



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

TÍTULO: INGENIERÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
TEMÁTICO DE COMIDA RÁPIDA UBICADO EN LA VÍA
SAMBORONDÓN”**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:
MARÍA JOSÉ MONTIEL PADILLA

NOMBRE DEL TUTOR:
DANILO SANTACRUZ

SAMBORONDÓN, 8 DE SEPTIEMBRE, 2016

INDICE

1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. PROBLEMA A RESOLVER.....	5
3. OBJETIVO GENERAL.....	6
4. RESUMEN EJECUTIVO.....	7
5. MISIÓN Y VISIÓN.....	8
6. METAS.....	8
7. VIABILIDAD LEGAL.....	9
8. ANÁLISIS DE MERCADOS.....	12
8.1. MERCADO OBJETIVO.....	12
8.2. ANÁLISIS PESTAL.....	13
8.3. ANÁLISIS FODA.....	18
8.4. ANÁLISIS DE LAS 4 PS.....	19
8.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA.....	27
8.6. ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN.....	45
8.7. ACCIONES DE PROMOCIÓN.....	46
8.8. CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	47
9. ANÁLISIS OPERATIVO.....	48
9.1. LOCALIZACIÓN, DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES.....	48
9.2. CAPACIDAD INSTALADA.....	50
9.3. CADENA DE ABASTECIMIENTO, DIAGRAMAS DE FLUJO DE PROCESOS.....	56
9.4. OTIDA.....	59

9.5. RECURSOS HUMANOS.....	60
10. ANÁLISIS FINANCIERO.....	69
10.1. ESTADO DE RESULTADO.....	69
10.2. FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS.....	71
10.3. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	72
10.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	73
10.5. ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	74
11. VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	75
12. BIBLIOGRAFÍA.....	77
13. ANEXOS.....	79

1. JUSTIFICACIÓN

En el cantón Samborondón se encuentra la parroquia La Puntilla, un área exclusiva de la misma la cual se encuentra ubicada desde el inicio de la avenida Samborondón hasta el kilómetro 10 aproximadamente, entre los ríos Daule y Babahoyo. Esta solía acoger a las haciendas arroceras de la ciudad, luego puesto a la inauguración del puente de la Unidad Nacional en 1970 el sector inmobiliario se interesó en explotar la zona. A partir de 1980 se inició la construcción de las urbanizaciones cerradas dando lugar a un crecimiento constante en su población hasta la actualidad.

Actualmente la vía Samborondón cuenta con varios proyectos de construcción de más centros y plazas comerciales a pesar de la amplia oferta que existe. Entre los que destacan la construcción del centro comercial Alhambra ubicado en el kilómetro 2.5 de la vía Samborondón y el proyecto Lagos de Batán en el kilómetro 6.

La creación de un restaurante temático surgió a causa de las falencias que se presentan en el sector en cuanto a variedad de ocio y restauración, como lo es la falta de restaurantes temáticos que viene de la mano con sus valores agregados (vestimenta, música y decoración) aprovechando la alta demanda de comida rápida de la avenida Samborondón siendo esta oportunidad un proyecto rentable e innovador.

2. PROBLEMA A RESOLVER

Lo propuesto en el presente proyecto buscará demostrar la factibilidad de la implementación de un restaurante de comida rápida con una diferenciación en cuanto a que será ambientado en la década de los ochenta y en conjunto con una sobresaliente calidad y sabor en sus especialidades. Estará dirigido a las personas amantes de la comida rápida, que busquen un ambiente más americano en el sector, elaborado de manera más casera y sin preservantes; que le lleva la contra a las típicas franquicias americanas que se encuentran en la vía Samborondón.

Actualmente, existen en la ciudad de Guayaquil varios restaurantes de esta modalidad y con la misma oferta, sin embargo mucho de ellos se encuentran en el norte, centro y sur de la ciudad y muy pocos en el área de vía Samborondón.

Los restaurantes de comida rápida en la ciudad son muy concurridos por los guayaquileños, siendo éste un motivo para atraer a un gran segmento de consumidores. Enfocándose no solo en consumidores ocupados que no tienen el tiempo para comer y lavar platos, y buscan salir a comer sin extenderse tantas horas en un restaurante; sino también en consumidores de todo tipo de edad que deseen deleitarse con un menú sencillo y un servicio rápido de adquirir, considerando que llamaría bastante la atención a personas adultas que vivieron en esta época y quieran transmitirla a sus descendientes.

El restaurante ofertará como su principal menú a las hamburguesas en sus distintas especialidades, acompañadas de bebidas entre las cuales serían los

milkshakes al estilo americano. Se ofrecerá un menú muy limitado para que el restaurante sea reconocido solo por la elaboración de las mismas y más no por la variedad de platos. Se ofertará entre nuestras especialidades de papas fritas al *poutine*, plato típico de Canadá que no lo ofrece ningún restaurante en el área de vía Samborondón.

Como consecuencia surge el planteamiento del problema de que no existe un restaurante en el área de vía Samborondón que tenga las mismas características del proyecto planteado. A pesar de que sí existe un restaurante en esta área que se dedica a ofertar solo hamburguesas, la diferencia reside en varios aspectos, entre los cuales principalmente se encuentra la ambientación del lugar, el precio de sus productos es muy elevado y su variedad muy limitada en comparación a lo que se espera proponer.

Además de la comida, se buscará fortalecer una cultura de servicio al cliente muy fuerte con un personal que será capacitado constantemente, amable y servicial dispuesto a ayudar en el menor tiempo posible. El servicio también se verá diferenciado en la vestimenta puesto que se espera que el personal tenga su distintivo uniforme de la década de los ochenta y con música de dicha época en todo momento en que el local se encuentre en funcionamiento.

3. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante temático de comida rápida en la vía Samborondón.

4. RESUMEN EJECUTIVO

En la vía Samborondón se encuentra una amplia oferta gastronómica y un acelerado crecimiento en la construcción de ciudadelas y centros comerciales que viene de la mano con su crecimiento poblacional. Aprovechando la demanda del sector con un poder adquisitivo moderado-alto acostumbrados al consumo fuera de casa, surge la idea de la implementación de un restaurante de comida rápida ambientada a la década de los 80's.

Por tal motivo, se desarrolló la idea de enfocar al restaurante en solo ofrecer hamburguesas y milkshakes al estilo americano, ambientando el lugar con música, decoración y máquinas de la década de los 80's e introduciendo en el menú de papas fritas al famoso plato canadiense "*poutine*", el cual no se lo ha encontrado hasta ahora en la vía Samborondón. El menú cuenta con seis especialidades de hamburguesas y tres tipos de milkshakes y papas fritas; y se contará además con ocho personas encargadas del manejo del restaurante cuyo fin será sobresalir entre la competencia.

Los tres objetivos específicos del plan de negocios son:

- Realizar un análisis de mercado en la vía Samborondón.
- Fijar estrategias de diferenciación para lograr una ventaja competitiva.
- Evaluar si es financieramente aplicable.

5. MISIÓN Y VISIÓN

Misión

Ofrecer un ambiente original basado en la década de los 80's brindando productos frescos de comida rápida y de alta calidad.

Visión

Ser reconocidos como el principal restaurante temático de comida rápida que ofrece productos y servicios de excelencia.

Consolidarnos como una cadena de restaurantes expandiéndonos a las diferentes provincias del Ecuador.

6. METAS

- Consolidarse en tres años como la primera opción de comida rápida en la vía Samborondón.
- Abrir una franquicia en 5 años en la ciudad de Guayaquil.
- Recuperar la inversión inicial en un periodo de tres años.
- Fidelizar a un 40% de clientes por medio de nuestras especialidades y promociones.

7. VIABILIDAD LEGAL

En Ecuador se debe cumplir con varios requisitos legales para el funcionamiento de los diferentes establecimientos, lo cuales son supervisados por entes gubernamentales.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador todo establecimiento de Alimentos y Bebidas manejado por una persona natural debe cumplir con la siguiente documentación:

1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
2. Copia de la cédula de identidad
3. Copia de la última papeleta de votación
4. Copia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
7. Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia)
8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.

(Formulario del Ministerio de Turismo)

9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
10. Permiso de uso del suelo (para bares y discotecas)

Posteriormente el propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de todos los requisitos y formalidades correspondientes.

Al haber conformidad con los documentos presentados, el funcionario, aprobará el expediente y coordinará la fecha y hora para realizar la evaluación del establecimiento.

Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del Ministerio de Turismo. El jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo.

Una vez receptada la documentación correspondiente, se procede a la evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Actividad Turística

- Tipo Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario

Luego de la evaluación, se otorga la clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la normativa vigente. En estas normativas se establecen todos los requerimientos.

Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias:

Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (en el caso de un establecimiento que pertenezca a un Municipio no descentralizado) deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Adicionalmente de los documentos ya mencionados existen una serie de permisos y trámites necesarios solicitados por la Municipalidad de Samborondón que se adjuntan en el anexo 2, 3 y 4, sin embargo los requisitos para la tasa por el servicio de los bomberos se detallan a continuación:

Tasa por Servicios Contra Incendios

Requisitos:

- 1.- Solicitud de Inspección del local para la obtención de la Tasa por Servicios Contra Incendios, dirigida al Coronel. Jaime Cucalón de Ycaza Primer Jefe del Cuerpo de Bomberos de Samborondón. Se deberá indicar la dirección exacta con referencias de ubicación y un número telefónico de contacto.
- 2.- Copia de cédula de ciudadanía del Representante Legal
- 3.- Copia de certificado de votación del Representante Legal
- 4.- Copia de RUC actualizado con la dirección exacta
- 5.- Copia de Patente Municipal
- 6.- Copia de la factura de compra / recarga de extintores
(Cuerpo de Bomberos de Samborondon, 2015).

8. ANÁLISIS DE MERCADOS

8.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo es muy amplio en cuanto a edad, las personas desde los 5 años hasta los adultos mayores de 70 podrían disfrutar de los productos.

Sin embargo, el restaurante apunta más a las personas desde los 30 años en adelante ya que las mismas vivieron durante la época por lo tanto disfrutarán más siendo éste uno de los principales objetivos, ambientarse en la década para revivir los recuerdos en aquellas personas y que puedan ser transmitidos a sus futuras generaciones.

Se estima que, en cuanto al alcance económico, las personas deberían ser de clase media a alta, puesto que nuestras hamburguesas tienen un costo desde \$6.00 hasta \$9.00. Además, la ubicación nos favorece ya que en su totalidad la vía Samborondón se encuentra habitado por ese estrato social.

8.2 ANÁLISIS PESTAL

POLÍTICO

El Ministerio de Turismo cuenta ya con un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre Estado-MINTUR, STEP/OMT, SNV, Conquito, PROIMBABURA, RAINFOREST, Y UNDP para el fomento de la Estrategia MET de Microempresas turísticas, microcrédito y reducción de la pobreza. Así mismo, el MINTUR ha emprendido en el Programa de Microempresa turística como una alternativa para el desarrollo y la formalidad, que crea las oportunidades para brindar trabajo digno, generando empleo y autoempleo que contribuye a disminuir la pobreza y frenar la migración. En la misma línea, se debe considerar que los emprendimientos de alojamiento y establecimientos de alimentos y bebidas requieren recursos de financiamiento mayores para su creación y fortalecimiento con condiciones de pago ya que el punto de equilibrio económico usualmente se alcanza a partir del cuarto año de recuperación y pueden aportar con garantías hipotecarias (MINTUR, 2007).

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 representa una postura política con directrices muy claras para duplicar esfuerzos y evitar el desperdicio de recursos. El crecimiento del gobierno favorece a los más pobres que se traduce

en obras, en impulso a la producción, empleo y mejores ingresos. El gobierno actual impulsa a los microempresarios a invertir facilitando créditos para así fomentar a la creación de plazas de trabajo e impulsar a las inversiones productivas entre las cuales está el desarrollo de las ofertas gastronómicas en diferentes áreas del país.

ECONÓMICO

Logramos una de las renegociaciones de deuda más exitosas en el mundo: ahorramos USD 8 000 millones. El Ecuador es el único país que se atrevió a hacer una auditoría a la deuda externa patrocinada por el Estado. La renegociación de contratos petroleros significó USD 2 500 millones de ingresos adicionales para inversión (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014). Dicha renegociación favorece en conjunto a los ingresos adicionales que se obtuvieron para la inversión en campos importantes como la educación, salud y bienestar social, ramas que fomentan a la superación tanto personal como profesional de los ecuatorianos.

A pesar de toda la crisis económica, el mandatario resaltó que en su periodo la tasa de ahorro nacional se duplicó y que esa medida ha generado \$ 3.600 millones anuales; el país creció en un promedio de 3,9% desde 2007 hasta 2015; y en nueve años el gobierno recibió \$ 169 mil millones y el 50% de eso se destinó a educación, salud, bienestar social y justicia (El Universo, 2016).

El Presidente expresó su optimismo para el resto del año e indicó que “desde julio, la economía ya muestra signos de recuperación: aumento de los

depósitos, de los créditos y de la actividad económica en determinados sectores” (El Telegrafo, 2016).

Lo que suceda con la economía actual dependerá en su mayoría del sector privado, ya que se requiere de más dólares en circulación para estimular un crecimiento económico y el área de alimentos y bebidas resulta ser muy concurrida por inversionistas puesto que las personas acostumbran a comer fuera de sus casas constantemente por lo que es una de las áreas que tiene el retorno de inversión más pronto.

SOCIAL

En el país, los ecuatorianos tienden a salir a comer con más frecuencia de viernes a domingo siendo los días con mayor rotación en los restaurantes y en ocasiones donde los mismos recuperan lo que no se vendió durante la semana. La generación de empleo que proporcionará este proyecto ayudará a las personas en esta crisis económica que ha dejado a muchos fuera de la actividad laboral.

Con respecto al bienestar de los ciudadanos, el Plan Nacional del Buen Vivir tiene doce objetivos de los cuales tres están enfocados al sector laboral:

1. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
2. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.
3. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Estos buscan el bienestar de los ecuatorianos, exige que todos los trabajadores

estén asegurados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y de no excluir a ningún trabajador por su condición física, creencia religiosa u orientación sexual.

TECNOLÓGICO

El uso de la tecnología en el restaurante será indispensable en muchos ámbitos; en el tema de la comodidad se brindará el servicio de *wifi* gratuito y música de fondo en todo momento en que el restaurante se encuentre en funcionamiento.

Se implementarán cámaras de seguridad en el restaurante para brindar una mayor seguridad y confianza a los clientes y al personal. El uso de las redes sociales será constante con información del local y de las promociones e imágenes de los productos. De igual manera el uso de la tecnología en la cocina es primordial para que los tiempos de operación se reduzcan.

AMBIENTAL

Se tratará de reducir el impacto ambiental mediante el uso de focos ahorradores, lo cual genera un ahorro de energía, además de la utilización de envases de vidrio y vajillas para evitar la utilización de plásticos y reducir la eliminación de desechos sólidos.

Además, los productos vegetales se obtendrán de un huerto ecológico sin uso de pesticidas ni químicos, esto con el fin de cumplir con la misión de ofrecer

productos frescos para la comida rápida que se brindará, llevándole la contra a las franquicias extranjeras.

LEGAL

El restaurante se registrará de acorde al Código Laboral del Ecuador cumpliendo con toda responsabilidad jurídica a sus colaboradores. A continuación se detallan los siguientes beneficios obligatorios para el personal del restaurante:

- ✓ Afiliación a la Seguridad Social desde el primer día de trabajo.
- ✓ A percibir horas extras y suplementarias en el caso que se necesite.
- ✓ A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas.
- ✓ A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.
- ✓ A un periodo de vacaciones laborales remuneradas.
- ✓ A recibir una compensación por el salario digno.
- ✓ A un periodo de licencia por paternidad.
- ✓ A un periodo de licencia por maternidad.
- ✓ Al subsidio por maternidad para la nueva madre.
- ✓ Solicitar certificados relativos a su trabajo.
- ✓ A recibir un pago por concepto de utilidades.

8.3 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Los productos serán elaborados de manera casera, sin preservantes.
- Pioneros en la vía Samborondón al introducir un concepto innovador, temática de la década de los 80's.
- El uniforme será vestimenta clásica de la década de los 80's, siendo una diferenciación del resto de restaurantes.
- Ubicación en la vía Samborondón hasta el kilómetro 10 nos favorece debido al alto alcance económico de sus habitantes y al ser un lugar bastante transitado.
- Precio competitivo.
- Equipamiento asociado a la temática.
- Capacidad de atraer a clientes en busca de un ambiente diferente e innovador.
- Pioneros en ofertar el *poutine* en la vía Samborondón.

DEBILIDADES

- Altos costes de alquiler debido a la ubicación.
- Al ser nuevo, tomará tiempo para posicionarse en la mente de los consumidores.
- Menú muy limitado.
- Jóvenes no conocen mucho de la década de los 80's.
- Bajo poder de negociación con proveedores.

OPORTUNIDADES

- El mercado tiene tendencia al consumo de comida rápida, resultado que se vio reflejado en las encuestas realizadas.
- Facilidades de préstamos por parte de la Corporación Financiera Nacional.
- Los ecuatorianos tienden a alimentarse fuera de sus casas constantemente.

AMENAZAS

- Política inestable.
- La industria de la alimentación es altamente competitiva por lo que el proyecto puede ser imitado por personas externas.
- Crecimiento lento del mercado.

8.4 ANÁLISIS DE LAS 4 PS

PLAZA

El restaurante estará ubicado en el sector La Puntilla, cantón Samborondón que se encuentra a menos de 15 minutos de la ciudad de Guayaquil cruzando el puente de la Unidad Nacional. Se situará dentro del Centro Comercial Las Terrazas, un lugar con variedad gastronómica y de entretenimiento. Este también se encuentra frente al Teatro Sánchez Aguilar, cerca del Parque Histórico y un sin número de ciudadelas alrededor, considerándose como el centro de la vía Samborondón.

Figura 1. Centro Comercial Las Terrazas



Fuente: Propia.

PRODUCTO

Restaurante temático de comida rápida ambientado a la década de los 80's. Está enfocado para personas de clase media a clase alta en busca de nuevas e innovadoras experiencias. El restaurante es de una planta, con un área de 93 mts². Contará con cuatro mesas de cinco asientos cada una y dos mesas largas de cinco asientos cada una, aire acondicionado central, una cocina, dos baños (uno para los clientes y otro para el personal). Cabe recalcar que la excelencia del servicio será un factor clave para la experiencia del consumidor.

Figura 2. Logo del restaurante



Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Render del restaurante “The burger club”



Fuente: Elaboración propia

El menú es muy sencillo y preciso, consta de seis tipos de hamburguesas más papas fritas que pueden ser acompañados de dos tipos de bebida: milkshake o cola; el precio varía de acorde a la bebida que se escoja. A cada tipo de hamburguesa se le ha dado un nombre específico de bandas legendarias de la década y entre las especialidades de papas fritas estará el *poutine*, plato típico canadiense que ningún restaurante en el sector lo oferta.

MENÚ

HAMBURGESAS

JACKSON BURGER.....\$6.00

Carne, cheddar, lechuga, tomate, cebolla.

METALLICA BURGER.....\$7.00

Carne, queso holandés, champignones, lechuga, tomate, cebolla, aderezo de ensalada César.

MADONNA BURGER.....\$7.50

Carne, cheddar, tocino, bbq, lechuga, tomate, cebolla.

BON JOVI BURGER.....\$7.50

Carne, menestra, guacamole, queso, crema agria, lechuga.

VEGGIE BURGER.....\$7.50

Champignones, queso holandés, lechuga, tomate, cebolla, aderezo de ensalada César.

NIRVANA BURGER.....\$9.00

Carne, cheddar y holandés gratinado, huevo, tocino, jamon glaceado, lechuga, tomate, cebolla.

+ COLA \$1.00

+MILKSHAKE \$3.50

PAPAS

Papas de la casa.....\$2.00

Papas extra queso y tocino.....\$3.00

Poutine (papas en salsa gravy y queso).....\$4.00

BEBIDAS

Colas.....\$1.00

Aguas.....\$1.00

MILKSHAKES

MILKSHAKE M&M'S.....\$4.00

Malteada de chocolate con crema de chantilly y M&M's a su alrededor

PINKY MILKSHAKE.....\$3.50

Malteada de frutilla con crema de chantilly, frutillas y bolitas de colores a su alrededor

BLANKY MILKSHAKE.....\$3.50

Malteada de vainilla con crema de chantilly y oreos encima.

(Todos los precios incluyen IVA y servicio)

Figura 4. Diseño del menú parte delantera

Fuente: Elaboración propia.



Figura 5. Diseño del menú parte trasera.



Fuente: Elaboración propia.

PRECIO

Los precios se determinaron de acorde a la inversión que se realizó, a un costeo de recetas por cada plato en el que implica los gastos directos e indirectos de cada una y a los precios de la competencia del sector de manera que permita estar dentro de la competencia y a su vez generar rentabilidad.

Los precios están desde \$6.00 la hamburguesa con queso hasta \$9.00 (hamburguesas incluyen papas fritas) y el milkshake está desde \$3.50 el de vainilla y frutilla hasta \$4.00 el de M&M's.

PROMOCIÓN

Con el fin de crear una mayor demanda, la promoción del restaurante se la realizará por medio de una campaña publicitaria detallada a continuación:

- Se compartirán imágenes, videos, promociones y precios en las redes sociales (*Instagram, Facebook, Snapchat y Twitter*).
- La estrategia de boca a boca una vez que el restaurante esté en funcionamiento.
- Por medio de ciertas emisoras de radios como *Radio Disney, Radio Dibu, Radio 11Q, Alfa Radio y Radio Elite* que compartirían la información cada cierto tiempo a cambio de canjes o de acorde a la negociación que se logre con las mismas.
- La estrategia de los canjes se aplicaría con personas reconocidas en el país, lo cual consiste en invitarlos a comer al restaurante de manera gratuita a cambio de que suban una foto de los productos en sus redes sociales para así llegar a sus seguidores y que el restaurante se de a conocer.

8.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y OFERTA

DEMANDA

“La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición” (MHEducation).

Para evaluar la factibilidad de la demanda, se recurrió a la herramienta de encuestas. Esta consistía de trece preguntas para la cual se utilizó la fórmula de población infinita que se detalla a continuación:

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

En la que se reemplazaron los siguientes valores:

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$N = 50,536$$

$$e = 0.05$$

$$Z = 1.64$$

El resultado fue 381, que representa el número de encuestas que se debe realizar. Siendo N el único valor variable, que en este caso 50,536 representa a la proyección de la población de La Puntilla urbano satélite según el diagnóstico completo de Samborondón realizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Samborondón. A continuación se muestra la tabla de la cuál se usó los datos aproximados de los habitantes en el que se detalla la proyección por zonas.

Tabla#1 Proyección de la población por zonas.

Tabla N° 12: Proyección de la población por Zonas

AÑO	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Z-1, SAMBORONDON - Urbano	12834	13729	13962	14200	14441	14687	14936
Z-2, LA PUNTILLA - Urbano Satélite	29803	42379	46278	50536	55185	60262	65806
TOTAL URBANA	42637	56108	60241	64736	69626	74949	80743
Z - 3, SAMBORONDON - Rural disperso	8997	13029	14293	15680	17201	18869	20699
Z - 4, TARIFA - Rural amanzanado	6510	6937	7048	7161	7275	7392	7510
Z - 5, TARIFA - Rural disperso	9446	9001	8893	8786	8680	8576	8473
TOTAL RURAL	24953	28967	30234	31626	33156	34837	36683
TOTAL	67590	85075	90474	96362	102782	109786	117425

Fuente: Proyecciones GAD Municipal de Samborondón.

Fuente: (GAD Municipal de Samborondón, 2015)

Resultados de las encuestas:

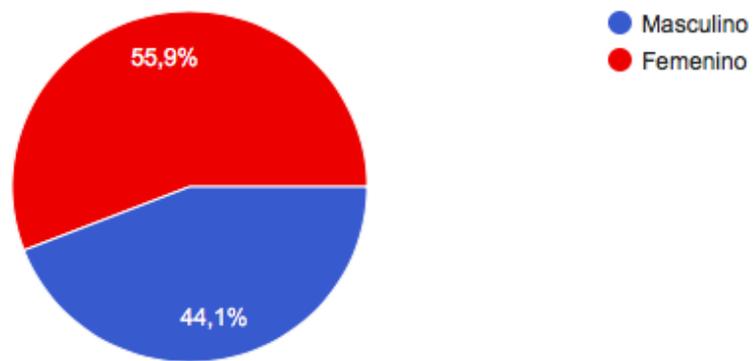
Tabla#2: Edad de los encuestados

Opción	Cantidad
Entre 18 a 25	202
Entre 26 a 35	56
Entre 36 a 45	45
Entre 46 a 55	56
Mayores de 56	22

Fuente: Elaboración propia

La encuesta se realizó a personas mayores de 18 años. La mayoría de los encuestados están entre los 18 y 25 años, el cual representa al grupo de los “millenials”, personas que generalmente no tienen tantos egresos ni responsabilidades. Luego entre los 26 y 55 años se encuentran las personas económicamente activas, que tienen más ingresos económicos y suelen darse más lujos.

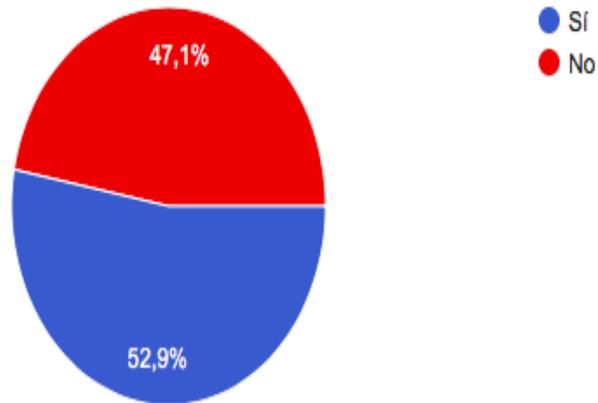
Gráfico 1. Tabulación del género de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

De los encuestados de manera aleatoria fueron 213 mujeres representando al 55,9% y 168 hombres representando al 44,1%.

Gráfico 2. Tabulación de la pregunta ¿Conoce algún restaurante temático en el sector de vía Samborondón?



Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta, 179 personas respondieron que no conocían algún restaurante temático en el sector y 202 personas dijeron que sí. La siguiente pregunta consistía en que si se había respondido afirmativo en la pregunta tres, que nombre el restaurante temático del que tenía conocimiento para lo cual respondieron: *La Doña, Sport Planet, Soda Box, Carla&Carlo, Chilis, Noé, La Vaca en el Tejado, Jhonnie Pines, Riviera, Chicago, Lucia Pie and Grill y La Boca del Lobo.*

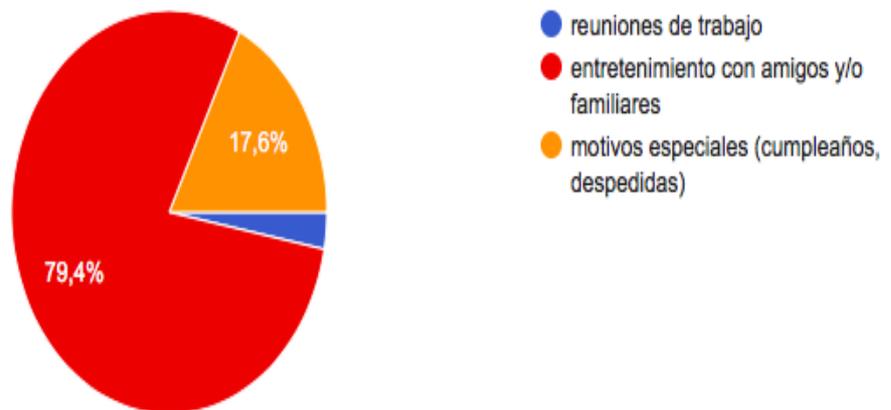
En la siguiente pregunta se pedía que describa con una palabra la década de los 80's para lo cual respondieron:

Tabla #3. Descripción de la década de los 80's en una palabra.

Palabra	Cantidad
Música	110
Disco	92
Rockola	60
Colores	45
Otros	74

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. Tabulación de las razones por las que sale a comer fuera de su casa.

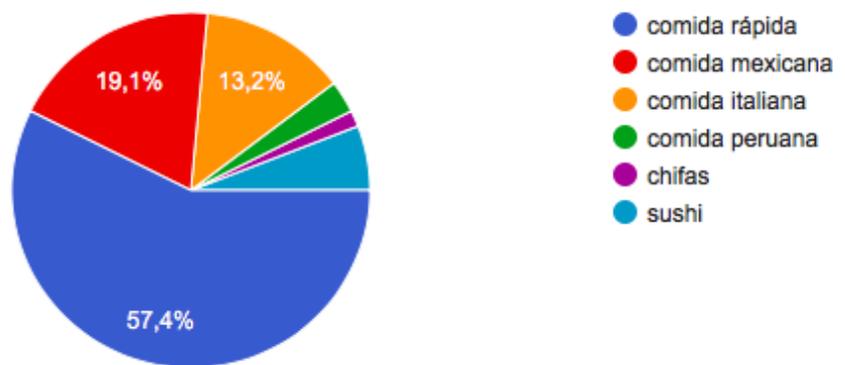


Fuente: Elaboración propia.

Entre las razones por la cual los encuestados salen a comer fuera de sus domicilios, 303 personas respondieron por entretenimiento con amigos y/o familiares siendo este la mayoría lo cual nos favorece ya que esto se da en un día a día cualquiera. 67 personas respondieron en motivos especiales lo cual también

nos favorece ya que todos los días ocurre un motivo especial de alguna persona, y siendo muy amplia la demanda en cuanto a habitantes del sector existe la posibilidad de que lo vayan a celebrar al restaurante. Por último, solo 11 personas respondieron por motivos de trabajo, representando el 2,9%.

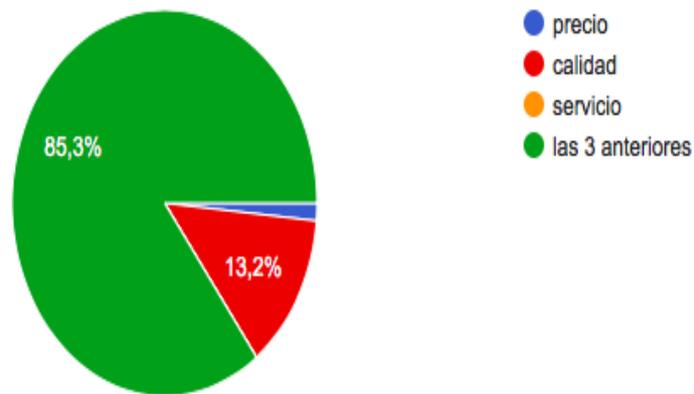
Gráfico 4. Tabulación de la pregunta ¿Qué tipo de restaurante frecuenta?.



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta resultó ser sumamente importante ya que se pudo percatar de la realidad del comensal del sector. 219 personas respondieron que frecuentaban más los restaurantes de comida rápida lo cual favorece al restaurante al ofrecer esa modalidad de alimentación. 73 personas respondieron comida mexicana, 50 comida italiana, 22 sushi, 11 comida peruana y 6 personas respondieron chifa.

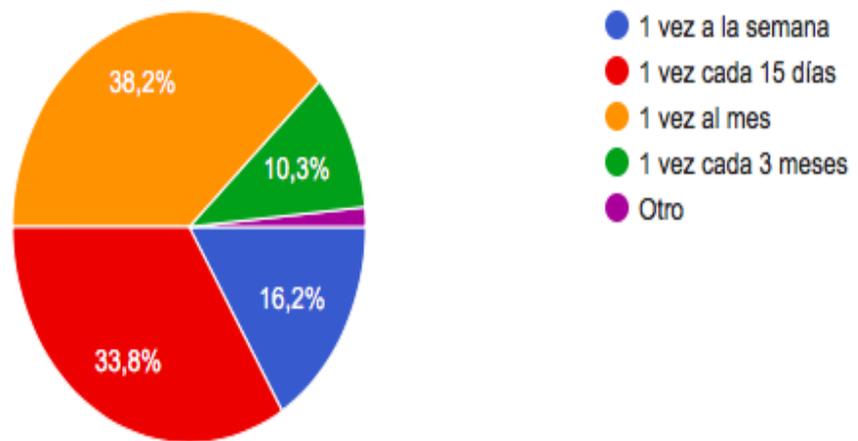
Gráfico 5. Tabulación de la pregunta ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta ayudará bastante para enfocarse en la diferenciación, ya que en su mayoría (325 personas) respondieron que el precio, la calidad y el servicio van de la mano al momento de elegir volver a un restaurante. 50 personas respondieron la calidad y 6 personas respondieron el precio, sin embargo estas están dentro de la opción más elegida por el resto de encuestados.

Gráfico 6. Tabulación de la pregunta ¿Con qué frecuencia suele comer hamburguesa?



Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta, 146 personas respondieron que por lo menos una vez al mes comen hamburguesa, seguido de 129 personas que comen una vez cada 15 días, 62 personas una vez a la semana y en su minoría, 39 personas una vez cada 3 meses. En general se demuestra que los encuestados consumen hamburguesa frecuentemente.

La siguiente pregunta fue: ¿Cuándo desea hamburguesa a qué lugar concurre? A lo que respondieron:

Tabla #4. Tabulación de la competencia.

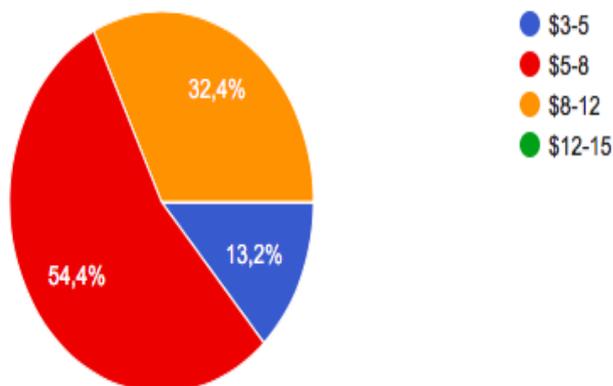
Opción	Cantidad
McDonald's	106
Carl's Jr.	101

Burger King	67
Chilis	17
Otros	90

Fuente: Elaboración propia.

Siendo McDonald's el restaurante a la que la mayoría concurre, el enfoque del restaurante es totalmente diferente puesto que no afectaría directamente. Además en el sector de vía Samborondón, Burger King y Carl's Jr. no tienen local propio, lo cual representa una ventaja competitiva para el restaurante ya que ofrece más privacidad para degustar los productos.

Gráfico 7. Tabulación de la pregunta ¿Cuál es el precio estimado que paga por un combo de hamburguesa?

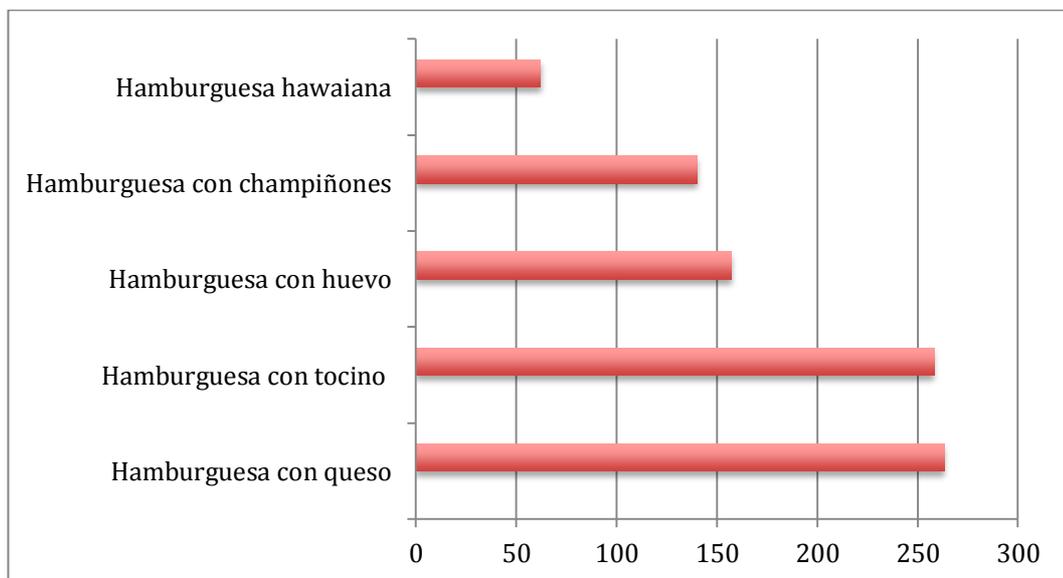


Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta, 207 personas respondieron que el precio que suelen pagar por una hamburguesa está entre \$5.00 y \$8.00. 123 personas respondieron

que suelen pagar entre \$8.00 a \$12.00 y 50 personas de \$3.00 a \$5.00. Esto nos favorece ya que los precios del restaurante están desde \$6.00 hasta los \$12.00.

Gráfico 8. Tabulación de las tres hamburguesas favoritas de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta se enfocó en cuáles son las opciones favoritas de los clientes para asegurarse de que los ingredientes de las mismas estén en las especialidades de hamburguesas. La hamburguesa con queso (263 votos) y la hamburguesa con tocino (258 votos) fueron las favoritas entre las opciones, seguida de la hamburguesa con huevo (157 votos), hamburguesa con champiñones (140 votos) y por último la hamburguesa hawaiana (62 votos).

La última pregunta fue abierta: ¿Cuál sería su hamburguesa ideal?

Tabla #5. Descripción de la hamburguesa ideal.

Opciones	Cantidad
Hamburguesa con queso y tocino	175
Hamburguesa con tocino	130
Otros	76

Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta ayudó a enfocarse en los ingredientes que deberían tener las hamburguesas. Siendo las más votadas las hamburguesas con queso y tocino, estos serán ingredientes claves en el menú.

Conclusiones de las encuestas

Gracias al uso de esta herramienta se pudo concluir que la comida rápida tiene una gran acogida por parte de los encuestados siendo esta opción la más escogida con un 57%; al generalizar la pregunta de con qué frecuencia suelen comer una hamburguesa se concluyó que mínimo dos veces al mes ya que una vez al mes, una vez cada quince días y una vez a la semana fueron las opciones con más porcentaje. El precio estimado que suelen pagar se encuentra desde los \$5.00 a \$12.00 lo cual está dentro de los precios del menú.

Se tiene como fuertes competidores a McDonald's, Carl's Jr. y Burger King sin embargo, el concepto es muy diferente al de estas franquicias ya su ambientación es distinta y el restaurante viene con una ambientación innovadora y la elaboración de las hamburguesas de manera casera y sin preservantes. Se utilizó

la pregunta de describir con una palabra la década de los 80's para guiarse, basados en las respuestas, en como ambientar el restaurante, por lo que se decidió colocar discos en las paredes, una rockola, música de fondo y colores llamativos en el uniforme de los meseros.

Entre las hamburguesas favoritas de los encuestados están la hamburguesa de queso y la hamburguesa de tocino, productos que se encuentran dentro del menú. Algunos ingredientes como el huevo y los champiñones también fueron muy nombrados entre las opciones, los cuales son ingredientes que también los encontrarán en el menú.

Se obtuvieron resultados positivos de las encuestas ya que las respuestas encajan dentro del concepto, precio y ambientación.

OFERTA

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) ésta se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (OMT, 1998).

De acuerdo a la clasificación de restauración comercial, se encaja en el tipo mono producto, el cual “se caracteriza por ofrecer como especialidad un producto concreto, y en ocasiones, un tipo de decoración, ambiente, servicio, etc., que da cierta originalidad al establecimiento y que se utiliza como reclamo para atraer a los clientes” (OMT, 1998).

Figura 6. Gráfico explicativo de la oferta



Fuente: Elaboración propia.

Se realizó una visita a la oferta gastronómica en la vía Samborondón para conocer la competencia. Se pudo determinar que serían solo tres establecimientos la competencia directa (*El Capi, Soda Box y Bonfy Burger*), debido que los cinco restantes (*Burger King, McDonald's, Chili's, Carl's Jr. y Jhonnie Pines*) están enfocados en otro tipo de mercado objetivo y de oferta. Entre los establecimientos de *competencia indirecta* visitados están:

Burger King: Este nació en 1954 en Miami por los emprendedores James McLamore y Richard Egerton. La expansión internacional de la compañía comenzó en 1963 rigiéndose bajo una política de creación de franquicias en países poco explotados desde el punto de vista de la restauración de comida rápida. La cadena cuenta actualmente con una red de más de 11,435 restaurantes repartidos en 61 países de todo el mundo (LEXUS, 2011).

En el sector La Puntilla, *Burger King* se encuentra ubicado dentro del patio de comidas del Centro Comercial Riocentro Entre Ríos, a cinco minutos del restaurante. El local está abierto desde las 10h00 hasta las 21h00, rigiéndose a los horarios del centro comercial. Sus precios oscilan entre \$4.00 a \$10.00.

McDonald's: La organización líder a escala mundial en restaurantes de comida rápida fue inaugurada por los hermanos Richard y Maurice McDonald en 1948, en San Bernardino (California). En el año 1955 el empresario Ray Kroc compró McDonald's siendo el responsable de su expansión e internacionalización que empezó en la década de 1970 y en la actualidad cuenta con más de 30,000 establecimientos en los 126 países del mundo, en sus cinco continentes. Se promedia una venta de 145 hamburguesas por segundo y éste posee un centro de estudios de la hamburguesa (LEXUS, 2011).

McDonald's está ubicado en la calle principal de la vía Samborondón, kilómetro 2. Cuenta con su local propio y un horario de atención desde las 7h00 hasta las 11h00 con el servicio de desayuno y su clásico menú hasta las 21h00 junto con el servicio AutoMac. Sus precios oscilan desde \$4.00 a \$8.00.

Carl's Jr.: Esta franquicia americana fue creada en 1941, en Los Ángeles por Carl Karcher. Actualmente tiene 1,385 restaurantes a nivel mundial. Así como *Burger King*, éste también está ubicado dentro del Centro Comercial Entre Ríos, contando con el mismo horario de atención (10h00-21h00). Cuenta con catorce especialidades de hamburguesas en su menú. Sus precios están desde \$4.50 hasta \$10.00. A diferencia de *McDonald's*, esta franquicia tiene a su venta malteadas de sabores.

Jhonníe Pines: A finales del 2013, Juan Pino decidió emprender un negocio basándose en sus platos preferidos: las hamburguesas y pizzas. El

restaurante se encuentra ubicado en Plaza Navona kilómetro 5 y tiene a su disposición un menú americano con hamburguesas, pizzas, Hot Dogs, platos fuertes y postres. Su horario de atención es de lunes a jueves, de 12h30 a 24h00. Viernes y sábado de 12h30 a 02h00, y domingo de 12h30 a 23h00. Cuenta con once especialidades de hamburguesa siendo la más económica de \$11.00 hasta la especialidad de la casa que tiene un valor de \$13.10.

La decoración del lugar va de la mano con el estilo del restaurante, donde la parrilla es la protagonista. La cocina se observa a través de un vidrio y uno de los objetivos de Juan Pino es que los clientes no se pierdan “los fogonazos de la parrilla”, expresa él (El Universo, 2014).

Se considera competencia indirecta ya que este restaurante tiene un amplio menú y una temática enfocada más a la parrilla. Al ofrecer cocteles, tiene un mercado objetivo diferente y enfocado también en el *after office*.

Chili's: Esta franquicia tiene como concepto ser un restaurante *tex-mex*, cuenta con siete restaurantes en el país que se encuentran en Quito, Guayaquil Machala y Riobamba. La franquicia se encuentra a cargo de la Corporación El Rosado. En la vía Samborondón se encuentra un local en el Centro Comercial Entre Rios y el otro local en el cantón Daule dentro del Centro Comercial El Dorado a 10 minutos del local de la vía Samborondón; ambos se manejan con el mismo horario de apertura del Centro Comercial.

Se considera competencia indirecta ya que su menú es muy amplio y variado, tiene desde entradas, cocteles, platos fuertes, costillas hasta postres. Dentro de este encontramos cinco especialidades de hamburguesas que son: *Sweet & Smoky Burger*, *Guacamole Burger*, *Classic Bacon Burger*, *Taco Burger* y *Bbq Ranch Burger*. Además tiene un concepto mixto de Texas y México.

Entre los establecimientos de *competencia directa* visitados están:

El Capi: La conocida marca de hamburguesas “El Capi” le pertenece a Carlos Álvarez, quien decidió emprender a causa de su situación económica complicada en el 2000, tras un tropiezo financiero que tuvo con su negocio de importación de productos estadounidenses.

Él empezó con una carretilla de hamburguesas de un amigo, en Miraflores. Fue este el negocio que eligieron porque la carretilla era para eso, así de simple. “Yo no decidí hacer hamburguesas, lo decidió la vida”, dice Carlos Álvarez (El Universo, 2012).

Actualmente hay once locales en el país. En la vía Samborondón se encuentra en la Piazza de Samborondón y en el cantón Daule se encuentra en la *Piazza Villa Club* y la *Piazza La Joya*. Sus precios están desde \$3.50 hasta \$7.50 aproximadamente.

Bonfy Burger: El propietario del local Mauricio Neira abrió sus puertas a principios del 2016 en el kilómetro 6 ingresando por el *Driving Range*, frente a Plaza Lagos. Esta ambientado por fotos de *golf* y sus hamburguesas. Tienen un horario de lunes, martes y miércoles de 12h00 a 21h00 y de jueves a domingo de 12h00 a 23h00. Cuenta con cuatro tipos de hamburguesas que oscilan desde los \$6.00 la sencilla hasta \$9.00 la especialidad de la casa y el combo sliders, que ofrece tres minihamburguesas, una de queso, otra de tocino y una con huevo de codorniz, a \$ 6.50. Se cobra \$2.50 adicional si lo desean con papas.

Se considera competencia directa ya que es un lugar donde solo se especializan en hamburguesas, también tienen un concepto pero más relajado enfocado en el *golf*.

Soda Box: Está ubicado en *Plaza Lagos Town Center* kilómetro 6.5 de la vía Samborondón desde aproximadamente el año 2013. Abre todos los días de 12h30 a 23h00. Está enfocado a una temática para niños ya que cuenta con varios juegos como cocinita y mini supermercado. Para los menores de edad también ofrecen lo que son fiestas temáticas dentro del local con un costo de \$23.00 por persona. Suelen ofrecer servicios de canguil, granizados de acorde al día.

Su menú cuenta con hamburguesas, alitas, Hot Dogs, sánduches, salchipapas, granizados y hasta cervezas artesanales. En cuanto a la hamburguesa, es de 125 gr y se la puede pedir simple o doble. Sus precios están desde \$6.90 la más económica y sencilla (lechuga, tomate y cebolla) hasta \$14.00 la más

elaborada (125 gr doble, lechuga, tomate, cebolla, queso cheddar, tocino, huevo y bbq). Además si se las desea en combo se paga un adicional de \$2.95.

Tabla#6 Características de la competencia directa

Nombre	Dirección	Horarios	Precio	Diferenciación
<i>El capi</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene aproximadamente 11 locales en la ciudad. • En la vía Samborondón está en la <i>Piazza</i> Samborondón y en el cantón Daule en la <i>piazza</i> La Joya y la <i>piazza</i> Villa Club. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lunes a domingo de 7h00 a 12h00. 	<ul style="list-style-type: none"> • \$4.00-\$10.00. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen desayunos. • Sus dos únicos locales cerrados están en Urdesa Ficus 201 y la avenida Miguel H Alcívar. • El local de la vía Samborondón cuenta solo con dos mesas.
<i>Bonfy Burger</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Driving Range</i>, kilómetro 6.5 de la vía Samborondón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lunes, Martes y Miércoles de 12h00 a 21h00. • Jueves a Domingo de 12h00 a 23h00. 	<ul style="list-style-type: none"> • \$6.00-\$9.00 	<ul style="list-style-type: none"> • Temática más orientada al <i>golf</i>. • No ofrecen milkshakes. • Ofrecen cervezas.

<i>Soda Box</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Plaza Lagos Town Center</i>, kilómetro 6.5 de la vía Samborondón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los días de 12h30 a 23h00. 	<ul style="list-style-type: none"> • \$7.00-\$14.00 	<ul style="list-style-type: none"> • Temática más orientada a los niños ya que cuenta con juegos para niños. • Ofrecen fiestas infantiles. • Ofrecen cervezas artesanales.
-----------------	--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia

8.6 ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN

La principal estrategia de diferenciación es que será el único restaurante que tenga una temática de la década de los 80's en toda la vía Samborondón. Esta temática viene acompañada con la vestimenta del personal, decoración y música de la década de los 80's.

El restaurante viene acompañado con altos estándares de calidad, además de ofrecer productos de comida rápida sin preservantes; factor importante de diferenciación en comparación a las clásicas franquicias de comida rápida del exterior como McDonald's y Carl's Jr. que se encuentran en la vía Samborondón.

De igual manera, el pan será elaborado de manera artesanal amasado con mozzarella y orégano. Las papas vendrán con un toque especial de paprika y los milkshakes tendrán una presentación novedosa. Se ofrecerá entre las especialidades de papas fritas al *poutine*, plato típico de Canadá, el cual no lo ofrece ningún otro restaurante en el sector.

Además, siendo la década de los 80's muy amplia en el ámbito musical ya que estuvo la música disco, al rock y al reggae en todo su auge, se decidió ambientar cada día un género específico para evitar un cambio drástico de bandas.

- Lunes y Jueves: noche de reggae.
- Martes y Viernes: noche de rock.
- Miércoles y Sábado: noche de música disco.
- Domingo: variado.

8.7 ACCIONES DE PROMOCIÓN

La primera acción de promoción será la apertura del restaurante, en el que se invitarán a familiares y amigos de los inversionistas para darles a conocer los productos completos y así poder empezar con la estrategia del boca a boca.

La publicidad por medio de las redes sociales (*Instagram, Facebook, Twitter y Snapchat*) empezará meses antes de su apertura para que las personas en las redes sociales vayan conociendo el restaurante desde antes de su funcionamiento. Posterior a su apertura se intensificará la publicidad en las redes sociales, las cuales serán el método más usado para dar a conocer los productos, personas que visitan y futuras promociones. Además, se postearán imágenes acorde a la década

de los 80's para llegar de manera emocional al mercado objetivo que son las personas de 30 años en adelante y despertar el interés de visitar el restaurante.

La comunicación publicitaria sigue diversos caminos creativos con el fin de conquistar a los consumidores. La publicidad emocional se constituye hoy como una forma eficaz de comunicación que las empresas utilizan para lograr la diferenciación frente a los productos de la competencia despertando las más diversas sensaciones para estimular a sus públicos (López, 2007).

Una vez que el restaurante abra sus puertas, se empezará con un reto que tendrá el restaurante de lunes a domingo que será que si la persona llega a consumir dos hamburguesas Nirvana con dos porciones de papas fritas y dos colas, gana una orden de consumo gratis en su próxima visita, caso contrario de que no logre cumplir el reto paga el valor de \$20.00.

8.8 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial" (Kotler & Armstrong, 2003).

El canal de distribución es el medio por el cual los clientes adquirirían los productos de los fabricantes, es decir, del personal del restaurante.

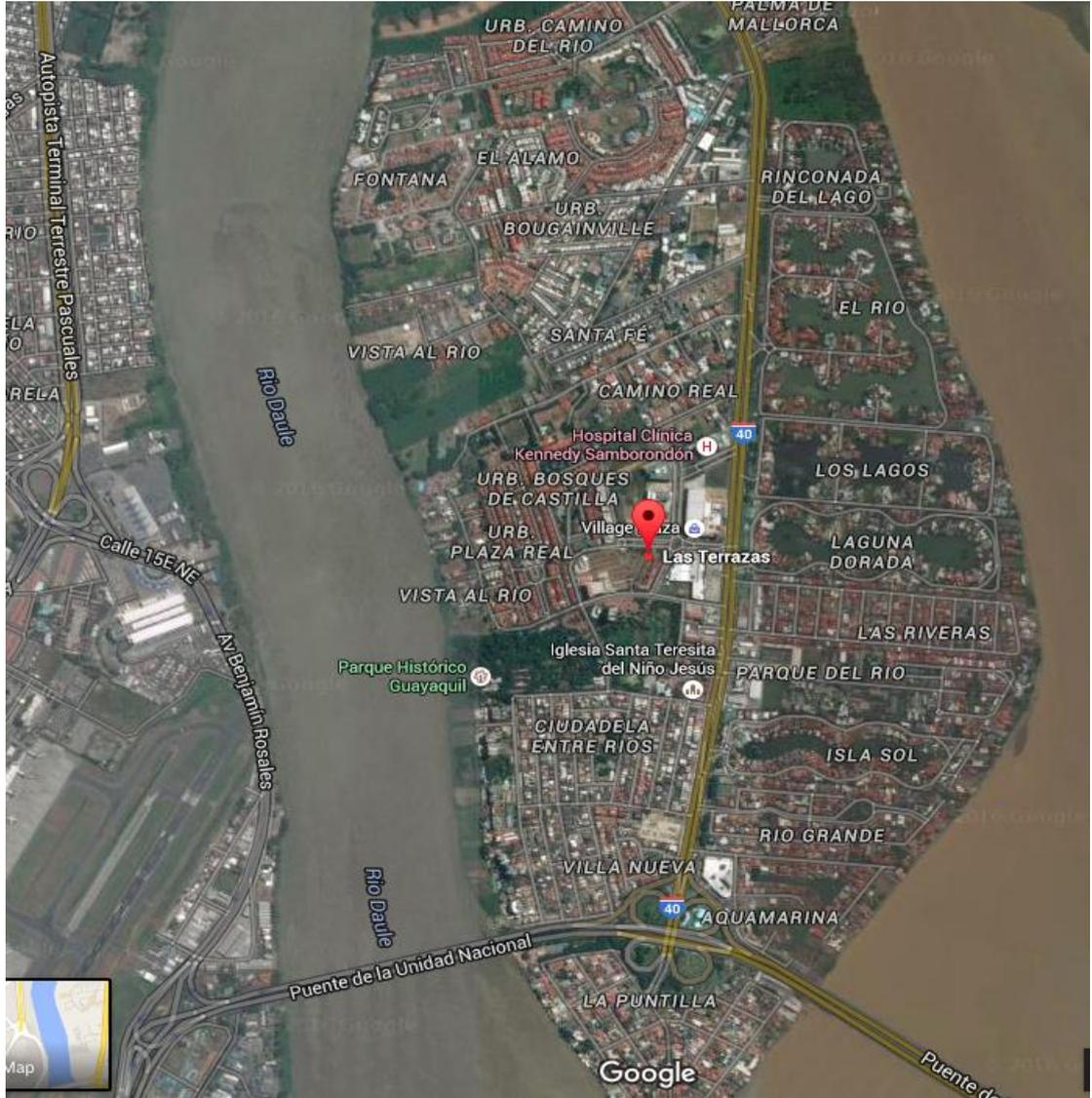
El nivel de intermediario que aplica en el restaurante es el nivel 0 (directo) ya que éste es cuando el producto llega al consumidor final sin ningún intermediario. Es decir la venta directa de los productos cuando el cliente ingrese al restaurante.

9. ANÁLISIS OPERATIVO

9.1 Localización y descripción de las instalaciones

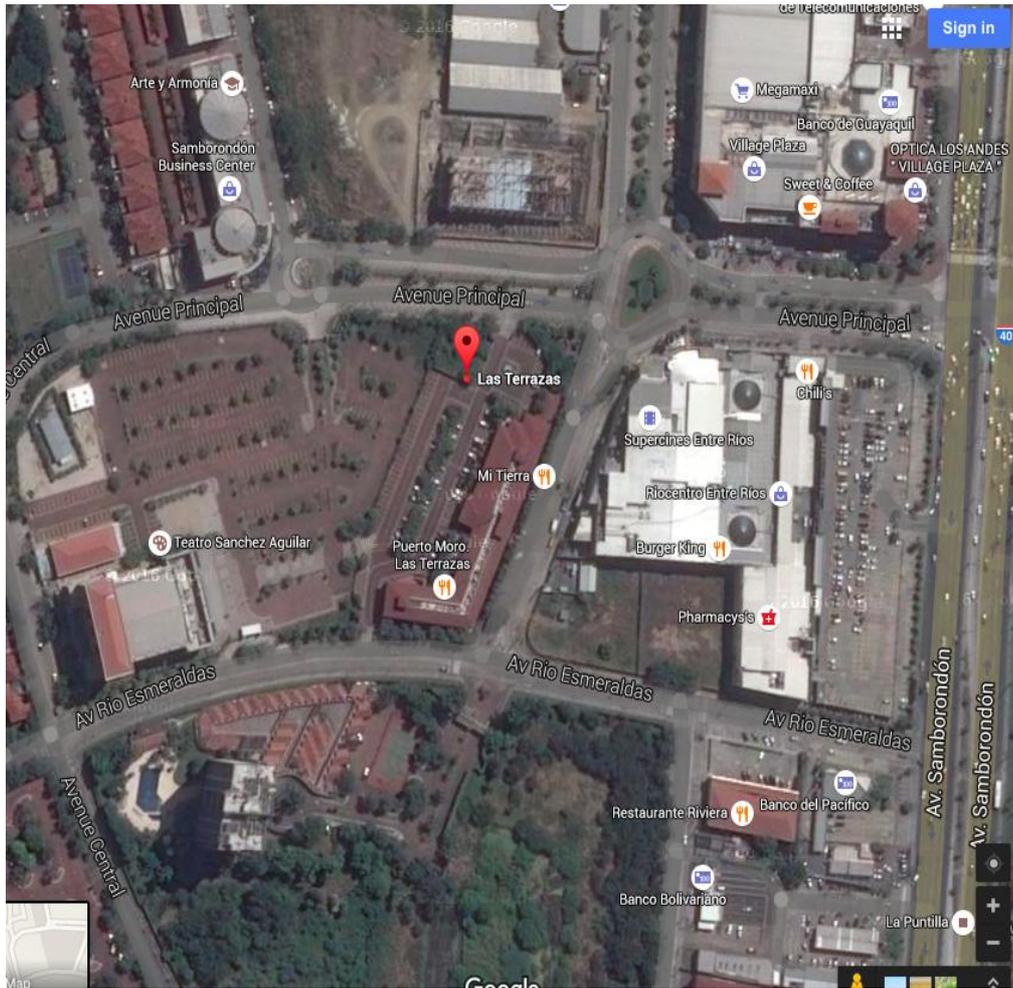
El restaurante estará ubicado en la provincia del Guayas, kilómetro 2 vía Samborondón, la cual se encuentra a 15 minutos de la ciudad de Guayaquil cruzando el puente de la Unidad Nacional. El restaurante se ubicará en el primer piso del centro comercial Las Terrazas, estando a pocos metros del: Teatro Sánchez Aguilar, centro comercial Riocentro Entrerios, edificio Xima, Hospital Kennedy de Samborondón y varias urbanizaciones a su alrededor, siendo una ubicación muy estratégica.

Figura 7. Ubicación satelital de la Vía Samborondón



Fuente: Google maps

Figura 8. Ubicación satelital de Las Terrazas

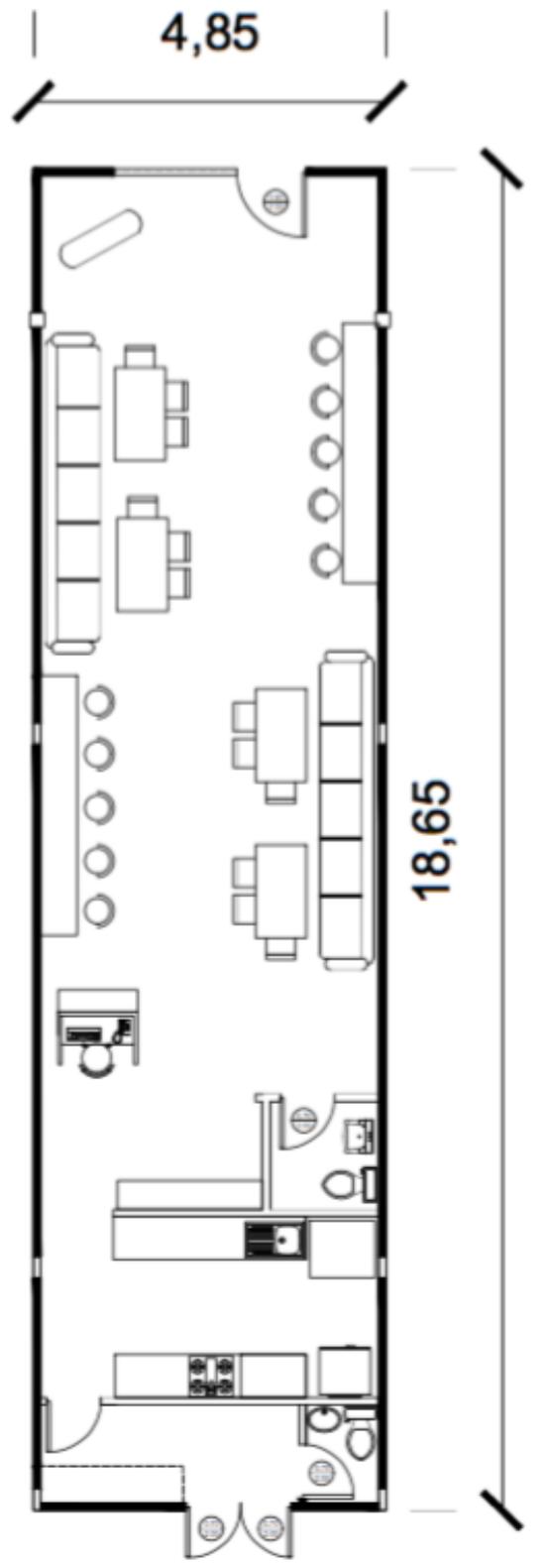


Fuente: Google maps

9.2 Capacidad instalada

El restaurante contará con cuatro mesas de cinco asientos cada una y dos mesas largas de cinco asientos, teniendo una capacidad máxima de treinta personas. Además, se contará con una máquina para jugar *pacman*, una rockola, un baño mixto para clientes y un baño para el personal cerca del área de bodega.

Figura 9. Plano del restaurante



Fuente: Elaboración propia

Entre los materiales, la maquinaria y los equipos que se necesitan en el restaurante serían:

Tabla #7. Cantidad de equipamientos de cocina.

Equipamiento de cocina	Cantidad
Cocina con <i>grill</i> y freidora	1
Horno industrial	1
Licuadaora	1
Máquina para milkshakes	1
Refrigeradora	1
Congelador	1
Campana extractora de olores	1
Lavaderos de dos pozos	1
Estanterías	2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #8. Cantidad de utensilios de cocina.

Utensilios de cocina	Cantidad
Tabla de picar de plástico	3
Cuchillo cebollero	3
Puntillas	3
<i>Bowls</i> pequeños de acero inoxidable	6
<i>Bowls</i> grandes de acero inoxidable	4
Espátula de acero inoxidable	4
Pinzas para parrilla de acero inoxidable	4

Juego de cucharas medidoras de acero inoxidable	2
Juego de tazas medidoras de acero inoxidable	2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #9. Cantidad de vajilla, cubertería y cristalería.

Vajilla, cubertería y cristalería	Cantidad
Base de madera para hamburguesas	60
Pocillos para papas fritas de acero inoxidable	60
Vasos de milkshakes	60
Juego de cubiertos de 12 piezas	5
Pocillos para salsas	20

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #10. Cantidad de mantelería.

Mantelería	Cantidad
Servilletas	1625
Limpiones	10
Porta servilletas	8

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #11. Cantidad de equipamiento para el servicio.

Equipamiento para el servicio	Cantidad
Mesas cuadradas	4
Mesas largas	2
Sillas en forma de rugby	12
Sillones largos	2
Charoles de acero inoxidable	4

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #12. Cantidad de equipamiento de oficina.

Equipos y suministros de oficina	Cantidad
Caja registradora	1
Silla para caja	1
<i>Podium</i>	1
Datafase	1
Impresora	1
Computador	1
Archivador metálico	2
Papel bond	2
Perforadora	2
Grapadora	2
Caja de grapas	1
Caja de clips	1
Bolígrafos	10

Basurero	3
Cámara de seguridad	1
Máquina de videojuegos	1
Rockola	1

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #13. Cantidad de suministros de limpieza.

Suministros de limpieza	Cantidad
Escoba plástica	2
Lavaplatos	3
Estropajos	3
Fundas de basura grandes	8
Viledas	4
Galón de shampoo para limpiar baño	1
Jabón líquido	1
Papel higiénico	24
Toalla de mano	6

Fuente: Elaboración propia.

Tabla #14. Cantidad de uniformes del personal.

Uniformes del personal	Cantidad
Uniforme de los meseros, cajero y capitán	4
Uniforme del chef	1

Uniforme de los ayudantes de cocina	2
-------------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

9.3 Cadena de abastecimiento

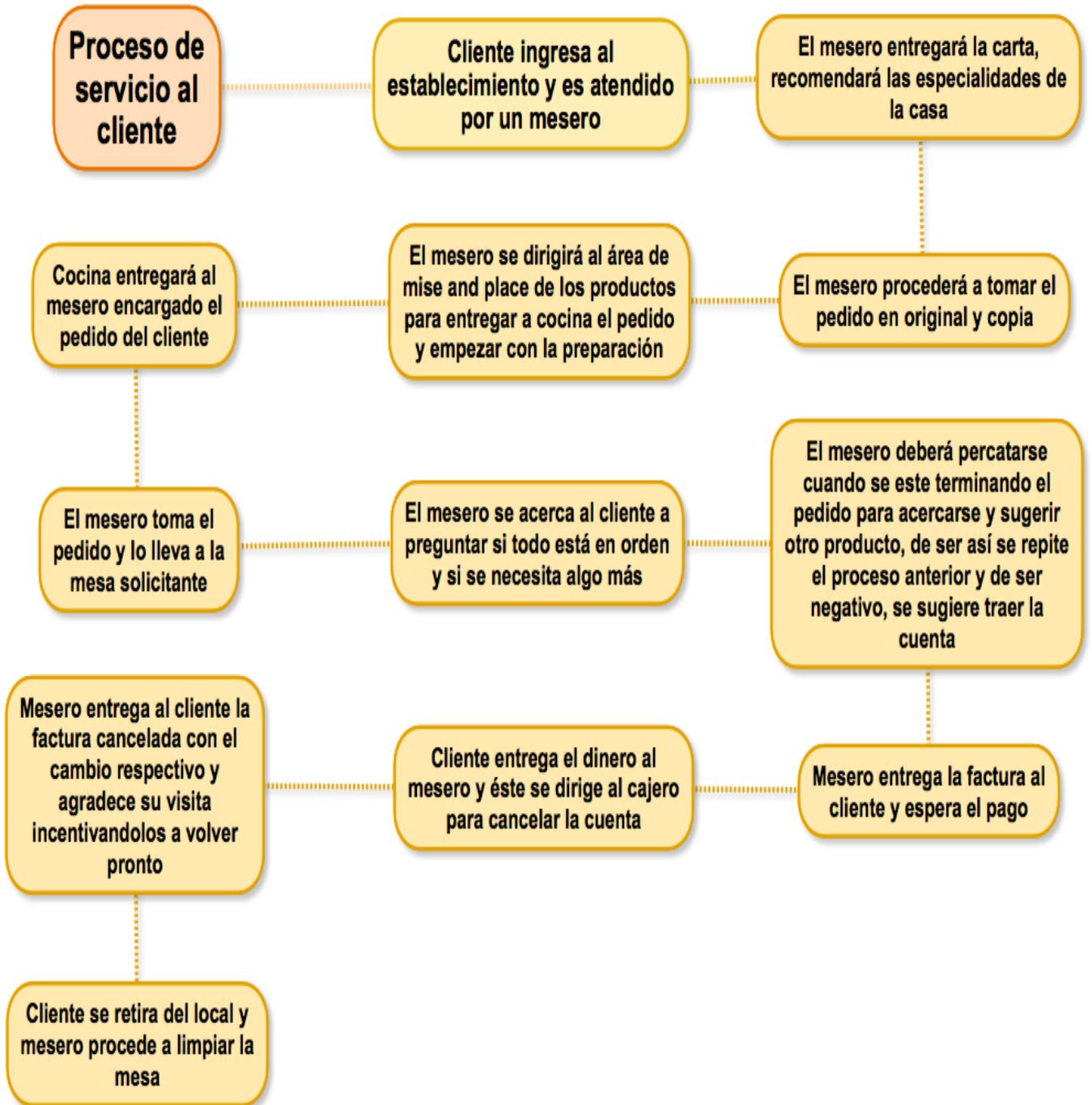
Se identifican dos procesos claves durante el funcionamiento del restaurante:

Servicio al cliente y Operaciones.

Proceso de servicio al cliente

Es considerado el proceso más importante ya que de este servicio depende la fidelidad del cliente y el aumento en su consumo, así como el valor agregado del restaurante.

Figura 10. Proceso de servicio al cliente

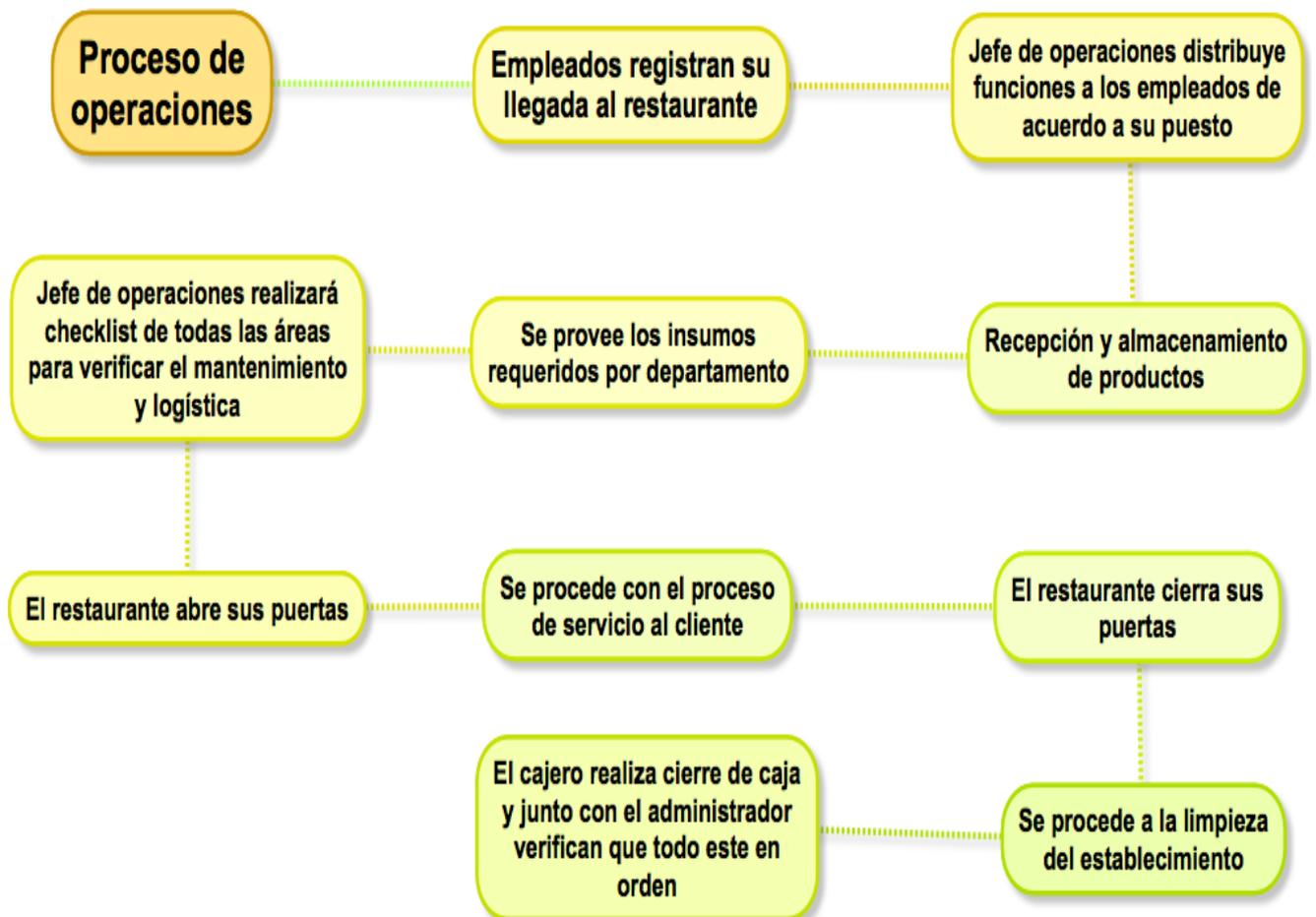


Fuente: Elaboración propia

Proceso de Operaciones

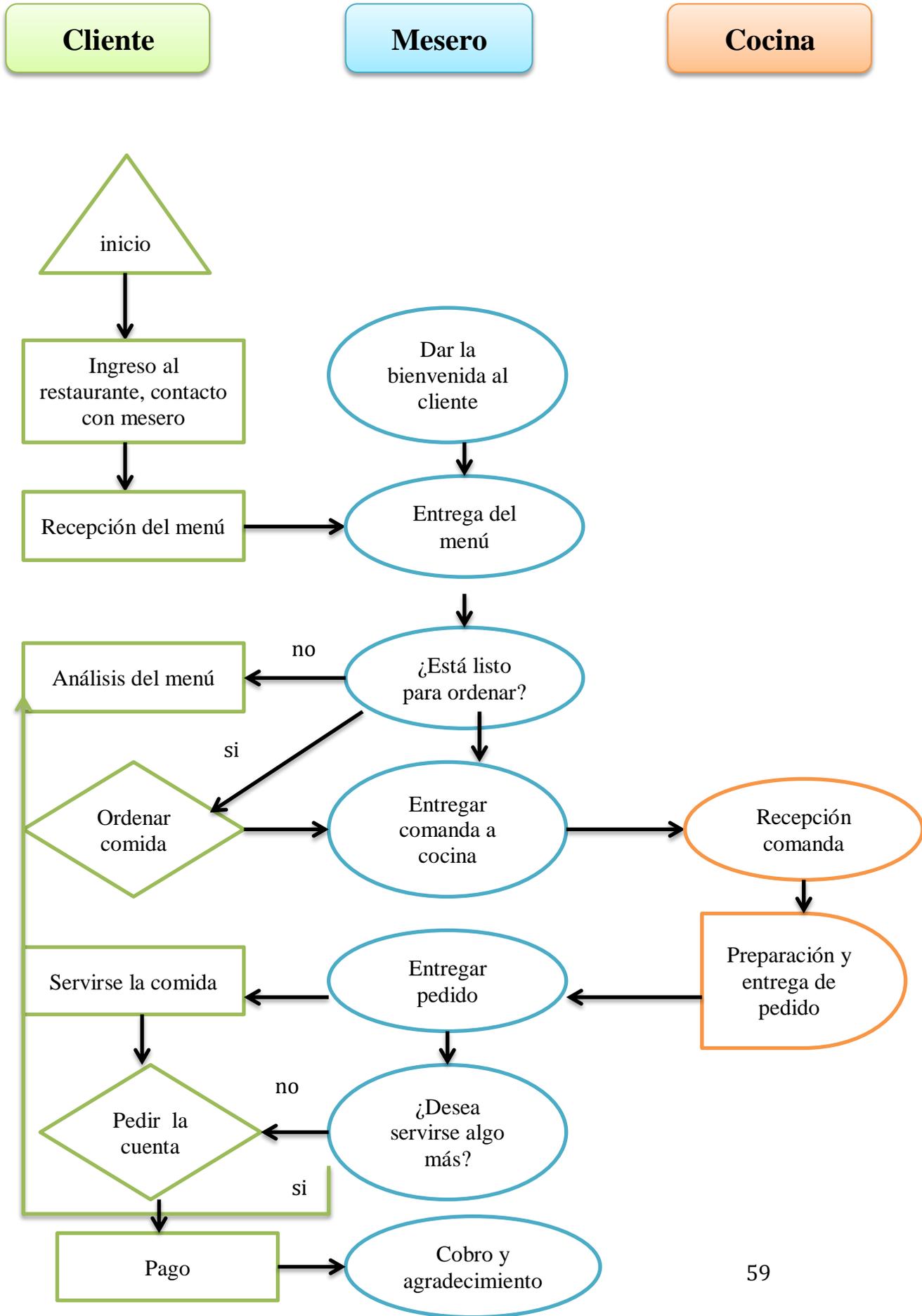
Hace referencia al control del inventario, logística y mantenimiento para asegurarse de prestar un excelente servicio antes de la apertura diaria del restaurante.

Figura 11. Proceso de operaciones



Fuente: Elaboración propia.

9.4 OTIDA



9.5 RECURSOS HUMANOS

Esta área se encargará de la contratación, capacitación y compensaciones del personal. Se espera disponibilidad total de tiempo, motivación, conocimiento, habilidades y sobretodo disposición para el trabajo en equipo.

Figura 13. Organigrama estructural del restaurante



Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO

Para dar a conocer las funciones del personal mostrando sus actividades específicas. Se empezará a detallar el perfil de cada cargo.

Tabla #15. Descripción del perfil del personal del restaurante

CARGO	PERFIL	RESPONSABILIDADES
<i>Administrador</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Ingeniería en administración de empresas o afines. • Sexo: Indiferente. • Edad: 24 – 55 años • Experiencia: 3 años en cargos similares dentro del área de restauración • Habilidades gerenciales orientadas a generar buen servicio. <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo. ✓ Generar un adecuado ambiente de trabajo. ✓ Disponibilidad para trabajar bajo presión y horarios rotativos. ✓ Disponibilidad para residir en el sector. ✓ Puntual. ✓ Capacidad para trabajar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer buenas relaciones con el personal para mantener el correcto uso de los recursos del restaurante con visión, estrategias e innovando. 2. Tomar decisiones inmediatas e inteligentes que ayude a coordinar y actualizar las diferentes áreas. 3. Debe estar al día en noticias acerca de la competencia, para elaborar planes de acción. 4. Contratación de personal de acuerdo al perfil que requiere el puesto. 5. Tener un archivo actualizado de los empleados con: solicitud de trabajo con fotografía, contrato de trabajo, historial del

	<p>en equipo.</p>	<p>trabajador y documentos que lo acrediten.</p> <p>6. Elaborar y dar a conocer los reglamentos.</p> <p>7. Despido del personal en caso que sea necesario.</p>
<i>Chef ejecutivo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Graduado/a en alguna escuela gastronómica. • Sexo: Indiferente. • Edad: 24 – 55 años • Experiencia: 3 años en cargos similares dentro del área de restauración • Habilidades gerenciales orientadas a generar buen servicio. <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo. ✓ Generar un adecuado ambiente de trabajo. ✓ Disponibilidad para trabajar bajo presión y horarios rotativos. ✓ Disponibilidad para 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tomar decisiones inmediatas e inteligentes que ayude a coordinar y actualizar las diferentes áreas. 2. Debe estar al día en noticias acerca de la competencia, para elaborar planes de acción. 3. Mantener una línea directa de comunicación con sus colaboradores para estar bien informado. 4. Contratación de personal de acuerdo al perfil que requiere el puesto. 5. Llevar el control de asistencias y puntualidad. 6. Planificar y poner precio al

	<p>residir en el sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntual. ✓ Capacidad para trabajar en equipo. 	<p>menú.</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Hacer los pedidos de materia prima al bodeguero. 8. Firma de requisiciones que elaboren los ayudantes de cocina para entregar al bodeguero. 9. Establecer estándares de compras.
<p>Secretaria contadora</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Graduado en auditoría o contabilidad. • Sexo: Femenino. • Edad: 24 – 55 años • Experiencia: 2 años en cargos similares. <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad para trabajar bajo presión. ✓ Honestidad y transparencia. ✓ Leal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Coordinar y participar en la elaboración de estados e informes financieros. 2. Coordinar la elaboración del presupuesto anual de ingresos y egresos. 3. Apoyar en la toma de decisiones económicas y presentar los resultados de la gestión administrativa. 4. Propiciar seguridad financiera. 5. Analizar el control de ingresos y egresos. 6. Pago de nómina.

<p>Ayudante de cocina</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Estudiante de alguna escuela gastronómica. • Sexo: Indiferente. • Edad: 21 – 55 años • Experiencia: 1 año en cargos similares dentro de cocina. <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Disponibilidad para trabajar bajo presión y horarios rotativos. ✓ Honestidad y transparencia. ✓ Puntual. ✓ Capacidad de trabajar en equipo ✓ Capacidad de seguir instrucciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación de los platos de acorde al pedido del cliente. 2. Hacer el mise and place diario. 3. Elaborar las requisiciones para que sean autorizadas por el chef. 4. Mantener la limpieza de la cocina. 5. Lavar los platos. 6. Revisar diariamente la bodega y las salsas del día anterior para validar su uso.
<p>Capitán de meseros / bodeguero</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Estudiante de alguna escuela gastronómica o afines. • Sexo: Indiferente. • Edad: 24 – 55 años • Experiencia: 2 años en cargos similares dentro del área de 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atender quejas de los clientes. 2. Supervisar el trabajo del personal a su cargo. 3. Capacitar a su personal para ofrecer un buen servicio. 4. Organizar y supervisar los

	<p>restauración.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idiomas: ingles intermedio <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Capacidad para trabajar bajo presión y horarios rotativos. ✓ Disponibilidad para residir en el sector. ✓ Honestidad ✓ Puntual. ✓ Capacidad de seguir instrucciones. ✓ Buena presencia. ✓ Capacidad de trabajar en equipo. 	<p>horarios de sus meseros.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Supervisar el aseo, puntualidad y disciplina de sus meseros. 6. Evaluar la calidad del servicio ofrecido como la cortesía y rapidez. 7. Recibir las requisiciones y solicitar lo pedido a los proveedores. 8. Llevar un inventario de lo que hay en bodega. 9. Establecer máximos y mínimos de compras del restaurante. 10. Supervisar los productos que se reciben. 11. Controlar la calidad y tipo de producto que se recibe. 12. Ingresar el inventario al sistema.
<i>Cajera</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: bachiller. • Sexo: Indiferente. • Edad: 20 – 55 años 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entregar al mesero la cuenta para proceder con el pago. 2. Conocer el menú y saber que

	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: 1 año en cargos similares. • Idiomas: ingles intermedio <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar un adecuado ambiente de trabajo. ✓ Disponibilidad para trabajar bajo presión y horarios rotativos. ✓ Disponibilidad para residir en el sector. ✓ Honestidad. ✓ Puntual. ✓ Capacidad de seguir instrucciones. ✓ Buena presencia. ✓ Capacidad de trabajar en equipo. ✓ Paciente. 	<p>incluye cada plato.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Cobrar las comandas. 4. Cuadrar la caja chica todos los días de turno. 5. Entregar las ventas del día a la secretaria contable. 6. Emisión de facturas. 1. Ayudar a los meseros en caso de ser necesario.
Mesero	<ul style="list-style-type: none"> • Educación: bachiller. • Sexo: Indiferente. • Edad: 20 – 55 años • Experiencia: 1 año en cargos similares. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dar la bienvenida al cliente y sugerir una mesa. 2. Presentarse al cliente con amabilidad. 3. Sugerir las especialidades del

	<ul style="list-style-type: none"> • Idiomas: ingles intermedio <p>Cualidades personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Generar un adecuado ambiente de trabajo. ✓ Disponibilidad para trabajar bajo presión y horarios rotativos. ✓ Disponibilidad para residir en el sector. ✓ Honestidad. ✓ Puntual. ✓ Capacidad de seguir instrucciones. ✓ Buena presencia. ✓ Capacidad de trabajar en equipo. ✓ Paciente. 	<p>restaurante.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Entregar la comanda a cocina. 5. Servir los alimentos. 6. Hacer limpieza de las mesas y del restaurante. 7. Entregar al cliente la cuenta para proceder con el pago. 8. Conocer el menú y saber que incluye cada plato.
--	---	--

Fuente: Elaboración propia.

POLÍTICAS DE TRABAJO

Se tomarán en cuenta las siguientes políticas que regirán el negocio:

Uniforme

- El personal deberá vestir el uniforme establecidos por el administrador.
- Deberá llevarlo de una forma pulcra y ordenada.

Hora de entrada y hora de salida

- La hora de entrada del personal será a las 15h30 y la hora de salida a será a las 23h30 de lunes a domingo.
- La hora de apertura del restaurante será a las 16h00 y de cierre a las 23h00 de lunes a domingo.
- El chef y capitán trabajarán de martes a sábado.

Deberes del empleador

- ✓ Otorgar un contrato de trabajo.
- ✓ Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- ✓ Inscribir al empleado al Seguro Social "IESS" desde el primer día.
- ✓ Otorgar un trabajo digno sin maltrato tanto físico como verbal.
- ✓ Regirse como base el sueldo básico de \$366.00.
- ✓ Pagar horas extras.
- ✓ Pagar los décimos tercero y cuarto.

Derechos del empleado

- ✓ Ser afiliado al IESS desde su primer día de trabajo.
- ✓ A un periodo de vacaciones remuneradas a partir del año laboral.
- ✓ A recibir como mínimo el sueldo básico (\$366.00).
- ✓ A recibir los décimos tercero y cuarto.

- ✓ A recibir pago de horas extras.
- ✓ A un periodo de licencia por paternidad o maternidad.

10. ANÁLISIS FINANCIERO

10.1 Estado de resultados proyectado a cinco años

Tabla #16. Estado de resultados del restaurante.

	1	2	3	4	5
	USD				
Ventas Netas	6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98	6.847.189,69	7.189.549,17
Costo de Ventas	5.595.617,06	5.874.840,46	6.168.025,03	6.475.868,83	6.799.104,82
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	769.070,44	610.776,10	479.731,94	371.320,85	390.444,35
Gastos Generales	66.370,73	67.900,15	69.506,05	71.192,24	72.962,75
UTILIDAD OPERACIONAL	702.699,71	542.875,94	410.225,89	300.128,61	317.481,60
Gastos Financieros	48.991,35	32.660,90	12.561,88	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	653.708,36	510.215,05	397.664,01	300.128,61	317.481,60
Participación Utilidades (15%)	98.056,25	76.532,26	59.649,60	45.019,29	47.622,24
UTILIDAD ANTES DEL I.R.	555.652,11	433.682,79	338.014,41	255.109,32	269.859,36
Impuesto a la Renta (22%)	122.243,46	95.410,21	74.363,17	56.124,05	59.369,06
UTILIDAD NETA	433.408,64	338.272,58	263.651,24	198.985,27	210.490,30

Fuente: Elaboración propia.

La capacidad inicial del restaurante será de 125 personas por día lo cual representa a 3 rotaciones al día de su capacidad máxima durante las 7 horas que se encuentre en funcionamiento, el detalle de los ingresos de los productos se presenta en un cuadro detallado de ventas por cantidad demandada y por precio.

A partir del segundo año, la demanda se incrementa en un 1,9%, cantidad bastante conservadora que toma en cuenta el actual escenario macroeconómico y microeconómico del país, y las ciudades de Guayaquil y Samborondón en general.

Los precios se mantienen constantes, por lo que la variación de los ingresos es solo por aumento de la demanda esperada, de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas.

Los costos de materiales directos son, en promedio, un 69% del valor por el precio de venta esperado, sin tomar en cuenta el IVA. Las remuneraciones del personal toman en cuenta el sueldo, prestaciones sociales y beneficios de ley.

Los gastos generales se detallan en cuadros expuestos en el Anexo así como los gastos financieros detallados en la Tabla de Amortización.

10.2 Flujo de caja proyectado a cinco años

Tabla #17. Flujo de caja proyectado a cinco años.

	PREOP.	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,00	6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98	6.847.189,69	7.189.549,17
Parcial	0,00	6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98	6.847.189,69	7.189.549,17
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores		5.365.990,15	5.634.087,21	5.915.589,12	6.211.166,13	6.521.522,00
Mano de obra directa e imprevistos		212.347,64	222.965,03	234.113,28	245.818,94	258.109,89
Mano de obra indirecta e imprevistos		10.300,57	10.809,53	11.343,93	11.905,06	12.494,24
Gastos Generales		66.370,73	67.900,15	69.506,05	71.192,24	72.962,75
Parcial		5.655.009,09	5.935.761,92	6.230.552,39	6.540.082,38	6.865.088,87
C. FLUJO OPERACIONAL		709.678,41	549.854,64	417.204,59	307.107,31	324.460,30
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito Institución Financiera	418.729,46	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de Capital	179.455,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	598.184,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		48.991,35	32.660,90	12.561,88	0,00	0,00
Pago de capital		83.745,89	167.491,78	167.491,78	0,00	0,00
Pago participación trabajadores		0,00	98.056,25	76.532,26	59.649,60	45.019,29
Pago de impuesto a la renta		0,00	122.243,46	95.410,21	74.363,17	56.124,05
Reparto de dividendos						
Reposición y nuevas inversiones						
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Readecuación Local	9.300,00					
Equipamiento de cocina	7.705,00					
Utensilios de cocina	260,00					
Vajillas, cubiertos y cristalería	2.235,00					
Mantelería	148,45					
Muebles y enseres	1.808,00					
Equipos y suministro de oficinas	3.984,50					
Suministros de limpieza	148,50					
Uniformes	209,00					
Activos diferidos	4.562,90					
Parcial	30.361,35	132.737,24	420.452,40	351.996,14	134.012,77	101.143,34
F. FLUJO NO OPERACIONAL	567.823,59	-132.737,24	-420.452,40	-351.996,14	-134.012,77	-101.143,34
G. FLUJO NETO GENERADO	567.823,59	576.941,17	129.402,24	65.208,45	173.094,54	223.316,96
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	567.823,59	1.144.764,76	1.274.167,01	1.339.375,46	1.512.470,00
I. SALDO FINAL DE CAJA	567.823,59	1.144.764,76	1.274.167,01	1.339.375,46	1.512.470,00	1.735.786,96

Fuente: Elaboración propia.

10.3 Análisis del punto de equilibrio

Tabla #18. Tabla del punto de equilibrio.

		FIJO			VARIABLE		
		1	2	3	1	2	3
Mano de obra directa	Variable	0,00	0,00	0,00	52.668,74	55.302,18	58.067,29
Mano de obra indirecta	Variable	0,00	0,00	0,00	7.203,60	7.563,78	7.941,97
Materiales directos	Variable	0,00	0,00	0,00	5.269.961,25	5.533.459,31	5.810.132,28
Materiales indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	91.980,00	96.579,00	101.407,95
Suministros y servicios	Fijo	3.120,00	3.120,00	3.120,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento y seguros	Fijo	928,90	928,90	928,90	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	Fijo	6.092,70	6.092,70	6.092,70	0,00	0,00	0,00
Amortizaciones	Fijo	886,00	886,00	886,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Generales	Fijo	66.370,73	67.900,15	69.506,05	0,00	0,00	0,00
Gastos Financieros	Fijo	48.991,35	32.660,90	12.561,88	0,00	0,00	0,00
TOTAL		126.389,67	111.588,65	93.095,53	5.421.813,59	5.692.904,27	5.977.549,49
VENTAS		6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98			
PUNTO DE EQUILIBRIO %		13,4%	14,1%	13,9%			
PUNTO DE EQUILIBRIO \$		853.168,96	912.968,28	923.410,25			

Fuente: Elaboración propia.

Es un indicador muy importante para determinar el potencial de generación de utilidades. Refleja la capacidad de producción a la que debe llegar el proyecto para que deje el umbral de las pérdidas y pase al escenario de las utilidades.

El punto de equilibrio se calcula bajo la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{cf}{(P - cv)}$$

En el primer año, los costos y gastos fijos ascienden a USD 126.389,67 y el margen de contribución (USD 6.364.687,50 – 5.421.813,59 = 942.873,91), que determinan un punto de equilibrio del 13,4%, o un nivel de ventas mínimo de USD 853.168,96.

En el segundo año, los costos y gastos fijos ascienden a USD 111.588,65, y el margen de contribución (USD 6.485.616,56 – 5.692.904,27 = 792.712,29), que determinan un punto de equilibrio del 14,1%, o un nivel de ventas mínimo de USD 912.968,28.

10.4 Análisis de sensibilidad

Tabla #19. Tabla del análisis de sensibilidad.

ESCENARIOS	VAN	TIR	B/C
Escenario actual	\$564.867,95	50,20%	\$1,94
Ventas bajan 5%	\$536,624,55	47,69%	\$1,84
Costos suben 10%	\$389.758,99	17,46%	\$1,58

Fuente: Elaboración propia.

Se exponen dos escenarios negativos: uno, donde las ventas descienden un 5%, y otro donde los costos ascienden a 10%.

En ambos casos los indicadores de rentabilidad sufren una caída drástica, pero aun así siguen siendo positivos para la ejecución del proyecto, sin embargo, los promotores del proyecto deben cuidarse de que los costos directos de producción (mano de obra y materiales directos), no suban más de un 10% a lo proyectado, porque de hacerlo, se corre el riesgo de que el proyecto ya no resulte rentable para los inversionistas y prestamistas del negocio que desea implementar.

10.5 Análisis de rentabilidad

Tabla #20. Tabla del análisis de rentabilidad.

FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión Fija	-\$25.798,45					
Inversión Diferida	-\$4.562,90					
Capital de Trabajo	-\$567.823,59					
Pago de intereses		-\$48.991,35	-\$32.660,90	-\$12.561,88	\$0,00	\$0,00
Pago de capital		-\$83.745,89	-\$167.491,78	-\$167.491,78	\$0,00	\$0,00
Participación de trabajadores		\$0,00	-\$98.056,25	-\$76.532,26	-\$59.649,60	-\$45.019,29
Impuesto a la Renta		\$0,00	-\$122.243,46	-\$95.410,21	-\$74.363,17	-\$56.124,05
Flujo operacional		\$709.678,41	\$549.854,64	\$417.204,59	\$307.107,31	\$324.460,30
Valor de recuperación:						
Inversión Fija		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital de Trabajo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$567.823,59
FLUJO NETO	-\$598.184,94	\$576.941,17	\$129.402,24	\$65.208,45	\$173.094,54	\$791.140,55
Tasa de descuento	14%					
		VAN	\$564.867,95			
		TIR	50,20%			
		PRI	3,1 años			
		Razón B/C	\$0,94			

Fuente: Elaboración propia.

Los principales indicadores de rentabilidad demuestran que el proyecto es viable y sostenible, desde un punto de vista financiero.

Con una tasa de descuento del 14%, el Valor Actual Neto (VAN), resulta ser superior a cero (USD 564.867,95 > 0), lo que prueba que el proyecto es rentable y factible, tanto para los inversionistas, como los potenciales prestamistas del mismo.

La tasa interna de retorno (TIR), prueba que el proyecto es rentable al ser el 50,20% superior a la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR=14%).

El período de recuperación prueba que la inversión en el proyecto se podrá recuperar en poco más de 3 años, y la relación beneficio / costo, prueba que por cada dólar invertido en la empresa proyectada, se obtiene un \$1,94 de ganancia, o sea un excedente de USD 0.94, en valor presente.

Todo esto demuestra que el proyecto debe ser ejecutado por los promotores del mismo, financiado por los inversionistas y prestamistas proyectados, porque si resulta rentable, sostenible y viable desde un punto de vista financiero.

11. VIABILIDAD DEL PROYECTO

Al finalizar el plan de negocios se concluye lo siguiente:

- Si existe una demanda que frecuenta locales de comida rápida a menudo que se demuestra en la tabulación de la encuesta realizada, en la que la mayoría de los encuestados prefiere la modalidad de comida rápida en comparación a las distintas especialidades.
- Se crearían 8 plazas de empleos que favorecerían a las personas desempleadas en la actual situación que se encuentra el país.
- Solo existen tres restaurantes que se consideran como competencia directa que son: *El Capi*, *Bonfy Burguer* y *Soda Box*. Sin embargo, la temática del restaurante se diferencia de estos.

- De acuerdo con la viabilidad financiera el retorno de la inversión del proyecto es en 3 años empezando el primer año con 3 rotaciones de mesa de su capacidad máxima por día lo cual representa la atención de 125 personas por día.
- El proyecto resulta rentable debido a que su VAN con una tasa de descuento anual del 14%, resulto ser mayor que cero. ($564.867,95 > 0$).

12. BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Registro de Alojamiento, Alimentos y Bebidas*. Obtenido de Ministerio del Turismo del Ecuador: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>
- Cuerpo de Bomberos de Samborondon. (2015). *Servicios: Cuerpo de Bomberos de Samborondon*. Obtenido de Cuerpo de Bomberos de Samborondon: <http://www.bomberossamborondon.gob.ec/servicios.html>
- López, J. C. (2007). Publicidad emocional: estrategias creativas. *Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades*, 143-146.
- El País. (25 de Mayo de 2016). Rafael Correa presume su “década ganada” pero las cifras lo contradicen. *El País*.
- Acosta-Burneo, A. (9 de Junio de 2016). Sobredosis. *Vistazo*, 27.
- El Universo. (25 de Mayo de 2016). Rafael Correa: El país debe descansar de mí, y yo también del país. *El Universo*.
- El Comercio. (2015). Correa es el Presidente con más tiempo en el poder de forma continua. *El Comercio*.
- OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.
- MHEducation. (s.f.). *MHEducation*. Obtenido de La oferta, la demanda y el mercado: <http://assets.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448181042.pdf>
- OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Egraf.
- LEXUS. (2011). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. Barcelona.
- El Universo. (2 de Agosto de 2012). El capitán de su negocio. *El Universo*.
- El Universo. (6 de Febrero de 2014). Johnnie Pine's, carnes y pizzas a lo americano. *El Universo*.
- GAD Municipal de Samborondón. (16 de Marzo de 2015). *Diagnóstico*. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Alcaldía de Samborondón: http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/0960001460001_0960001460001diagnostico_15-11-2014_16-03-2015_19-18-45.pdf

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing, Sexta Edición*. Petrince Hall.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Ecuador Potencia Turistica*. Recuperado el 5 de February de 2016, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alojamiento-alimentos-y-bebidas/110>

MINTUR. (2007). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR "PLANDETUR 2020"*.

Secretaria Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2014). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito.

El Telegrafo. (2016). "La economía ya muestra signos de recuperación" .

13. ANEXOS

Anexo 1. Modelo de encuesta elaborada.



Proyecto: Creación de un restaurante temático de comida rápida en la av. Samborondón

Soy estudiante de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES) de la carrera de Gestión Turística y Hotelera, por favor ayúdeme llenando esta encuesta con la que espero obtener información valiosa para la elaboración de mi proyecto. ¡Muchas Gracias!

Edad

- 16 - 20
- 21 - 29
- 30 - 40
- Más de 40

Sexo

- Masculino
- Femenino

¿Conoce algún restaurante temático en la vía a Samborondón?

- Sí
- No

Si su respuesta fue sí ¿cuál?

Describe con una palabra la década de los 80's.

Razones por la cual sale a comer fuera de su casa

- reuniones de trabajo
- entretenimiento con amigos y/o familiares
- motivos especiales (cumpleaños, despedidas)

¿Qué restaurante frecuenta?

- comida rápida
- comida mexicana
- comida italiana
- Comida peruana

- chifas
- sushi

¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante?

- precio
- calidad
- servicio
- las 3 anteriores

¿Con qué frecuencia suele comer hamburguesa?

- 1 vez a la semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 3 meses

- otra: _____

Cuando desea comer hamburguesa, ¿A qué lugar concurre?

¿Cuál es el precio estimado que paga por una hamburguesa?

- \$3-5
- \$5-8
- \$8-12
- \$12-15

¿Cuáles son sus tres hamburguesas favoritas?

- hamburguesa de queso
- hamburguesa con tocino
- hamburguesa hawaiana

- hamburguesa con huevo
- hamburguesa con champiñones

¿Cuál sería su hamburguesa ideal?

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2. Permisos de funcionamiento para locales.



Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal del Cantón Samborondón

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO PARA LOCALES

SOLICITAR EN VENTANILLA:

- CARPETA MEMBRETADA \$ 3,00.
 - ESPECIE VALORADA \$ 3,00 (para redactar la solicitud).
 - TASA ADMINISTRATIVA \$ 10,00.
- FORMULARIO SIN COSTO

ADJUNTAR:

POR PRIMERA VEZ

- COPIA DEL R.U.C ACTUALIZADO CON LA DIRECCIÓN DEL LOCAL.
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD DEL PROPIETARIO O DEL REPRESENTANTE LEGAL CON CARTA DE NOMBRAMIENTO. DEL
- COPIA DE CONTRATO DE ARRENDAMIENTO.
- COPIA DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS.
- CERTIFICADO DE INSPECCION FINAL MUNICIPAL.
- PAGO DE PREDIOS URBANO (DEL LOCAL)

RENOVACION

- COPIA DE RUC ACTUALIZADO DEL LOCAL.
- COPIA A COLOR DE CÉDULA DE IDENTIDAD DEL PROPIETARIO O DEL REPRESENTANTE LEGAL CON CARTA DE NOMBRAMIENTO.
- COPIA DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE CUERPO DE BOMBEROS DEL AÑO ACTUAL.
- COPIA DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO Y PATENTE DEL AÑO ANTERIOR MUNICIPAL.
- IMPUESTO A LA RENTA/ Compañía Balance 2015
- CERTIFICADO DE INSPECCION FINAL MUNICIPAL
- PAGO DE PREDIOS URBANO (DEL LOCAL)

NOTA:

- LA SOLICITUD DEBERÁ SER DIRIGIDA AL SR. ALCALDE ING. JOSÉ YÚNEZ PARRA.



MUNICIPALIDAD DE
SAMBORONDÓN
Somos parte de ti

Palacio Municipal:
Malecón entre Calixto Romero y García Moreno
Telf.: 2024257 - 2024089 - 2024087
E-mail: info@samborondon.gob.ec

Agencia Sur:
Km. 10,5 Av. Samborondón
Telf.: 5126035 - 5126045
Web site: www.samborondon.gob.ec

Fuente: Ilustre Municipalidad del Cantón Samborondón.

Anexo 3. Solicitud para registro de patente de personas naturales.



Ilustre Municipalidad del Cantón Samborondón

**SOLICITUD PARA REGISTRO DE PATENTE
PERSONAS NATURALES**

PRIMERA VEZ RENOVACION

SOLICITUD No.		
DIA	MES	AÑO

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS		NOMBRES		
PATERO	MATERO	1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE	R. U.C.

DATOS DEL SOLICITANTE				
DIRECCION LEGAL DEL CONTRIBUYENTE	TELEFONO (S)	FAX	CASILLA	
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE ALLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONOMICA		CAPITAL PROPIO	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	MES	DIA	AÑO	SI/ _____

CLASIFICACION DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERA EN EL CANTON SAMBORONDON

CLASE A DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	<input type="checkbox"/>
CLASE B DOMICILIO LEGAL EN EL CANTON CON UNA O MAS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTON	<input type="checkbox"/>
CLASE C NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTON Y CON UNA O MAS INSTALACIONES LOCALES DENTRO DEL CANTON	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD			
COMERCIAL <input type="checkbox"/>	INDUSTRIAL <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
FINANCIERA <input type="checkbox"/>	ARTESANAL <input type="checkbox"/>	ESPECIFIQUE _____	
ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____			

INFORMACION ESTADISTICA			
ESTA AFILIADO A ALGUNA CAMARA DE PRODUCCION			CANTIDAD DE TRABAJADORES
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>		1 - 20 <input type="checkbox"/>
AGRICULTURA <input type="checkbox"/>	CONSTRUCCION <input type="checkbox"/>	INDUSTRIA <input type="checkbox"/>	21 - 50 <input type="checkbox"/>
COMERCIO <input type="checkbox"/>	PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/>	ARTESANIA <input type="checkbox"/>	51 - 200 <input type="checkbox"/>
			201 - 501 <input type="checkbox"/>
			MAS DE 501 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCION)

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACION PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSIDADES.	LIQUIDADO POR	RELIQUIDADO POR
	SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR (EN CASO DE ESTAR OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD)

SI AL RELIQUIDAR EL TRIBUTO SE DESPRENDE UN VALOR A FAVOR DE LA MUNICIPALIDAD DE SAMBORONDON EL MISMO SERA CARGADO COMO DEUDA Y SE COBRARA AL MOMENTO DE RENOVAR LA PATENTE ANUAL O MENSUAL.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL USO DE LOCALES, POR LO TANTO, TRAMITE SU HABILITACION

F 96 07 003

Fuente: Ilustre Municipalidad del Cantón Samborondón.

Anexo 4. Solicitud para habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.



Ilustre Municipalidad del Cantón Samborondón

**SOLICITUD PARA HABILITACION DE LOCALES
COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS**

SOLICITUD No.		
DIA	MES	AÑO

PRIMERA VEZ RENOVACION

DATOS DEL CONTRIBUYENTE

APELLIDOS		NOMBRES		CEDULA DE CIUDADANIA
PATERNO	MATERNO	1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE	R.U.C.

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

APELLIDOS		NOMBRES		R.U.C.
PATERNO	MATERNO	1ER. NOMBRE	2DO. NOMBRE	

DATOS DEL LOCAL

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO			PATENTE N°	AÑO
CIUDAD	PARROQUIA	ZONA	CODIGO CATASTRAL	
DIRECCION DEL LOCAL			FECHA INICIO ACTIVIDAD ECONOMICA	AÑO
			DIA	MES

GENERO DE LA ACTIVIDAD	SUPERFICIE OCUPADA	ESTRUCTURA DE EDIFICACION	
CODIGO DE ACTIVIDAD (Ver Tabla A) ESPECIFICAR ACTIVIDAD	ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES MAYOR O IGUAL 200 Mts.2 <input type="checkbox"/> MENOR A 200 Mts.2 Y MAYOR A 50 Mts.2 <input type="checkbox"/> MENOR O IGUAL A 50 Mts.2 <input type="checkbox"/>	ESTABLECIMIENTOS INDUSTRIALES MAYOR O IGUAL 1.500 Mts.2 <input type="checkbox"/> MENOR A 1.500 Mts.2 Y MAYOR A 200 Mts.2 <input type="checkbox"/> MENOR O IGUAL A 200 Mts.2 <input type="checkbox"/>	HORMIGON ARMADO <input type="checkbox"/> METALICA <input type="checkbox"/> MIXTA: MADERA - CEMENTO O DE MADERA <input type="checkbox"/>

TABLA A

CLASIFICACION DE LOS LOCALES O ESTABLECIMIENTOS SEGUN SU GENERO DE ACTIVIDAD O PRODUCTOS PARA EL CUAL ESTA DESTINADO

- TIPO A.-** 1.- Supermercados 2.- Minimercados y almacenes en general que expendan alimentos específicos, tales como panaderías, pastelerías, heladerías, pescaderías y similares. 3.- Tiendas de abarrotes o de viveres en general, sean fresco o enlatados. 4.- Terrenos o locales que expendan al público embutidos o productos cárnicos.
- TIPO B.-** 1.- Industria de productos alimenticios. 2.- Industria de productos no perecibles. 3.- Industrias de la construcción que usan materiales extraídos del suelo. 4.- Canteras, Areneras.
- TIPO C.-** 1.- Las bodegas o frigoríficos destinados exclusivamente para almacenar productos perecibles. 2.- Las bodegas destinadas exclusivamente para almacenar productos no perecibles. 3.- Las bodegas de productos químicos no inflamables. 4.- Las bodegas de productos inflamables. 5.- Depósitos de gas doméstico.
- TIPO D.-** 1.- Los grandes almacenes destinados a venta de productos no perecibles. 2.- Los almacenes medianos destinados a la venta de productos no perecibles. 3.- Almacenes pequeños bazares, boutiques, 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 Funerarios. 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.-** 1.- Locales donde funcionan agencias de publicidad, de viajes o de seguros. 2.- Locales donde funcionan compañías de representación u otras similares.
- TIPO J.-** 1.- Talleres de reparación de artefactos eléctricos y domésticos. 2.- Otro tipo de talleres tales como: relojería, servicios de enmarcados de fotografía y no clasificados.
- TIPO K.-** 1.- Cines, Teatros. 2.- Salas de Fiestas, Discotecas o Peñas. 3.- Sala de Convenciones o de Exposición. 4.- Otros locales habilitados por la oficina de Espectáculos Públicos y que no correspondan a las 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.- Instalaciones tengan aire acondicionado. 2.- Cafeterías, Restaurantes y salones, equipados con aire acondicionado, 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 gráfica. 3.- Estaciones de Televisión.

Fuente: Ilustre Municipalidad del Cantón Samborondón.

Anexo 5. Valores de arriendo del Centro Comercial Las Terrazas.

Isaac Prieto
0993244151 – administracion@cclasterrazas.com

CENTRO COMERCIAL LAS TERRAZAS

El Centro Comercial cuenta con las siguientes instalaciones y servicios generales:

- Un Ascensor marca MITSUBISHI
- Generador de Emergencia para ascensor, alumbrado y tomacorrientes
- Mantenimiento de áreas comunes
- Seguridad, limpieza, mantenimiento.
- Parqueo del Centro Comercial (132 espacios)

Cada local cuenta con las siguientes instalaciones y servicios:

- Aire acondicionado central
- Ductería y cableado para la contratación de Internet
- Ductería para contratación de TV por Cable
- Ductería y cableado para teléfono)

VALORES DE ARRIENDO

Locales comerciales (3)	\$ 21.00 c/m2	
Alicuota mensual de mantenimiento	\$ 5.50 c/m2	
Arriendo 90,00 m2 x \$ 21.00 = \$1.890,00 + IVA =		\$2.154,60
Alicuota Mantenimiento 90,00 m2 x \$ 5.50 = \$495 + IVA =		\$564,30
Local de Venta de Servicios		\$2.718,90

Requisitos:

Para considerar el alquiler del local:

- Presentación del negocio: (tipo de actividad, experiencia o local previo, nombre del negocio y de l@(s) propietario@(s), expectativas que se tengan del CC Las Terrazas, posible diseño, acabados, menú (en el caso de locales de comida). Instalación de Extractor tipo hongo ACR-U-B con bandeja para grasa (para locales que preparan alimentos).
- Autorización de BURO de crédito del interesado y un garante.

Una vez comunicada la aceptación del local y confirmado el interés de tomarlo en arriendo, para la firma del contrato:

- Valor de concesión (equivalente a 1 mes de arriendo más alícuota, por cada año de contrato).
- 1 mes de de arriendo y 1 mes de alícuota, como garantía.
- 3 meses anticipados de arriendo, sin alícuota.
- Contrato lleno y firmado con:
 - Razón Social del Negocio y línea de productos ó servicios
 - Firma del Gerente
 - Firma de Garante
 - Copia de RUC ó Cédula
- Contar con 1 garante: Con firma - # RUC – copia de Cédula.
- 3 referencias comerciales del interesado y el garante.
- Nombramiento del representante legal y Nómina de accionistas de la Súper Intendencia de Compañía.
- Teléfonos y correo electrónicos de interesado y garante.

Fuente: Administración del Centro Comercial Las Terrazas.

Anexo 6. Costeo de carne de hamburguesa.

COSTEO DE CARNE DE HAMBURGUESA

INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Carne molida	0,200	kg	6,26	\$1,25
huevo	1,000	u	0,12	\$0,12
Ralladura pan	0,200	gr	0,80	\$0,16
sal	0,015	gr	0,40	\$0,01
pimienta	0,005	gr	7,00	\$0,04
cebolla blanca	0,100	gr	2,42	\$0,24
comino	0,005	gr	7,50	\$0,04
<i>Total materia prima</i>				\$1,85

7.15 (si son 800 gr)

1,25 cada 200 gr (regla de 3)

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7. Costeo de aderezo cesar.

ADEREZO CESAR

INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
anchoas	0,200	kg	6,26	\$1,25
huevo	1,000	u	0,12	\$0,12
mostaza	0,200	gr	0,80	\$0,16
sal	0,015	gr	0,40	\$0,01
pimienta	0,005	gr	7,00	\$0,04
limón	0,100	gr	2,42	\$0,24
vinagre	0,005	gr	7,50	\$0,04
<i>Total materia prima</i>				\$1,85

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8. Costeo de menestra.

MENESTRA

INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
frejol	0,010	gr	1,46	\$0,01
sal	0,015	gr	0,40	\$0,01
pimienta	0,005	gr	7,00	\$0,04
cebolla blanca	0,100	gr	2,42	\$0,24
comino	0,005	gr	7,50	\$0,04
<i>Total materia prima</i>				\$0,34

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 9. Costeo de guacamole.

GUACAMOLE

INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
aguacate	0,050	gr	2,50	\$0,13
sal	0,015	gr	0,40	\$0,01
tomate	0,010	gr	1,40	\$0,01
cebolla blanca	0,100	gr	2,42	\$0,24
cilantro	0,005	gr	2,20	\$0,01
limón	0,010	gr	2,12	\$0,02
<i>Total materia prima</i>				\$0,42

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 10. Costeo de salsa gravy.

SALSA GRAVY

INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
mantequilla	0,010	gr	5,81	\$0,06
sal	0,015	gr	0,40	\$0,01
pimienta	0,005	gr	7,00	\$0,04
harina	0,010	gr	2,55	\$0,03
caldo de hueso	0,500	ml	1,22	\$0,61
<i>Total materia prima</i>				\$0,73

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 11. Costeo de caldo de hueso.

CALDO DE HUESO DE RES

INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
hueso de res	0,500	gr	1,75	\$0,88
sal	0,015	gr	0,40	\$0,01
pimienta	0,005	gr	7,00	\$0,04
pimiento	0,200	gr	1,50	\$0,30
agua	1,000	lt	-	-
<i>Total materia prima</i>				\$1,22

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 12. Costeo de Jackson burger.

Nombre completo:	Jackson Burger			
PVP:	\$4,31	PVP oficial	\$6.00	
Costo fijo total	\$2,91			
Costo variable Total	\$2,91			
Costo total	\$5,82			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	-\$1,51	-35%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	-\$1,28	-30%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$1,48	-34%		
Utilidad neta por porción	-\$1,48	-34%		
Pax por recetas :	1			
	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
INGREDIENTES				
Hamburguesa	0,200	gr	1,85	\$0,37
Queso cheddar	0,010	gr	10,05	\$0,10
Lechuga	0,010	gr	5,00	\$0,05
Tomate	0,020	gr	1,40	\$0,03
Cebolla	0,010	gr	2,42	\$0,02
Pan	1,000		0,20	\$0,20
Total materia prima				\$0,77
Margen de error			13%	\$0,10
Costo directo de producción				\$0,87
Costo indirecto de producción			70%	\$2,04
Costo total de preparación				\$2,91
Costo Total por porción				\$2,91
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$0,87
Precio de venta				\$3,78
IVA			14%	\$0,53
Servicio			10%	\$0,05
Precio de venta al público(PVP)				\$4,31
Ganancia operativa				\$1,40
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 13. Costeo de Metallica burger.

Nombre completo:	Metallica Burger			
PVP:	\$4,91	PVP oficial	\$7.00	
Costo fijo total	\$3,33			
Costo variable Total	\$3,33			
Costo total	\$6,66			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	-\$1,76	-36%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	-\$1,50	-30%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$1,71	-35%		
Utilidad neta por porción	-\$1,71	-35%		
Pax por recetas :	1			
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Hamburguesa	0,200	gr	1,85	\$0,37
Champiñones	0,010	gr	9,43	\$0,09
Queso holandés	0,010	gr	9,97	\$0,10
Aderezo César	0,010	gr	1,85	\$0,02
Lechuga	0,010	gr	5,00	\$0,05
Tomate	0,020	gr	1,40	\$0,03
Cebolla	0,010	gr	2,42	\$0,02
Pan	1,000		0,20	\$0,20
Total materia prima				\$0,88
Margen de error			13%	\$0,12
Costo directo de producción				\$1,00
Costo indirecto de producción			70%	\$2,33
Costo total de preparación				\$3,33
Costo Total por porción				\$3,33
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$1,00
Precio de venta				\$4,33
IVA			14%	\$0,14
Servicio			10%	\$0,43
Precio de venta al público(PVP)				\$4,91
Ganancia operativa				\$1,57
% porcentaje de utilidad operativa				32%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 14. Costeo de Madonna burger.

Nombre completo:	Madonna Burger			
PVP:	\$5,24	PVP oficial	\$7.50	
Costo fijo total	\$3,53			
Costo variable Total	\$3,53			
Costo total	\$7,07			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	-\$1,83	-35%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	-\$1,56	-30%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$1,80	-34%		
Utilidad neta por porción	-\$1,80	-34%		
Pax por recetas :	1			
			COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.		
Hamburguesa	0,200	gr	1,85	\$0,37
Queso cheddar	0,010	gr	10,05	\$0,10
Tocino	0,010	gr	11,62	\$0,12
<i>Bbq</i>	0,010	gr	4,95	\$0,05
Lechuga	0,010	gr	5,00	\$0,05
Tomate	0,020	gr	1,40	\$0,03
Cebolla	0,010	gr	2,42	\$0,02
Pan	1,000		0,20	\$0,20
Total materia prima				\$0,94
Margen de error			13%	\$0,12
Costo directo de producción				\$1,06
Costo indirecto de producción			70%	\$2,47
Costo total de preparación				\$3,53
Costo Total por porción				\$3,53
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$1,06
Precio de venta				\$4,60
IVA			14%	\$0,64
Servicio			10%	\$0,06
Precio de venta al público(PVP)				\$5,24
Ganancia operativa				\$1,70
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 15. Costeo de Bon Jovi burger.

Nombre completo:	Bon Jovi Burger			
PVP:	\$4,60	PVP oficial	\$7.50	
Costo fijo total	\$0,93			
Costo variable Total	\$3,10			
Costo total	\$4,03			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$0,56	12%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$0,48	10%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$0,19	-4%		
Utilidad neta por porción	-\$0,19	-4%		
Pax por recetas :	1			
			COSTO UNITARIO	COSTO
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	(\$)	(\$)
Hamburguesa	0,200	gr	1,85	\$0,37
Menestra	0,020	gr	0,34	\$0,01
Guacamole	0,020	gr	0,42	\$0,01
Queso	0,020	gr	6,79	\$0,14
Lechuga	0,010	gr	5,00	\$0,05
Tomate	0,020	gr	1,40	\$0,03
Cebolla	0,010	gr	2,42	\$0,02
Pan	1,000		0,20	\$0,20
Total materia prima				\$0,82
Margen de error			13%	\$0,11
Costo directo de producción				\$0,93
Costo indirecto de producción			70%	\$2,17
Costo total de preparación				\$3,10
Costo total por porción				\$3,10
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$0,93
Precio de venta				\$4,03
IVA			14%	\$0,56
Servicio			10%	\$0,06
Precio de venta al público(PVP)				\$4,60
Ganancia operativa				\$1,49
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 16. Costeo de Veggie burger.

Nombre completo:	Veggie Burger			
PVP:	\$4,94	PVP oficial	\$7.50	
Costo fijo total	\$0,00			
Costo variable Total	\$1,00			
Costo total	\$1,00			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$3,94	80%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$3,35	68%		
Utilidad neta después de impuestos	\$1,92	39%		
Utilidad neta por porción	\$1,92	39%		
Pax por recetas :	1			
			COSTO UNITARIO	COSTO
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	(\$)	(\$)
Hamburguesa	0,200	gr	1,85	\$0,37
Champiñones	0,010	gr	9,43	\$0,09
Queso holandés	0,010	gr	9,97	\$0,10
Aderezo cesar	0,010	gr	1,85	\$0,02
Lechuga	0,010	gr	5,00	\$0,05
Tomate	0,020	gr	1,40	\$0,03
Cebolla	0,010	gr	2,42	\$0,02
Pan	1,000		0,20	\$0,20
Total materia prima				\$0,88
Margen de error			13%	\$0,12
Costo directo de producción				\$1,00
Costo indirecto de producción			70%	\$2,33
Costo total de preparación				\$3,33
Costo Total por porción				\$3,33
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$1,00
Precio de venta				\$4,33
IVA			14%	\$0,61
Servicio			10%	\$0,06
Precio de venta al público(PVP)				\$4,94
Ganancia operativa				\$1,61
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 17. Costeo de Nirvana burger.

Nombre completo:	Nirvana Burger			
PVP:	\$7,20	PVP oficial	\$9.00	
Costo fijo total	\$4,86			
Costo variable Total	\$3,40			
Costo total	\$8,26			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	-\$1,06	-15%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	-\$0,90	-13%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$1,54	-21%		
Utilidad neta pr porción	-\$1,54	-21%		
Pax por recetas :	1			
			COSTO UNITARIO	COSTO
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	(\$)	(\$)
Hamburguesa	0,200	gr	1,85	\$0,37
Queso cheddar	0,010	gr	10,05	\$0,10
Queso holandés	0,010	gr	9,97	\$0,10
Huevo	1,000	u	0,12	\$0,12
Tocino	0,010	gr	11,62	\$0,12
Jamón	0,010	gr	18,18	\$0,18
Lechuga	0,010	gr	5,00	\$0,05
Tomate	0,020	gr	1,40	\$0,03
Cebolla	0,010	gr	2,42	\$0,02
Pan	1,000		0,20	\$0,20
Total materia prima				\$1,29
Margen de error			13%	\$0,17
Costo directo de producción				\$1,46
Costo indirecto de producción			70%	\$3,40
Costo total de preparación				\$4,86
Costo Total por porción				\$4,86
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$1,46
Precio de venta				\$6,32
IVA			14%	\$0,88
Servicio			10%	\$0,09
Precio de venta al público(PVP)				\$7,20
Ganancia operativa				\$2,34
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 18. Costeo de papas fritas.

Nombre completo:	Papas fritas			
PVP:	\$1,66	PVP oficial	\$2.00	
Costo fijo total	\$0,00			
Costo variable Total	\$0,34			
Costo total	\$0,34			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$1,32	80%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$1,13	68%		
Utilidad neta después de impuestos	\$0,65	39%		
Utilidad neta por porción	\$0,65	39%		
Pax por recetas :	1			
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Papa	0,200	gr	1,20	\$0,24
Aceite	0,010	gr	3,24	\$0,03
Sal	0,010	gr	0,40	\$0,00
Paprika	0,010	gr	2,12	\$0,02
<i>Total materia prima</i>				\$0,30
<i>Margen de error</i>			13%	\$0,04
<i>Costo directo de producción</i>				\$0,34
<i>Costo indirecto de producción</i>			70%	\$0,78
<i>Costo total de preparación</i>				\$1,12
<i>Costo Total por porción</i>				\$1,12
<i>% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta</i>			30%	\$0,34
<i>Precio de venta</i>				\$1,46
<i>IVA</i>			14%	\$0,20
<i>Servicio</i>			10%	\$0,02
<i>Precio de venta al público(PVP)</i>				\$1,66
<i>Ganancia operativa</i>				\$0,54
<i>% porcentaje de utilidad operativa</i>				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 19. Costeo de papas fritas extra queso y tocino.

Nombre completo:	Papas fritas extra queso y tocino			
PVP:	\$2,87	PVP oficial	\$3.00	
Costo fijo total	\$0,00			
Costo variable Total	\$0,58			
Costo total	\$0,58			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$2,29	80%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$1,95	68%		
Utilidad neta después de impuestos	\$1,12	39%		
Utilidad neta por porción	\$1,12	39%		
Pax por recetas :	1			
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Papa	0,200	gr	1,20	\$0,24
Aceite	0,010	ml	3,24	\$0,03
Sal	0,010	gr	0,40	\$0,00
Paprika	0,010	gr	2,12	\$0,02
Queso cheddar	0,010	gr	10,05	\$0,10
Tocino	0,010	gr	11,62	\$0,12
<i>Total materia prima</i>				\$0,51
<i>Margen de error</i>			13%	\$0,07
<i>Costo directo de producción</i>				\$0,58
<i>Costo indirecto de producción</i>			70%	\$1,36
<i>Costo total de preparación</i>				\$1,94
<i>Costo Total por porción</i>				\$1,94
<i>% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta</i>			30%	\$0,58
<i>Precio de venta</i>				\$2,52
<i>IVA</i>			14%	\$0,35
<i>Servicio</i>			10%	\$0,04
<i>Precio de venta al público(PVP)</i>				\$2,87
<i>Ganancia operativa</i>				\$0,93
<i>% porcentaje de utilidad operativa</i>				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 20. Costeo de poutine.

Nombre completo:	<i>Poutine</i>			
PVP:	\$3,71	PVP oficial	\$4.00	
Costo fijo total	\$0,00			
Costo variable Total	\$0,75			
Costo total	\$0,75			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$2,96	80%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$2,51	68%		
Utilidad neta después de impuestos	\$1,44	39%		
Utilidad neta por porción	\$1,44	39%		
Pax por recetas :	1			
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Papa	0,300	gr	1,20	\$0,36
Aceite	0,010	gr	3,24	\$0,03
Sal	0,010	gr	0,40	\$0,00
Paprika	0,010	gr	2,12	\$0,02
Queso cheddar	0,010	gr	10,05	\$0,10
Salsa gravy	0,200	gr	0,73	\$0,15
Total materia prima				\$0,66
Margen de error			13%	\$0,09
Costo directo de producción				\$0,75
Costo indirecto de producción			70%	\$1,75
Costo total de preparación				\$2,50
Costo Total por porción				\$2,50
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$0,75
Precio de venta				\$3,25
IVA			14%	\$0,46
Servicio			10%	\$0,05
Precio de venta al público(PVP)				\$3,71
Ganancia operativa				\$1,21
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 21. Costeo de milkshake M&M's.

Nombre completo:	Milkshake M&M's			
PVP:	\$4,14	PVP oficial	\$4.00	
Costo fijo total	\$0,84			
Costo variable Total	\$2,79			
Costo total	\$3,63			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$0,51	12%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$0,43	10%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$0,17	-4%		
Utilidad neta por porción	-\$0,17	-4%		
Pax por recetas :	1			
INGREDIENTES	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
Leche	0,100	ml	1,55	\$0,16
Helado de chocolate	0,020	gr	2,29	\$0,05
Azúcar	0,010	gr	1,02	\$0,01
M&M	0,500	gr	1,06	\$0,53
Total materia prima				\$0,74
Margen de error			13%	\$0,10
Costo directo de producción				\$0,84
Costo indirecto de producción			70%	\$1,95
Costo total de preparación				\$2,79
Costo Total por porción				\$2,79
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$0,84
Precio de venta				\$3,63
IVA			14%	\$0,51
Servicio			10%	\$0,05
Precio de venta al público(PVP)				\$4,14
Ganancia operativa				\$1,35
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 22. Costeo de *pinky milkshake*.

Nombre completo:	<i>Pinky Milkshake</i>			
PVP:	\$2,24	PVP oficial	\$3.50	
Costo fijo total	\$0,45			
Costo variable Total	\$1,51			
Costo total	\$1,96			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$0,27	12%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$0,23	10%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$0,09	-4%		
Utilidad neta por porción	-\$0,09	-4%		
Pax por recetas :	1			
	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
INGREDIENTES				
Leche	0,200	ml	1,55	\$0,31
Helado de frutilla	0,020	gr	2,29	\$0,05
Azúcar	0,010	gr	1,02	\$0,01
Frutillas	0,010	gr	3,51	\$0,04
Total materia prima				\$0,40
Margen de error			13%	\$0,05
Costo directo de producción				\$0,45
Costo indirecto de producción			70%	\$1,06
Costo total de preparación				\$1,51
Costo Total por porción				\$1,51
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$0,45
Precio de venta				\$1,96
IVA			14%	\$0,27
Servicio			10%	\$0,03
Precio de venta al público(PVP)				\$2,24
Ganancia operativa				\$0,73
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 23. Costeo de *blanky milshake*.

Nombre completo:	<i>Blanky Milshake</i>			
PVP:	\$2,28	PVP oficial	\$3.50	
Costo fijo total	\$0,46			
Costo variable Total	\$1,54			
Costo total	\$2,00			
Utilidad neta antes de obligaciones laborales	\$0,28	12%		
Utilidad neta después de obligaciones laborales	\$0,24	10%		
Utilidad neta después de impuestos	-\$0,10	-4%		
Utilidad neta por porción	-\$0,10	-4%		
Pax por recetas :	1			
	CANTIDAD BRUTA	UNID.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO (\$)
INGREDIENTES				
Leche	0,200	ml	1,55	\$0,31
Helado de vainilla	0,020	ml	2,29	\$0,05
Azúcar	0,010	gr	1,02	\$0,01
Galletas oreos	0,010	gr	4,32	\$0,04
Total materia prima				\$0,41
Margen de error			13%	\$0,05
Costo directo de producción				\$0,46
Costo indirecto de producción			70%	\$1,08
Costo total de preparación				\$1,54
Costo Total por porción				\$1,54
% porcentaje de utilidad esperada al precio de venta			30%	\$0,46
Precio de venta				\$2,00
IVA			14%	\$0,28
Servicio			10%	\$0,03
Precio de venta al público(PVP)				\$2,28
Ganancia operativa				\$0,74
% porcentaje de utilidad operativa				33%

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 24. Costeo de equipamiento requerido.

	Artículo	Cantidad	Costo unitario	Total Costo	
Equipamiento de cocina	Cocina con grill y freidora	1	\$1.600,00	\$1.600,00	
	Horno industrial	1	\$690,00	\$690,00	
	Licuada industrial	1	\$585,00	\$585,00	
	Máquina para milkshakes	1	\$890,00	\$890,00	
	Refrigeradora	1	\$1.790,00	\$1.790,00	
	Congelador	1	\$850,00	\$850,00	
	Campana extractora de olores	1	\$250,00	\$250,00	
	Lavadero de dos pozos	1	\$850,00	\$850,00	
	Estanterías	2	\$100,00	\$200,00	\$7.705,00
Utensilios de cocina	Tabla de picar de plástico	3	\$7,00	\$21,00	
	Cuchillo cebollero	3	\$6,00	\$18,00	
	Puntillas	3	\$3,00	\$9,00	
	Bowls pequeños de acero inoxidable	6	\$7,00	\$42,00	
	Bowls grandes de acero inoxidable	4	\$15,00	\$60,00	
	Espátula de acero inoxidable	4	\$7,00	\$28,00	
	Pinzas para parrilla de acero inoxidable	4	\$5,00	\$20,00	
	Juego de cucharas medidoras de acero inoxidable	2	\$11,00	\$22,00	
	Juego de tazas medidoras de acero inoxidable	2	\$20,00	\$40,00	\$260,00
	Vajilla, cubiertos y cristalería	Base de madera para hamburguesas	100	\$2,50	\$250,00
Pocillos para papas fritas		100	\$15,00	\$1.500,00	
Vasos de batidos		60	\$1,50	\$90,00	
Juego de cubiertos de 12 piezas		5	\$39,00	\$195,00	
Pocillos para salsas		20	\$10,00	\$200,00	\$2.235,00
Mantele ría	Servilletas	1625	\$8,45	\$8,45	
	Limpiones	10	\$2,00	\$20,00	
	Porta servilletas	8	\$15,00	\$120,00	\$148,45
Muebles y enseres	Mesas cuadradas	4	\$90,00	\$360,00	
	Mesas largas	2	\$200,00	\$400,00	
	Sillas en forma de rugby	12	\$60,00	\$720,00	
	Sillones largos	2	\$140,00	\$280,00	
Equipos y suministro de oficina	Charoles de acero inoxidable	4	\$12,00	\$48,00	\$1.808,00
	Caja registradora	1	\$260,00	\$260,00	
	Silla para cajera	1	\$40,00	\$40,00	
	Podium	1	\$50,00	\$50,00	
	Datafase	1	\$390,00	\$390,00	
	Impresora	1	\$250,00	\$250,00	
	Computadora	1	\$690,00	\$690,00	
	Rockola	1	\$980,00	\$980,00	
	Maquina de videojuego	1	\$650,00	\$650,00	
	Archivador metálico	2	\$140,00	\$280,00	
	Resma papel bond	2	\$3,50	\$7,00	
	Perforadora	2	\$6,00	\$12,00	
	Grapadora	2	\$14,00	\$28,00	

Uniformes	Suministros de limpieza	Caja de grapas	1	\$2,00	\$2,00	
		Caja de clips	1	\$0,50	\$0,50	
		Bolígrafos	10	\$1,00	\$10,00	
		Basurero	3	\$45,00	\$135,00	
		Cámara de seguridad	1	\$200,00	\$200,00	\$3.984,50
		Escoba plástica	2	\$4,00	\$8,00	
		Lavaplatos	3	\$1,50	\$4,50	
		Estropajos	3	\$0,50	\$1,50	
		Fundas de basuras grandes	8	\$0,50	\$4,00	
		Viledas	4	\$0,75	\$3,00	
		Galón de shampoo para limpiar baño	1	\$24,00	\$24,00	
		Jabón líquido	1	\$3,00	\$3,00	
		Papel higiénico	24	\$4,00	\$96,00	
		Toalla de mano	6	\$0,75	\$4,50	\$148,50
		Uniformes de meseros y capitán	4	\$30,00	\$120,00	
		Uniforme del chef	1	\$39,00	\$39,00	
		Uniforme de los ayudantes de cocina	2	\$25,00	\$50,00	\$209,00
			\$16.498,45			

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 25. Capital de trabajo.

Factor Caja (ciclo de caja)	30 DÍAS
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	
Materiales directos	\$5.269.961,25
Materiales indirectos	\$91.980,00
Suministros y servicios	\$3.120,00
Mano de obra directa	\$52.668,74
Mano de obra indirecta	\$7.203,60
Mantenimiento y seguros	\$7.021,60
SUBTOTAL	\$5.431.955,19
Requerimiento diario	\$15.088,76
Requerimiento ciclo de caja	\$452.662,93
Inventario Inicial	\$109.790,86
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	\$562.453,79
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	
Gastos generales que representan desembolso	\$64.437,60
SUBTOTAL	\$64.437,60
Requerimiento diario	\$178,99
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$5.369,80
CAPITAL DE TRABAJO	\$567.823,59

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 26. Plan de inversión.

FASE PREOPERATIVA	
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	
Readecuación Local	\$9.300,00
Equipamiento de cocina	\$7.705,00
Utensilios de cocina	\$260,00
Vajillas, cubiertos y cristalería	\$2.235,00
Mantelería	\$148,45
Muebles y enseres	\$1.808,00
Equipos y suministro de oficinas	\$3.984,50
Suministros de limpieza	\$148,50
Uniformes	\$209,00
Subtotal	\$25.798,45
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	\$1.000,00
Depósito en garantía de alquiler	\$2.430,00
Publicidad Preoperativa	\$1.000,00
Imprevistos (3% de los activos diferidos)	\$132,90
Subtotal	\$4.562,90
CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de Trabajo Operativo	\$562.453,79
Capital de Trabajo Administrativo y Ventas	\$5.369,80
Subtotal	\$567.823,59
INVERSIÓN TOTAL	\$598.184,94

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 27. Tabla del financiamiento.

NUEVO CRÉDITO MEDIANO / LARGO PLAZO CUOTA DECRECIENTE				
MONTO INICIAL:	\$418.729,46			
PLAZO:	12			
GRACIA TOTAL:	0			
GRACIA PARCIAL:	2			
INTERÉS NOMINAL:	12,00%			
PERÍODO DE PAGO:	Trimestral			
PERÍODO	PRINCIPAL	INTERÉS	AMORTIZ.	CUOTA
1	\$418.729,46	\$12.561,88	\$0,00	\$12.561,88
2	\$418.729,46	\$12.561,88	\$0,00	\$12.561,88
3	\$418.729,46	\$12.561,88	\$41.872,95	\$54.434,83
4	\$376.856,51	\$11.305,70	\$41.872,95	\$53.178,64
5	\$334.983,57	\$10.049,51	\$41.872,95	\$51.922,45
6	\$293.110,62	\$8.793,32	\$41.872,95	\$50.666,26
7	\$251.237,68	\$7.537,13	\$41.872,95	\$49.410,08
8	\$209.364,73	\$6.280,94	\$41.872,95	\$48.153,89
9	\$167.491,78	\$5.024,75	\$41.872,95	\$46.897,70
10	\$125.618,84	\$3.768,57	\$41.872,95	\$45.641,51
11	\$83.745,89	\$2.512,38	\$41.872,95	\$44.385,32
12	\$41.872,95	\$1.256,19	\$41.872,95	\$43.129,13

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 28. Tabla de seguros, mantenimiento y depreciación.

	INVERSIONES					
	DEPRECIAC.	MANTENIM.	SEGUROS	DEPRECIAC.	MANTENIM.	SEGUROS
COSTO DE PRODUCCIÓN:	PORCENTAJE			USD		
Readecuación del local	5%	3%	2%	465,00	279,00	186,00
Equipamiento de cocina	10%	2%	2%	930,00	154,10	154,10
Utensilios de cocina	20%	0%	0%	1.860,00	0,00	0,00
Vajillas, cubiertos y cristalería	20%	0%	0%	1.860,00	0,00	0,00
Muebles y enseres	10%	1%	1%	180,80	18,08	18,08
Equipos y suministros de oficina	20%	2%	1%	796,90	79,69	39,85
Subtotal				6.092,70	530,87	398,03

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 29. Tabla de ingresos proyectado a 5 años.

Población Objetivo	45.625		← Año 1		
	PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
Jackson Burger	\$6,00	11.406	\$68.437,50	\$821.250,00	
Metallica Burger	\$7,00	9.125	\$63.875,00	\$766.500,00	
Madonna Burger	\$7,50	6.844	\$51.328,13	\$615.937,50	
Bon Jovi Burger	\$7,50	6.844	\$51.328,13	\$615.937,50	
Veggie Burger	\$7,50	6.844	\$51.328,13	\$615.937,50	
Nirvana Burger	\$9,00	4.563	\$41.062,50	\$492.750,00	
Papas fritas	\$2,00	22.813	\$45.625,00	\$547.500,00	
Papas extra con queso y tocino	\$3,00	13.688	\$41.062,50	\$492.750,00	
Poutine	\$4,00	9.125	\$36.500,00	\$438.000,00	
Colas	\$1,00	36.500	\$36.500,00	\$438.000,00	
Agua	\$1,00	9.125	\$9.125,00	\$109.500,00	
Milkshake M&M	\$4,00	4.563	\$18.250,00	\$219.000,00	
PINKY Milkshake	\$3,50	2.281	\$7.984,38	\$95.812,50	
BLANKY Milkshake	\$3,50	2.281	\$7.984,38	\$95.812,50	
		146.000	\$530.390,63	\$6.364.687,50	

Población Objetivo	46.492		← Año 2		
	PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
Jackson Burger	\$6,00	11.623	\$69.737,81	\$836.853,75	
Metallica Burger	\$7,00	9.298	\$65.088,63	\$781.063,50	
Madonna Burger	\$7,50	6.974	\$52.303,36	\$627.640,31	
Bon Jovi Burger	\$7,50	6.974	\$52.303,36	\$627.640,31	
Veggie Burger	\$7,50	6.974	\$52.303,36	\$627.640,31	
Nirvana Burger	\$9,00	4.649	\$41.842,69	\$502.112,25	
Papas fritas	\$2,00	23.246	\$46.491,88	\$557.902,50	
Papas extra con queso y tocino	\$3,00	13.948	\$41.842,69	\$502.112,25	
Poutine	\$4,00	9.298	\$37.193,50	\$446.322,00	
Colas	\$1,00	37.194	\$37.193,50	\$446.322,00	
Agua	\$1,00	9.298	\$9.298,38	\$111.580,50	
Milkshake M&M	\$4,00	4.649	\$18.596,75	\$223.161,00	
PINKY Milkshake	\$3,50	2.325	\$8.136,08	\$97.632,94	
BLANKY Milkshake	\$3,50	2.325	\$8.136,08	\$97.632,94	
			\$540.468,05	\$6.485.616,56	

Población Objetivo

47.654

Año 3**MES 1 -12**

PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
Jackson Burger	\$6,00	11.914	\$71.481,26	\$857.775,09
Metallica Burger	\$7,00	9.531	\$66.715,84	\$800.590,09
Madonna Burger	\$7,50	7.148	\$53.610,94	\$643.331,32
Bon Jovi Burger	\$7,50	7.148	\$53.610,94	\$643.331,32
Veggie Burger	\$7,50	7.148	\$53.610,94	\$643.331,32
Nirvana Burger	\$9,00	4.765	\$42.888,75	\$514.665,06
Papas fritas	\$2,00	23.827	\$47.654,17	\$571.850,06
Papas extra con queso y tocino	\$3,00	14.296	\$42.888,75	\$514.665,06
Poutine	\$4,00	9.531	\$38.123,34	\$457.480,05
Colas	\$1,00	38.123	\$38.123,34	\$457.480,05
Agua	\$1,00	9.531	\$9.530,83	\$114.370,01
Milkshake M&M	\$4,00	4.765	\$19.061,67	\$228.740,03
PINKY Milkshake	\$3,50	2.383	\$8.339,48	\$100.073,76
BLANKY Milkshake	\$3,50	2.383	\$8.339,48	\$100.073,76
			\$553.979,75	\$6.647.756,98

Población Objetivo

49.084

Año 4**MES 1 -12**

PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS MES	INGRESOS AÑO
Jackson Burger	\$6,00	12.271	\$73.625,70	\$883.508,35
Metallica Burger	\$7,00	9.817	\$68.717,32	\$824.607,79
Madonna Burger	\$7,50	7.363	\$55.219,27	\$662.631,26
Bon Jovi Burger	\$7,50	7.363	\$55.219,27	\$662.631,26
Veggie Burger	\$7,50	7.363	\$55.219,27	\$662.631,26
Nirvana Burger	\$9,00	4.908	\$44.175,42	\$530.105,01
Papas fritas	\$2,00	24.542	\$49.083,80	\$589.005,56
Papas extra con queso y tocino	\$3,00	14.725	\$44.175,42	\$530.105,01
Poutine	\$4,00	9.817	\$39.267,04	\$471.204,45
Colas	\$1,00	39.267	\$39.267,04	\$471.204,45
Agua	\$1,00	9.817	\$9.816,76	\$117.801,11
Milkshake M&M	\$4,00	4.908	\$19.633,52	\$235.602,23
PINKY Milkshake	\$3,50	2.454	\$8.589,66	\$103.075,97
BLANKY Milkshake	\$3,50	2.454	\$8.589,66	\$103.075,97
			\$570.599,14	\$6.847.189,69

Población Objetivo

51.538

Año 5
MES 1 -12
INGRESOS

PRODUCTOS	P. UNITARIO	CANTIDAD	MES	INGRESOS AÑO
Jackson Burger	\$6,00	12.884	\$77.306,98	\$927.683,76
Metallica Burger	\$7,00	10.308	\$72.153,18	\$865.838,18
Madonna Burger	\$7,50	7.731	\$57.980,24	\$695.762,82
Bon Jovi Burger	\$7,50	7.731	\$57.980,24	\$695.762,82
Veggie Burger	\$7,50	7.731	\$57.980,24	\$695.762,82
Nirvana Burger	\$9,00	5.154	\$46.384,19	\$556.610,26
Papas fritas	\$2,00	25.769	\$51.537,99	\$618.455,84
Papas extra con queso y tocino	\$3,00	15.461	\$46.384,19	\$556.610,26
Poutine	\$4,00	10.308	\$41.230,39	\$494.764,67
Colas	\$1,00	41.230	\$41.230,39	\$494.764,67
Agua	\$1,00	10.308	\$10.307,60	\$123.691,17
Milkshake M&M	\$4,00	5.154	\$20.615,19	\$247.382,34
PINKY Milkshake	\$3,50	2.577	\$9.019,15	\$108.229,77
BLANKY Milkshake	\$3,50	2.577	\$9.019,15	\$108.229,77
		164.922	\$599.129,10	\$7.189.549,17

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 30. Tabla de costos de materiales proyectado a 5 años.

Población Objetivo	54.750	← Año 1			
		MES 1 -12			
PRODUCTOS	C. UNITARIO	CANTIDAD	COSTOS MES	COSTOS AÑO	
Jackson Burger	\$4,14	13.688	\$56.666,25	\$679.995,00	
Metallica Burger	\$4,83	10.950	\$52.888,50	\$634.662,00	
Madonna Burger	\$5,18	8.213	\$42.499,69	\$509.996,25	
Bon Jovi Burger	\$5,18	8.213	\$42.499,69	\$509.996,25	
Veggie Burger	\$5,18	8.213	\$42.499,69	\$509.996,25	
Nirvana Burger	\$6,21	5.475	\$33.999,75	\$407.997,00	
Papas fritas	\$1,38	27.375	\$37.777,50	\$453.330,00	
Papas extra con queso y tocino	\$2,07	16.425	\$33.999,75	\$407.997,00	
Poutine	\$2,76	10.950	\$30.222,00	\$362.664,00	
Colas	\$0,69	43.800	\$30.222,00	\$362.664,00	
Agua	\$0,69	10.950	\$7.555,50	\$90.666,00	
Milkshake M&M	\$2,76	5.475	\$15.111,00	\$181.332,00	
PINKY Milkshake	\$2,42	2.738	\$6.611,06	\$79.332,75	
BLANKY Milkshake	\$2,42	2.738	\$6.611,06	\$79.332,75	
			\$439.163,44	\$5.269.961,25	

Población Objetivo	46.492	← Año 2			
		MES 1 -12			
PRODUCTOS	C. UNITARIO	CANTIDAD	COSTOS MES	COSTOS AÑO	
Jackson Burger	\$4,14	11.623	\$48.119,09	\$577.429,09	
Metallica Burger	\$4,83	9.298	\$44.911,15	\$538.933,82	
Madonna Burger	\$5,18	6.974	\$36.089,32	\$433.071,82	
Bon Jovi Burger	\$5,18	6.974	\$36.089,32	\$433.071,82	
Veggie Burger	\$5,18	6.974	\$36.089,32	\$433.071,82	
Nirvana Burger	\$6,21	4.649	\$28.871,45	\$346.457,45	
Papas fritas	\$1,38	23.246	\$32.079,39	\$384.952,73	
Papas extra con queso y tocino	\$2,07	13.948	\$28.871,45	\$346.457,45	
Poutine	\$2,76	9.298	\$25.663,52	\$307.962,18	
Colas	\$0,69	37.194	\$25.663,52	\$307.962,18	
Agua	\$0,69	9.298	\$6.415,88	\$76.990,55	
Milkshake M&M	\$2,76	4.649	\$12.831,76	\$153.981,09	
PINKY Milkshake	\$2,42	2.325	\$5.613,89	\$67.366,73	
BLANKY Milkshake	\$2,42	2.325	\$5.613,89	\$67.366,73	
			\$372.922,95	\$4.475.075,43	

Población Objetivo

47.654

Año 3

MES 1 -12

PRODUCTOS	C. UNITARIO	CANTIDAD	COSTOS MES	COSTOS AÑO
Jackson Burger	\$4,14	11.914	\$49.322,07	\$591.864,81
Metallica Burger	\$4,83	9.531	\$46.033,93	\$552.407,16
Madonna Burger	\$5,18	7.148	\$36.991,55	\$443.898,61
Bon Jovi Burger	\$5,18	7.148	\$36.991,55	\$443.898,61
Veggie Burger	\$5,18	7.148	\$36.991,55	\$443.898,61
Nirvana Burger	\$6,21	4.765	\$29.593,24	\$355.118,89
Papas fritas	\$1,38	23.827	\$32.881,38	\$394.576,54
Papas extra con queso y tocino	\$2,07	14.296	\$29.593,24	\$355.118,89
Poutine	\$2,76	9.531	\$26.305,10	\$315.661,23
Colas	\$0,69	38.123	\$26.305,10	\$315.661,23
Agua	\$0,69	9.531	\$6.576,28	\$78.915,31
Milkshake M&M	\$2,76	4.765	\$13.152,55	\$157.830,62
PINKY Milkshake	\$2,42	2.383	\$5.754,24	\$69.050,90
BLANKY Milkshake	\$2,42	2.383	\$5.754,24	\$69.050,90
			\$382.246,03	\$4.586.952,31

Población Objetivo

49.084

Año 4

MES 1 -12

PRODUCTOS	C. UNITARIO	CANTIDAD	COSTOS MES	COSTOS AÑO
Jackson Burger	\$4,14	12.271	\$50.801,73	\$609.620,76
Metallica Burger	\$4,83	9.817	\$47.414,95	\$568.979,38
Madonna Burger	\$5,18	7.363	\$38.101,30	\$457.215,57
Bon Jovi Burger	\$5,18	7.363	\$38.101,30	\$457.215,57
Veggie Burger	\$5,18	7.363	\$38.101,30	\$457.215,57
Nirvana Burger	\$6,21	4.908	\$30.481,04	\$365.772,46
Papas fritas	\$1,38	24.542	\$33.867,82	\$406.413,84
Papas extra con queso y tocino	\$2,07	14.725	\$30.481,04	\$365.772,46
Poutine	\$2,76	9.817	\$27.094,26	\$325.131,07
Colas	\$0,69	39.267	\$27.094,26	\$325.131,07
Agua	\$0,69	9.817	\$6.773,56	\$81.282,77
Milkshake M&M	\$2,76	4.908	\$13.547,13	\$162.565,54
PINKY Milkshake	\$2,42	2.454	\$5.926,87	\$71.122,42
BLANKY Milkshake	\$2,42	2.454	\$5.926,87	\$71.122,42
			\$393.713,41	\$4.724.560,88

Población Objetivo	51.538		Año 5		
				MES 1 -12	
PRODUCTOS	C. UNITARIO	CANTIDAD	COSTOS MES	COSTOS AÑO	
Jackson Burger	\$4,14	12.884	\$53.341,82	\$640.101,80	
Metallica Burger	\$4,83	10.308	\$49.785,70	\$597.428,34	
Madonna Burger	\$5,18	7.731	\$40.006,36	\$480.076,35	
Bon Jovi Burger	\$5,18	7.731	\$40.006,36	\$480.076,35	
Veggie Burger	\$5,18	7.731	\$40.006,36	\$480.076,35	
Nirvana Burger	\$6,21	5.154	\$32.005,09	\$384.061,08	
Papas fritas	\$1,38	25.769	\$35.561,21	\$426.734,53	
Papas extra con queso y tocino	\$2,07	10.308	\$21.336,73	\$256.040,72	
Poutine	\$2,76	10.308	\$28.448,97	\$341.387,63	
Colas	\$0,69	30.923	\$21.336,73	\$256.040,72	
Agua	\$0,69	5.154	\$3.556,12	\$42.673,45	
Milkshake M&M	\$2,76	7.731	\$21.336,73	\$256.040,72	
PINKY Milkshake	\$2,42	2.577	\$6.223,21	\$74.678,54	
BLANKY Milkshake	\$2,42	2.577	\$6.223,21	\$74.678,54	
			\$399.174,59	\$4.790.095,11	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 31. Tabla de costos de materiales indirectos en el primer año.

AÑO 1			
Materiales indirectos	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Vasos plásticos con sorbetes	525.600	\$0,14	\$73.584,00
Envolturas plásticas	131.400	\$0,04	\$5.256,00
Servilletas	657.000	\$0,02	\$13.140,00
			\$91.980,00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 32. Tabla de gastos aproximados de suministros y servicios.

DETALLE	Por mes	Al año
Energía eléctrica	\$120,00	\$1.440,00
Agua potable	\$35,00	\$420,00
Telefonía fija	\$20,00	\$240,00
TV Cable	\$30,00	\$360,00
Suministros de oficina	\$40,00	\$480,00
Internet	\$15,00	\$180,00
	\$260,00	\$3.120,00

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 33. Tabla de proyección de sueldos.

Sueldo Básico vigente:		ANO 1 2016												
Nómina Personal			Ingresos				Provisiones						Totales	
Cargo	No. Personal	Sueldo Base	Días Laborados	Sueldo Base	Total Ingresos	IESS 9,45%	13er Sueldo	14to Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total Provisiones	Total Mensual	Total Anual
Administrador	1	1.000,00	30	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 94,50	\$ 83,33	\$ 30,50	\$ 41,67	\$ -	\$ 121,50	\$ 371,50	\$ 1.371,50	\$ 16.458,00
Chef Ejecutivo	1	1.200,00	30	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 113,40	\$ 100,00	\$ 30,50	\$ 50,00	\$ -	\$ 145,80	\$ 439,70	\$ 1.639,70	\$ 19.676,40
Secretaria contadora	1	800,00	30	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 66,67	\$ 30,50	\$ 33,33	\$ -	\$ 97,20	\$ 303,30	\$ 1.103,30	\$ 13.239,60
Ayudante de cocina	1	650,00	30	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 61,43	\$ 54,17	\$ 30,50	\$ 27,08	\$ -	\$ 78,98	\$ 252,15	\$ 902,15	\$ 10.825,80
Capitan de mesero / bodeguero	1	600,00	30	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 56,70	\$ 50,00	\$ 30,50	\$ 25,00	\$ -	\$ 72,90	\$ 235,10	\$ 835,10	\$ 10.021,20
Mesero	2	366,00	30	\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 69,17	\$ 61,00	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ -	\$ 88,94	\$ 280,11	\$ 1.012,11	\$ 12.145,34
Cajera	1	400,00	30	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 33,33	\$ 30,50	\$ 16,67	\$ -	\$ 82,00	\$ 200,30	\$ 600,30	\$ 7.203,60
Totales	8	\$ 5.016,00		\$ 5.382,00	\$ 5.382,00	\$ 508,69	\$ 448,50	\$ 213,50	\$ 224,25	\$ -	\$ 687,31	\$ 2.082,16	\$ 7.464,16	\$ 89.569,94
Total Sueldos											\$ 1.196,01		\$ 7.464,16	\$ 89.569,94

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 34. Tabla de resumen de gastos administrativos.

DETALLE	Mensual	Anual
Administrador	\$1.371,50	\$16.458,00
Secretaria contadora	\$1.103,30	\$13.239,60
Publicidad/promociones	\$300,00	\$3.600,00
Suministros de limpieza	\$150,00	\$1.800,00
Uniformes	\$180,00	\$180,00
Alicuotas	\$540,00	\$6.480,00
Gastos de alquiler local	\$1.890,00	\$22.680,00
	\$5.534,80	\$64.437,60

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 35. Tabla de resumen de costos y gastos.

PERÍODO:	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Mano de obra directa	\$52.668,74	\$55.302,18	\$58.067,29	\$60.970,65	\$64.019,19
Materiales directos	\$5.269.961,25	\$5.533.459,31	\$5.810.132,28	\$6.100.638,89	\$6.405.670,84
Imprevistos 3%	\$159.678,90	\$167.662,84	\$176.045,99	\$184.848,29	\$194.090,70
Subtotal	\$5.482.308,89	\$5.756.424,34	\$6.044.245,56	\$6.346.457,83	\$6.663.780,72
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Mano de obra indirecta	\$7.203,60	\$7.563,78	\$7.941,97	\$8.339,07	\$8.756,02
Materiales indirectos	\$91.980,00	\$96.579,00	\$101.407,95	\$106.478,35	\$111.802,26
Suministros y servicios	\$3.120,00	\$3.120,00	\$3.120,00	\$3.120,00	\$3.120,00
Mantenimiento y seguros	\$928,90	\$928,90	\$928,90	\$928,90	\$928,90
Imprevistos 3%	\$3.096,97	\$3.245,75	\$3.401,96	\$3.565,99	\$3.738,22
Depreciaciones	\$6.092,70	\$6.092,70	\$6.092,70	\$6.092,70	\$6.092,70
Amortizaciones	\$886,00	\$886,00	\$886,00	\$886,00	\$886,00
Subtotal	\$113.308,17	\$118.416,13	\$123.779,48	\$129.411,00	\$135.324,10
GASTOS GENERALES					
Remuneraciones	\$29.697,60	\$31.182,48	\$32.741,60	\$34.378,68	\$36.097,62
Publicidad, promociones	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00	\$3.600,00
Suministros de limpieza	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
Alicuotas	\$6.480,00	\$6.480,00	\$6.480,00	\$6.480,00	\$6.480,00
Alquiler	\$22.680,00	\$22.680,00	\$22.680,00	\$22.680,00	\$22.680,00
Uniformes	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Imprevistos 3%	\$1.933,13	\$1.977,67	\$2.024,45	\$2.073,56	\$2.125,13
Subtotal	\$66.370,73	\$67.900,15	\$69.506,05	\$71.192,24	\$72.962,75
GASTOS FINANCIEROS					
	\$48.991,35	\$32.660,90	\$12.561,88	\$0,00	\$0,00
TOTAL	\$5.710.979,14	\$5.975.401,52	\$6.250.092,97	\$6.547.061,08	\$6.872.067,57

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 36. Tabla de resumen de utilidades proyectada a cinco años.

	1	2	3	4	5
	USD				
Ventas Netas	6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98	6.847.189,69	7.189.549,17
Costo de Ventas	5.595.617,06	5.874.840,46	6.168.025,03	6.475.868,83	6.799.104,82
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	769.070,44	610.776,10	479.731,94	371.320,85	390.444,35
Gastos Generales	66.370,73	67.900,15	69.506,05	71.192,24	72.962,75
UTILIDAD OPERACIONAL	702.699,71	542.875,94	410.225,89	300.128,61	317.481,60
Gastos Financieros	48.991,35	32.660,90	12.561,88	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN	653.708,36	510.215,05	397.664,01	300.128,61	317.481,60
Participación Utilidades (15%)	98.056,25	76.532,26	59.649,60	45.019,29	47.622,24
UTILIDAD ANTES DEL I.R.	555.652,11	433.682,79	338.014,41	255.109,32	269.859,36
Impuesto a la Renta (22%)	122.243,46	95.410,21	74.363,17	56.124,05	59.369,06
UTILIDAD NETA	433.408,64	338.272,58	263.651,24	198.985,27	210.490,30

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 37. Tabla del flujo de caja.

	PREOP.	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas	0,00	6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98	6.847.189,69	7.189.549,17
Parcial	0,00	6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98	6.847.189,69	7.189.549,17
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores		5.365.990,15	5.634.087,21	5.915.589,12	6.211.166,13	6.521.522,00
Mano de obra directa e imprevistos		212.347,64	222.965,03	234.113,28	245.818,94	258.109,89
Mano de obra indirecta e imprevistos		10.300,57	10.809,53	11.343,93	11.905,06	12.494,24
Gastos Generales		66.370,73	67.900,15	69.506,05	71.192,24	72.962,75
Parcial		5.655.009,09	5.935.761,92	6.230.552,39	6.540.082,38	6.865.088,87
C. FLUJO OPERACIONAL		709.678,41	549.854,64	417.204,59	307.107,31	324.460,30
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito Institución Financiera	418.729,46	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de Capital	179.455,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	598.184,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		48.991,35	32.660,90	12.561,88	0,00	0,00
Pago de capital		83.745,89	167.491,78	167.491,78	0,00	0,00
Pago participación trabajadores		0,00	98.056,25	76.532,26	59.649,60	45.019,29
Pago de impuesto a la renta		0,00	122.243,46	95.410,21	74.363,17	56.124,05
Reparto de dividendos						
Reposición y nuevas inversiones						
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Readecuación Local	9.300,00					
Equipamiento de cocina	7.705,00					
Utensilios de cocina	260,00					
Vajillas, cubiertos y cristalería	2.235,00					
Mantelería	148,45					
Muebles y enseres	1.808,00					
Equipos y suministro de oficinas	3.984,50					
Suministros de limpieza	148,50					
Uniformes	209,00					
Activos diferidos	4.562,90					
Parcial	30.361,35	132.737,24	420.452,40	351.996,14	134.012,77	101.143,34
F. FLUJO NO OPERACIONAL	567.823,59	-132.737,24	-420.452,40	-351.996,14	-134.012,77	-101.143,34
G. FLUJO NETO GENERADO	567.823,59	576.941,17	129.402,24	65.208,45	173.094,54	223.316,96
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	567.823,59	1.144.764,76	1.274.167,01	1.339.375,46	1.512.470,00
I. SALDO FINAL DE CAJA	567.823,59	1.144.764,76	1.274.167,01	1.339.375,46	1.512.470,00	1.735.786,96

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 38. Tabla del flujo de fondos.

FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión Fija	-\$25.798,45					
Inversión Diferida	-\$4.562,90					
Capital de Trabajo	-\$567.823,59					
Pago de intereses		-\$48.991,35	-\$32.660,90	-\$12.561,88	\$0,00	\$0,00
Pago de capital		-\$83.745,89	-\$167.491,78	-\$167.491,78	\$0,00	\$0,00
Participación de trabajadores		\$0,00	-\$98.056,25	-\$76.532,26	-\$59.649,60	-\$45.019,29
Impuesto a la Renta		\$0,00	-\$122.243,46	-\$95.410,21	-\$74.363,17	-\$56.124,05
Flujo operacional		\$709.678,41	\$549.854,64	\$417.204,59	\$307.107,31	\$324.460,30
Valor de recuperación:						
Inversión Fija		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Capital de Trabajo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$567.823,59
FLUJO NETO	-\$598.184,94	\$576.941,17	\$129.402,24	\$65.208,45	\$173.094,54	\$791.140,55

Tasa de descuento

14%

VAN	\$564.867,95
TIR	50,20%
PRI	3,1 años
Razón B/C	\$0,94

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 39. Tabla del punto de equilibrio.

		FIJO			VARIABLE		
		1	2	3	1	2	3
Mano de obra directa	Variable	0,00	0,00	0,00	52.668,74	55.302,18	58.067,29
Mano de obra indirecta	Variable	0,00	0,00	0,00	7.203,60	7.563,78	7.941,97
Materiales directos	Variable	0,00	0,00	0,00	5.269.961,25	5.533.459,31	5.810.132,28
Materiales indirectos	Variable	0,00	0,00	0,00	91.980,00	96.579,00	101.407,95
Suministros y servicios	Fijo	3.120,00	3.120,00	3.120,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento y seguros	Fijo	928,90	928,90	928,90	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	Fijo	6.092,70	6.092,70	6.092,70	0,00	0,00	0,00
Amortizaciones	Fijo	886,00	886,00	886,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Generales	Fijo	66.370,73	67.900,15	69.506,05	0,00	0,00	0,00
Gastos Financieros	Fijo	48.991,35	32.660,90	12.561,88	0,00	0,00	0,00
TOTAL		126.389,67	111.588,65	93.095,53	5.421.813,59	5.692.904,27	5.977.549,49
VENTAS		6.364.687,50	6.485.616,56	6.647.756,98			
PUNTO DE EQUILIBRIO %		13,4%	14,1%	13,9%			
PUNTO DE EQUILIBRIO \$		853.168,96	912.968,28	923.410,25			

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 40. Tabla del análisis de sensibilidad.

ESCENARIOS	VAN	TIR	B/C
Escenario actual	\$564.867,95	50,20%	\$1,94
Ventas bajan 5%	\$536,624,55	47,69%	\$1,84
Costos suben 10%	\$389.758,99	17,46%	\$1,58

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 41. Imagen del uniforme de las meseras y cajera.



Fuente: Revista Carnaval.

Anexo 42. Imagen del modelo de contrato de trabajo.

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal, **(en caso de personas jurídicas)**; en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor _____ portador de la cédula de ciudadanía # _____ su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas.

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA.- ANTECEDENTES.-

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de..... **(Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria)**, revisados los antecedentes del (de la) señor(a) (ita)....., éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR (A) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- OBJETO.

El TRABAJADOR (a) se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del EMPLEADOR (a) en calidad de **(Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, Secretaria)** con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta El EMPLEADOR, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado. Mantener el grado de eficiencia necesaria para el desempeño de sus labores, guardar reserva en los asuntos que por su naturaleza tuviere esta calidad y que con ocasión de su trabajo fueran de su conocimiento, manejo adecuado de documentos, bienes y valores del EMPLEADOR y que se encuentran bajo su responsabilidad.

TERCERA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal, en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por El EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el EMPLEADO labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita de El EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a Viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

CUARTA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$,00).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tiene un plazo indefinido.

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en (Nota explicativa: Dirección), en la ciudad de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Quito, provincia de..... (Nota explicativa: Ejemplo: Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN.-

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día ___ del mes de _____ del año _____

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR (a)

Fuente: Ministerio Laboral.