIRSE CON PRESENTACIONES EN VIVO, DISFRUTAR UNA PRESTIGIOSA CALIDAD DE PLATOS, DE JUEGOS DE AZAR Y DE IGUAL MANERA CUENTEN CON LA TRANQUILIDAD Y SEGURIDAD NECESARIO PARA PODER REUNIRSE A CERRAR NEGOCIOS O TRATOS FINANCIEROS.

NUESTRO EQUIPO DE TRABAJO ESTÁ APTO Y CAPACITADO, PARA INCURSIONAR EN ESTE TIPO DE NEGOCIOS, CON TODOS LOS REQUERIMIENTOS QUE NUESTROS CLIENTES NECESITEN, TENEMOS VARIEDAD DE PAQUETES PROMOCIONALES QUE HACEMOS ANUALMENTE A LAS INSTITUCIONES.



LUXOR'S

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

EN EL AÑO 2003 EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, ABRIÓ TGI FRIDAY'S CON ESTE RESTAURANTE SE INICIÓ UNA NUEVA ERA EN LO QUE A DIVERSIÓN Y BUEN COMER SE REFIERE, A PARTIR DE ESTA APERTURA CAMBIARON LAS TENDENCIAS DE LAS PERSONAS Y FAMILIAS EN GENERAL QUE YA NO SÓLO ES EL IR A COMER EL FIN DE SEMANA, SINO QUE AHORA ES REUNIRSE ENTRE FAMILIARES Y AMIGOS PARA VER EL FÚTBOL, CELEBRAR CUMPLEAÑOS, COMPARTIR CON COMPAÑEROS DE TRABAJO O SIMPLEMENTE SALIR A DIVERTIRSE Y COMER PARA OLVIDARSE DE LA RUTINA DIARIA Y DEL STRESS.

HACE CINCO AÑOS APROXIMADAMENTE LOS RESTAURANTES TEMÁTICOS HAN INCREMENTADO NOTABLEMENTE PERO EN EL ÚLTIMO AÑO NOS HEMOS DADO CUENTA QUE LA DEMANDA HA AUMENTADO EN GRAN MEDIDA Y LA OFERTA LOCAL NO LA SATISFACE ES POR ESO QUE NOSOTRAS UN GRUPO DE EMPRESARIAS VIMOS LA OPORTUNIDAD DE CREAR UN NUEVO ESTILO.

LUXOR'S RESTAURANTE Y BUSINESS CLUB ES UNA EMPRESA ESTABLECIDA EN GUAYAQUIL, EL 15 DE AGOSTO DE 2009 CON LA META DE OFRECER A LOS CIUDADANOS UNA ALTERNATIVA DIFERENTE Y ÚNICA EN EL MERCADO, LA CUAL DE ACUERDO A NUESTRO ESTUDIO DE MERCADO TENDRÁ GRAN ACOGIDA. NUESTRO PRODUCTO A OFERTAR NACE DE LA IDEA DE FUSIONAR LA DIVERSIÓN DE UN CLUB EXCLUSIVO Y EL BUEN COMER DE UN RESTAURANTE, LOGRANDO ASÍ LA COMBINACIÓN PERFECTA PARA COMPARTIR, DIVERTIRSE Y TODO ESTO EN UN SOLO LUGAR.

LA EMPRESA INICIALMENTE HA SIDO CONSTITUÍDA CON CAPITAL PROPIO DE CINCO EMPRENDEDORAS QUE CONFÍAN QUE EL LUXOR'S RESTAURANT % BUSINESS CLUB TENDRÁ GRAN ACOGIDA. EL APORTE INDIVIDUAL ES DE USD 80000. NUESTRA MISIÓN ES

PROVEER UN SERVICIO DE ALTA CALIDAD, CON ATENCIÓN CORTÉS, AMABLE Y PROFESIONAL.

VA DIRIGIDO A PERSONAS SIN PARADIGMAS QUE GUSTAN DEL BUEN COMER Y QUE NO VEN A LOS CLUB SÓLO COMO LUGARES MALOS Y DE PERDICIÓN, SINO, QUE LO VEN MAS COMO UN LUGAR PARA DIVERTIRSE Y SALIR DE LA RUTINA Y COMO VISIÓN QUEREMOS CONVERTIRNOS EN LÍDERES EN CUANTO A INNOVACIÓN SE REFIERE.

MISIÓN

ESTABLECER LUXOR'S COMO UNO DE LOS RESTAURANTES MÁS FRECUENTADOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A TRAVÉS DE UNA OFERTA GASTRONÓMICA DE CALIDAD Y DE UN SERVICIO ACORDE CON LAS EXIGENCIAS DE NUESTROS CLIENTES.

VISIÓN

SER LA MEJOR EXPERIENCIA EN RESTAURANTES TEMÁTICOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, EN DONDE NUESTROS CLIENTES SE PUEDAN INVOLUCRAR EMOCIONALMENTE MEDIANTE VIVENCIAS INOLVIDABLES. A SU VEZ, SER RECONOCIDOS POR LA COMUNIDAD EN GENERAL COMO UNO DE LOS ESPACIOS MÁS SOBRESALIENTES EN EL ÁREA DE SERVICIOS Y OFERTA GASTRONÓMICA, NO SÓLO POR LA CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS SINO TAMBIÉN POR UNA EFICIENTE ATENCIÓN.

SLOGAN

UNIMOS LA DIVERSIÓN JUNTO AL BUEN COMER.

VALORES

LUXOR'S RESTAURANTE Y BUSINESS CLUB SE DESTACA POR SU EXCELENCIA, COMO POR LA DIVERSIÓN, HONESTIDAD, INNOVACIÓN Y SOBRE TODO EL RESPETO POR LA TRANQUILIDAD PERSONAL.

GRACIAS A NUESTRO EQUIPO DE TRABAJADORES QUE HA LOGRADO CREAR UN BUEN AMBIENTE, EN DONDE EL RESPETO MUTUO, RECONOCIMIENTOS Y APRECIO SON LOS EJES FUNDAMENTALES

OBJETIVO GENERAL

- MEJORAR LA OFERTA DE RESTAURANTES TEMÁTICOS EN LA CIUDAD MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PROPUESTA QUE FUSIONA UNA GASTRONOMÍA VARIADA CON
- EMPLEADOS UN SENTIDO DE PERTENENCIA HACIA NUESTRO RESTAURANTE.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- CAPACITAR Y MOTIVAR A NUESTROS EMPLEADOS, PARA QUE SE PUEDAN DESENVOLVER DE FORMA EFICIENTE CON LOS CLIENTES.
- RECUPERAR NUESTRA INVERSIÓN Y COMENZAR A TENER INGRESOS REPRESENTATIVOS A PARTIR DEL QUINTO AÑO DE INICIADO EL PROYECTO.
- QUE LOS CLIENTES VEAN A NUESTRO RESTAURANTE COMO UN LUGAR EN EL QUE SIENTAN QUE PUEDEN DIVERTIRSE MIENTRAS DEGUSTAN NUESTRA GASTRONOMÍA.

4.2 EQUIPO GERENCIAL

SIN LUGAR A DUDA ESTAMOS SEGUROS DE QUE TODO NUEVO NEGOCIO DEPENDE EN GRAN PARTE DE LAS DIVERSAS HABILIDADES Y EXPERIENCIA QUE POSEE EL EQUIPO DE TRABAJO GERENCIAL; Y, EL EQUIPO DE TRABAJO DE LUXOR'S RESTAURANT & BUSINESS CLUB NO ES LA EXCEPCIÓN, ÉSTE SE ENCUENTRA FORMADO POR CINCO PROFESIONALES ESPECIALIZADAS EN ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE TURISMO Y HOTELERÍA QUE A CONTINUACIÓN SE DETALLA:

HAYDEE GARCÍA, JESSICA JARA, TATIANA PORTUGAL, MICHELLE TORRES Y KAROL SOLÓRZANO HAN DEMOSTRADO UNA TENACIDAD Y TOTAL ENTREGA EN LOS TRABAJOS QUE A CADA UNO SE LES HA ENCOMENDADO COMO EQUIPO DURANTE LA CREACIÓN DE ESTE PLAN DE NEGOCIOS. TODO ESTO A PESAR DE LOS GRANDES SACRIFICIOS QUE IMPLICA TRABAJAR EN EL ÁREA TURÍSTICA Y CURSAR EL SEMINARIO DE GRADUACIÓN EN LA UNIVERSIDAD.

GERENTE FINANCIERO	ING. TATIANA PORTUGAL
GERENTE RECURSOS HUMANOS	ING. MICHELLE TORRES
GERENTE DE MERCADEO	ING. KAROL SOLORZANO
GERENTE DE OPERACIONES Y DISTRIBUCIÓN	ING. JESSICA JARA
GERENTE DE COMPRAS Y PRODUCCION	ING. HAYDEE GARCIA

4.2.1 EXPERIENCIA LABORAL DEL STAFF

JESSICA JARA ESCOBAR

EGRESADA DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, PREMIO LA FILANTRÓPICA Y UNIDAD ACADÉMICA, SEMINARIO SLOW FOOD (COMIDA SANA, JUSTA Y LIMPIA) EN ITALIA, ACTUALMENTE AGENTE DE TRÁFICO EN AEROLÍNEAS GALÁPAGOS, ADICIONAL A ESO, EXPERIENCIA EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, SEMINARIOS, ETC.

TATIANA PORTUGAL ASTUDILLO

EGRESADA DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, SEMINARIO TALLER TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICADA A LAS VENTAS, MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO EN LAS VENTAS, TÉCNICAS BÁSICAS DE VENTAS, MARKETING Y SERVICIO AL CLIENTE EN COMMUNICARE, ÁREA DE VENTAS Y ASISTENTE DE PRESIDENCIA EN ECUAPRODUCCIONES CLUB DEL VALLE.

HAYDEE GARCÍA VERA

EGRESADA EN LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, CURSOS EN USOS DE SISTEMAS INFORMÁTICOS AÉREOS Y MOTIVACIÓN AL CLIENTE APLICADO A LAS VENTAS Y MARKETING. ACTUALMENTE EJECUTIVA EN EL ÁREA DE VENTAS EN LA AEROLÍNEA LAN AIRLINES, ADICIONAL A ESTO HABILIDADES EN EL ÁREA DE EVENTOS Y SEMINARIOS.

KAROL SOLÓRZANO DELGADO

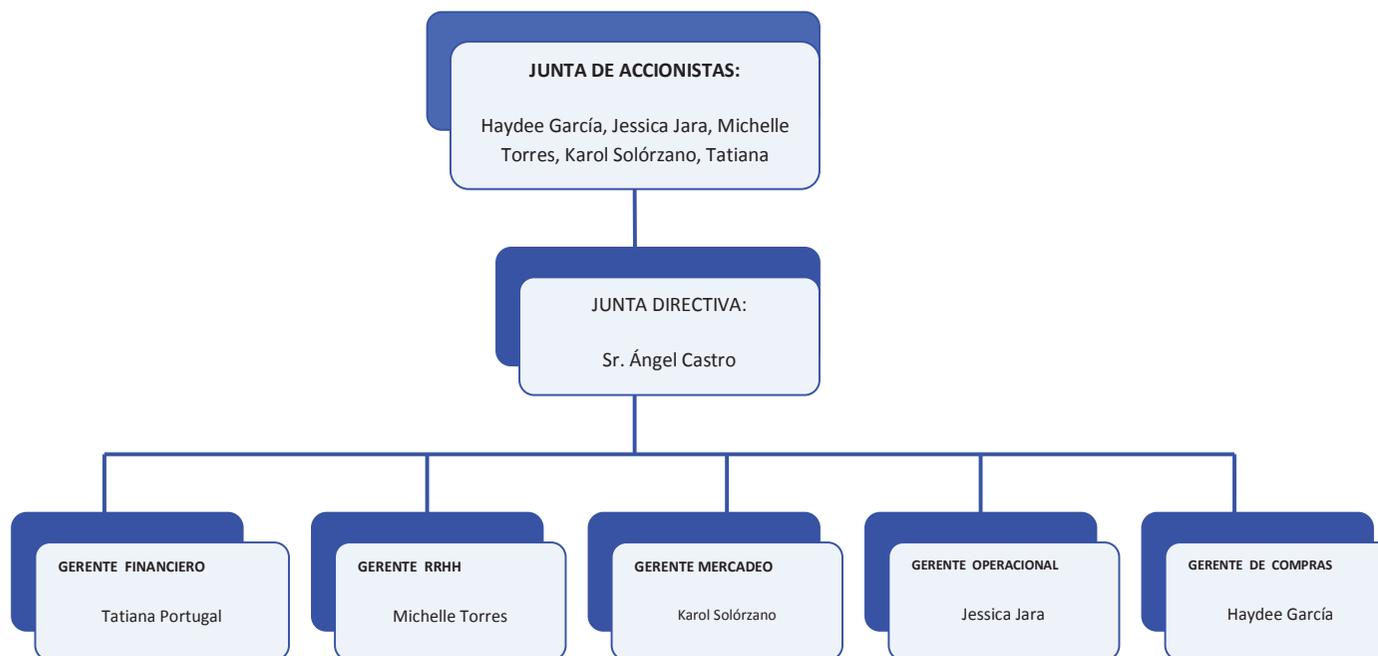
EGRESADA DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, ACTUALMENTE ASISTENTE DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LA DIRECCIÓN DE TURISMO, RELACIONES INTERNACIONALES Y COMPETITIVIDAD DE LA M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL ADICIONAL A ESO EXPERIENCIA EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CONOCIMIENTOS SOBRE ADMINISTRACIÓN EN EL SECTOR HOTELERO.

MICHELLE TORRES CARBO

EGRESADA DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, PRÁCTICAS EN BARCOS DE GALÁPAGOS, DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS EN NIRSA, DESARROLLO PSICOMOTRIZ Y ORAL EN TALLERES DE ACTUACIÓN CON NIÑOS MENORES A 10 AÑOS, COORDINADORA DE STAND DE ECUAVISA.

ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE LAS CINCO PARTICIPANTES SE ENCUENTRAN CULMINANDO EL SEMINARIO PREVIA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y TURÍSTICAS. *LOS CURRICULUMS VITAE SE PUEDEN ENCONTRAR EN LOS APÉNDICES.

4.3 ORGANIGRAMA



5. PLAN DE MARKETING

5.1 INTRODUCCIÓN

DESDE QUE PARTIMOS CON LA IDEA DEL LUXOR'S EL RESTAURANTE CASINO, HEMOS TENIDO VARIAS MODIFICACIONES DADO QUE COMENZAMOS CON UN PENSAMIENTO FAMILIAR, PERO ESTE CONCEPTO TUVO QUE SER ELIMINADO PUESTO QUE FUE RECHAZADO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

OTRO PROBLEMA POR EL CUAL SE TUVO QUE CAMBIAR LA NOCIÓN DEL PROYECTO FUE POR LAS CONSTANTES MODIFICACIONES EN EL MARCO LEGAL ECUATORIANO.

ANALIZANDO EL TEMA, TAMBIÉN SE PUDO OBSERVAR OTRO ASPECTO NEGATIVO POR EL CUAL NO FUNCIONARÍA LA PREMISA EXPUESTA, ESTO ES, LOS PROBLEMAS QUE SUFREN LOS CASINOS DE GUAYAQUIL, YA QUE SON INVESTIGADOS POR SER CENTROS PRINCIPALES DE LAVADO DE DINERO, LO CUAL DAÑARÍA LA IMAGEN DE NUESTRA EMPRESA EN CIERTO SENTIDO.

SI BIEN ES CIERTO QUE EN LA ACTUALIDAD, SE ESTÁ CONTROLANDO CON MAYOR INTENSIDAD EL CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES Y ORDENANZAS MUNICIPALES, RESPECTO A ESTE TEMA, NOS DIMOS CUENTA QUE LAS BASES LEGALES EN EL PAÍS NO SON TOTALMENTE FACTIBLES PARA EL PROYECTO QUE QUEREMOS PLANTEAR.

DECIDIMOS ENTONCES DARLE UN MATIZ DIFERENTE AL TEMA ENFOCÁNDOLO EN UN CLUB PRIVADO ESPECÍFICAMENTE AL CONFORT Y DISTRACCIÓN DE UN GRUPO DE PERSONAS COMO LO SON LOS EJECUTIVOS TANTO NACIONALES COMO EXTRANJEROS QUE DISFRUTAN DE LOS PEQUEÑOS PLACERES DE LA VIDA MIENTRAS CIERRAN NEGOCIOS CON

IMPORTANTES CLIENTES EN UN AMBIENTE COMPLETAMENTE ACOGEDOR Y DIVERTIDO CON UN ESTILO ÚNICO EN GUAYAQUIL.

5.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

5.2.1 ANTECEDENTES

ANTES DEL CAMBIO RADICAL QUE TUVO GUAYAQUIL LA MAYORÍA DE LAS PERSONAS ESTABAN ACOSTUMBRADAS A PASAR EN SUS CASAS, IR A CASAS DE FAMILIARES O CONOCIDOS Y EL MAYOR MÉTODO DE DISTRACCIÓN ERA IR A COMER A ALGÚN RESTAURANTE COMO LA PARRILLADA DEL ÑATO O ALGÚN OTRO RESTAURANTE SOBRESALIENTE DE AQUELLA ÉPOCA; ERAN POCAS LAS PERSONAS QUE IBAN AL CINE O AL TEATRO, PERO DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS GRACIAS AL SOBRESALIENTE CRECIMIENTO QUE HA TENIDO LA CIUDAD HA INCREMENTADO EL NÚMERO DE PERSONAS QUE BUSCAN DE NUEVOS LUGARES E INTERESANTES DONDE PODER EJERCER ACTIVIDADES SOCIALES, O HOBBIES.

TAMBIÉN SE HA INCREMENTADO EL NÚMERO DE EJECUTIVOS ORGULLOSOS DEL NOTABLE PROGRESO DE LA CIUDAD DISPUESTOS A CONOCER LUGARES NUEVOS QUE SOBREPASEN SUS EXPECTATIVAS Y DE ESTA MANERA PODER INVITAR A SUS SOCIOS, CLIENTES O POTENCIALES CLIENTES QUE ESTÁN DE PASO POR LA CIUDAD.

5.2.2 COMPETENCIA

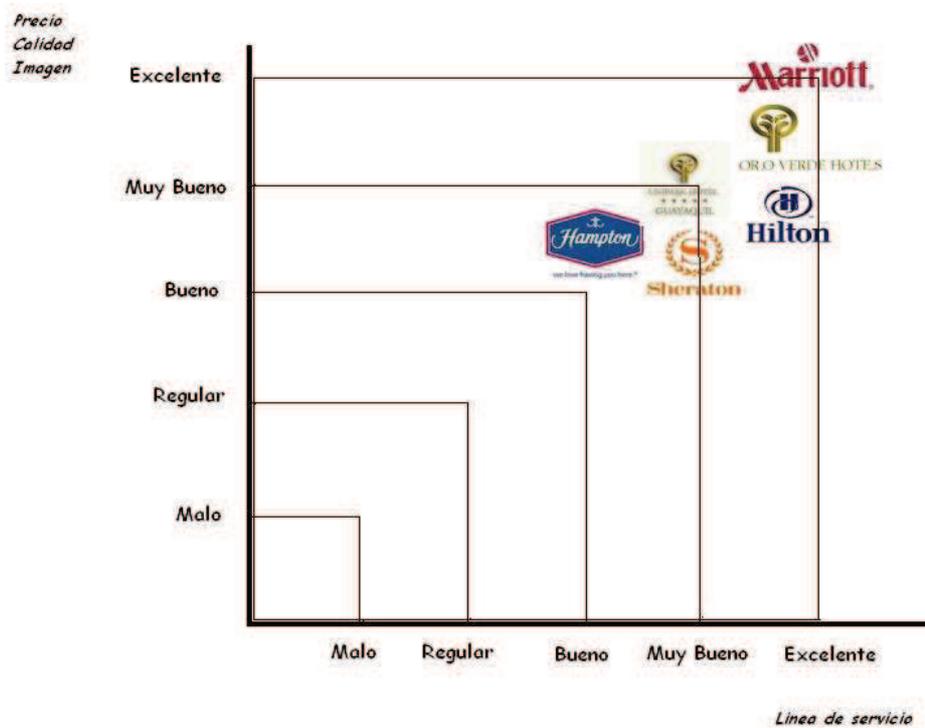
LOS RESTAURANTES QUE HEMOS INVESTIGADO QUE SON NUESTRA COMPETENCIA DIRECTA SON TENIS CLUB, CLUB DE LA UNIÓN, Y CIERTOS HOTELES EXCLUSIVOS DE LA CIUDAD QUE INCLUYEN SERVICIOS COMO SPA, GIMNASIO, ETC.

YA QUE NUESTRO PROYECTO ES UNA IDEA INNOVADORA SOMOS PIONERAS EN COMBINAR ESTOS SERVICIOS DENTRO DE UN CLUB QUE TENDRÁ SPA, SAUNA, MASAJISTAS, GIMNASIO, RESTAURANT, SALA DE RECREACIÓN DONDE HABRÁ UNA PANTALLA EN LA CUAL NUESTROS CLIENTES PODRÁN DISFRUTAR DE SUS PARTIDOS PREFERIDOS, TAMBIÉN CONTAREMOS CON UN ÁREA DONDE HABRÁN SHOWS EN VIVO.

DADO QUE EN GUAYAQUIL NO HAY NINGÚN SITIO QUE REÚNA TODOS ESTOS SERVICIOS PENSAMOS QUE NUESTRA POSIBLE COMPETENCIA DIRECTA SERIA EL TENIS CLUB, ANEXO TENIS CLUB Y PRINCIPALES HOTELES DE LA CIUDAD.

COMO COMPETENCIA INDIRECTA SERIAN LOS CASINOS, RESTAURANT, SPA, ETC.

5.2.3 MAPEO COMPETENCIA



5.2.4 LA EMPRESA

EL CLUB VA A ESTAR UBICADO EN UNA ZONA ESTRATÉGICA, EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD, QUE ES UN SECTOR MUY TRANSITADO POR TURISTAS, EL CLUB VA SER ELEGANTE, MODERNO Y DESDE CUALQUIER PUNTO DE VISTA A VA TENER DISTINCIÓN, VA A SER ACOGEDOR PARA NUESTROS CLIENTES. SE VA A DISTINGUIR ENTRE EL RESTO DE SITIOS DE RECREACIÓN, YA QUE ESTA PUEDE SER DE MAYOR ATRACCIÓN TANTO PARA EJECUTIVOS GUAYAQUILEÑOS Y EXTRANJEROS.

ESTÁ CONSTITUIDO POR PERSONAS DISPUESTAS A CAMBIAR Y EVOLUCIONAR SEGÚN LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO, EL ENFOQUE DEL CLUB ESTÁ DIRIGIDO A LA DISTRACCIÓN Y ENTRETENIMIENTO DE NUESTROS SOCIOS, ES UN LUGAR MUY CÓMODO Y ELEGANTE DONDE ESTARÁN SEGUROS DE QUE SE DIVERTIRÁN; NUESTROS COLABORADORES ESTARÁN CAPACITADOS EN LA ACTIVIDAD QUE REALICEN

5.3 ANÁLISIS DE MERCADO

SEGÚN LA INVESTIGACIÓN QUE REALIZAMOS PUDIMOS DARNOS CUENTA QUE LAS PRINCIPALES OPCIONES QUE TIENEN LAS PERSONAS EN GUAYAQUIL ES REALIZAR DEPORTES, IR AL CINE, TEATROS, DISCOTECAS, BARES, VIAJES, ETC. TAMBIÉN PUDIMOS DARNOS CUENTAN QUE NO HAY GRANDES DIFERENCIAS ENTRE HOMBRES Y MUJERES ACERCA DE LAS ACTIVIDADES DE DISTRACCIÓN, SIN EMBARGO, LOS HOMBRES SE DEMUESTRAN APENAS MÁS ENTUSIASMADOS EN ACTIVIDADES DE DEPORTES Y JUEGOS DE AZAR.

5.3.1 SECTOR

EL CLUB ESTARÁ UBICADO EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD, LA PUERTA DE INGRESO AL CLUB ESTARÁ HACIA LA AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA, UNA ZONA TRANSITADA TANTO POR LOS GUAYAQUILEÑOS COMO POR LOS TURISTAS.

5.3.2 CLIENTES

NUESTRO PROYECTO ESTARÁ DIRIGIDO PRINCIPALMENTE HACIA EJECUTIVOS Y AMANTES DE LOS DIFERENTES JUEGOS DE NUESTRA SALA DE RECREACIÓN QUE BUSCAN SALIR DE SU RUTINA Y PASAR UN BUEN RATO DISFRUTANDO ENTRE AMIGOS DE LAS DIFERENTES ACTIVIDADES QUE OFRECE NUESTRO CLUB.

5.3.3 CONSUMIDORES

UNA VEZ QUE ESTEMOS EN LA MENTE DE NUESTROS CONSUMIDORES, NOS DEDICAREMOS A PERFECCIONAR EL SERVICIO HACIA NUESTROS CLIENTES MÁS FIELES Y A BUSCAR NUEVOS NICHOS DE MERCADO PARA EXPANDIRNOS CON EL MISMO CONCEPTO DE DIVERSIÓN Y COMODIDAD PERO CON DIFERENTES MARCAS PARA NO MEZCLAR NUESTROS GRUPOS OBJETIVOS, Y SEGUIR CRECIENDO A NIVEL NACIONAL.

5.3.4 SEGMENTACIÓN

EL TARGET AL CUAL NOS VAMOS A DIRIGIR SON PERSONAS DE 25 AÑOS EN ADELANTE QUE TENGAN UN TRABAJO ESTABLE Y DISFRUTEN O ESTÉN EN BÚSQUEDA DE UN LUGAR DIFERENTE EL CUAL PODRÍA SER UN ALIADO PARA CERRAR NEGOCIOS O UNA ESTRATEGIA PARA GANAR LA CONFIANZA Y BAJAR LAS TENSIONES EN LOS NEGOCIOS O SIMPLEMENTE UN LUGAR DONDE IR A DISTRAERSE SANAMENTE Y PODER REALIZAR HOBBIES PARA SALIR DE LA RUTINA.

BUSCAMOS LAS NECESIDADES DE NUESTRO TARGET PARA ASÍ CUMPLIR A CABALIDAD CON LA IDEA DE QUE EL SERVICIO SEA COMPLETO.

NOS VAMOS A DIFERENCIAR EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y EN SATISFACER LAS DIVERSAS ACTIVIDADES PARA POSESIONARNOS EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR Y CONVERTIR EL RELAX EN UNA NECESIDAD COTIDIANA PARA ELLOS.

5.4. ANÁLISIS F.O.D.A.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • SOMOS ÚNICOS EN EL MERCADO CON TEMÁTICA DE DIVERSIÓN Y RELAX • UBICACIÓN IDEAL DESDE CUALQUIER PUNTO DE GUAYAQUIL, AL ENCONTRARNOS EN UNA ZONA COMERCIAL DE LA AV. FRANCISCO DE ORELLANA • FOMENTAMOS LA DIVERSIÓN • MOTIVAMOS A NUESTROS EMPLEADOS, TRAYENDO CONSIGO UN PERSONAL CON BAJA ROTACIÓN Y FUERZA LABORAL ALTA. • INNOVACIÓN EN REPOSTERÍA. • BUENA RELACIÓN PRECIO Y CALIDAD. • CONTAMOS CON ZONA DE PARQUEO PROPIA 	<ul style="list-style-type: none"> • ZONA POTENCIAL Y DE GRAN TRANSITO DE CLIENTES CONSUMIDORES. • OFRECER SERVICIO DE CATERING CON SERVICIOS DE SHOWS RELACIONADOS. • • • CRECIMIENTO EN OTROS MERCADOS (GEOGRÁFICOS). • AFILIACIÓN O ALIANZA A CADENAS INTERNACIONALES. • • ESTAMOS UBICADOS EN LA AV. FRANCISCO DE ORELLANA QUE ES EL NUEVO SECTOR EMPRESARIAL DE LA CIUDAD. 	<ul style="list-style-type: none"> • PARA BRINDAR NUESTROS SERVICIOS DE RESTAURACIÓN DEPENDEMOS DEL ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS POR PARTE DE NUESTROS PROVEEDORES. 	<ul style="list-style-type: none"> • NUESTRA COMPETENCIA TAMBIÉN OFRECE EL SERVICIO DE BAR PARA EL MERCADO AFTERWORK. • • NO ESTAMOS DENTRO DE UNA ZONA SEGURA. • • ESTAMOS SUJETOS A LOS CONSTANTES CAMBIOS ECONÓMICOS DEL PAÍS. • • AL SER UNA PROPUESTA NUEVA EN EL MERCADO, NO HAY LA CERTEZA DE TENER UNA ACEPTACIÓN Y ACAPARAR LA ATENCIÓN DEL CONSUMIDOR. • • COMPETENCIA DIRECTA YA SE ENCUENTRA POSICIONADA. • • CRECIMIENTO COMERCIAL Y GASTRONÓMICO DEL SECTOR. • • MAYOR PROMOCIÓN DE COMPETENCIA.

5.5 OBJETIVOS



CORTO PLAZO

ENTRAR CON FUERZA AL MERCADO Y SER IDENTIFICADOS RÁPIDAMENTE COMO UNA MARCA EXCLUSIVA.

MEDIANO PLAZO

POSICIONARNOS EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR COMO UN LUGAR DONDE ENCUENTRAS “TODO EN UNO” SIN PERDER SU EXCLUSIVIDAD TANTO EN EL SERVICIO COMO EN EL AMBIENTE.

LARGO PLAZO

A LARGO PLAZO QUEREMOS CONVERTIR EL RELAX EN UNA NECESIDAD COTIDIANA PARA NUESTRO TARGET, TAMBIÉN LOGRAR QUE EL CLUB SE EXTIENDA ENTRE LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS, MANTENIENDO CONVENIOS PARA QUE ASÍ LOS SOCIOS GOZEN DE LOS BENEFICIOS QUE OFRECE SER PARTE DE NUESTRO CLUB, TANTO DENTRO COMO FUERA DE ÉL.

5.6 ESTRATEGIAS

5.6.1 ESTRATEGIA DE MARKETING Y PUBLICAD

NUESTRA ESTRATEGIA DE MARKETING ES DE TIPO DIRECTA, LLEGADO A EMPRESARIOS POR MEDIO DE INVITACIONES A PROBAR LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR NUESTRO LOCAL, ADEMÁS DE PROPAGANDAS EN REVISTAS EXCLUSIVAS, TALES COMO DINERS Y VISTAZO.

PARA LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DE NUESTRO PROYECTO DESARROLLAREMOS DOS TIPOS DE PLANES, EL PRIMERO, ES DECIR EL RESTAURANTE, ESTARÁ DIRIGIDO AL

PÚBLICO EN GENERAL QUE BUSCA SALIR DE LA RUTINA, DEL STRESS LABORAL Y PARA ELLOS UTILIZAREMOS LO CONOCIDOS BROCHURE.

EL BROCHURE CONTENDRÁ INFORMACIÓN ACERCA DE NUESTRO LOCAL, LA HISTORIA Y EL PORQUÉ LA TEMÁTICA DEL MISMO, DÓNDE ESTÁ UBICADO, UNA PEQUEÑA CARTA DE PRESENTACIÓN DE LOS PLATOS, ASI COMO LOS HORARIOS DE ATENCIÓN Y QUÉ TIPO DE PROMOCIONES TENEMOS DURANTE LA SEMANA.

MIENTRAS QUE PARA LA PROMOCIÓN DE NUESTRO BUSINESS CLUB HEMOS DECIDIDO LA PUBLICIDAD PERSONALIZADA ENVIANDO INVITACIONES A CADA UNO DE NUESTROS CLIENTES POTENCIALES QUE SE ENCUENTRAN EN NUESTRA BASE DE DATOS DE CLIENTES MÁS SELECTIVOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, COMO LO SON EMPRESARIOS, GERENTES, ETC.

ADEMÁS CONTAREMOS CON TARJETAS DE PRESENTACIÓN QUE SERÁN DISTRIBUIDAS JUNTO CON LOS BROCHURES.

NUESTRA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN CONSISTIRÁ EN:

- 1) **PUBLICIDAD PERSONALIZADA:** VISITAREMOS A NUESTROS DIFERENTES CLIENTES CON LA FINALIDAD DE DARLES A CONOCER NUESTRO PRODUCTO Y SERVICIOS, INVITÁNDOLOS A DISFRUTAR DE UNA EXPERIENCIA INIGUALABLE.
- 2) **PUBLICIDAD ESCRITA:**
 - a. **BROCHURES:** CONTENDRÁ INFORMACIÓN ACERCA DE LA EMPRESA, SERVICIOS, PAQUETES PROMOCIONALES, DIRECCIÓN DE LA EMPRESA, NÚMEROS DE CONTACTO, DIRECCIÓN ELECTRÓNICA, PÁGINA WEB Y FORMAS DE PAGO.

- b. **FLYERS:** PRESENTACIÓN BREVE DE NUESTROS SERVICIOS. SERÁN REPARTIDOS EN LOS DIFERENTES PUNTOS ESTRATÉGICOS DE LA CIUDAD COMO LO SON CENTROS COMERCIALES, AEROPUERTOS Y EDIFICIOS COMERCIALES A LO LARGO DE LA AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA

- c. **TARJETAS DE PRESENTACIÓN:** NOS BRINDA LA COMODIDAD DE DARNOS A CONOCER PERSONALMENTE Y CON LA FACILIDAD DE UNA PRONTA COMUNICACIÓN.

BASE DE DATOS: LLEGAMOS A 1000 PERSONAS DE CLASE MEDIA Y ALTA. CON UNA BASE DE DATOS CON CONTACTOS REALES.

5.6.2 ESTRATEGIA DEL SERVICIO EN EL MERCADO

SI NOS REFERIMOS AL DESARROLLO TURÍSTICO Y EMPRESARIAL DEL ECUADOR, ES IMPORTANTE ENCONTRAR UN LUGAR ESPECIALIZADO EN DAR EL MEJOR SERVICIO QUE SE PUEDA OFRECER, CONTANDO CON UN RECURSO HUMANO CAPACITADO EN TODAS LAS ÁREAS DE LA EMPRESA. CUANDO SE HABLA DE CLUBES PARA EMPRESARIOS, PASA LO MISMO, PUES SE RECURRE A PROFESIONALES QUE NOS DEN LA CERTEZA DE QUE TODO ESTARÁ BIEN.

EN MUCHAS OCASIONES, HEMOS PODIDO CONVERSAR CON EMPRESARIOS, DUEÑOS DE EMPRESAS Y MANAGER, QUIENES NOS DEMOSTRARON SU PREOCUPACIÓN AL NO ENCONTRAR UN LUGAR EN EL QUE SE HALLE TANTO DIVERSIÓN COMO UN AMBIENTE APROPIADO PARA CERRAR NEGOCIACIONES O TRATOS, ADEMÁS DE TENER UN AMBIENTE RELAJANTE.

OTRAS OPCIONES PUEDEN RESULTAR MÁS ECONÓMICAS, PERO A LA VEZ TRAEN CONSECUENCIAS NEGATIVAS A LARGO PLAZO, YA SEA POR FALTA DE PLANIFICACIÓN, VISIÓN, MAL SERVICIO, O FALTA DE PRIVACIDAD Y SEGURIDAD.

AL REDUCIR EXCESIVAMENTE LA CALIDAD DEL PRODUCTO OFRECIDO, SE OBTIENE UN RECHAZO DE PARTE DE NUESTROS CLIENTES, DANDO COMO RESULTADO QUE ESTOS DECIDAN ABANDONAR NUESTRA ORGANIZACIÓN Y DESPRESTIGIO, ADEMÁS DE PÉRDIDA DE CREDIBILIDAD, DECEPCIÓN, Y FALTA DE INTERÉS DE POSIBLES FUTUROS CLIENTES.

5.6.3 ESTRATEGIA DE VENTAS

EN LA ACTUALIDAD PODEMOS DARNOS CUENTA QUE LA COMPETENCIA ES CADA VEZ MAS AGRESIVA, EL ÁREA DE VENTAS ES FUNDAMENTAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA. TODOS SABEMOS QUE ES COMPLEJA LA FIJACIÓN DE OBJETIVOS, LA ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTOS DE VENTAS, LA CORRECTA APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS DE VENTAS, ETC.

1. DEFINICIÓN ESTRATEGIAS DE VENTAS
2. INCREMENTAR LAS VENTAS GRACIAS A LA MEJORA DE RESULTADOS DEL EQUIPO.
3. ANÁLISIS, SELECCIÓN EN TÉCNICAS DE VENTAS DEL EQUIPO HUMANO.
4. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS PARA EL EQUIPO DE VENTAS.
5. DEFINICIÓN DE PRESUPUESTOS DE VENTAS
6. AUMENTAR LA SATISFACCIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE.
7. DISEÑO DE LA RED, RUTAS Y TERRITORIOS DE VENTAS.
8. DETERMINACIÓN DE SISTEMAS DE REMUNERACIÓN ADECUADOS.

5.6.3.1 COMO SE HARÁN LAS VENTAS

SE REALIZARAN A TRAVÉS DE BROCHURES, FLYERS REPARTIDOS EN EL AEROPUERTO JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO, CENTROS COMERCIALES Y EDIFICIOS UBICADOS EN LA AV. FRANCISCO DE ORELLANA, QUE SON SITIOS ESTRATÉGICOS DONDE SE ENCUENTRAN NUESTROS CLIENTES POTENCIALES. ASÍ MISMO LA EMPRESA SE ENCARGARA DE CONTACTAR A SUS CLIENTES A TRAVÉS DE UNA BASE DE DATOS QUE MANEJÁRAMOS.

5.7. PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO
ENTREGA DE BROCHURES, TARJETAS DE PRESENTACIÓN Y DEMÁS FOLLETERÍA	\$300
INVESTIGACION DE MERCADO: ENCUESTAS PARA DETERMINAR GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES POTENCIALES	\$ 50
PUBLICIDAD PERSONALIZADA: COCTEL DE LANZAMIENTO DEL BUSINESS CLUB	\$1000
PUBLICIDAD EN LAS PRINCIPALES REVISTAS DEL PAÍS: MUNDO DINERS, AMÉRICA ECONÓMICA, VANGUARDIA, VISTAZO, NUESTRO MUNDO, ETC.	\$ 1000
ANUNCIO EN LOS PRINCIPALES DIARIOS DE PAÍS : DIARIO EL UNIVERSO, EL COMERCIO, EL EXPRESO	\$ 500

6. PLAN OPERATIVO

6.1 DESCRIPCIÓN

6.1.1 DESCRIPCIÓN DEL RESTAURANTE

LA PUERTA DE INGRESO AL RESTAURANTE ESTA UBICADA HACIA LA AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA, EN EL INGRESO TENDREMOS UNA HOSTESS QUE LES DARÁ LA BIENVENIDA A LUXOR'S, LES MOSTRARÁ LA CARTA, LES ENSEÑARÁ SU MESA Y TOMARA SU PEDIDO.

LOS BAÑOS DEL RESTAURANTE ESTARÁN UBICADOS HACIA EL LADO IZQUIERDO DIVIDIDO EN BAÑOS PARA DAMAS, CABALLEROS Y DISCAPACITADOS.

EL ÁREA DE SERVICIO, OFICINAS, COCINA, PRODUCCIÓN Y BODEGAS ESTÁ UBICADA EN LA PARTE POSTERIOR DEL RESTAURANTE.

EL RESTAURANTE ESTA DEBIDAMENTE SEÑALIZADO CON SALIDAS DE EMERGENCIA, CAPACIDAD DEL LOCAL Y EL CORREDOR DE EVACUACIÓN ESTA UBICADO DETRÁS DEL ÁREA DE SERVICIO.

LUXOR'S RESTAURANTE CUENTA CON 10 MESAS CUADRADAS PARA 4 PERSONAS CADA UNA Y 7 MESAS REDONDAS PARA 6 PERSONAS CADA UNA, LO QUE NOS DA UN TOTAL DE CAPACIDAD PARA 82 COMENSALES.

6.1.3 DESCRIPCIÓN DE LUXOR'S BUSINESS CLUB

LUXOR'S BUSINESS CLUB A DIFERENCIA DE RESTAURANTE CONTARÁ CON DOS PUERTAS UBICADAS HACIA LA AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA, LA PRIMERA SERÁ

DE INGRESO Y LA SEGUNDA DE EGRESO ADEMÁS ESTAS PUERTAS SERÁN UTILIZADAS COMO SALIDAS DE EMERGENCIA.

EN LA PUERTA DE INGRESO COMO YA LO MANIFESTAMOS TENDREMOS UNA HOSTESS QUIEN SERÁ LA ENCARGADA DE DARLES LA BIENVENIDA A NUESTROS SOCIOS Y CLIENTES, MOSTRARÁ LAS ÁREAS DE JUEGOS CON LAS QUE CONTAMOS Y PREGUNTARLES SI DESEAN IR AL RESTAURANTE, AL SPA, SALA DE JUEGOS ETC.

AL INGRESAR HACIA LA IZQUIERDA ESTARÁ UBICADO EL "BAR", DE FORMA RECTANGULAR DIRIGIÉNDOSE DE ORIENTE A OCCIDENTE.

EN EL CENTRO ENCONTRAMOS EL RESTAURANTE DONDE HABRÁ UN ESCENARIO DIVIDIDO EN DOS SECCIONES, LA POSTERIOR SERÁ MOVIBLE PARA TENER DOS PISOS DE ESCENARIO, ALREDEDOR DEL MISMO; EN LA PARTE POSTERIOR, ESTARÁ UN CORREDOR INTERNO PARA ARTISTAS PARA ACCEDER A LAS PATAS O MANGAS DE ESCENARIO Y HACIA LOS LADOS HABRÁN DOS CORREDORES DE SERVICIO PARA MESEROS.

LOS BAÑOS DEL CLUB ESTARÁN UBICADOS HACIA EL LADO IZQUIERDO DIVIDO EN BAÑOS PARA DAMAS, CABALLEROS Y DISCAPACITADOS.

EL ÁREA DEL SPA ESTARÁ UBICADA HACIA EL LADO IZQUIERDO DONDE PODRÁN ENCONTRAR MASAJES RELAJANTES, LIMPIEZAS FACIALES, ETC

EL ÁREA DE SERVICIO, OFICINAS, COCINA, PRODUCCIÓN Y BODEGAS ESTÁN UBICADAS EN LA PARTE POSTERIOR DEL CASINO COMPARTIDO CON EL RESTAURANTE.

EL CLUB ESTA DEBIDAMENTE SEÑALIZADO CON SALIDAS DE EMERGENCIA, CAPACIDAD DEL LOCAL Y EL CORREDOR DE EVACUACIÓN ESTA UBICADO DETRÁS DEL ÁREA DE SERVICIO.

LUXOR'S CLUB CUENTA CON CUATRO MESAS DE PÓKER PARA 6 JUGADORES, CUATRO MESAS DE BLACK JACK PARA 6 JUGADORES, CINCO MESAS DE RULETA PARA CUATRO JUGADORES Y 16 MÁQUINAS TRAGAMONEDAS, LO QUE NOS DA UNA DE CAPACIDAD DE 84 CLIENTES JUGANDO

6.2 UBICACIÓN

UBICACIÓN DEL BUSINESS CLUB Y RESTAURANTE

CIUDADELA. KENNEDY NORTE, AVENIDA FRANCISCO DE ORELLANA Y NAHÍM ISAÍAS ESQUINA (FRENTE A COLINEAL)

6.3 HORARIOS DE ATENCIÓN

HORARIOS DE ATENCIÓN DEL RESTAURANTE:

LUXOR'S RESTAURANTE BRINDARÁ SUS SERVICIOS DE DOMINGO A JUEVES DE 11H00 AM HASTA LAS 23H00. VIERNES Y SÁBADOS DE 10H00 AM HASTA LAS 24H00.

HORARIOS DE ATENCIÓN DEL BUSINESS CLUB:

LUXOR'S CLUB BRINDARÁ SUS SERVICIOS DE DOMINGO A JUEVES DE 16H00 HASTA LAS 03H00. VIERNES Y SÁBADOS DE 15H00 HASTA LAS 03H00.

6.4 HORARIOS DEL PERSONAL

HORARIOS DE PERSONAL DEL RESTAURANTE:

PARA EL PERSONAL DE SERVICIO Y COCINA SE HARÁN DOS TURNOS, DE DOMINGO A JUEVES, EL PRIMER TURNO SERÁ DE 8H00 HASTA 15H00, EL SEGUNDO DE 15H00 HASTA LAS 24H00 DANDO UN TOTAL DE 8 HORAS DIARIAS.

EL HORARIO DE VIERNES Y SÁBADO SERÁ DE 7H00 A 15H00 PARA EL PRIMER TURNO Y EL SEGUNDO TURNO SERÁ DE 15H00 HASTA LA 01H00.

HORARIOS DE PERSONAL DEL BUSINESS CLUB:

PARA EL PERSONAL DEL CLUB SE HARÁN DOS TURNOS, DE DOMINGO A LUNES, EL PRIMER TURNO SERÁ DE 13H00 HASTA 21H00, EL SEGUNDO TURNO DE 21H00 HASTA LAS 05H00 DANDO UN TOTAL DE 8 HORAS DIARIAS.

6.5 UNIFORMES

EL UNIFORME PARA EL PERSONAL DE SERVICIO, SERÁ PANTALÓN NEGRO, MANDIL Y CAMISA O BLUSA BLANCA MANGA LARGA.

EL PERSONAL DE COCINA CONTARÁ CON UNIFORME DE COCINEROS CON PANTALÓN DE CUADROS COLOR GRIS Y CHAQUETAS COLOR BLANCO.

LAS HOSTESS TANTO DEL BUSINESS CLUB COMO DEL RESTAURANTE, LUCIRÁN VESTIDO CORTO QUE VAYAN ACORDE A LOS COLORES DEL LOCAL.

EL PERSONAL DE SEGURIDAD ESTARÁ VESTIDO CON TERNO DE COLOR NEGRO DE TAL FORMA QUE ESTARÁN ENCUBIERTOS PARA NO ALERTAR A LAS PERSONAS, NI PORTARÁN ARMAS PARA LOGRAR UN AMBIENTE MÁS TRANQUILO Y AGRADABLE.

6.6 TIPO DE SERVICIO

TIPO DE SERVICIO EN EL RESTAURANTE:

LUXOR'S RESTAURANT IMPLEMENTARÁ EL SISTEMA DE SERVICIO AMERICANO, DONDE CADA MESERO ATENDERÁ OCHO MESAS DE CUATRO PERSONAS CADA UNA, PARA FACILITAR LA RAPIDEZ DEL SERVICIO AL COMENSAL.

TIPO DE SERVICIO EN EL BUSINESS CLUB:

LUXOR'S CLUB IMPLEMENTARÁ EL SISTEMA DE SERVICIO SEMI-PERSONALIZADO, DONDE LOS MESEROS TENDRÁN COMO OBLIGACIÓN ESTAR PENDIENTES DE LO QUE DESEAN SUS COMENSALES.

EN LAS MESAS DE JUEGO TENDREMOS UN RESPONSABLE POR ÁREA QUIEN SERÁ EL ENCARGADO DE VIGILAR EL FUNCIONAMIENTO DE LAS MISMAS.

6.7 DECORACIÓN

LA DECORACIÓN EN NUESTRO LOCAL TAMBIÉN ES MUY IMPORTANTE PARA SU ÉXITO, PARA ELLO TENEMOS PLANEADO UN ESTILO ELEGANTE, CONTEMPORÁNEO, PERO A LA VEZ INFORMAL, POR LO QUE DECIDIMOS INCORPORAR ALGUNOS PRODUCTOS QUE HARÁN QUE NUESTROS INVITADOS SE SIENTAN COMO EN EL VERDADERO LAS VEGAS.

RESTAURANTE

EL RESTAURANTE LUXOR'S, LE OFRECE UN AMBIENTE CONTEMPORÁNEO DE LA VEGAS CON UN TOQUE DE ELEMENTOS TRADICIONALES, CON UNA CAPACIDAD PARA 82 PERSONAS Y UNA SELECCIÓN INIGUALABLE DE VINOS ESPECIALES.

DESDE EL MOMENTO EN QUE CRUZA LAS PUERTAS DE NUESTRO RESTAURANTE, ENTRARÁ A UN MUNDO FASCINANTE Y ENCANTADOR EN EL QUE PODRÁ RELAJARSE Y DISFRUTAR DE SU CENA EN UN AMBIENTE SERENO.

LA AMBIENTACIÓN ES UNA INTERPRETACIÓN MODERNA ESTILO FRANCÉS DEL SIGLO XIX, CON ELEMENTOS VISUALES Y EMPLEADOS CON ATUENDOS MUY ELEGANTES. EN TODO EL RESTAURANTE, SE NOTARÁ UN ESTILO DE MÚSICA RELAJANTE TIPO AMBIENTAL PARA HACER DE LA COMIDA UN MOMENTO AÚN MÁS ESPECIAL, LO CUAL LE PONDRÁN SU SELLO AL AMBIENTE.

EL SALÓN ES EL LUGAR PERFECTO PARA RELAJARSE AL SON DE MÚSICA EN VIVO Y PRESENTACIONES DIVERSAS QUE HARÁN DE CADA NOCHE DISTINTA A LA ANTERIOR, LO CUAL INVITA A QUE EL PÚBLICO PARTICIPE.

DEL TECHO CAERÁN CIENTOS DE LÁMPARAS LO QUE LE DARÁ ADEMÁS UN AMBIENTE ROMÁNTICO AL LUGAR, JUNTO CON SILLAS AMPLIAS DE CUERO, MESAS RECTANGULARES CON MANTELES BLANCOS Y UNA PLATERÍA, CRISTALERÍA Y CUBERTERÍA EXQUISITA, LE DARÁN SU TOQUE DE DIFERENCIA DE ENTRE OTROS RESTAURANTES.

LOS PISOS SERÁN DE MÁRMOL Y SUS PAREDES RECUBIERTAS CON TAPICES ENTRE BLANCOS Y GRISES, DÁNDOLE UN ESPECIE DE AMPLITUD AL AMBIENTE.

BUSINESS CLUB

DENTRO DE NUESTRO CLUB DESCUBRIRÁ UN ÁREA OPULENTE LLENA DE JUEGOS Y ACCIÓN, MÁS DE LO QUE PODRÍAS IMAGINAR. INCLUYE TODAS LAS RIQUEZAS QUE PUEDA DESEAR SU CORAZÓN. TRAGAMONEDAS, VIDEO-PÓKER, BLACK-JACK, RULETA, BACARÁ, PAI GOW, KENO. UNA SALA DE PÓKER LUJOSA Y DEPORTES DIGNO DE UN CAMPEÓN.

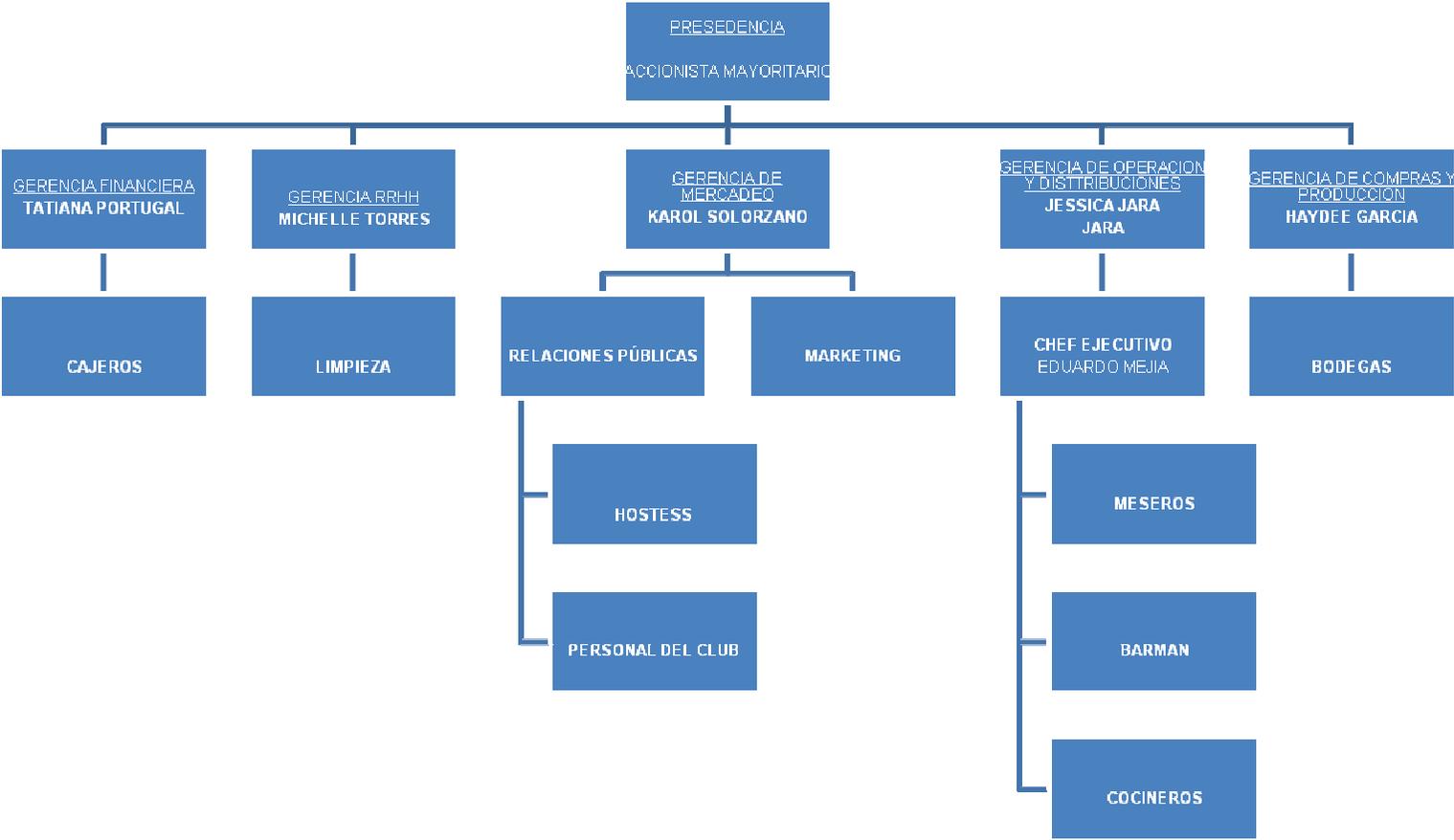
EL LUGAR ESTARÁ REVESTIDO DE ALFOMBRAS COLOR CAOBA, Y PAREDES BEIGE, HABRÁN MESAS DE JUEGO EXTENDIDAS POR EL LUGAR, JUNTO CON MAQUINAS TRAGAMONEDAS.

EN UNA ESQUINA ENCONTRAREMOS UN BAR EN EL CUAL SE PODRÁN SERVIR TODA VARIEDAD DE BEBIDAS, A UN BAJO COSTO Y CON UNA PRESENTACIÓN DIFERENTE.

EL BAR SERÁ TODO DE LA MEJOR MADERA Y CON UNA ESTANTERÍA DE VIDRIO PARA MOSTRAR NUESTRA DIVERSIDAD DE MARCAS DE BEBIDAS.

NO PODEMOS OLVIDAR A AQUELLOS QUE LES GUSTA RELAJARSE, PUES PARA ELLOS TENEMOS UNA EXCLUSIVA ZONA DE SPA Y CENTRO ESTÉTICO, DONDE PODRÁN SALIR DE SU AMBIENTE HABITUAL PARA LLENARSE DE SERENIDAD, RODEADO DE MÚSICA AMBIENTAL PAREDES BEIGE, CON UN TOQUE SILVESTRE, EN EL CUAL PODRÁ TRANSPORTARSE CERCA DE LA NATURALEZA.

6.8 ORGANIGRAMA DE LUXOR'S



6.9 DESCRIPCIÓN DE CARGOS LABORALES

GERENTE FINANCIERO:

EL GERENTE FINANCIERO ES LA CABEZA ADMINISTRADORA DE LA CONTABILIDAD Y CIRCULANTE DE LA EMPRESA.

ENTRE SUS FUNCIONES ESTÁN:

- PROYECCIONES DE VENTAS
- REVISAR EL FLUJO DIARIO DE LA EMPRESA
- AUTORIZAR LOS EGRESOS DE LA EMPRESA
- CONTROLAR LOS INGRESOS DE LA EMPRESA
- CONTROLAR LOS EGRESOS DE LA EMPRESA
- HACER LOS ROLES DE PAGO
- PAGO A PROVEEDORES
- PAGO A SERVICIOS VARIOS

GERENTE DE PRODUCCIÓN Y COMPRAS:

EL GERENTE DE DISTRIBUCIÓN ES LA CABEZA ADMINISTRADORA DE LAS COMPRAS Y LLEVAR UN CONTROL DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA MATERIA PRIMA SEGÚN LO REQUERIDO PARA LA OPERACIÓN.

ENTRE SUS FUNCIONES ESTÁN:

- BUSCAR PROVEEDORES
- REVISAR COTIZACIONES
- COORDINAR CON EL CHEF EJECUTIVO LO QUE SE REQUIERE
- CONTROLAR INGRESOS DE BODEGA
- CONTROLAR EGRESOS DE BODEGA

- REALIZAR AUDITORÍAS DE BODEGA
- RENDIR CUENTAS AL DEPARTAMENTO FINANCIERO

GERENTE DE RECURSOS HUMANOS:

EL GERENTE DE RECURSOS HUMANOS ES LA CABEZA ADMINISTRADORA DEL PERSONAL.

ENTRE SUS FUNCIONES ESTA:

- LLEVAR CONTROL DE NÓMINA
- PROCESO DE RECLUTAMIENTO
- CALIFICAR AL PERSONAL
- CONTRATAR AL PERSONAL
- CAPACITAR AL PERSONAL
- PREPARAR ROLES DE PAGO

GERENTE DE MERCADEO:

EL GERENTE DE MERCADEO ES LA PERSONA ENCARGADA DE LA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA, PROMOCIONES, ETC.

ENTRE SUS FUNCIONES ESTÁN:

- ESTUDIO DE MERCADO
- PROYECCIONES DE VENTAS
- PLANES ESTRATÉGICOS
- CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO
- PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

- RELACIONES CON MEDIOS
- COTIZACIONES DE PUBLICIDAD
- RELACIONES PUBLICAS

GERENTE DE DISTRIBUCIÓN Y OPERACIONAL

EL GERENTE DE DISTRIBUCIÓN ES LA CABEZA ENCARGADA DE TODA LA OPERACIÓN DEL RESTAURANTE Y CLUB

ENTRE SUS FUNCIONES ESTÁN:

- HACER HORARIOS DEL PERSONAL
- CONTROLAR ASISTENCIAS
- HACER PLANES DE CONTINGENCIA
- PROGRAMAR LAS ACTIVIDADES DEL ESTABLECIMIENTO
- COORDINAR QUE TODO ESTÉ LISTO PARA LA OPERACIÓN
- MANTENER COMUNICACIÓN CON EL DEPARTAMENTO DE COMPRAS
- RECONOCER HORAS EXTRAS DEL PERSONAL

CHEF EJECUTIVO:

ES LA CABEZA ADMINISTRADORA DE LA COCINA, SUS RESPONSABILIDADES INCLUYEN EL PLANEAMIENTO, COMPRAS, SUPERVISIÓN, ENSEÑANZA, PREPARACIÓN Y SERVICIO; ES UN MANAGER DE PRODUCCIÓN DE COMIDAS, UN GERENTE DE COMPRAS Y GRAN COCINERO.

AUTORIDAD SOBRE EL COMEDOR, COCINA Y BAR. SUPERVISA LA CONTABILIDAD, PLANEA MENÚS, CONTROLA COSTOS, RECIBE A LOS CLIENTES IMPORTANTES Y SOLUCIONA DIFICULTADES.

SE ENCARGARÁ DE SUPERVISAR DIRECTAMENTE EL PERSONAL QUE ATIENDE A LOS CLIENTE.

ENTRE SUS FUNCIONES ESTÁN:

- SOLICITAR COTIZACIONES
- CONTACTO CON PROVEEDORES
- REALIZAR COMPRAS PARA EL RESTAURANTE
- CONTROLAR STOCK EN BODEGAS
- CALCULAR PRECIO VENTA AL PÚBLICO DE CADA PLATO
- REALIZAR HORARIOS DE COLABORADORES
- TOMAR RESERVACIONES POR TELÉFONO
- ASIGNAR MESAS RESERVADAS
- RECIBIR A LOS CLIENTES IMPORTANTES Y LOS LLEVA A SU MESA CORRESPONDIENTE
- CUIDA QUE LAS ÓRDENES SEAN ENTREGADAS CON PRONTITUD.
- RECIBIR LAS QUEJAS DE LOS CLIENTES
- ENTRENAR A LOS MESEROS.

BARMAN:

PERSONA ENCARGADA DE PREPARAR LAS BEBIDAS Y ELABORAR LOS CÓCTELES.

CONOCE SUS INGREDIENTES, SUS PROPORCIONES, SABE EL MODO O TÉCNICA CON QUE SE ELABORAN Y LA MANERA COMO SE PRESENTAN AL CLIENTE.

ENTRE SUS FUNCIONES ESTÁN:

- RECIBIR AL CLIENTE EN EL BAR CON EXCELENTE ACTITUD, ATENDIENDO CON PROFESIONALISMO SUS DEMANDAS.
- PREPARAR CON EFICIENCIA LAS ACTIVIDADES DE ALISTAMIENTO (MISE EN PLACE) QUE ASEGUREN EL SERVICIO, CUMPLIR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA ESTABLECIDOS, TENIENDO EN CUENTA LOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO Y BPM (BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURAS).

- CONOCER Y APLICAR LOS ESTÁNDARES DE SERVICIO DEL BAR.
- CONOCER LA MISIÓN, LA VISIÓN, CLAVES DEL SERVICIO Y CONSIGNAS Y APLICARLAS CON LOS CLIENTES Y ASOCIADOS AL BAR.
- VELAR POR EL BUEN MANEJO DE LOS EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PUESTAS A SU CARGO.
- DOMINAR LOS PROCEDIMIENTOS DE SEGURIDAD DEL BAR.
- CONTROLAR STOCK DE LICORES EN EL BAR Y BODEGA
- VIGILAR A LOS MESEROS A SU CARGO EN EL CLUB

MESEROS Y MESERAS:

RESPONSABLES DE RECIBIR AL CLIENTE CON EXCELENTE ACTITUD, ATENDIENDO CON PROFESIONALISMO SUS SOLICITUDES DURANTE SUS COMIDAS.

PREPARAR CON EFICIENCIA LAS ACTIVIDADES DE ALISTAMIENTO QUE ASEGUREN EL SERVICIO, CUMPLIR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA ESTABLECIDOS, TENIENDO EN CUENTA LOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO Y BPM (BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURAS).

ENTRE SUS OTRAS FUNCIONES ESTÁN:

- CONOCER LA MISIÓN, LA VISIÓN, CLAVES DEL SERVICIO Y CONSIGNAS Y APLICARLAS EN LOS CON LOS CLIENTES.
- CUMPLIR Y HACER CUMPLIR LOS ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO Y DE SERVICIO DE SU CARGO.
- CONOCER Y APLICAR LOS PROCESOS OPERACIONALES DE PRESENTACIÓN PERSONAL.
- CONOCER Y APLICAR LOS PROCESOS OPERACIONALES DE PUNTUALIDAD EN EL REGISTRO DE ENTRADA Y SALIDA.
- VELAR POR EL BUEN MANEJO DE LOS EQUIPOS Y HERRAMIENTAS PUESTAS A SU CARGO.
- TOMAR LAS ÓRDENES CON RAPIDEZ

CAJERO:

LA FUNCIÓN PRINCIPAL DEL CAJERO ES CONTROLAR EL DINERO QUE INGRESA POR LA VENTA DE COMIDAS, BEBIDAS Y DEL CLUB Y LO QUE POR ALGUNA RAZÓN EGRESA

HOSTESS:

ACOGA A LOS CLIENTES A LA ENTRADA DEL ESTABLECIMIENTO, LOS SALUDA, LES PREGUNTA CUANTOS COMENSALES SON, LES ASIGNA LA MESA ADECUADA Y LOS LLEVA A ELLA.

A SU VEZ SUELE ENCARGARSE DE ATENDER RESERVACIONES.

PERSONAL DE LIMPIEZA:

SERÁN LOS ENCARGADOS DE MANTENER SIEMPRE LIMPIO Y ASEADO EL PISO DEL ESTABLECIMIENTO, NO SÓLO ANTES Y DESPUÉS DE ABRIR, SINO TAMBIÉN DURANTE EL SERVICIO, RECOGIENDO LAS MIGAJAS Y OTROS PEQUEÑOS TROZOS DE ALIMENTO QUE PUEDAN HABER CAÍDO AL SUELO.

SERÁN LOS ENCARGADOS DE LIMPIAR Y LAVAR TODOS LOS IMPLEMENTOS QUE SE UTILICEN EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y COCINA, ANTES DURANTE Y DESPUÉS DE LA PREPARACIÓN DE LOS PLATOS.

PERSONAL DE SEGURIDAD:

SERÁN LOS ENCARGADOS DE MANTENER LA SEGURIDAD Y LA INTEGRIDAD FÍSICA DE NUESTROS CLIENTES, LOS EMPLEADOS Y LA EMPRESA, NO SOLO ANTES Y DESPUÉS DE ABRIR, SINO TAMBIÉN DURANTE EL SERVICIO.

TENDRÁN COMO RESPONSABILIDAD ESTAR PRESENTES A LA HORA DE HACER DEPÓSITOS O CUANDO LLEGUE EL CAMIÓN DE TEVCOL A RETIRAR LOS INGRESOS Y GANANCIAS DEL DÍA O LA SEMANA.

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES QUE DEBEN DE TENER TODO EL PERSONAL DE SERVICIOS:

- BUENA PRESENCIA Y COMPORTAMIENTO (IMAGEN PARA EL RESTAURANTE)
- BUENA CONDICIÓN FÍSICA
- GUSTOSOS POR TRATAR A LOS CLIENTES.
- PROFESIONALISMO
- CARISMA

6.10 PLAN DE COMUNICACIÓN:

NUESTRO PLAN DE COMUNICACIÓN COMPRENDERÁ NUESTRAS ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD, DIRIGIDO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CLIENTES POTENCIALES, SEAN ESTOS CORPORATIVOS O INDIVIDUALES.

DENTRO DE NUESTROS OBJETIVOS DE RELACIONES PÚBLICAS ESTÁN LAS ALIANZAS CON COMPAÑÍAS PARA AUSPICIOS, CAMPAÑAS PROMOCIONALES CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS Y TELEVISIVOS.

PLAN DE EVENTOS:

OFRECEREMOS LA POSIBILIDAD DE REALIZAR EN NUESTRAS INSTALACIONES EVENTOS SOCIALES COMO:

- FIESTAS DE CUMPLEAÑOS
- MATRIMONIOS
- QUINCEAÑERAS
- PRIMERA COMUNIÓN
- EVENTOS CORPORATIVOS
- LANZAMIENTO DE PRODUCTOS
- FORTALECIMIENTO DE MARCAS
- REUNIONES DE NEGOCIO

- CAMPEONATOS DE PÓKER
- CAMPEONATOS DE CUARENTA

7. PLAN FINANCIERO

7.1 INTRODUCCIÓN

DENTRO DEL PLAN FINANCIERO SE VAN A ESTABLECER ALGUNOS PUNTOS PARA PODER DEMOSTRAR LA SITUACIÓN REAL Y PROYECCIONES EN VENTAS GENERADAS DENTRO DEL NEGOCIO.

7.2 INVERSIÓN INICIAL

PARA DAR INICIO A LO ESTABLECIDO CADO UNO DE LOS INTEGRANTES (5) APORTAREMOS CON UN CAPITAL DE \$80000 HACIENDO UN GRAN TOTAL DE \$400000 USD AMERICANOS; DE LOS CUALES UTILIZAREMOS PARA UNA PARTE DE NUESTRA INVERSIÓN INICIAL DE \$ \$ 576.958,16 Y EL SALDO CORRESPONDIENTE SE LO FINANCIARÁ POR MEDIO DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. A CONTINUACIÓN DETALLE:

Inversion de Luxor's Restaurant & Business Club	
Área	Cotización
Restaurante	\$ 37.497,50
Construcción de la Obra	\$ 433.060,00
Cámara de Frío	\$ 3.729,60
Central de Aire Acondicionado	\$ 25.000,00
Instalación de Red Local	\$ 200,48
Equipos de Computación	\$ 2.260,08
Business Club	\$ 19.000,50
Muebles y equipos de Oficina	\$ 2.710,00
Alquiler de Terreno	\$ 9.000,00
Stock Inicial en Almacén	\$ 1.500,00
Decoración	\$ 43.000,00
TOTAL	\$ 576.958,16

TOMANDO EN CUENTA QUE NUESTRAS VENTAS SON MEDIDAS EN BASE A FACTURAS PROMEDIO POR CLIENTE QUE VENDRÍA A SER \$20 TENIENDO UNA CAPACIDAD EN NUESTRA ÁREA DE RESTAURANTE PARA 82 PERSONAS Y TOMANDO EN CUENTA QUE EXISTIRÁ UN FLUJO OCUPACIONAL AL 100% DOS VECES AL DÍA Y EN ÁREA DE CASINO LOS MÁRGENES DE INGRESO FUERON MEDIDOS EN BASE A LA GANANCIA DEL 75% QUE GENERAN LAS MÁQUINAS POR CADA JUEGO. NUESTRAS METAS COMO EMPRENDEDORAS DE ESTA IDEA INNOVADORA SERÁ ESTABLECERNOS COMO ÚNICOS EN ESTE MERCADO E INCREMENTAR LAS VENTAS A DE UN 5 A 10% MÍNIMAS POR MES EN COMPARACIÓN AL MES ANTERIOR APROVECHANDO NUESTRO FLUJOS DE TEMPORADAS ALTOS Y BAJOS.

Venta mensual	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Venta Neta Mensual	1.571.883	88.157	92.565 +5%	97.193 +5%	102.053 +5%

Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
112.258 +10%	123.484 +10%	135.832 +10%	142.624 +5%	149.755 +5%	164.731 +10%

Noviembre	Diciembre
172.967 +5%	190.264 +10%

7.3 RATIOS FINANCIEROS

LIQUIDEZ

Razon Corriente	2010		2011
Activo Corriente	190.917	1,33	904.545 2,32
Pasivo Corriente	143.329		389.364

Razon Corriente	2012		2013
Activo Corriente	1.274.019	3,65	1.817.428 4,47
Pasivo Corriente	349.190		406.793

Razon Corriente	2014 PROMEDIO	
Activo Corriente	2.335.583	5,52 3,46
Pasivo Corriente	423.100	

Prueba Acida		2010		2011
Activo Corriente-Inventario	190.417	1,33	904.045	2,32
Pasivo Corriente	143.329		389.364	

Prueba Acida		2012		2013
Activo Corriente-Inventario	1.273.519	3,65	1.816.928	4,47
Pasivo Corriente	349.190		406.793	

Prueba Acida		2014	
Activo Corriente-Inventario	2.335.083	5,52	3,46
Pasivo Corriente	423.100		

Razón Efectiva		2010		2011
Efectivo	72.681	0,51	781.515	2,01
Pasivo Corriente	143.329		389.364	
Razón Efectiva		2012		2013
Efectivo	1.157.116	3,31	1.688.884	4,15
Pasivo Corriente	349.190		406.793	

Razón Efectiva		2014	
Efectivo	2.200.637	5,20	3,04
Pasivo Corriente	423.100		

Capital de Trabajo	2010		2011	
Act. Corriente - Pas. Corriente	190.917	47588,07	904.545	515180,99
	143.329		389.364	

Capital de Trabajo	2012		2013	
Act. Corriente - Pas. Corriente	1.274.019	924829,55	1.817.428	1410634,39
	349.190		406.793	

Capital de Trabajo	2014		
Act. Corriente - Pas. Corriente	2.335.583	1912482,67	962143,14
	423.100		

7.4 ENDEUDAMIENTO

Deuda Total	2010		2011	
Pasivo Total				
Activo Total	313.554	0,43	552.345	0,39
	736.653		1.421.557	

Deuda Total	2012		2013	
Pasivo Total				
Activo Total	504.378	0,29	553.598	0,24
	1.762.309		2.276.994	

Deuda Total		2014	
Pasivo Total			
Activo Total	560.886	0,20	0,31
	2.766.426		

Cobertura de Intereses		2010		2011
Utilidad Neta antes de Impuestos	38.498	1,34	743.523	25,89
Intereses	28.723		28.723	

Cobertura de Intereses		2012		2013
Utilidad Neta antes de Impuestos	647.864	22,56	775.776	27,01
Intereses	28.723		28.723	

Cobertura de Intereses		2014	
Utilidad Neta antes de Impuestos	803.574	27,98	20,95
Intereses	28.723		

Deuda Corriente		2010		2011
Pasivo Corriente	143.329	0,19	389.364	0,27
Activo Total	736.653		1.421.557	

Deuda Corriente		2012		2013
Pasivo Corriente	349.190	0,20	406.793	0,18
Activo Total	1.762.309		2.276.994	

Deuda Corriente		2014	
Pasivo Corriente	423.100	0,15	0,20
Activo Total	2.766.426		

7.5 RENTABILIDAD

Margen de Utilidad Bruta		2010		2011
Utilidad Bruta	38.498	0,02	743.523	0,41
Ventas	1.571.883		1.807.665	

Margen de Utilidad Bruta		2012		2013
Utilidad Bruta	647.864	0,38	775.776	0,41
Ventas	1.717.282		1.889.010	

Margen de Utilidad Bruta		2014	
Utilidad Bruta	803.574	0,41	0,33
Ventas	1.983.461		

Margen de Utilidad Neta		2010		2011
Utilidad Neta	23.099	0,01	446.114	0,25
Ventas	1.571.883		1.807.665	

Margen de Utilidad Neta		2012		2013
Utilidad Neta	388.719	0,23	465.465	0,25
Ventas	1.717.282		1.889.010	

Margen de Utilidad Neta		2014	
Utilidad Neta	482.144	0,24	0,20
Ventas	1.983.461		

Rendimiento sobre los Activos		2010		2011
Utilidad Neta	23.099	0,03	446.114	0,31
Activos Totales	736.653		1.421.557	

Rendimiento sobre los Activos		2012		2013
Utilidad Neta	388.719	0,22	465.465	0,20
Activos Totales	1.762.309		2.276.994	

Rendimiento sobre los Activos		2014	
Utilidad Neta	482.144	0,17	0,19
Activos Totales	2.766.426		

Rendimiento sobre Capital		2010		2011
Utilidad Neta	23.099	0,32	446.114	0,57
Capital en Acciones	72.681		781.515	

Rendimiento sobre Capital		2012		2013
Utilidad Neta	388.719	0,34	465.465	0,28
Capital en Acciones	1.157.116		1.688.884	

Rendimiento sobre Capital		2014	
Utilidad Neta	482.144	0,22	0,34
Capital en Acciones	2.200.637		

EXPLICACIÓN

LLEGANDO A UN ANÁLISIS GLOBAL SOBRE NUESTROS ÍNDICES FINANCIEROS, LOS CUALES HAN SIDO PROYECTADOS HACIA LOS CINCO AÑOS FUTUROS INMEDIATOS NOS REFLEJA UNA SITUACIÓN FAVORABLE PARA LA INVERSIÓN DE LA EMPRESA

NUESTRA LIQUIDEZ NOS DEMUESTRA QUE TENEMOS UN BUEN PROMEDIO PARA PODER CUBRIR NUESTRAS DEUDAS A CORTO PLAZO OBTENIENDO UNA BUENA CAPACIDAD DE PAGO Y FLUIDEZ DE EFECTIVOS

ANALIZANDO EL ENDEUDAMIENTO NOS EXPRESA EL RESPALDO QUE POSEE NUESTRA EMPRESA FRENTE A SUS DEUDAS TOTALES. DÁNDONOS UNA IDEA DE LA BUENA AUTONOMÍA FINANCIERA DE LA MISMA.

LA RENTABILIDAD NOS MIDE LA CAPACIDAD DE GENERACIÓN DE UTILIDAD POR PARTE DE LA EMPRESA. TIENEN POR OBJETIVO APRECIAR EL RESULTADO NETO OBTENIDO A PARTIR DE CIERTAS DECISIONES Y POLÍTICAS EN LA [ADMINISTRACIÓN](#) DE LOS FONDOS DE LA EMPRESA Y DEMOSTRÁNDONOS QUE LOS ÍNDICES SON NETAMENTE FAVORABLES PARA LA IMPLANTACIÓN DE LA EMPRESA.

7.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Ventas = Costos totales			
Costo Total = Costos Fijos + Costos Variables			
Costos Fijos Mensuales		\$41.328,00	
Costos Variable por unidad		\$ 20,00	
Costo Total	=	\$41.328,00 + \$	40,00 X #UNIDADES
Precio Prom Venta al Publica por unidad =		\$ 40,00	
Ventas =		\$ 40,00 X	#UNIDADES
Ventas = Costos totales			
\$ 40,00 X #UNIDADES	=	\$41.328,00 + \$	20,00 X #UNIDADES
\$ 40,00 X #UNIDADES - \$20X #UNIDADES	=	\$41.328,00	
\$ 20,00 X #UNIDADES	=	\$41.328,00	
X #UNIDADES	=	\$41.328,00 / \$	20,00

X #UNIDADES	=	2066,4
Ventas =	\$40X # UNIDADES	
Ventas =	\$40X 4428	
Ventas =	\$ 82.656,00	

VENTAS NECESARIAS PARA ALCANZAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO

7.8 VAN TIR PER

		2011	2012
Saldo Acumulado con polizas		72680,643	781514,6607
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$
Ganancia del Valor Actual	-576958,83	63200,5591	590937,3616
Inventario Inicial	576958,83		
i	0,15		
(1+i)	1,15		

2013	2014	1015		
1157115,98	1688883,82	2200636,7	Totales	VAN
$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$		2320772,98
760822,539	965624,805	1094105,37	2897731,81	

VAN	2320772,98
TIR	80,56%
PER	2año
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 82.656,00

NOS PRONOSTICA UN PERIODO DE RECUPERACIÓN MUY RÁPIDA SEGÚN LA RENTABILIDAD DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DENTRO DE LA EMPRESA

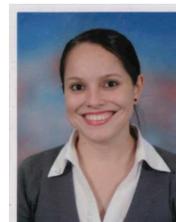
7.9 ESTRATEGIA DE SALIDA

COMO ESTRATEGIA DE SALIDA HEMOS ANALIZADO LA POSIBILIDAD DE VENDER ACCIONES DE NUESTRA EMPRESA A GRANDES INVERSIONISTAS PARA QUE FORMEN PARTE DE NUESTRA MESA DIRECTIVA CON ACCIONES A NUESTRO HABER.

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	tri 3, 2009		tri 4, 2009			tri 1, 2010		tri 2, 2010			tri 3, 2
					jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may
1	INVESTIGACION	35 días	lun 13/07/09	vie 28/08/09											
2	CREACION, PLANTEAMIENTO, ANTECEDENTES Y SOLUCION	10 días	lun 13/07/09	vie 24/07/09											
3	ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL Y PROBLEMÁTICA	20 días	lun 27/07/09	vie 21/08/09											
4	SELECCIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA CON OBJ	5 días	lun 24/08/09	vie 28/08/09											
5	ANALISIS Y PLANES DE EJECUCION	97 días	lun 31/08/09	mar 12/01/10											
6	ARQUITECTURA GENERAL DE LA EMPRESA	5 días	lun 31/08/09	vie 04/09/09											
7	ANALISIS	15 días	lun 07/09/09	vie 25/09/09											
8	MERCADO	10 días	lun 07/09/09	vie 18/09/09											
9	FODA	5 días	lun 21/09/09	vie 25/09/09											
10	ESTRATEGIAS	21 días	lun 28/09/09	lun 26/10/09											
11	ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD	8 días	lun 28/09/09	mié 07/10/09											
12	ESTRATEGIA DE SERVICIO EN EL MERCADO	8 días	jue 08/10/09	lun 19/10/09											
13	ESTRATEGIA DE VENTAS	5 días	mar 20/10/09	lun 26/10/09											
14	PRESUPUESTO	8 días	mar 27/10/09	jue 05/11/09											
15	PLAN DE MARKETING	14 días	vie 06/11/09	mié 25/11/09											
16	PLAN OPERATIVO	20 días	jue 25/11/09	mié 23/12/09											
17	PLAN DE COMUNICACIÓN	12 días	lun 28/12/09	mar 12/01/10											
18	CONSTRUCCION Y IMPLEMENTACION	270 días	mar 14/07/09	sáb 24/07/10											
19	DOCUMENTACION DEL PROYECTO	10 días	mié 13/01/10	mar 26/01/10											
20	FINANCIAMIENTO E INVERSIONISTAS	269 días	mar 14/07/09	vie 23/07/10											
21	CONTRATACION DE SERVICIOS DE OBRA Y CONTRATIS	10 días	mar 12/01/10	lun 25/01/10											
22	CONSTRUCCION Y EJECUCION DE LA OBRA	126 días	lun 25/01/10	lun 19/07/10											
23	REVISION, ADCUACIONES Y CORRRECCIONES	5 días	lun 19/07/10	vie 23/07/10											
24	INAGURACION	1 día	sáb 24/07/10	sáb 24/07/10											

APÉNDICE A: LUXOR'S STAFF

CURRICULUM VITAE



➤ **Objetivo:**

Aportar al crecimiento de una institución sólida, estable y dinámica que esta interesada en mis conocimientos tanto en el Área Administrativa como en cualquier otra área en la que pueda aportar toda mi experiencia ganada.

➤ **Datos Personales**

Nombres:	Haydee María
Apellidos:	García Vera
Cedula de Identidad:	092398108-8
Fecha de Nacimiento:	2 de mayo de 1987
Nacionalidad:	Italo- Ecuatoriana
Estado Civil:	Soltera
Dirección:	Urb. La Saiba Mz. L villa 23
Teléfonos:	2582069 - 095733807
Email:	ayd_garcia@hotmail.com

➤ **Instrucción Formal**

Primaria:	Instituto particular Abdón Calderon 1992 - 1994 Centro Educativo La Anunciación 1995 -1998
Secundaria:	Unidad Educativa Maria Auxiliadora Bachiller en Ciencias Nivel 3 Humanísticas 1999-2005
Superior:	Universidad Católica de Santiago Guayaquil Carrera de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas

➤ **Idiomas**

- ✓ **Inglés:** 90 % hablado y escrito
American Language School (de 3er nivel básico a 2do de Avanzados)
- ✓ **Italiano:** Intermedio
La Casa del'Italiano (todos los niveles básicos)

➤ **Experiencia Laboral:**

- **Miss Continente Americano (attache – 2006)**
- **FITE 2006**
- **Segunda Feria Internacional de Turismo, “Principales destinos Turísticos de America” (2007) Planificación, organización y desarrollo**
- **Somete**
- **Expolibro 2008, (Stand ECUAVISA y organización de grupo Católica)**
- **Expomunicipal**
- **Expoestética**

Otros Cursos y Seminarios

- **“Charla de Factores Humanos que inciden en los Accidentes de Aviación”**
- **“Conocimientos Generales de Aviación y sobrevuelo”**

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

- **I Jornada Nacional Climática y sus impactos en el Ecuador 2008**

**Salon Auditorio
Museo Municipal de Guayaquil**

➤ **Referencias Personales**

❖ **Ing. Gioconda Bordes**
2-236499

❖ **Srta. Fátima Vera**
2-645175

CURRICULUM VITAE

➤ Objetivo:

Aportar al crecimiento de una institución sólida, estable y dinámica que esta interesada en mis conocimientos tanto en el Área Administrativa como en cualquier otra área en la que pueda aportar toda mi experiencia ganada.

➤ Datos Personales

Nombres:	Jessica María
Apellidos:	Jara Escobar
Ciudadanía:	Ecuatoriana
Cedula de Identidad:	091801004-2
Fecha de Nacimiento:	4 de Marzo de 1987
Estado Civil:	Soltera
Dirección Electrónica:	jarajess@hotmail.com
Dirección:	Cdla. Coviem Mz. 34 V. 11
Teléfonos:	2582069 - 095733807

➤ Instrucción Formal

Primaria:	Liceo Bilingüe Ovidio Decroly 1991-1999
Secundaria:	Unidad Educativa Maria Auxiliadora Bachiller en Ciencias Especialización Físico – Matemático 1999-2005
Superior:	Universidad Católica de Santiago Guayaquil Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas 2005 – Actualidad (Próxima a Egresar)

➤ **Idiomas**

- Inglés: Hablado y escrito

➤ **Otros Conocimientos:**

- 2004** EF Brighton Inglaterra
Curso Intensivo de Inglés (6 semanas)

Benedict School of Languages
Concluido hasta Cuarto Curso

Manejo de Windows 95, 98, XP y Vista
Word, Excel, Power Point, Internet
- 2005** Dirección de Aviación Civil (DAC).
Seminario de Principios Básicos de la Aviación y
Seguridad en Aeropuertos

Colegio de Geólogos del Ecuador
I Jornada Nacional Climático y sus Impactos en el
Ecuador 2008
- 2008** Terra Madre (Torino-Italia)
Seminario de Comida Sana, Justa y Limpia
(23 – 27 de Octubre)

➤ **Distinciones Académicas Obtenidas:**

- 2007** Premio FILANTROPICA
Otorgado por: BENEMERITA SOCIEDAD FILANTROPICA
DEL GUAYAS
- 2008** PREMIO “DISTINCION ACADEMICA”
OTORGDO POR: Universidad Católica Santiago de
Guayaquil

2008

PREMIO “RECONOCIMIENTO ACADEMICO”

**OTORGADO POR: Facultad de Ciencias Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras
Universidad Católica Santiago de Guayaquil**

➤ **Experiencia Laboral:**

- **Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Delegada de Pasantías
Carrera de Hotelería y Turismo
(10 Diciembre 2007 – Actualidad**
- **1100 Horas de Pasantías en Diferentes Eventos Hoteleros y
Turísticos en la ciudad de Guayaquil e Internacionalmente**

➤ **Referencias Laborales**

- **Eco. Gabriel González
Subdirector – Carrera de Turismo y Hotelería
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
Teléfono: 094204709**

➤ **Referencias Personales**

- **Ab. Gonzalo Merizalde
Teléfono: 2440978**
- **Lcda. Erika Poveda
Directora Comunicación Social
Benemérito Cuerpo Bomberos Guayaquil
Teléfono: 097731228**
- **Eco. German Silva López
Teléfono: 2442014/2331270**

CURRICULUM VITAE

1. DATOS PERSONALES

NOMBRE : Tatiana Elizabeth Portugal Astudillo
NACIONALIDAD : Ecuatoriana
ESTADO CIVIL : Soltero
DIRECCION : Coop. Santiaguito Roldós Mz 22 V 396
TELEFONO : 2-485 – 237 080508901
CEDULA DE IDENTIDAD : 092497103-9
FECHA DE NACIMIENTO : 19 de junio de 1987
E-MAIL : tatotito_87@hotmail.com



2. INFORMACION ACADEMICA

2.1 EDUCACIÓN SUPERIOR

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras a obtener Febrero 2010

2.2 EDUCACION SECUNDARIA

Academia Naval Almirante Illingworth, Físico Matemático, Marzo 1999 Enero 2005

2.3 EDUCACIÓN PRIMARIA

Escuela Fiscomisional N°8 Mons. Néstor Astudillo Bustamante Marzo 1992 Enero 1999

2.4 OTROS ESTUDIOS

Universal Business Center: Discovery English Now, Año 2006 (Level Beginners)

Aprender a Emprender: Seminario de Proyectos Empresariales (Microempresa), Año 2004

Factores Humanos: Charla de Factores Humanos que inciden en los Accidentes Aéreos, Visita al Centro de Control Radar del Servicio Navegación Aérea (SNA) de la D.G.A.G., Conocimientos Generales de Aviación y Sobrevuelo a la Ciudad de GYE, Año 2006

Communicare: Seminario Taller Técnicas de Comunicación aplicada a las Ventas, Motivación y Liderazgo en las Ventas, Técnicas Básicas de Ventas, Marketing y Servicio al Cliente, Año 2007 (18 horas)

3. EXPERIENCIA/PRACTICA LABORAL

Club del Valle, Asistente de Ventas, Áreas Operativas dentro del club los fines de semana, Ventas de Paquetes Comerciales, Recepcionista, Área de admisiones.

Agencia de Viajes Gloria's Tour, Asistente, Visualización de Circuitos Internacionales, Proyección de Paquetes Turísticos, Manejo de Reservas.

Expoplaza, Feria Guayaquil Gourmet, Attaché, Guianza de Grupos

Gamavisión, Fundación Miss Ecuador, Staff, Área de Turismo

TIOSA S.A., Departamento de Ventas Temporal, Feria de Durán, ventas de los productos Di Milano manejo de record de ventas

4. IDIOMAS

Inglés	hablado	medio
	escrito	medio

5. REFERENCIAS PERSONALES

Isaac Guamán Rodríguez
Gerente Administrativo
IPTECH
2465 – 881

Leslie Pazmiño
Abogado Tributario
2280-337

Maria Fermananda Prado
Gerente Operativa
CIIB Canada
2688-407

Irma Carbo Ramirez
Sub Gerente de Planta
Nirsa
2823-840

Karol Stephanie Solórzano Delgado



Datos personales

Lugar de nacimiento: Guayaquil - Ecuador

Fecha de nacimiento: 11 de marzo de 1987

Dirección: Puerto Azul Mz. 224 Villa 7

Teléfono: 871102 - 870037

Celular 097116979

Cédula de identidad: 091729942-2

Profesión: Estudiante universitaria

Estado civil Soltera

Edad: 22 años

Correo electrónico: Kalisen_33@hotmail.com

Estudios secundarios: **Unidad educativa Steiner internacional**

Graduada como: Bachiller Bilingüe filosófico sociales.

Formación ***Universidad Católica Santiago de Guayaquil***

**Facultad de economía y ciencias
empresariales**

**Egresada en la carrera ingeniería en
administración turística y hotelera.**

Formación adicional **Brookdale academy** primer modulo hasta quinto modulo aprobado.

Computación.- Microsoft Word
Microsoft Excel
Sabre

Experiencias laborales **FITE 2005**

Tiempo.-Dos Semanas
Cargo.-Organizadora

FITE 2006

Tiempo.- Dos Semanas
Cargo.- Organizadora

Feria Gourmet 2006

Tiempo.- 2 Semanas
Cargo.- Ayudante de las delegaciones extranjeras

Feria Gourmet 2007

Tiempo.- 2 semanas
Cargo.- Ayudante de las delegaciones extranjeras

Hilton Colon Guayaquil

Tiempo.- 3 meses (Pasantías)

Cargo.- Secretaria de Jefa de Ama de Llaves

FIDES 2007

Tiempo.- 1 Semana

Cargo.- Jouster

**Inauguración del Terminal Jaime Roldos
Aguilera**

Cargo.- Atashe

Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil

Tiempo.- 1Año

Cargo.- Delegado Municipal



MICHELLE ALEJANDRA TORRES CARBO

Objetivo: Crecer profesionalmente, adquirir conocimientos de las diferentes áreas de su empresa, brinda un servicio de calidad y obtener excelentes referencias personales.

Datos Personales

Fecha de Nacimiento: Marzo 29 1987
Nacionalidad: Ecuatoriana
Edad: 22 años
Estado Civil: Soltera
Cédula de Identidad: 092253311-2
Correo Electrónico: lamichu_87@hotmail.com

Instrucción Académica

Secundaria: Unidad Educativa Bíblica Cristiana
Título obtenido: "Bachiller en Ciencias Químico Biológicas"
Universidad Católica de Ingeniería en Administración de Empresa Turística y
Santiago de Guayaquil Hoteleras
Cursando Seminario de Titulación

Otros Estudios

Universal Business Center: Intermediate Level
Discovery English Now año 2006
Factores Humanos: Charla de Factores Humanos que inciden en los Accidentes Aéreos, Visita al Centro de Control Radar del Servicio Navegación Aérea (SNA) de la D.G.A.G.,
Conocimientos Generales de Aviación y Sobrevuelo a la Ciudad de GYE, año 2006
Colegio de Geólogos I Jornada Nacional Climático y sus Impactos
del Ecuador: en el Ecuador 2008

Experiencia – Practicas Laborales

OMAR S.A.:	Asistente de Departamento Recursos Humanos (Febrero 2005 – Mayo 2005)
KLEINTOURS - M/V	Recepción, bar, restaurante, camarería,
GALÁPAGOS LEGEND,	ayudante de cocina. 5 semanas. 2006

Referencias Laborales

Licenciado Aldo Vanoni

Telf.: 099480999

Psicóloga Clínica Patricia Pino

Telf.: 2808160

Ingeniero Jorge Redroban

Telf.: 087051786

Ingeniera Ángela Solís

Telf.: 099955940

Referencias Personal

Licenciado Edwin Ulloa Arellano

Diario Expreso

Telf.: 2207888

Ingeniera Olga León Yagual

Omarsa

Telf.: 09470627

Licenciado Luis Aguirre

Director y Actor Profesional

Telf.: 2477423-089658145

Licenciada Elvira Carbo

Licenciada en Administración y Supervisión Educativa

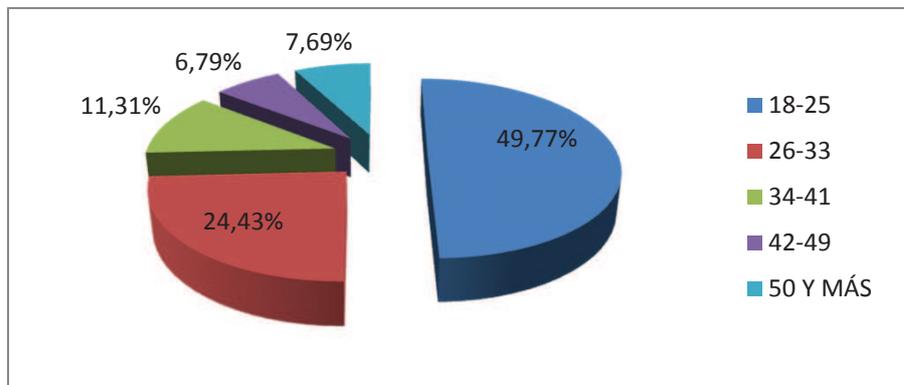
Telf.: 093107626

APÉNDICE B: ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO

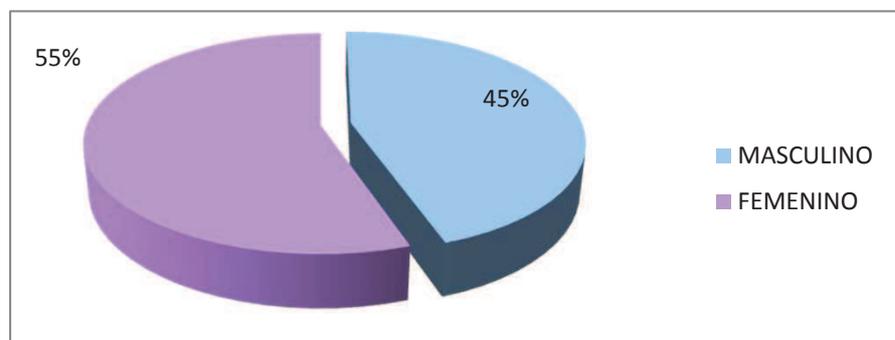
SEGMENTACION POR EDADES

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
18-25	110	49,77%
26-33	54	24,43%
34-41	25	11,31%
42-49	15	6,79%
50 Y MÁS	17	7,69%
TOTAL	221	100,00%



SEGMENTACION POR GENERO

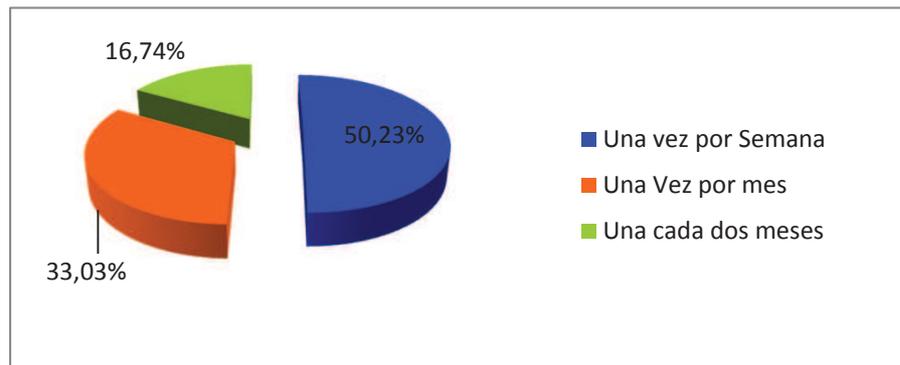
RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
MASCULINO	99	45%
FEMENINO	122	55%
TOTAL	221	100%



ESTUDIO DE MERCADO

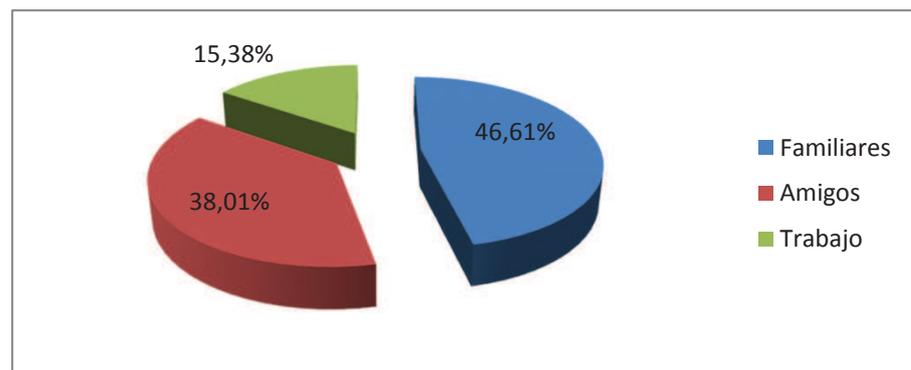
¿Qué tan frecuente visitas los restaurants?

RANGOS	TOTAL	PORCENTAJE
Una vez por Semana	111	50,23%
Una Vez por mes	73	33,03%
Una cada dos meses	37	16,74%
TOTALES	221	100,00%



¿Con quién acude a un restaurant?

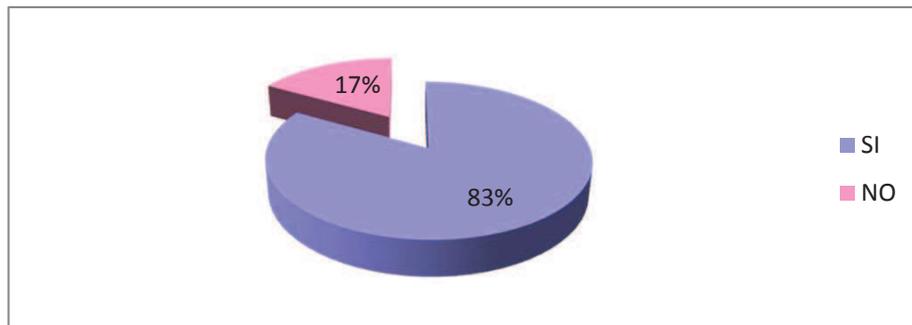
RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Familiares	103	46,61%
Amigos	84	38,01%
Trabajo	34	15,38%
TOTAL	221	100,00%



ESTUDIO DE MERCADO

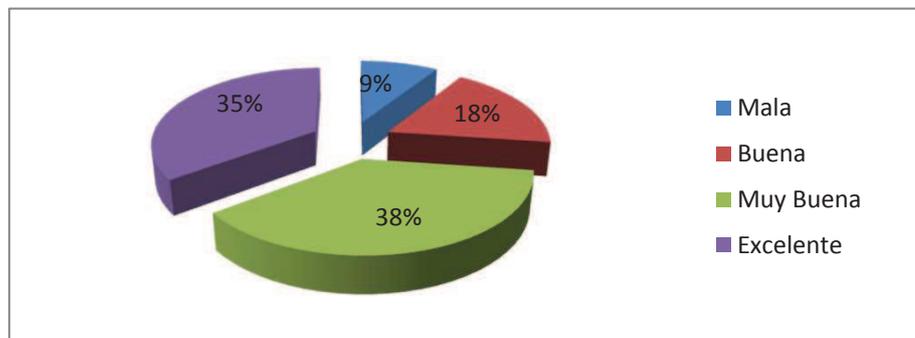
¿Le gustaría sentirse como Los Restaurant-Casino de Las Vegas sin tener que salir de Guayaquil?

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
SI	184	83%
NO	37	17%
TOTAL	221	100%



¿Qué tal le parece la idea de qué exista en Guayaquil un Restaurant-Casino?

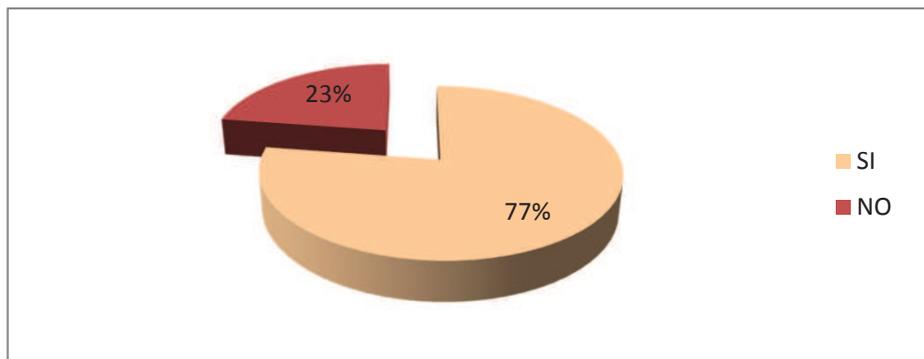
RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Mala	20	9%
Buena	40	18%
Muy Buena	83	38%
Excelente	78	35%
TOTAL	221	100%



ESTUDIO DE MERCADO

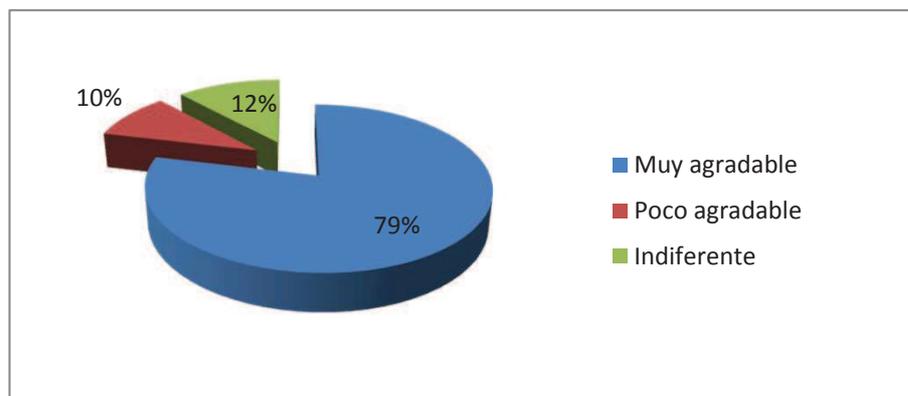
Le gustaría unir a la diversión con el buen comer

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
SI	171	77%
NO	50	23%
TOTAL	221	100%



¿Que tan agradable le es la idea de que los niños tengan su propia área de cuidado dentro de un restaurant?

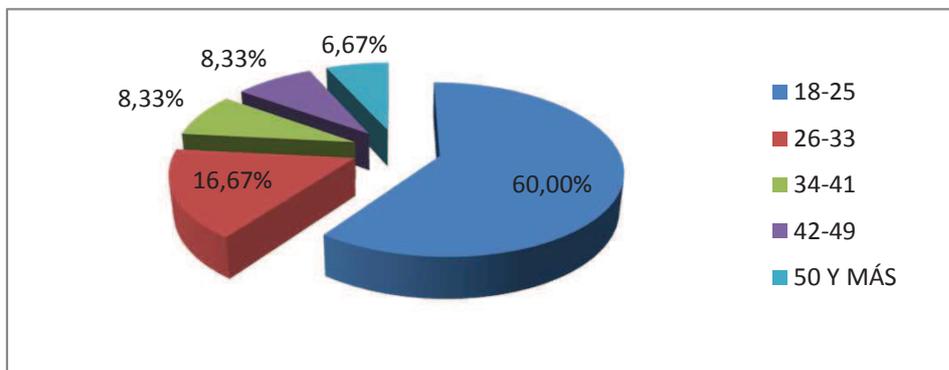
RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Muy agradable	174	79%
Poco agradable	21	10%
Indiferente	26	12%
TOTAL	221	100%



ESTUDIO DE MERCADO

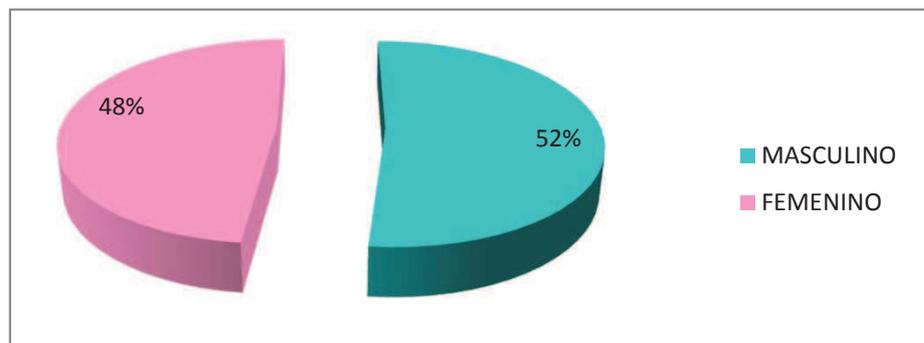
SEGMENTACION POR EDADES

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
18-25	36	60,00%
26-33	10	16,67%
34-41	5	8,33%
42-49	5	8,33%
50 Y MÁS	4	6,67%
TOTAL	60	100,00%



SEGMENTACION POR GENERO

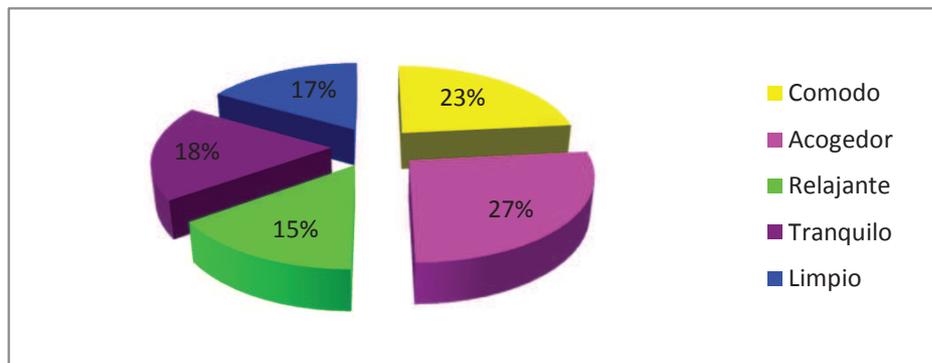
RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
MASCULINO	31	52%
FEMENINO	29	48%
TOTAL	60	100%



ESTUDIO DE MERCADO

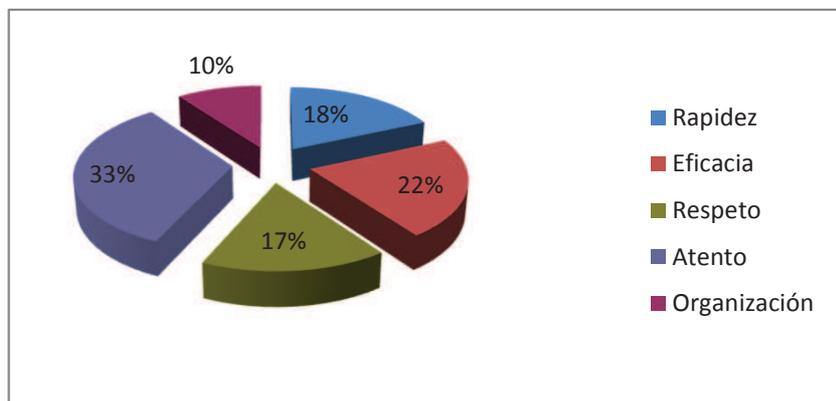
¿Cuál es el ambiente ideal de un restaurante para usted?

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Comodo	14	23%
Acogedor	16	27%
Relajante	9	15%
Tranquilo	11	18%
Limpio	10	17%
TOTAL	60	100%



¿Que considera usted que es un buen servicio?

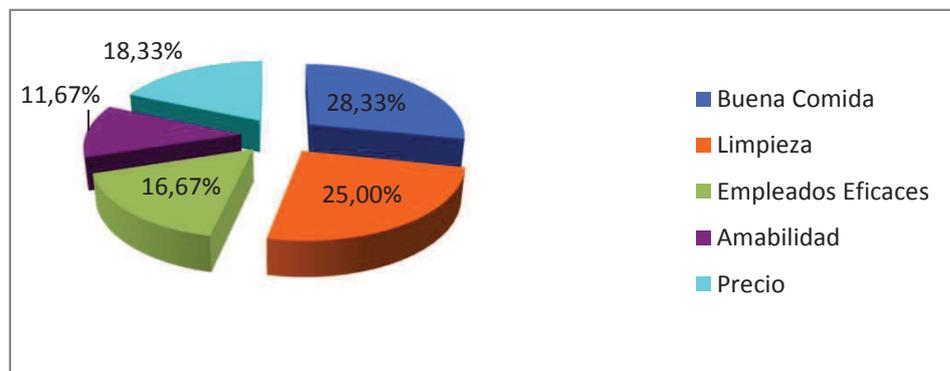
RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Rapidez	11	18%
Eficacia	13	22%
Respeto	10	17%
Atento	20	33%
Organización	6	10%
TOTAL	60	100%



ESTUDIO DE MERCADO

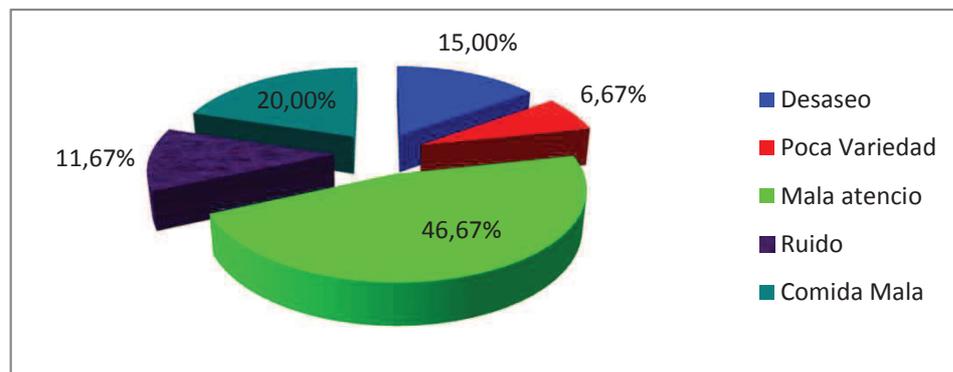
¿Qué aspectos positivos considera al momento de ir a un restaurants?

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Buena Comida	17	28,33%
Limpieza	15	25,00%
Empleados Eficaces	10	16,67%
Amabilidad	7	11,67%
Precio	11	18,33%
TOTALES	60	100,00%



¿Cuáles son los aspectos negativos que más le molestan a usted de un restauranteon quién acude a un restaurant?

RANGOS	TOTALES	PORCENTAJE
Desaseo	9	15,00%
Poca Variedad	4	6,67%
Mala atencio	28	46,67%
Ruido	7	11,67%
Comida Mala	12	20,00%
TOTAL	60	100,00%



**BASE DE DATOS
CLIENTES POTENCIALES**

NOMBRE	EMPRESA
GABRIEL LELEK	SIEMENS
Dr.JOHNNY TENORIO	NAHIMTEX
MERY ARBOLEDA DE BONIFAZ	SUPER. COMPAÑIAS
JULIETA CARCHI DE FILBIG	UNILIMPIO SA
AARON REDROVAN VITERI	PRONACA
GABRIELA YEPEZ	PFIZER
MARIA LUISA DONOSO	PRESIDENCIA DE LA REP
MARCELO CERUSO	TV CABLE
KLEBER GONZALEZ	PRONACA
JULIO BARROS	LOREAL
JUAN MANUEL MEIRA-SERANTES	HUNTER-DOUGLAS
JUAN ANDRES ALMEIDA	CORPORACION FAVORITA
HUGO REIVERA CARDENAS	TRAFFIC
BELEN REHPANI DE BLUM	CENTRO MEDICO BLUM
ESTEBAN ACOSTA	GENERAL MOTORS
ANGELO MELO	SUPRINSA
FERNANDO CASTRILLON	TV CABLE
PAMELA MARTINEZ LOAYZA	PRESIDENCIA DE LA REP
GUSTAVO MANRIQUE	SAMBITO
DIEGO CABEZAS KLAERE	MINISTERIO DE AGRICULTURA
ROBERT E CACKETT	UNISEGUROS
RAFAEL ITURRALDE SEGOVIA	PRESIDENCIA DE LA REP
PABLO ORDOÑEZ	CHEVYPLAN
ROBERO H CHAVARRIA	VERITAS DDB
HECTOR VILLACRECES	ERCO
BORIS MONSALVE	KRUGER
LUIS CEBEZAS KLAERE	ASESOR LEGAL DE PRESIDENCIA
PAUL FLORES	GENERAL MOTORS
GUSTAVO ALMEIDA	ASEGENSA
CARLOS PINOS	COMPUEQUIP
HORACIO SANTA CRUZ	CARLINK
FRANCISCO LARREA	ARCOR
JUAN WIERDAK BARBA	IIASA
JUAN FERNANDO MOSCOSO O	PROFICOL
JOSE OLMEDO	INSTITUTO ANTARTICO ECUAT
PAOLO AMBROSINI B	TV CABLE
IVAN PINZON	PORVENIR
HANS BRAASCH	ROWE

**BASE DE DATOS
CLIENTES POTENCIALES**

FERNANDO GRISALES	MABE
PATRICIO CALDERON S	VITA
MARCOS CAAMAÑO GUERRERO	MINISTERIO DE INCLUSION ECO
JOSE OCHOA G.	EQUINDECA
MARIO PAREDES	MEDISUMI SA
JOSE AVILA	HYUNDAI
ROBERTO BLUM ANDRADE	SOMEDE
MAURICIO ROJAS BERRU	GRUPO RB
VICTOR YEPEZ VALAREZO	ARMADA DEL ECUADOR
RODRIGO GODOY OJEDA	PRIMAX
PATRICIO JARAMILLO	PRONACA
FABRICIO RESHUAN ISSA	CFN
MANUEL CHAVEZ	NOVARTIS
JORGE MORA	QMAX
JOHNNY FUENTES TAPIA	AGD
LEONARDO BOHORQUEZ	LINCOLN GROUP
MAYER CHAMAH	GLOMEDICAL
JAIME LUNA	ARING
BORIS TINOCO	BTR MATERIALES PETREOS
JULIO JOSE PRADO	IDE SCHOOL
JOSE ALBERTO GONZALEZ	FED DEPORTIVA DEL AZUAY
RAFAEL LUQUE CERVANTES	OMTECH
EMILIO FILBIG MARURI	UNILIMPIO SA
LUIS GUILLERMO CARPIO RIBERA	CELEC
MAURICIO ALARCON	SIEMENS



*Ing. Tatiana Portugal
Gerente Financiero*

Av. Francisco de Orellana y Nahin Isaías (esquina)



*Ing. Michelle Torres
Gerente Recursos Humanos*

Av. Francisco de Orellana y Nahin Isaías (esquina)



*Ing. Karol Solórzano
Gerente de Mercadeo*

Av. Francisco de Orellana y Nahin Isaías (esquina)



*Ing. Jessica Jara
Gerente de Operaciones y Distribución*

Av. Francisco de Orellana y Nahin Isaías (esquina)



*Ing. Tatiana Portugal
Gerente de Compras y Producción*

Av. Francisco de Orellana y Nahin Isaías (esquina)

APÉNDICE C: COMPLEMENTO FINANCIERO

INGRESOS	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ventas														
menos venta														
venta neta total	1.571.883		88.157	92.565	97.193	102.053	112.258	123.484	135.832	142.624	149.755	164.731	172.967	190.264
insolvencias														
ingresos netos por ventas	1.571.883		88.157	92.565	97.193	102.053	112.258	123.484	135.832	142.624	149.755	164.731	172.967	190.264

GASTOS	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
existencias - consumo	392.971	25,0%	22.039	23.141	24.298	25.513	28.065	30.871	33.958	35.656	37.439	41.183	43.242	47.566
iniciales	1.500		1.500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
compras	391.971	24,9%	21.039	23.141	24.298	25.513	28.065	30.871	33.958	35.656	37.439	41.183	43.242	47.566
finales	500		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
producción/servicio	6.288	0,4%	353	370	389	408	449	494	543	570	599	659	692	761
variables	6.288	0,4%	353	370	389	408	449	494	543	570	599	659	692	761
fijos														
personal	358.842	22,8%	26.905	27.214	27.538	27.878	28.592	29.378	30.242	30.718	31.217	32.265	32.842	34.053
comisiones	110.032	7,0%	6.171	6.480	6.804	7.144	7.858	8.644	9.508	9.984	10.483	11.531	12.108	13.318
producción/servicio														
marketing/ventas														
administración/DG	248.810	15,8%	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734
marketing y vtas	9.900	0,6%	1.100	800										
Publicidad y promoción	9.900	0,6%	1.100	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Otros marketing														
Gastos de ventas variables														
generales y administración	70.840	4,5%	5.995	5.895										
Alquileres	36.000	2,3%	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Suministros	1.300	0,1%	200	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Mantenimiento	2.850	0,2%	100	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Internet	640	0,0%	145	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Tributos	2.450	0,2%	250	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Transportes	12.000	0,8%	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Servicios Basicos	9.600	0,6%	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
varios	6.000	0,4%	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Otro (uno)														
Otro (dos)														
Otro (tres)														
total gastos	838.840	53,4%	56.392	57.420	58.920	60.494	63.801	67.438	71.439	73.639	75.950	80.802	83.471	89.075

	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ebidta	733.042	46,6%	31.765	35.145	38.273	41.559	48.457	56.046	64.393	68.985	73.805	83.929	89.497	101.189
amortizaciones	28.723	1,8%	2.394											
resultado operativo	704.320	44,8%	29.371	32.751	35.880	39.165	46.064	53.652	62.000	66.591	71.412	81.535	87.103	98.796

Financieros		Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ingresos															
gastos		665.822	42,4%	582.307	5.561	5.783	6.016	6.506	7.045	7.638	7.964	8.306	9.025	9.420	10.250

Excepcionales		Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
ingresos															
gastos															

RESULTADO	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
antes impuestos	38.498	2,4%	-552.936	27.190	30.097	33.149	39.558	46.607	54.362	58.627	63.106	72.510	77.683	88.545
impuestos	-15.399	-40,0%	221.174	-10.876	-12.039	-13.259	-15.823	-18.643	-21.745	-23.451	-25.242	-29.004	-31.073	-35.418
beneficio neto	23.099	1,5%	-331.762	16.314	18.058	19.889	23.735	27.964	32.617	35.176	37.863	43.506	46.610	53.127
			-331.762	-315.448	-297.389	-277.500	-253.766	-225.801	-193.184	-158.008	-120.144	-76.638	-30.029	23.099

CASH FLOW previsual	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo acumulado inicio del mes			-51.267	-68.502	-83.166	-94.419	-99.507	-96.814	-85.563	-68.336	-46.103	-14.823	23.704
ingresos operativos													
Total pasado al cobro	1.653.961	49.368	101.204	106.265	111.578	120.014	132.016	145.217	155.935	163.732	176.112	189.111	203.409
Impagados													
Cobro impagados													
incobrables													
total cobros netos	1.653.961	49.368	101.204	106.265	111.578	120.014	132.016	145.217	155.935	163.732	176.112	189.111	203.409
otros ingresos													
emisión de capital	400.000	400.000											
préstamos	176.958	176.958											
ingresos financieros													
ingresos extraordinarios													
subvenciones													
total otros ingresos	576.958	576.958											
TOTAL COBROS	2.230.919	626.326	101.204	106.265	111.578	120.014	132.016	145.217	155.935	163.732	176.112	189.111	203.409
pagos operativos													
Salarios e incentivos	179.136	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928	14.928
Comisiones	69.081		4.408	4.628	4.860	5.103	5.613	6.174	6.792	7.131	7.488	8.237	8.648
Compras (material venta)	385.733		23.564	25.918	27.214	28.575	31.432	34.575	38.033	39.935	41.931	46.125	48.431
Gastos producción/servicio													
Variables de producción/servicio	6.190		395	415	435	457	503	553	609	639	671	738	775
Publicidad y promoción	10.192		1.232	896	896	896	896	896	896	896	896	896	896
Otros gastos de marketing													
Gastos de Ventas													
Variables de Ventas													
Alquileres	36.960		3.360	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360	3.360
Suministros	1.344		224	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Mantenimiento	2.912		112	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280
Internet	666		162	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Tributos	2.250		250	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Transportes	12.320		1.120	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120
Servicios Basicos	9.856		896	896	896	896	896	896	896	896	896	896	896
varios	6.160		560	560	560	560	560	560	560	560	560	560	560
Otro (uno)													
Otro (dos)													
Otro (tres)													
Liquidación costes salariales	91.501		7.569	7.657	7.750	7.847	8.051	8.276	8.523	8.659	8.801	9.101	9.266
total pagos operativos	814.301	14.928	58.781	61.021	62.662	64.384	68.002	71.981	76.358	78.766	81.294	86.602	89.522
otros pagos													
Amortización préstamos (pal)	6.733	561	561	561	561	561	561	561	561	561	561	561	561
Gastos financieros e intereses	745.721	652.184	6.228	6.477	6.738	7.287	7.890	8.554	8.919	9.303	10.108	10.551	11.481
Leasings (principal)													
Compra activos	581.564		52.869	52.869	52.869	52.869	52.869	52.869	52.869	52.869	52.869	52.869	52.869
Gastos Establecimiento (A)													
Gastos excepcionales													
Liquidación I.V.A.													
Liquidación retenciones													
total otros pagos	1.334.018	652.745	59.659	59.908	60.169	60.717	61.321	61.985	62.350	62.733	63.538	63.981	64.911
pagos anteriores (preparación)	9.920	9.920											
TOTAL PAGOS	2.158.239	677.593	118.439	120.929	122.830	125.102	129.323	133.966	138.708	141.499	144.832	150.583	154.433
Saldo neto mensual	-51.267	-17.235	-14.664	-11.253	-5.088	2.693	11.251	17.227	22.233	31.280	38.527	48.976	
Saldo acumulado a final de mes	-51.267	-68.502	-83.166	-94.419	-99.507	-96.814	-85.563	-68.336	-46.103	-14.823	23.704	72.681	
Saldo con pólizas de crédito (disp)	-51.267	-68.502	-83.166	-94.419	-99.507	-96.814	-85.563	-68.336	-46.103	-14.823	23.704	72.681	

Resumen **EXPLOTACIÓN**

Plan de negocio - 1er. AÑO

SIMPLIFICADA

◀ Opción que está activada en el INDICE

Resumen	Total	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS VENTAS (Neto)	1.571.883		88.157	92.565	97.193	102.053	112.258	123.484	135.832	142.624	149.755	164.731	172.967	190.264
COSTE de las VENTAS	399.258	25,4%	22.392	23.511	24.687	25.921	28.514	31.365	34.501	36.226	38.038	41.842	43.934	48.327
consumo	392.971	25,0%	22.039	23.141	24.298	25.513	28.065	30.871	33.958	35.656	37.439	41.183	43.242	47.566
costes produc./servicio	6.288	0,4%	353	370	389	408	449	494	543	570	599	659	692	761
personal produc./servicio														
MARGEN BRUTO	1.172.625	74,6%	65.765	69.053	72.506	76.131	83.745	92.119	101.331	106.397	111.717	122.889	129.033	141.937
MARKETING y VENTAS	119.932	7,6%	7.271	7.280	7.604	7.944	8.658	9.444	10.308	10.784	11.283	12.331	12.908	14.118
personal salarios/comisiones	110.032	7,0%	6.171	6.480	6.804	7.144	7.858	8.644	9.508	9.984	10.483	11.531	12.108	13.318
publicidad y promoción	9.900	0,6%	1.100	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
otros ventas y marketing														
GENERALES y ADMINIST	319.650	20,3%	26.729	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629	26.629
personal generales/admin	248.810	15,8%	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734	20.734
gastos generales	70.840	4,5%	5.995	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895	5.895
EBITDA	733.042	46,6%	31.765	35.145	38.273	41.559	48.457	56.046	64.393	68.985	73.805	83.929	89.497	101.189

Plan de Negocio - Resultados previstos a 5 años

Ingresos	2010		2011		% Var	2012		% Var	2013		% Var	2014		% Var
ventas														
menos venta														
venta neta total	1.571.883		1.807.665		15,0%	1.717.282		-5,0%	1.889.010		10,0%	1.983.461		5,0%
insolvencias														
ingresos netos por ventas	1.571.883		1.807.665		15,0%	1.717.282		-5,0%	1.889.010		10,0%	1.983.461		5,0%
Gastos	2010		2011		% Var	2012		% Var	2013		% Var	2014		% Var
existencias - consumo	392.971	25,0%	451.916	25,0%	15,0%	429.321	25,0%	-5,0%	472.253	25,0%	10,0%	495.865	25,0%	5,0%
iniciales	1.500		500		-66,7%	500			500			500		
compras	391.971		451.916		15,3%	429.321		-5,0%	472.253		10,0%	495.865		5,0%
finales	500		500			500			500			500		
producción/servicio	6.288	0,4%	7.231	0,4%	15,0%	6.869	0,4%	-5,0%	7.556	0,4%	10,0%	7.934	0,4%	5,0%
variables	6.288	0,4%	7.231	0,4%	15,0%	6.869	0,4%	-5,0%	7.556	0,4%	10,0%	7.934	0,4%	5,0%
fijos														
personal	358.842	22,8%	387.787	21,5%	8,1%	407.586	23,7%	5,1%	405.238	21,5%	-0,6%	439.150	22,1%	8,4%
comisiones	110.032	7,0%	126.537	7,0%	15,0%	120.210	7,0%	-5,0%	132.231	7,0%	10,0%	138.842	7,0%	5,0%
producción/servicio														
marketing/ventas														
administración/DG	248.810	15,8%	261.251	14,5%	5,0%	287.376	16,7%	10,0%	273.007	14,5%	-5,0%	300.308	15,1%	10,0%
marketing y vtas	9.900	0,6%	10.890	0,6%	10,0%	12.524	0,7%	15,0%	11.897	0,6%	-5,0%	12.492	0,6%	5,0%
Publicidad y promoción	9.900	0,6%	10.890	0,6%	10,0%	12.524	0,7%	15,0%	11.897	0,6%	-5,0%	12.492	0,6%	5,0%
Otros marketing														
Gastos de ventas variables														
generales y administración	70.840	4,5%	77.924	4,3%	10,0%	89.613	5,2%	15,0%	85.132	4,5%	-5,0%	89.389	4,5%	5,0%
Alquileres	36.000	2,3%	39.600	2,2%	10,0%	45.540	2,7%	15,0%	43.263	2,3%	-5,0%	45.426	2,3%	5,0%
Suministros	1.300	0,1%	1.430	0,1%	10,0%	1.645	0,1%	15,0%	1.562	0,1%	-5,0%	1.640	0,1%	5,0%
Mantenimiento	2.850	0,2%	3.135	0,2%	10,0%	3.605	0,2%	15,0%	3.425	0,2%	-5,0%	3.596	0,2%	5,0%
Internet	640	0,0%	704	0,0%	10,0%	810	0,0%	15,0%	769	0,0%	-5,0%	808	0,0%	5,0%
Tributos	2.450	0,2%	2.695	0,1%	10,0%	3.099	0,2%	15,0%	2.944	0,2%	-5,0%	3.092	0,2%	5,0%
Transportes	12.000	0,8%	13.200	0,7%	10,0%	15.180	0,9%	15,0%	14.421	0,8%	-5,0%	15.142	0,8%	5,0%
Servicios Basicos	9.600	0,6%	10.560	0,6%	10,0%	12.144	0,7%	15,0%	11.537	0,6%	-5,0%	12.114	0,6%	5,0%
varios	6.000	0,4%	6.600	0,4%	10,0%	7.590	0,4%	15,0%	7.211	0,4%	-5,0%	7.571	0,4%	5,0%
Otro (uno)														
Otro (dos)														
Otro (tres)														
total gastos	838.840	53,4%	935.748	51,8%	11,6%	945.912	55,1%	1,1%	982.076	52,0%	3,8%	1.044.830	52,7%	6,4%
ebidta	733.042	46,6%	871.917	48,2%	18,9%	771.371	44,9%	-11,5%	906.934	48,0%	17,6%	938.631	47,3%	3,5%
amortizaciones	28.723	1,8%	28.723	1,6%	0,0%	28.723	1,7%		28.723	1,5%		28.723	1,4%	
resultado operativo	704.320	44,8%	843.194	46,6%	19,7%	742.648	43,2%	-11,9%	878.212	46,5%	18,3%	909.908	45,9%	3,6%
Financieros														
ingresos														
gastos	665.822	42,4%	99.671	5,5%	-85,0%	94.784	5,5%	-4,9%	102.436	5,4%	8,1%	106.334	5,4%	3,8%
Excepcionales														
ingresos														
gastos														
RESULTADO	2010		2011		% Var	2012		% Var	2013		% Var	2014		% Var
antes impuestos	38.498	2,4%	743.523	41,1%	1831,4%	647.864	37,7%	-12,9%	775.776	41,1%	19,7%	803.574	40,5%	3,6%
impuestos	-15.399	-1,0%	-297.409	-16,5%	1831,4%	-259.146	-15,1%	-12,9%	-310.310	-16,4%	19,7%	-321.430	-16,2%	3,6%
beneficio neto	23.099	1,5%	446.114	24,7%	1831,4%	388.719	22,6%	-12,9%	465.465	24,6%	19,7%	482.144	24,3%	3,6%

LUXOR'S RESTAURANT & BUSINESS CLUB **Plan de Negocio - Balances** previsionales a 5 años

ACTIVO	2010	2011	2012	2013	2014
No corriente	545.735	517.012	488.289	459.567	430.844
Inmovilizado intangible	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Inmovilizado material	566.458	566.458	566.458	566.458	566.458
- Amortizaciones	-28.723	-57.446	-86.169	-114.892	-143.615
Depósitos y fianzas	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
Corriente	190.917	904.545	1.274.019	1.817.428	2.335.583
Existencias	500	500	500	500	500
Realizable	117.737	122.530	116.403	128.044	134.446
Disponibile	72.681	781.515	1.157.116	1.688.884	2.200.637
Total ACTIVO	736.653	1.421.557	1.762.309	2.276.994	2.766.426

Patrimonio Neto y PASIVO	2010	2011	2012	2013	2014
Patrimonio Neto	423.099	869.212	1.257.931	1.723.396	2.205.541
Fondos propios	423.099	869.212	1.257.931	1.723.396	2.205.541
Capital	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Reservas					
Resultados	23.099	469.212	857.931	1.323.396	1.805.541
Subvenciones					
PASIVO	313.554	552.345	504.378	553.598	560.886
No corriente	170.225	162.981	155.188	146.805	137.786
Préstamos largo plazo	170.225	162.981	155.188	146.805	137.786
Leasings					
Corriente	143.329	389.364	349.190	406.793	423.100
Préstamos a corto plazo					
Proveedores	108.806	70.623	68.737	74.192	77.902
Otras cuentas a pagar	34.524	318.740	280.453	332.601	345.198
Total Patrimonio Neto y Pasivo	736.653	1.421.557	1.762.309	2.276.994	2.766.426

2014	1015		
1688883,82	2200636,7	Totales	VAN
<u>(1+i)⁴</u>	<u>(1+i)⁵</u>		2320772,98
965624,805	1094105,37	2897731,81	

		2011	2012	2013
Saldo Acumulado con polizas		72680,643	781514,6607	1157115,98
		<u>(1+i)¹</u>	<u>(1+i)²</u>	<u>(1+i)³</u>
Ganancia del Valor Actual	-576958,83	63200,5591	590937,3616	760822,539
Inventario Inicial	576958,83			
i	0,15			
(1+i)	1,15			
VAN	2320772,98			
TIR	80,56%			
PER	2año			
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 82.656,00			

APÉNDICE D: PLAN DE SEGURIDAD



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

PLAN DE EMERGENCIAS LUXOR'S RESTAURANT & BUSINESS CLUB

CONTENIDO

1. RESEÑA HISTÓRICA
2. OBJETIVOS
3. DEFINICIONES
4. CLASIFICACIÓN DE ZONAS
5. CLASIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS
6. CLASIFICACIÓN DE EMERGENCIAS
7. RECURSOS INTERNOS CONTRA EMERGENCIAS
8. RECURSOS EXTERNOS CONTRA EMERGENCIAS
9. COMANDO DE INCIDENTES
10. PLANES DE CONTINGENCIA



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

1. RESEÑA HISTÓRICA

RESEÑA HISTÓRICA DE LA COMPAÑÍA

Luxor's Restaurant & Bussiness Club empezó el 14 de Julio del 2009 en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil como proyecto de graduación de cinco estudiantes emprendedoras de la Carrera de Turismo, quienes luego de realizar un exhaustivo estudio pudieron darse cuenta cuales son las necesidades del mercado y fue en ese momento que nació la idea de la creación de un restaurante y casino tipo las Vegas, dándole un enfoque familiar.

A medida que íbamos avanzando en el trabajo, se suscitaron algunos problemas por la aplicación de las leyes vigentes en el País y tuvimos que modificarlo a Restaurant temático tipo las Vegas, el cual mantiene el enfoque familiar y Bussiness Club dirigido a nuestros cliente mas selectos, siendo estos empresarios nacionales e internacionales que buscan un lugar donde los negocios, la diversión, recreación y el buen comer se fusionen.

Nuestro compromiso vital es lograr la satisfacción total de nuestros clientes.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

2. OBJETIVOS

- El objetivo general de este plan es establecer procedimientos de emergencia que permitan dar la mayor protección al personal, salud de los mismos, de terceros, medio ambiente y comunidad.
- Así mismo como procurar el menor daño a las instalaciones en caso de que ocurriera cualquier situación producida por causas naturales o por el hombre.

3. DEFINICIONES

Emergencia.- Es cualquier situación fuera de lo normal en donde se ponen en riesgo la salud, bienes y medio ambiente.

Voz de Alarma.- Es la señal auditiva producida por una sirena que indica que ha ocurrido una emergencia en algún lugar de la planta. Al sonido de esta el personal de las Brigadas contra Incendios, Brigadas de primeros Auxilios y Jefes de Departamentos deben estar atentos vía radio de donde y qué tipo de emergencia se está produciendo

Evacuación.- Una vez que se produzca una voz de alarma y si el riesgo de la emergencia lo amerita se comunicará vía radio (Facturación) o teléfono (Recepción) la disposición de evacuar. Todo el personal de la empresa deberá acudir a las áreas de las canchas (sector más distante de las edificaciones, cercano al muro).

Principio de incendio o conato.- Es una combustión en su fase incipiente que puede ser controlado por cualquier persona usando agentes extintores portátiles o técnicas de extinción de incendios.

Combustión.- Es el proceso de oxidación rápida de un combustible con la característica que va a emanar luz y calor.

Combustible.- es todo agente que puede ser oxidado (puede combustionarse) y una vez iniciado mantener la combustión.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

Derrame.- es la liberación no controlada de un producto.

Incidente.- Es una situación de riesgo que pudo causar daños a la salud, bienes o medio ambiente.

Accidente.- Es una situación de riesgo en la que se afecta la salud, bienes y medio ambiente.

Catástrofe.- Es una situación en la que se afecta de gran manera la vida (más de 20 muertes y heridos), la propiedad (daños totales en infraestructura, gastos en más de 20'000.000 en gastos) y medio ambiente (gran contaminación y rápida propagación, daños irreversibles o más de un año de remediación).

Brigada Contra Incendio.- Es el grupo de personas entrenado en el uso del sistema hidráulico contra incendios, tanto en el manejo de sus equipos como en técnicas de combate contra incendios, constará de pitoneros, hombres de apoyo, etc.

Brigada de Primeros Auxilios.- Es el personal entrenado en asistencia pre hospitalaria básica para estabilizar a un paciente hasta la llegada de una ambulancia.

4. CLASIFICACIÓN DE ZONAS

Es importante saber catalogar las Zonas dentro de la empresa debido a que de esto dependerá la exigencia de equipos de protección personal, equipos de seguridad y métodos o procedimientos

La zonas de acuerdo al riesgo que representen a la vida, propiedad y medio ambiente se clasifican en: zonas de alto riesgo, zonas de mediano riesgo y zonas de bajo riesgo.

4.1 Zona de Alto Riesgo

Es el lugar dentro de la planta en donde la naturaleza del mismo o de la actividad que en el desarrollen los trabajadores, representa un riesgo real de muerte o accidente grave, así también en caso de que sean afectadas las instalaciones que en ella se encuentran, se vería afectada la operación de la empresa y una potencial contaminación al medio ambiente.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

4.2 Zona de Mediano Riesgo

Son los lugares dentro de la planta en donde la naturaleza de la zona o de los trabajos que en ellos se realizan, son propensos a accidentes menores en donde se afectaría levemente la salud de los trabajadores o se causaría una molestia menor a una maquinaria sin que esta afecte la operación de la misma.

4.3 Zona de Bajo Riesgo

Es el lugar donde las actividades que se realicen en el no representan ningún riesgo a la salud, propiedad o medio ambiente, si se produjera alguna situación en la que se vieran afectadas estas, sería una situación de Caso Fortuito.

5. CLASIFICACIÓN DE LOS TRABAJOS

Todos los trabajos que se ejecuten dentro de la empresa por personal interno o de contratistas externos, deben de registrarse por medio de una orden de trabajo en la que se especifique el tipo de trabajo que se va a realizar y estos deben de ser comunicados al Departamento de seguridad y este según sea necesario se supervisará dichos trabajos exigiendo las más elementales medidas de seguridad.

Todos los trabajos que laboran dentro de la empresa se enmarcarán en las siguientes categorías.

5.1 Trabajos en Frío.

Es todo trabajo variado que se realice, en el que se utilicen o no herramientas y no tenga ninguna de las características que lo conviertan en otro tipo de trabajo.

5.2 Trabajos en Caliente.

Es todo trabajo o actividad en el que se utilizará algún tipo de maquinaria o herramienta que durante su manipulación produzca chispas o genere calor.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

5.3 Trabajos en Altura.

Es todo trabajo que se realice a más de 50 cm del suelo, que presente un riesgo de lesión si el trabajador cayera.

5.4 Trabajo en Espacio Confinado.

Es todo trabajo que se realice en lugar en el cual; las vías de acceso no permitan una correcta ventilación de gases.

6. CLASIFICACIÓN DE EMERGENCIAS

6.1 EMERGENCIAS MÉDICAS

Es toda situación en la que se afectó la vida o la salud de los trabajadores. Es una condición en que la víctima necesita ayuda externa especializada para hacer frente a su condición.

Las Emergencias médicas pueden ser de dos tipos, médica propia mente dicha y emergencia por accidente laboral.

6.1.1 Emergencia Médica (SALUD)

Esta se debe al mal funcionamiento de alguno de los sistemas que componen el Cuerpo Humano por causas consideradas no laborales. Estos problemas pueden ser:

Problema respiratorio.
Problema circulatorio. (Presión).
Pulso. (Corazón).
Rigidez abdominal.
Convulsiones.
Embarazo.

6.1.2 Emergencia Médica por Accidente Laboral.

Es toda situación en la que se afectó la vida o la salud de los trabajadores, debido a un accidente o a cualquier actividad relacionada con el trabajo de cada empleado y que ocurriere dentro de las instalaciones de la empresa, en donde se vean afectadas las funciones básicas del cuerpo humano y la víctima necesita ayuda externa especializada para hacer frente a su condición. Los problemas más comunes pueden ser:



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

Inconsciencia. (Traumatismo)
Problema respiratorio. (Intoxicación o Trauma)
Problema Circulatorio. (Hemorragia)
Pulso. (Descargas Eléctricas)
Convulsiones. (Trauma)
Fracturas.

Importante.

Después de la respectiva evaluación (primaria de emergencia) se procederá a decidir si es o no necesario su traslado a un casa asistencial.

6.2 EMERGENCIA DE INCENDIO.

Es toda emergencia en la que se presente una combustión (con o sin presencia de llama). Estas pueden se presentan en las siguientes fases

6.2.1 Fase Incipiente/ Principio o Conato de Incendio.

Es cuando una combustión recién ha empezado. La presencia de humo, vapores y calor se presenta en pocas cantidades y aumenta conforme pasa el tiempo. Es en esta etapa en que se la puede controlar usando agentes extintores portátiles o técnicas de sofocación de incendios.

6.2.2 Fase Libre Combustión/ Incendio

En cuando una combustión ya ha cogido temperatura que le permite consumir y transportarse absorbiendo cualquier material combustible disponible. La temperatura es elevada y hay gran presencia de vapores y humo. En esta etapa en necesario controlarla usando personal entrenado (bomberos o brigadas contra incendios). Ver Anexo.

6.2.3 Fase Latente.

Es cuando un fuego presencia una deficiencia de oxígeno. Esta situación se presenta luego de una fase de Libre combustión.

Importante

Si el Principio de incendio se produce en una de las zonas de la empresa consideradas como críticas, se debe llamar inmediatamente al cuerpo de bomberos local.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

6.3 EMERGENCIA POR FENÓMENO NATURAL

Es toda situación en la que las operaciones de la empresa se vean interrumpidas por motivo de un fenómeno natural. Por las condiciones geográficas de nuestra ciudad estos fenómenos sólo podrían ser:

- Inundación
- Terremoto

Importante

Según los daños producidos a la vida y a la propiedad por estos fenómenos, se los puede considerar como Catástrofe Natural.

6.4 EMERGENCIA POR SITUACIONES ESPECIALES

Es toda situación que afecte las operaciones de la empresa y sus motivos no entren en una clasificación específica. Estos pueden ser:

- Guerra
- Catástrofe Nacional
- Problemas Nacionales (Golpes de Estado, revoluciones, etc.)
- Atentados terroristas
- Secuestros
- Robos
- Problemas Internos de la Empresa

7. RECURSOS INTERNOS CONTRA EMERGENCIAS

7.1 Emergencias médicas

Para afrontar emergencias médicas la empresa sólo dispone de una serie de medicamentos para disminuir síntomas de malestar gripal u otras molestias menores.

7.2 Emergencias Contra Incendios

El sistema contra incendio se compone de dos grupos; el de Primera Respuesta (extintores) y el de Segunda Respuesta llamar al Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (102)



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

7.2.1 Primera Respuesta (extintores)

Lo componen un grupo de Extintores de diferentes tamaños, marcas y tipos ubicados en diferentes áreas para un eficaz uso en caso de una emergencia.

8. RECURSOS EXTERNOS CONTRA EMERGENCIAS

Son los recursos con los que se podría contar en caso de emergencia, es muy importante conocerlos y saber la real disposición de estos y los tiempos de respuesta ya que de acuerdo a estos uno tendrá que programar las acciones necesarias para evitar situaciones predecibles.

9. COMANDO DE INCIDENTES

9.1. DEFINICIÓN

Es el grupo humano conformado por autoridades de la empresa con conocimiento de las condiciones reales de esta, junto con los recursos humanos y materiales con los que se cuenta.

9.2. FUNCIÓN

Una vez conformado el comando de incidentes, este se encargará de administrar los recursos e información necesaria para el correcto control de la emergencia.

Así también poner en práctica todo el conocimiento para optimizar los recursos utilizados y minimizar las consecuencias producidas por la emergencia.

9.3. RESPONSABILIDADES

Una vez que se haya dado una voz de alarma se debe de conformar un puesto de comando de incidentes, este debe estar colocado en un lugar alejado de la zona del incidente pero que permita una apreciación de lo que esté ocurriendo.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

A continuación se presenta el detalle de las personas que conformarán este comando de incidentes que incluye el cargo que ocupan y la función que desempeñarán.

10. PLANES DE CONTINGENCIA

10.1. ALCANCE

Este programa incluye todas las áreas y el personal que en ella laboran, así mismo compromete a cada uno de los trabajadores a cumplir las labores por este plan encomendadas.

10.2 PROCEDIMIENTO

El procedimiento que se detalla a continuación está preparado para ser ejecutado durante horas laborables en el que se encuentre personal en el restaurante, Business Club y oficinas.

10.3 PLAN DE CONTINGENCIA PARA INCENDIO.

Paso 1

La primera persona en observar el principio de incidente está en la obligación de dar la voz de alarma. No delegar esta función.

Paso 2

Una vez escuchada la voz de alarma se debe proceder a la conformación de las Brigadas contra incendio que deben acudir al lugar de la emergencia, simultáneamente se debe proceder a la evacuación de todas las áreas.

Paso 3

Conformar el comando de incidentes y llamar a los organismos de emergencias si fuere necesario. (102 de Bomberos y 911 de Emergencias).

Paso 4

El personal más cercano al lugar de la emergencia debe de tratar de controlarlo usando extintores manuales de PQS o CO2 según sea el caso.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

10.4 PLAN DE CONTINGENCIA PARA ACCIDENTE LABORAL.

Paso 1

La primera persona en observar el accidente está en la obligación de dar la voz de alarma. No delegar esta función.

Paso 2

Suspender las actividades en el área involucrada, establecer el Comando de Incidentes, alertar a las autoridades competentes de ser necesario.

Paso 3

No mover a la víctima en el sitio y posición en la que se encuentre hasta que el personal de la Brigada de Primeros Auxilios llegue al sitio y proceda con la evaluación primaria y atenciones básicas.

10.5 PLAN DE CONTINGENCIA PARA DESASTRE NATURAL (TERREMOTO)

Paso 1

La voz de alarma será dada por los Jefes de cada área que perciban los efectos de este fenómeno natural.

Paso 2

Se procederá inmediatamente a la evacuación de todas las instalaciones, el jefe de área será el encargado de realizar el corte total de energía eléctrica y será responsable de la suspensión de todas las actividades.

Paso 3

Se conformará el Comando de Incidentes y la Gerente de Recursos Humanos será responsable de comunicar el listado de posibles personas desaparecidas.

Paso 4

El Gerente de Recursos Humanos deberá estar pendiente de los boletines de prensa de las instituciones pertinentes que indiquen la situación de la emergencia.



ACTUACIÓN EN

PLAN PARA

EL CONTROL DE EMERGENCIAS

10.6 PLAN DE CONTINGENCIA PARA SITUACIONES ESPECIALES. (GUERRA, TERRORISMO, ROBO)

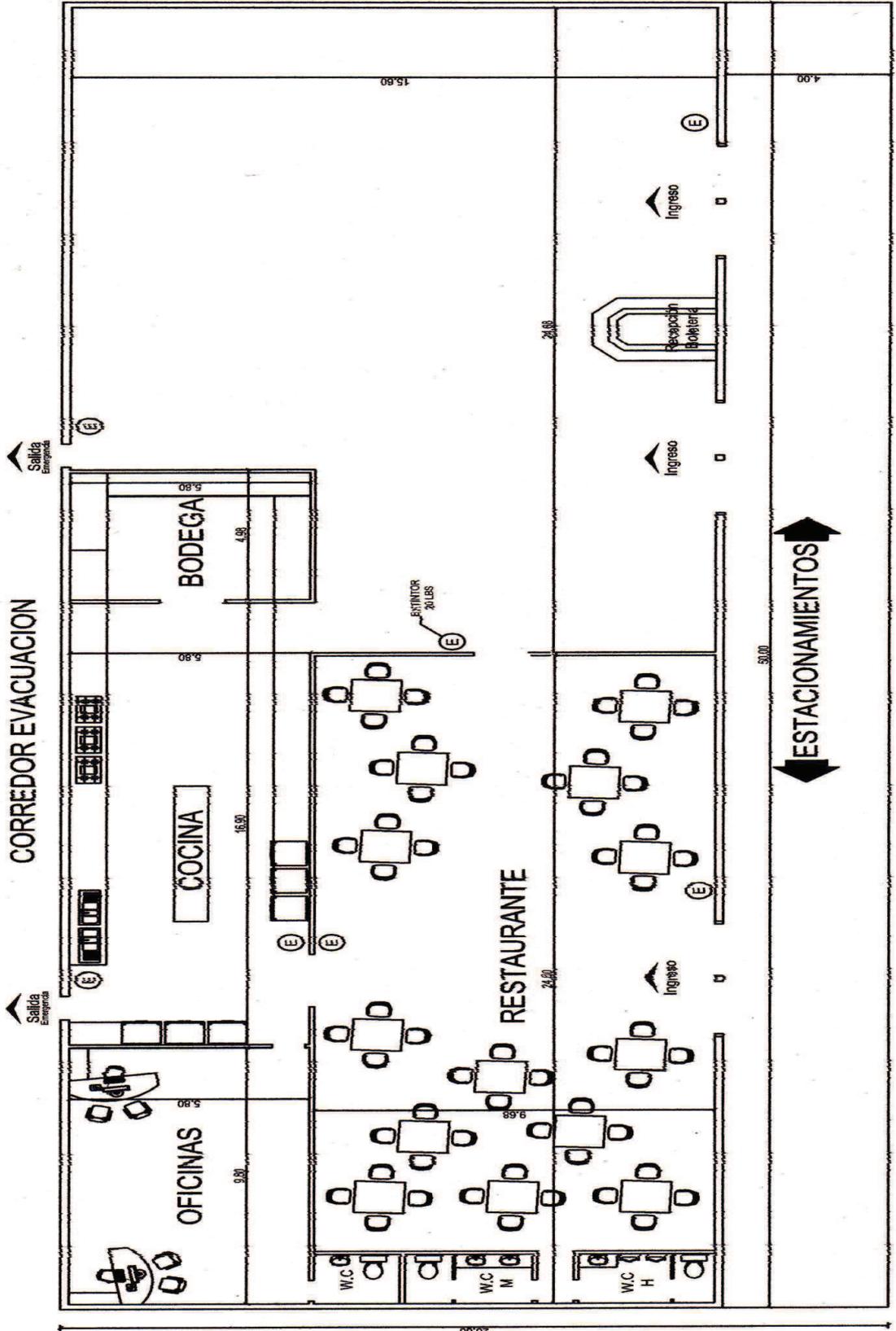
Paso 1

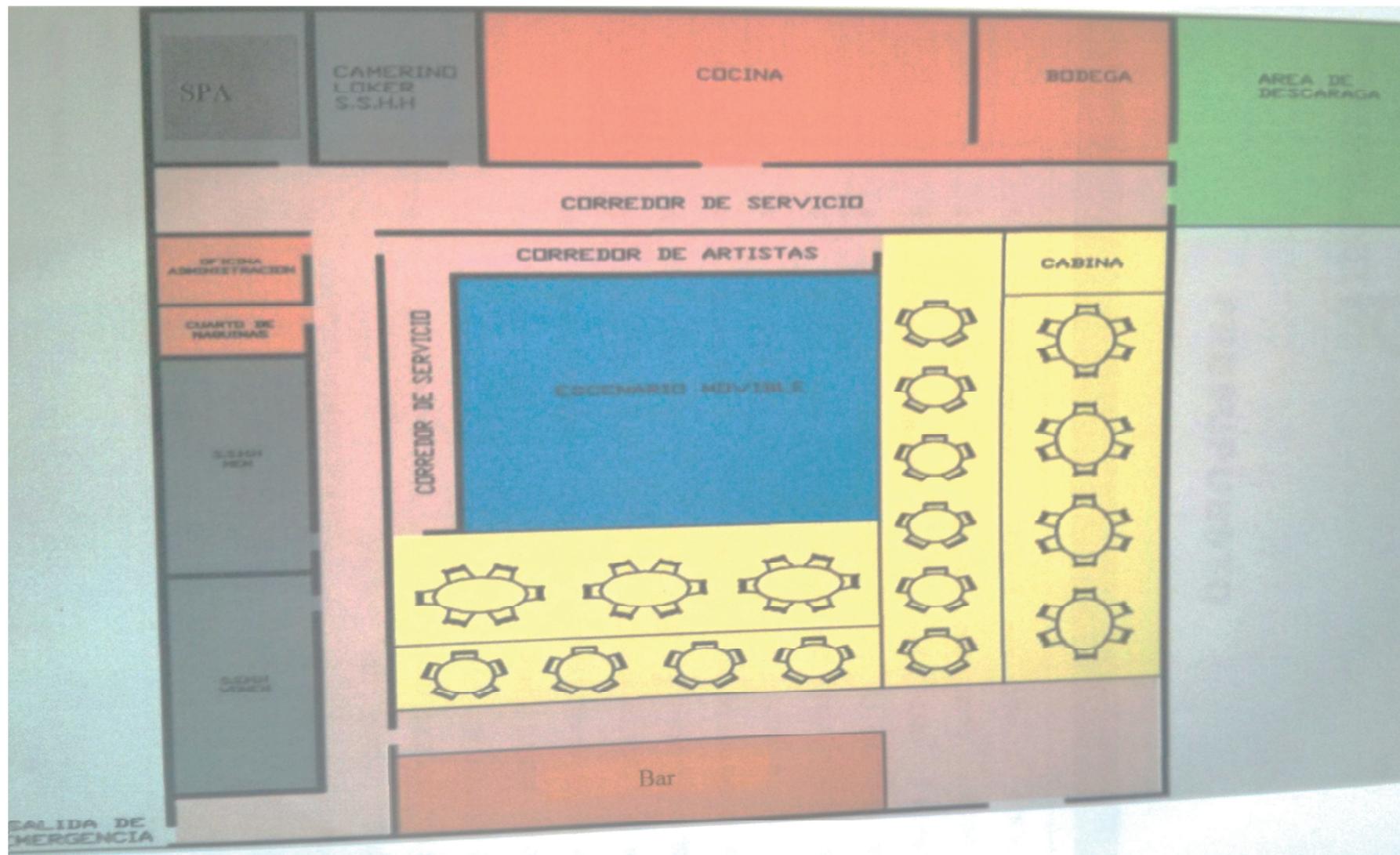
Se conformará el Comando de Incidentes, el cual analizará la situación y de ser necesario ordenará la evacuación de la empresa.

Paso 2

El comandante del incidente decidirá la información que será comunicada al personal de empleados y demás disposiciones impartidas.

APÉNDICE E: VARIOS





PRESUPUESTO

CONSTRUCCION						
1	Trazado y replanteo	1.000,00	m2	0,60	600,00	
2	Excavación	400,00	m3	12,00	4.800,00	
3	Relleno compactado	520,00	m3	18,00	9.360,00	
4	Estructura Metálica	1.000,00	m2	85,00	85.000,00	
5	Cubierta termoacústica	1.000,00	m2	35,00	35.000,00	
6	Contrapiso	1.000,00	m2	32,00	32.000,00	
7	Acabados	1,00	global		65.000,00	65.000,00
8	Inst. sanitarias	1,00	global		16.000,00	16.000,00
9	Inst. Eléctricas	1,00	global		42.000,00	42.000,00
10	Sist. Seguridad	1,00	global		35.000,00	35.000,00
11	Voz & Datos	1,00	global		9.500,00	9.500,00
12	Ventanería	1,00	global		14.000,00	14.000,00
13	Carpintería	1,00	global		18.000,00	18.000,00
14	Pantalla frontal metálica	560,00	m2	65,00	36.400,00	
15	Recubrimiento y luces leds	1,00	global		24.000,00	24.000,00
16	Limpieza y desalojo final	1,00	global		6.400,00	6.400,00
						433.060,00
PRECIOS NO INCLUYEN IVA						

NOTA:

ATENTAMENTE

ING. JOSE LUIS DELGADO TAPIA
PROYECT ART

Inversion en el equipamiento y menaje

ARTICULO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
Vaso 14cl-12oz	\$0,60	12	\$7,20
Jarrón cervecero	\$1,40	12	\$16,80
Copa redonda	\$3,10	6	\$18,60
Copa multiusos	\$2,11	6	\$12,66
Jarra	\$6,17	6	\$37,02
Molino de pimienta	\$10,00	1	\$10,00
Charola ovalada	\$8,50	2	\$17,00
charola redonda	\$8,50	2	\$17,00
servilletero -salero y pimentero	\$4,49	6	\$26,94
cenicero	\$1,10	6	\$6,60
cuchara de sopa 15.6cm	\$0,90	30	\$27,00
cuchara de sopa 17 8	\$0,85	60	\$51,00
cuchara de helado	\$0,40	60	\$24,00
cuchara de servicio	\$0,60	60	\$36,00
tenedor normal	\$0,83	60	\$49,80
tenedor de ensalada	\$0,70	60	\$42,00
tenedor de mariscos	\$0,95	30	\$28,50
cuchillo normal 22.2	\$0,85	30	\$25,50
cuchillo mantequillero 15.6	\$0,40	25	\$10,00
plato tendido	\$4,42	30	\$132,60
plato postre	\$3,35	30	\$100,50
plato pan	\$3,10	30	\$93,00
plato sopero	\$4,30	30	\$129,00
fuelle ovalada	\$6,16	1	\$6,16
taza de café cyprès	\$3,32	30	\$99,60
plato para taza de café cyprès	\$2,90	30	\$87,00
Horno rotativo minirotofan 50x70	\$14.611,00	1	\$14.611,00
Congelador Puerta Sólida T-49F	\$6.160,00	1	\$6.160,00
Amasadora espiral SIFA V-80	\$200,00	1	\$200,00
Mesa de trabajo Entrepaño, Alpha	\$405,13	1	\$405,13
Carro bandeja de panes abierto	\$550,00	1	\$550,00
Fregadero tarja de Acero, ALPHA Inox	\$434,60	1	\$434,60
Fabricara de Hielo MHCD	\$1.114,67	1	\$1.114,67
Cámara Eléctrica	\$762,00	1	\$762,00
Fermentadora de pan	\$3329,80	1	\$3329,80
Refrigerador Puerta Solida	\$143,68	1	\$143,68
Repisa de pared	\$463,00	1	\$463,00
Repisa de Acero	\$633,73	1	\$633,73
Campana Extractora	\$111,44	1	\$111,44
Freidora	\$361,95	1	\$361,95
Salamandra / Gratinador	\$450,00	1	\$450,00
Calentador Alto Shaam			

Marmita	\$269.00	1	\$269.00
Baño María	\$279.40	1	\$279.40
Navaja Sommelier	\$9.10	3	\$27.30
Cocktelera o Shaker	\$15.39	3	\$46.17
Hielera	\$36.70	10	\$367.00
Rallador	\$4.38	3	\$13.14
Destapador	\$1.40	5	\$7.00
Colador de Gusanillo	\$6.30	1	\$6.30
Colador de Gusanillo	\$7.41	3	\$22.23
Pinza d y hielo	\$3.78	10	\$37.80
Dosificador	\$0.82	1	\$0.82
Tapón de Botellas	\$3.64	3	\$10.92
Pica Hielo	\$1.71	3	\$5.13
Saca Corcho	\$5.35	3	\$16.05
Vaso Mezclador	\$8.97	3	\$26.91
Cuchillo de Fruta	\$2.56	3	\$7.68
Acanalador	\$2.27	1	\$2.27
Colador de Zumos	\$18.00	1	\$18.00
Batidor	\$1.64	2	\$3.28
Cuchara de Bar	\$1.94	2	\$3.88
Mesa Redonda	\$190.90	3	\$572.70
Lencería	\$40.00	10	\$400.00
Mesa Rectangular	250.00	2	\$500.00
Mesas Cuadradas	220.00	5	\$1100.00
Total:			13.811,23

BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL

REQUISITOS PARA OBTENCION DE LA TASA POR SERVICIO CONTRA INCENDIOS

REQUISITOS PARA PERSONAS NATURALES

- COPIA DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
- ORIGINAL Y COPIA DE LA FACTURA DE COMPRA O RECARGA DEL EXTINTOR VIGENTE
- CARTA DE AUTORIZACIÓN EN EL CASO QUE NO REALICE EL INTERESADO, DEBIDAMENTE NOTARIADA
- COPIA DE CEDULA DE CIUDADANÍA DEL INTERESADO Y DE LA PERSONA QUE REALIZARA EL TRAMITE

PROCEDIMIENTO:

1. SE ACERCA AL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO UBICADO EN LAS CALLES FRANCISCO P. DE YCAZA Y ESCOBEDO CON TODOS LOS DOCUMENTOS SOLICITADOS COMO REQUISITOS, HACE LA FINA Y EN LA VENTANILLA ENTREGA LOS DOCUMENTOS.
2. LA PERSONA DE LA VENTANILLA LE ENTREGARA UNA ORDEN DE PAGO QUE DEBERÁ CANCELAR EN EL BANCO AUTORIZADO.
3. SAQUE COPIA DE SU RECIBO DE PAGO Y ACÉRQUESE NUEVAMENTE AL CENTRO DE ATENCIÓN AL USUARIO PARA ENTREGAR LA COPIA.
4. LUEGO DE ESTO, EL USUARIO ESPERARA A QUE UN FUNCIONARIO DE LA OFICINA TÉCNICA DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS REALICE LA INSPECCIÓN DE SU ESTABLECIMIENTO.
5. SI EN LA INSPECCIÓN SE VERIFICA QUE CUMPLE CON LO QUE EL BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL REQUIERE, DEBERÁ ACERCARSE LUEGO DE 48 HORAS A RETIRAR LA TASA POR SERVICIO CONTRA INCENDIOS RESPECTIVA, PRESENTANDO EL RECIBO DE PAGO ORIGINAL.
6. SI EN LAS INSPECCIÓN SE VERIFICA QUE NO CUMPLE CON LAS NORMAS DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS SE REALIZARAN LAS RECOMENDACIONES RESPECTIVAS, LAS MISMAS QUE ESTARÁN CONTENIDAS EN UN OFICIOS SUSCRITO POR EL JEFE DE LA OFICINA TÉCNICA DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS, EN DONDE SE INDICARA EL PLAZO EN QUE DEBERÁ DAR CUMPLIMIENTO A DICHAS RECOMENDACIONES. LUEGO DE HABER CUMPLIDO CON LAS MISMAS, USTED SOLICITARA LA RE-INSPECCIÓN A TRAVÉS DE UNA ESPECIE VALORADA QUE ADQUIRIRÁ EN EL CENTRO DE ATENCION AL USUARIO Y ENTREGARA EN ESE MISMO LUGAR. REALIZADA LA RE INSPECCIÓN Y HABIENDO DADO CUMPLIMIENTO A LAS RECOMENDACIONES, USTED PROCEDERÁ A RETIRAR SU TASA POR SERVICIO CONTRA INCENDIOS EN EL PLAZO DE 48 HORAS.

REQUISITOS QUE REQUIERE UN CASINO PARA LA APROBACION DEL CUERPO DE BOMBEROS

DE 1M2 HASTA 200M2 DE AREA /G6

EXTINTORES DE POLVO QUIMICO SECO PQS (ABC)

LOS EXTINTORES PORTÁTILES SE SUSPENDERÁN EN SOPORTES O PERCHAS ADOSADAS O EMPOTRADAS A LA MAMPOSTERÍA O PILAR. EL SOPORTE DEL EXTINTOR SE UBICARA A UNA ALTURA DE 1.53 METROS CON RESPECTO AL PISO TERMINADO S EL EXTINTOR ES DE 1LB Y LOS DE 20LBS SE COLOCARAN A UNA ALTURA 1.20 METROS.

LAMPARAS DE EMERGENCIA

LAS LÁMPARAS DE EMERGENCIA ESTARÁN CONECTADAS AL SUMINISTRO DE EMERGENCIA ELÉCTRICA DEL ESTABLECIMIENTO Y SE ACCIONARAN EN EL MOMENTO QUE EXISTA UN CORTE DE FLUIDO ELÉCTRICO DE LA RED PRINCIPAL, LAS MISMAS QUE ESTARÁN UBICADAS EN TODAS LAS VÍAS DE EVACUACIÓN Y PUERTAS DE SALIDA.

PUERTAS DE EMERGENCIA

LAS PUERTAS DE EMERGENCIA SIRVEN PARA QUE LAS PERSONAS LOGREN EVACUAR LAS INSTALACIONES, EN EL MOMENTO DE PRESENTARSE UNA EMERGENCIA. ESTAS DEBERÁN ESTAR SEÑALIZADAS, ABRIR EN SENTIDO DE LA EVACUACIÓN Y ESTAR PROVISTAS DE SU RESPECTIVA BARRA ANTIPÁNICO.

LETRERO DE CAPACIDAD DE PERSONAS

EL LETRERO DE CAPACIDAD DE PERSONAS ESTARÁ UBICADO EN LA PARTE FRONTAL DEL ESTABLECIMIENTO, ADJUNTO A LA ENTRADA DEL MISMO. SERÁ DE MATERIAL ACRÍLICO O ADHESIVO, FORMATO 30CM X 20CM, FONDO COLOR ROJO Y LETRAS BLANCAS. LA CAPACIDAD DEL ESTABLECIMIENTO ESTA RELACIONADA EN FORMA DIRECTAMENTE PROPORCIONAL AL ÁREA DEL ESTABLECIMIENTO SOBRE EL FACTOR DE CARGA DE 1.42 M2 POR PERSONA.

SISTEMA DE PULSADORES DE ALARMA.

LOS PULSADORES O AVISADORES MANUALES DEBERÁN ESTAR CONECTADOS DIRECTAMENTE AL PANEL DE ALARMAS LOS MISMOS QUE AL SER ACCIONADOS GENERARAN UNA ALARMA SONORA. DEBERÁN ESTAR INSTALADAS EN UN SECTOR CERCA DE A LAS PUERTAS DE SALIDA DE EMERGENCIA.

DECORADO INTERIOR

NO SE PERMITIRÁ QUE EL DECORADO INTERIOR TENGA ACUMULACIÓN DE MATERIAL INFLAMABLE TALES COMO TELAS, CORTINAS, PAPEL, CARTÓN, REVESTIMIENTOS DE DAMASCOS Y/O MADERAS, YA QUE ESTOS SON MATERIALES DE FÁCIL COMBUSTIÓN Y DEBIDO A LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN LOS ESTABLECIMIENTOS ANTES DESCRITOS DE PRODUCIRSE UNA INCENDIO, SU PROPAGACIÓN SERÍA RÁPIDA.

SISTEMA HIDRAULICO

EL SISTEMA HIDRÁULICO DEBERÁ CONTAR CON LOS COMPONENTES RESPECTIVOS TALES COMO: RESERVA DE AGUA (CISTERNA), BOMBAS CONTRA INCENDIOS, GABINETES CONTRA INCENDIOS CON SU RESPECTIVAS MANGUERAS Y PITONES GRADUALES DE ACUERDO AL ESTUDIO HIDRÁULICO REALIZADO Y APROBADO POR EL DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN E INGENIERÍA DEL CUERPO DE BOMBEROS.

INSTALACIONES ELECTRICAS EN BUEN ESTADO

DEBERÁN PONERSE A TIERRA TODOS LOS CONDUCTORES QUE NO SEAN LÍNEAS VIVAS (NEUTRO), LAS CAJAS METÁLICAS DE INTERRUPTORES O DISYUNTORES, LOS TABLEROS, CAJAS O ARMARIOS METÁLICOS PARA MEDIDORES Y EN GENERAL TODA PROTECCIÓN DE APARATOS O EQUIPOS DE ACOMETIDA.

LAS INSTALACIONES DEL SISTEMA ELÉCTRICO EN SU TOTALIDAD SERÁN INTERNAS, EMPOTRADAS O ENTUBADAS, ESTE MINIMIZARA EL RIESGO DE PROPAGACIÓN DEL FUEGO EN CASO DE EXISTIR, QUEDANDO TOTALMENTE PROHIBIDO REALIZAR CUALQUIER TIPO DE INSTALACIÓN TEMPORAL E IMPROVISTA.

LAS INSTALACIONES ELÉCTRICAS DE LA EDIFICACIÓN DEBERÁN SUJETARSE A LAS NORMAS DE CÓDIGO ELÉCTRICO NACIONAL.

ASÍ MISMO DEBERÁN DE SER REVISADAS Y APROBADAS POR PERSONAS TÉCNICAS EN EL ÁREA PARA QUE NO HAYA RECALENTAMIENTO QUE ORIGINEN UN CONATO O INCENDIO AL UTILIZAR MATERIAL NO APROBADO O RECOMENDADO



SOLICITUD PARA HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

TASA DE TRAMITE No.		
DÍA	MES	AÑO

DATOS DEL SOLICITANTE (PARA EL CASO DE PERSONAS NATURALES)

APELLIDOS		NOMBRES		C.I.
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	1ER NOMBRE	2DO NOMBRE	R.U.C.
DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR				TELÉFONO

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PARA EL CASO DE PERSONAS JURIDICAS)

APELLIDOS		NOMBRES		C.I.
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	1ER NOMBRE	2DO NOMBRE	R.U.C.
DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR				TELÉFONO

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

CÓDIGO CATASTRAL						CÓDIGO DE PATENTE	
SECTOR	MANZ.	LOTE	DIV.	PHV	PHH		
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO						PARROQUIA	
URBANIZACIÓN			AVENIDA Y/O CALLE			TELÉFONO	
CÓDIGO DE LA ACTIVIDAD (Ver al reverso)			ESPECIFICAR LA ACTIVIDAD				

LOCAL Principal <input type="checkbox"/> Sucursal <input type="checkbox"/> No. _____			MARQUE CON UNA "X" LA UBICACIÓN. COLOCAR LOS NOMBRES DE LAS CALLES Y EL NÚMERO DE LA MANZANA Y LOTE <table border="1" style="width: 100%; height: 100%; text-align: center;"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>											
SUPERFICIE DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES E INDUSTRIALES De 1 hasta 50 m2 <input type="checkbox"/> De 201 hasta 500 m2 <input type="checkbox"/> De 51 hasta 100 m2 <input type="checkbox"/> De 501 hasta 1000 m2 <input type="checkbox"/> De 101 hasta 200 m2 <input type="checkbox"/> De 1001 hasta 2500 m2 <input type="checkbox"/> De 2501 m2 en adelante <input type="checkbox"/>														
CÓDIGO USO DEL SUELO		CÓDIGO CUERPO DE BOMBEROS												

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS PROPORCIONADOS, SE SUJETAN ESTRICAMENTE A LA VERDAD. DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.	SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL
--	-----------------------------------

ESPACIO RESERVADO PARA LA DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

ZONA	MANZANA	ACERA	RESTRICCIÓN	CONSULTA DE CERTIFICACIÓN DEL USO DE SUELO FACTIBLE <input type="checkbox"/> NO FACTIBLE <input type="checkbox"/>
------	---------	-------	-------------	--

OBSERVACIONES

RECIBIDO POR	REVISADO POR	ZONIFICADO POR	VERIFICADO POR	APROBADO POR
_____	_____	_____	_____	_____

REQUISITOS PARA OBTENER LA TASA DE HABILITACION POR PRIMERA VEZ:

1. Tasa única de trámite de Tasa de habilitación.
2. Solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.
3. Copia de la cédula de ciudadanía.
4. Copia de R.U.C.
5. Copia del nombramiento del representante legal (personas jurídicas).
6. Carta de autorización para la persona que realice el trámite.
7. Copia de la patente del año a tramitar.
8. Certificado de Seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.

RENOVACIÓN AUTOMÁTICA:

1. En caso de no existir ningún cambio en relación a la Tasa anterior, presentar original o copia del último pago de la tasa de habilitación o registro de patente, en las ventanillas de Recaudaciones (Bloque Noroeste I).
2. Cancelar la tasa de habilitación.

REQUISITOS ADICIONALES QUE DEBE PRESENTAR DE ACUERDO AL ESTABLECIMIENTO:

- a. Discotecas, salones, soda bar, barra-bar, pensiones, moteles, billares, sala de juegos y peñas.
- b. Talleres mecánicos, lubricadoras, picanterías, restaurantes.
- c. Gimnasios, salones de belleza, masajes y afines.
- d. Otros talleres, tiendas de abarrotes que expendan bebidas alcohólicas, depósitos en general.
- e. Lavadoras.

Tienen que presentar:

- La autorización de todos los vecinos que vivan 50m. a la redonda del local, con su respectivo número de cédula y dirección exacta, excepto para establecimientos que no estén situados en ciudadelas.
- Certificado de ECAPAG (trampas de grasa), solo para negocios que se indican en la letra "b" y certificado de la ECAPAG (trampas de lodo) para los negocios que se indican en la letra "e".

- f. Escuelas, colegios y afines.

Tienen que presentar:

- La autorización de todos los vecinos que vivan a 50m. a la redonda del establecimiento, con su respectivo número de cédula y dirección exacta, excepto para establecimientos que no estén situados en ciudadelas.
- Permiso de funcionamiento de la Subdirección de Estudios.

- g. Gasolineras.

Tienen que presentar:

- Permiso de construcción e inspección final certificado por la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registro.
- Certificado de Medio Ambiente.

CLASIFICACIÓN DE LOS LOCALES O ESTABLECIMIENTO SEGÚN SU GÉNERO DE ACTIVIDAD O PRODUCTOS PARA EL CUAL ESTA DESTINADO

TIPO A: 1. Supermercados 2. Minimercados 3. Tienda de abarrotes o de víveres en general, sean frescos o enlatados 4. Tercenas o locales que expendan al público embutidos o productos cárnicos.

TIPO B: Industrias de: 1. Productos alimenticios 2. Productos no perecibles 3. Construcción que usen materiales extraídos del suelo 4. Canteras, areneras.

TIPO C: Bodegas o frigoríficos destinados solamente a almacenar: 1. Productos perecibles 2. No perecibles 3. Productos químicos no inflamables 4. Productos no inflamables 5. Depósitos de gas doméstico.

TIPO D: Almacenes destinados a la venta de productos no perecibles de acuerdo al tamaño: 1. Grandes 2. Medianos 3. Pequeños 4. los bazares, boutique, floristerías y negocios varios no descritos específicamente.

TIPO E: 1. Bancos matriz principal 2. Sucursales y agencias bancarias 3. Oficinas que prestan servicios financieros 4. Casas u oficinas de cambio.

TIPO F: 1. Hospitales y clínicas 2. Laboratorios Farmacéuticos 3. Servicios Funerales 4. Boticas 5. Laboratorios clínicos 6. Veterinarias.

TIPO G: 1. Gasolineras y estaciones de servicios 2. Mecánicas automotrices y lavadoras de vehículos 3. Parques con capacidad para más de 10 vehículos y patios de exhibición de Vehículos.

TIPO H: 1. Jardines de infantes, escuelas, colegios y universidades 2. Academias, institutos y centros de estudios 3. Gimnasios, salones de belleza o salas de masajes o afines.

TIPO I: Locales de: 1. Agencias de publicidad, de viajes o de seguros 2. Compañías de representantes u otras similares.

TIPO J: Talleres de: 1. Reparación de artefactos eléctricos y domésticos 2. Otro tipo como: relojería, servicios de enmarcados, de fotografía y no clasificados.

TIPO K: 1. Cines, teatros 2. Salas de fiesta, discotecas o peñas 3. Salas de convenciones o de exposición 4. Otros locales habilitados por la oficina de espectáculos públicos y que no correspondan a la clasificación anterior 5. Locales destinados a juegos mecánicos o electrónicos 6. Locales de alquiler de películas en cintas de video, discos láser o de cualquier otra manera.

TIPO L: 1. Expendan bebidas o alimentos preparados tales como bares, picanterías, salones o restaurantes, sin que sus instalaciones tengan aire acondicionado 2. Cafeterías, restaurantes y salones equipados con aire acondicionado 3. Pensiones y residencias, moteles 4. Hoteles de primera 5. Hoteles de lujo 6. Casinos, salas de juego 7. Cabarets y similares.

TIPO M: 1. Estaciones de radio 2. Industria periodística grafica 3. Estaciones de televisión.

TIPO N: Otros establecimientos o locales no clasificados anteriormente