



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

**“DISEÑO DE RESTAURANTE TÍPICO DE LAS REGIONES DEL
ECUADOR EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTORAS:

Asoma Chuqui Fanny Patricia

Ayala Villamar Anael Florinda

TUTOR:

Ing. Luis Heliodoro Bravo Game, Mae

GUAYAQUIL, MARZO 2020



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“DISEÑO DE RESTAURANTE TÍPICO DE LAS REGIONES DEL ECUADOR EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Asoma Chuqui Fanny Patricia Ayala Villamar Anael Florinda		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tutor: Ing. Luis Heliodoro Bravo Game, MAE, Revisor: Ing. Sonia Vizqueta León		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Ingeniería Comercial		
GRADO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2020	No. DE PÁGINAS:	187 Págs.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Campo: Investigación Área: Marketing de Emociones Delimitación: 2018		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Necesidades, satisfacer, gastronomía ecuatoriana, restaurante de comida típica, regiones del Ecuador, mercado, factibilidad		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): Este proyecto surge debido a las necesidades que poseen actualmente los habitantes de la ciudad de Guayaquil, en pretender consumir comidas típicas del Ecuador en los restaurantes ya posicionados en el mercado gastronómico. Es importante mencionar también que la investigación creará un realce a nivel nacional de la gastronomía ecuatoriana, debido a que no está totalmente explotada y reconocida a nivel nacional. Por esta razón se desea diseñar un restaurante típico de las regiones del Ecuador en el Sector Urdesa Central que pueda satisfacer las necesidades y permita vivir nuevas experiencias con cuatro ambientes enfocados en cada región. El estudio crea un repaso a través de la historia de la gastronomía en Ecuador, en la ciudad de Guayaquil y las regiones del Ecuador, además se conocerá conceptos básicos acerca del mundo gastronómico. El análisis de factibilidad del proyecto se ha comprobado por medio de las encuestas realizadas a 384 personas, de una pequeña muestra de la población de la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil en donde el 78% de las personas muestran que les agradaría visitar el restaurante. En cuanto al análisis económico financiero, por medio del flujo de caja, se ha conseguido calcular los ingresos, egresos y gastos. Las evaluaciones del inversionista, los coeficientes de riesgo y plazo de recuperación se lo pudo determinar por medio del VAN, TIR Y PAYBACK. En conclusión, el proyecto es aceptable y viable, una vez que sea realice la apertura del establecimiento, las personas podrán asistir para deleitar sus paladares con la gastronomía ecuatoriana.			
No. DE REGISTRO (EN BASE DE DATOS)		No. DE CLASIFICACIÓN	
DIRECCION URL (TESIS EN LA WEB)			
ADJUNTO PDF:	✓ SI	NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES: Asoma Chuqui Fanny Patricia Ayala Villamar Anael Florinda	Teléfono: 0982488529 – 0968770586	E-mail: fanny-150892@hotmail.com anael.ayalav@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ab. Elizabeth Coronel Teléfono: 042596830 E-mail: Elizabeth.coronelc@ug.edu.ec		



Guayaquil, 04 de marzo del 2020

Habiendo sido nombrado **ING. LUIS BRAVO GAME, MAE**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **ASOMA CHUQUI FANNY, C.C: 0931127815** y **AYALA VILLAMAR ANAEL FLORINDA, CC: 0921336830**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniera Comercial.

[illegible]

<https://secure.irkund.com/old/view/62818827-664463-863308#DeOxDslwEETRu7j+Qjt4rVzFUSBIkAnSJMScXfivctn6Ost0Do7HxBiToaOLCwccQJOx7UoIoriaQz7pRivvf5mtti355jiUrYzo6I9VTNtH5/>

CI 0901468058



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 04 de marzo del 2020



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 04 de marzo de 2020

Economista:

Jorge Chabusa Vargas, MGS

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Ciudad. -

De mis consideraciones:

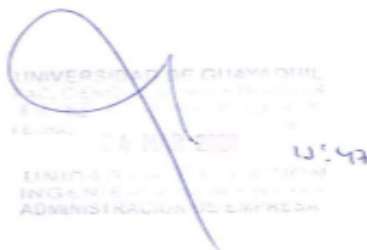
Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación "Diseño de restaurante típico de las regiones del Ecuador en el norte de la ciudad de Guayaquil" de las estudiantes Asoma Chuqui Fanny Patricia y Ayala Villamar Anael Florinda, indicando que han cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación. Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que las estudiantes están aptas para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Ing. Luis H. Bravo Game, MAE
C.I. 0901468058
Fecha: 04/03/2020



DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo en primer lugar a Dios, por no haber soltado mi mano y por iluminar mis pasos. Dedico este proyecto también a mis padres por depositar siempre su confianza en mí y ser ese apoyo incondicional a pesar de la distancia. A mis hermanos por estar en los momentos más difíciles, por cada mensaje y palabra de motivación que me brindaban. Sin ustedes este sueño no sería una realidad.

Anael Ayala Villamar

El presente proyecto lo dedico a Dios por ser mi guía y fortaleza en momentos de dificultad y de debilidad en el cual me ha dado las fuerzas necesarias para nunca desmayar. A mis hermanos y mi papa por nunca abandonarme y siempre confiar en mi capacidad por ser el pilar fundamental en mi vida y por brindarme su apoyo incondicional pero en especial a mi madre por ser la persona que nunca me ha dejado rendir y siempre me está impulsando para cumplir todas mis metas y a mi amiga Anael y mis amigos Cristhian y Leonardo por toda su ayuda y apoyo incondicional en los momentos más complicados de mi vida.

Fanny Asoma Chuqui

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios, porque gracias a Él estoy logrando uno de mis sueños tan anhelados, en cada momento de mi vida universitaria estuvo iluminando mi mente y aliviando mi cansancio. Agradezco también a mis padres Gabriel y María, por su comprensión y apoyo que me brindaron en cada momento, por todo su amor, y sobre todo por sus oraciones, gracias por ser mi inspiración y motivación. Agradezco a mis sobrinos, a mi hermano Henry y mis hermanas Gabriela e Itzamary por su tiempo y atención en los momentos más difíciles. Agradezco también a la Universidad de Guayaquil por haberme acogido en estos largos 5 años y a todos los docentes que estuvieron conmigo en este proceso, en especial al Ing. Luis Heliodoro Bravo Game por todos sus conocimientos impartidos y por ser mi guía en este proceso de titulación.

Anael Ayala Villamar

Agradezco a Dios, quien ha sido mi apoyo fundamental para no decaer en momentos difíciles, y ha cuidado siempre de mí en cada paso que he dado en mi etapa universitaria y brindándome siempre salud, sabiduría y entendimiento para lograr esta meta. Agradezco también a mis padres, gracias por su cuidado y amor en cada etapa de mi vida. A mi mamá que fue la persona que me motivó para seguir en este camino y nunca rendirme, por siempre confiar en mí, guiar e inspirar para trabajar en ser la mejor versión de mí, por su apoyo incondicional. A mi papá, por su esfuerzo y dedicación, por ser mi motor de vida, a mi hermano Jhon y a mis hermanas Tatiana, Lorena, Ericka por siempre estar en los momentos más complicados de mi vida y por confiar en mí, a pesar de las circunstancias nunca me ha dejado sola.

Fanny Asoma Chuqui

ÍNDICE

<i>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</i>	<i>II</i>
<i>CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD.....</i>	<i>III</i>
<i>CERTIFICADO DE DOCENTE – TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....</i>	<i>IV</i>
<i>LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS</i>	<i>V</i>
<i>DEDICATORIA</i>	<i>VI</i>
<i>AGRADECIMIENTO.....</i>	<i>VII</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>XX</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>XXI</i>
<i>INTRODUCCIÓN.....</i>	<i>1</i>
<i>CAPÍTULO 1</i>	<i>5</i>
<i>1. PROBLEMÁTICA.....</i>	<i>5</i>
<i>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</i>	<i>6</i>
<i>1.3. SISTEMATIZACIÓN.....</i>	<i>6</i>
<i>1.4. OBJETIVO GENERAL</i>	<i>6</i>
<i>1.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i>	<i>7</i>
<i>1.6. JUSTIFICACIÓN.....</i>	<i>7</i>
<i>1.7. DELIMITACIÓN</i>	<i>8</i>
<i>1.8. ALCANCE.....</i>	<i>8</i>
<i>CAPÍTULO 2</i>	<i>10</i>
<i>2. MARCO TEÓRICO</i>	<i>10</i>
<i>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>	<i>10</i>
<i>2.2. MARCO TEÓRICO</i>	<i>11</i>
<i>2.2.1. Historia de la gastronomía</i>	<i>11</i>

2.2.2.	<i>Gastronomía del ecuador</i>	12
2.2.3.	<i>Comida típica de las regiones</i>	13
2.2.4.	<i>Gastronomía de la región costa</i>	14
2.2.5.	<i>Gastronomía de la región sierra</i>	14
2.2.6.	<i>Gastronomía de la región Oriental</i>	15
2.2.7.	<i>Gastronomía de la región insular o galápagos</i>	15
2.2.8.	<i>¿Qué es un restaurante?</i>	15
2.2.9.	<i>El origen de la palabra restaurante.</i>	16
2.2.10.	<i>Historia del primer restaurante.</i>	16
2.2.11.	<i>Restaurante, su origen etimológico</i>	17
2.2.12.	<i>Tipos de Establecimientos y fórmulas de restauración</i>	17
2.2.13.	<i>Restaurante informal o de ambiente familiar</i>	17
2.2.14.	<i>Restaurantes temáticos</i>	18
2.2.15.	<i>Restauración tradicional</i>	18
2.2.16.	<i>Autoservicio</i>	18
2.2.17.	<i>Comida rápida o fast-food</i>	19
2.2.18.	<i>Restauración activa o restaurante-espectáculo</i>	19
2.2.19.	<i>Comida para llevar – take-away</i>	20
2.2.20.	<i>Comida a domicilio – delivery-food</i>	20
2.2.21.	<i>Catering</i>	20
2.2.22.	<i>Estudio de factibilidad</i>	21
2.2.23.	<i>Estudio administrativo</i>	21
2.2.24.	<i>Estudio de mercado</i>	21
2.2.25.	<i>Estudio económico</i>	22
2.2.26.	<i>Estudio técnico</i>	23
2.2.27.	<i>Entrevista estructurada</i>	23
2.3.	<i>MARCO CONTEXTUAL</i>	23
2.3.1.	<i>Historia de la creación de la urbanización Urdesa central</i>	24
2.4.	<i>MARCO LEGAL</i>	25
2.4.1.	<i>Constitución de la empresa</i>	25
2.4.2.	<i>Requerimientos legales</i>	26

CAPÍTULO 3	33
3. METODOLOGÍA.....	33
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	33
3.2.1. Investigación documental	33
3.2.2. Investigación descriptiva.	34
3.3. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.3.1. La observación.....	34
3.3.2. La Encuesta.....	35
3.3.3. La entrevista.....	35
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	36
3.4.1. Muestra y muestreo.....	37
3.4.2. Análisis de encuestas	38
3.5. CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	53
CAPÍTULO 4	54
3. PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN	54
4.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	54
4.2. OBJETIVO GENERAL	54
4.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	54
4.4. NOMBRE COMERCIAL.....	55
4.4.1. R.U.C (Registro Único de Contribuyentes)	55
4.4.2. Dirección, teléfonos y correos electrónicos.....	55
4.4.3. Constitución jurídica	56
4.4.4. Fecha de inicio de operaciones	56
4.4.5. CADENA DE VALORES.....	56
4.4.6. PROCESO DE ELABORACIÓN	57
4.5. MISIÓN	58
4.6. VISIÓN	58
4.6.1. Valores de la empresa.....	58
4.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	59

4.7.1.	<i>Funciones de los colaboradores del restaurante.....</i>	59
4.8.	<i>LÍNEA DE PRODUCTOS.....</i>	63
4.9.	<i>ANÁLISIS SITUACIONAL.....</i>	67
4.9.1.	<i>Análisis de la situación externa</i>	67
4.9.2.	<i>Entorno específico</i>	70
4.9.3.	<i>Análisis de competitividad</i>	72
4.9.4.	<i>Análisis de la situación interna.....</i>	73
4.9.5.	<i>Análisis de Mercadotecnia.....</i>	74
4.9.6.	<i>Análisis Porter</i>	76
4.9.7.	<i>Marketing Mix.....</i>	76
4.9.8.	<i>Estrategias de marketing</i>	85
4.9.9.	<i>Estrategias de comunicación.</i>	87
4.9.10.	<i>Estrategia de posicionamiento.....</i>	88
4.10.	<i>ESTUDIO TÉCNICO.....</i>	89
4.10.1.	<i>Tamaño del proyecto.</i>	89
4.10.2.	<i>Características del diseño de restaurante “4 Mundos”</i>	90
4.10.3.	<i>Infraestructura</i>	90
4.10.4.	<i>Colores del restaurante y estructura.</i>	92
4.10.5.	<i>Localización.....</i>	94
4.10.6.	<i>Factores determinantes del proyecto.....</i>	96
4.10.7.	<i>Disponibilidad de materias primas.....</i>	96
4.10.8.	<i>Costos de suministro de limpieza.....</i>	100
4.10.9.	<i>Adecuaciones del restaurante.</i>	101
4.10.10.	<i>Suministro de oficina (mensual)</i>	102
4.10.11.	<i>Requerimiento de maquinaria y equipo.....</i>	102
4.10.12.	<i>Equipo de cocina</i>	102
4.10.13.	<i>Área Administrativa.....</i>	104
4.10.14.	<i>Equipos de oficina</i>	104
4.10.15.	<i>Proveedores de suministro.....</i>	105
4.10.16.	<i>Disponibilidad de tecnología.....</i>	105
4.10.17.	<i>Procesos y tecnologías de producción.....</i>	106

4.10.18. Diagrama de flujo de proceso	107
4.10.19. Equipamiento.....	108
4.10.20. Riesgos críticos y planes de contingencias.....	108
4.11. CAPITAL PROPIO.....	111
4.12. ESTUDIO FINANCIERO	112
4.12.1. Inversión inicial	112
4.12.2. Plan de financiamiento del proyecto	113
4.12.3. Activos fijos.....	114
4.13. GASTOS PRE OPERATIVOS.....	116
4.14. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	117
4.15. GASTOS OPERATIVOS.....	117
4.15.1. Amortización de gastos de operaciones.....	117
4.16. GASTOS DE MERCADEO.....	118
4.17. GASTOS FINANCIEROS	118
4.18. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	119
4.19. COSTOS FIJOS.....	122
4.20. Costos variables.....	122
4.21. MANO DE OBRA DIRECTA.....	123
4.22. BALANCE GENERAL DEL RESTAURANTE “4 MUNDOS”	123
4.23. ESTADOS DE RESULTADOS DEL RESTAURANTE “4 MUNDOS”	124
4.24. FLUJO DE CAJA PROYECTADO PARA 5 AÑOS	126
4.25. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	127
4.26. RECUPERACIÓN CAPITAL.....	128
4.27. TASA DE DESCUENTO.....	129
4.28. COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	129
4.29. PERIODO DE RECUPERACIÓN CONTABLE	130
4.30. TIR: TASA INTERNA DE RENDIMIENTO.....	131
4.31. RENTABILIDAD ESPERADA.....	131
4.32. RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS.....	132
4.33. RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO	132
4.34. ANÁLISIS DE ESCENARIO	133

4.35. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	136
4.36. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	137
5. CONCLUSIÓN.....	138
6. RECOMENDACIONES.....	139
7. APÉNDICE 1.....	140
APÉNDICE 2.....	144
APÉNDICE 3.....	145
APÉNDICE 4.....	153
APÉNDICE 5.....	156
CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE LOCAL COMERCIAL.....	156
8. BIBLIOGRAFÍA.....	160

Índice de tablas

<i>Tabla 1. Sexo del encuestado</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 2. Rango de edad</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 3. Rango del salario mensual</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 4. Frecuencia de visita en restaurantes</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 5. Gasto mensual en consumir comidas en restaurantes</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 6. ¿En compañía de quién usted visita un restaurante?</i>	<i>43</i>
<i>Tabla 7. Conocimiento de restaurantes temáticos en Guayaquil</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 8. ¿Le agradaría visitar un restaurante temático de la Cultura Ecuatoriana?</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 9. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 10. ¿En qué horario usted visitaría el restaurante?</i>	<i>47</i>
<i>Tabla 11. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana es de su preferencia?</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 12. ¿De los siguientes platos típicos cual es de su mayor agrado?</i>	<i>49</i>
<i>Tabla 13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir del restaurante “4 mundos”?</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información?</i>	<i>52</i>
<i>Tabla 15. Aporte de accionistas</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 16. Responsabilidades y perfil del administrador</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 17. Responsabilidades y perfil del contador</i>	<i>60</i>
<i>Tabla 18. Responsabilidades y perfil del cajero</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 19. Responsabilidades y perfil del personal de limpieza</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 20. Responsabilidades y perfil del guardia de seguridad</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 21. Responsabilidades y perfil del chef</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 22. Responsabilidades y perfil del ayudante de cocina</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 23. Responsabilidades y perfil del personal para departamento de compra</i>	<i>63</i>

Tabla 24. Línea de producto 1 “Piqueos”	64
Tabla 25. Línea de producto 2. “Platos fuertes de la Región Costa”	65
Tabla 26. Línea de producto 3. “Sopas de la Región Costa”	65
Tabla 27. Línea de producto 4. “Platos fuertes de la Región Sierra”	65
Tabla 28. Línea de producto 5. “Sopas de la Región Sierra”	66
Tabla 29. Línea de producto 6 “Comida de la Región Oriente.....	66
Tabla 30. Línea de producto 7. “Comida de la Región Galápagos”	66
Tabla 31. Línea de producto 8. Postres de las regiones del Ecuador	67
Tabla 32. Línea de producto 9. Bebidas típicas del Ecuador	67
Tabla 33. Análisis FODA.....	73
Tabla 34. Postres típicos del Ecuador	78
Tabla 35. Bebidas típicas del Ecuador	78
Tabla 36. Patos típicos de la Región Oriente	79
Tabla 37. Comida Típica de la Región Insular.....	79
Tabla 38. Platos típicos de la Región Costa	80
Tabla 39. Platos Típicos de la Región Sierra	81
Tabla 40. Características de construcción y diseño	90
Tabla 41. Costos de materia prima: Hortalizas y vegetales.....	96
Tabla 42. Costos de materia prima: Carnes y embutidos.....	97
Tabla 43. Costos de materia prima: Ingredientes y condimentos	98
Tabla 44. Costos de materia prima: Especies	99
Tabla 45. Costos de materia prima: Granos	99
Tabla 46. Costos de materia prima: Frutas.....	100
Tabla 47. Costos de suministros de limpieza.....	100

<i>Tabla 48. Adecuaciones del restaurante</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 49. Decoraciones del restaurante</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 50. Muebles y enseres de comedor</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 51. Suministros de oficina.....</i>	<i>102</i>
<i>Tabla 52. Costo total de maquinarias y equipos de cocina</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 53. Menaje de cocina</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 54. Equipo de computación.....</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 55. Equipo de oficina</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 56. Muebles y enseres de oficina</i>	<i>104</i>
<i>Tabla 57. Tecnología</i>	<i>105</i>
<i>Tabla 58. Personal del restaurante.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 59. Ofertas de varias instituciones financieras bancarias.....</i>	<i>110</i>
<i>Tabla 60. Inversión inicial</i>	<i>112</i>
<i>Tabla 61. Financiamiento</i>	<i>113</i>
<i>Tabla 62. Tabla de amortización del préstamo</i>	<i>114</i>
<i>Tabla 63. Activos fijos.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 64. Depreciación de activos fijos.....</i>	<i>115</i>
<i>Tabla 65. Gastos pre operativos</i>	<i>116</i>
<i>Tabla 66. Gastos administrativos</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 67. Gastos operacionales.....</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 68. Amortización de gastos operaciones</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 69. Gastos de mercadeo.....</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 70. Gastos financieros</i>	<i>118</i>
<i>Tabla 71. Proyección de ventas año 1</i>	<i>120</i>

<i>Tabla 72. Proyección de ventas por los 5 años</i>	121
<i>Tabla 73. Volumen de ventas mensual y diario</i>	121
<i>Tabla 74. Ventas en valor monetario.....</i>	121
<i>Tabla 75. Costos fijos.....</i>	122
<i>Tabla 76. Sueldos mano de obra directa</i>	123
<i>Tabla 77. Balance General</i>	124
<i>Tabla 78. Estado de Resultados</i>	125
<i>Tabla 79. Flujo de Caja proyectado</i>	126
<i>Tabla 80. Punto de Equilibrio.....</i>	127
<i>Tabla 81. Punto de equilibrio en unidades</i>	127
<i>Tabla 82. Punto de equilibrio en dólares.....</i>	127
<i>Tabla 83. Cálculo del CAMP</i>	129
<i>Tabla 84. Costo promedio ponderado</i>	130
<i>Tabla 85. Rentabilidad del préstamo</i>	130
<i>Tabla 86. Período de recuperación contable (PRC)</i>	131
<i>Tabla 87. Rentabilidad del inversionista</i>	131
<i>Tabla 88. Rendimiento sobre los activos (ROA).....</i>	132
<i>Tabla 89. Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)</i>	133
<i>Tabla 90. Estado de resultados proyectado</i>	134
<i>Tabla 91. Estado de flujo de efectivo</i>	135
<i>Tabla 92. Análisis de sensibilidad</i>	136
<i>Tabla 93. Cronograma de Actividades</i>	137

Índice de imagen

<i>Figura 1. Sexo de los encuestados</i>	<i>39</i>
<i>Figura 2. ¿En qué rango se encuentra su edad?</i>	<i>40</i>
<i>Figura 3. ¿En qué rango se encuentra su salario mensual?</i>	<i>41</i>
<i>Figura 4. ¿Con que frecuencia usted visita un restaurante?</i>	<i>42</i>
<i>Figura 5. Gasto mensual en consumir comidas en restaurantes</i>	<i>43</i>
<i>Figura 6. ¿En compañía de quién usted visita un restaurante?</i>	<i>44</i>
<i>Figura 7. ¿Conoce usted un restaurante temático en la ciudad de Guayaquil?</i>	<i>45</i>
<i>Figura 8. ¿Le agradaría visitar un restaurante temático de la Cultura Ecuatoriana?</i>	<i>46</i>
<i>Figura 9. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?</i>	<i>47</i>
<i>Figura 10. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?</i>	<i>48</i>
<i>Figura 11. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana es de su preferencia?</i>	<i>49</i>
<i>Figura 12. ¿De los siguientes platos típicos cual es de su mayor agrado?</i>	<i>50</i>
<i>Figura 13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir del restaurante “4 mundos”?</i>	<i>51</i>
<i>Figura 14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información del restaurante “4 mundos”?</i>	<i>52</i>
<i>Figura 15. Cadena de valor</i>	<i>57</i>
<i>Figura 16.. Estructura Organizacional.....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 17. Fuerzas de Porter.....</i>	<i>74</i>
<i>Figura 18. Marketing Mix.....</i>	<i>77</i>
<i>Figura 19. Propuesta de logo de la empresa</i>	<i>82</i>
<i>Figura 20. Carta de menú.....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 21. Promoción.....</i>	<i>85</i>
<i>Figura 22. Vestimenta de trabajo hombres y mujeres</i>	<i>86</i>

<i>Figura 23. Chaleco de trabajo hombres y mujeres</i>	<i>86</i>
<i>Figura 24. Página de Facebook</i>	<i>87</i>
<i>Figura 25. Página de Instagram.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 26. Infraestructura del Restaurante</i>	<i>92</i>
<i>Figura 27. Ubicación de la Urbanización Urdesa Central</i>	<i>94</i>
<i>Figura 28. Ubicación de la Urbanización Urdesa Central</i>	<i>95</i>
<i>Figura 29. Localizacion frontal del restaurante.....</i>	<i>95</i>
<i>Figura 30. Flujo de procesos.....</i>	<i>107</i>
<i>Figura 31. Punto de Equilibrio.....</i>	<i>128</i>

Resumen

Este proyecto surge debido a las necesidades que poseen actualmente los habitantes de la ciudad de Guayaquil, en pretender consumir comidas típicas del Ecuador en los restaurantes ya posicionados en el mercado gastronómico. Es importante mencionar también que la investigación creará un realce a nivel nacional de la gastronomía ecuatoriana, debido a que no está totalmente explotada y reconocida a nivel nacional. Por esta razón se desea diseñar un restaurante típico de las regiones del Ecuador en el Sector Urdesa Central que pueda satisfacer las necesidades y permita vivir nuevas experiencias con cuatro ambientes enfocados en cada región. El estudio crea un repaso a través de la historia de la gastronomía en Ecuador, en la ciudad de Guayaquil y las regiones del Ecuador, además se conocerán conceptos básicos acerca del mundo gastronómico. El análisis de factibilidad del proyecto se ha comprobado por medio de las encuestas realizadas a 378 personas, de una pequeña muestra de la población de la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil en donde el 78% de las personas muestran que les agradaría visitar el restaurante. En cuanto al análisis económico financiero, por medio del flujo de caja, se ha conseguido calcular los ingresos, egresos y gastos. Las evaluaciones del inversionista, los coeficientes de riesgo y plazo de recuperación se lo pudo determinar por medio del VAN, TIR Y PAYBACK. En conclusión, el proyecto es aceptable y viable, una vez que sea realice la apertura del establecimiento, las personas podrán asistir para deleitar sus paladares con la gastronomía ecuatoriana.

Palabras claves: Necesidades, gastronomía ecuatoriana, regiones del Ecuador, mercado, factibilidad.

Abstract

This project comes due to the needs that the inhabitants of Guayaquil city currently have, to pretend to consume typical foods of Ecuador in the positioned restaurants in the gastronomy market. It is also important to mention that the research will create a national enhancement of Ecuadorian gastronomy because it is not totally exploited and recognized nationally. For this reason, it is desired to design a typical restaurant about Ecuador regions in Urdesa Central zone, in order to satisfy the needs and allow to live new experiences in four environments focused on each region. The study creates a review trough the history of Ecuadorian history, in Guayaquil city and the regions of Ecuador, in additions, basics concepts about gastronomy world will be known. The feasibility analysis of the project has been verified through polls made to 384 people from a small sample of Parroquia Tarqui population in Guayaquil city, where 78% of people show that they would like to visit the restaurant. About economic-financial analysis, trough cash flow; incomes and expenses have been calculated. The evaluations of the investor, the risk coefficients and the recovery period could be determined using the NPV, IRR AND PAYBACK. In conclusion, the project is acceptable and viable, when the establishment is opened, people can attend to delight their palates with exquisite flavors of Ecuadorian cuisine.

Keywords: Needs, ecuadorian gastronomy, regions of Ecuador, market, feasibility.

Introducción

La oferta de restaurantes es cada vez más amplia en Ecuador, sin embargo, los establecimientos no ofrecen diversos menús de comidas típicas del Ecuador, y parte de sus estrategias de competitividad adaptan temáticas innovadoras, enfocados al segmento en que se dirigen. Al mencionar restaurantes temáticos se vienen a la mente restaurantes de otros países en el que este modelo de lugares ha tenido éxito y se ha convertido en un apogeo para la clientela en la actualidad.

Por ejemplo, el restaurante T-Rex Café ubicado en Orlando, Florida; es un restaurante que ofrece diversas variedades de comidas gourmet y comidas rápidas haciendo énfasis a la prehistoria, de la misma forma su temática y diseño, en donde las familias disfrutan encuentros cara a cara con dinosaurios animatrónicos de tamaño real (simulan el comportamiento de los seres vivos mediante componentes robóticos y electrónico).

Así mismo el restaurante cuenta con mamuts lanudos, y lluvias de meteoritos simulados, del mismo modo cuenta con un impresionante pulpo en el bar con tentáculos móviles y medusas, actividades educativas prácticas, juegos para niños, comida deliciosa y tiendas fenomenales.

Por otro lado, en Japón se encuentra Alice's Fantasy Restaurant con cinco ubicaciones permanentes. Este café temático traslada a las personas al mundo de Alicia en el país de las maravillas con varias mesas y salas temáticas para elegir, cada ubicación cuenta con su propio tema en específico, el menú está inspirado en la cocina británica y se centra en materiales como el país donde nació Alicia en el país de las maravillas.

En la actualidad los negocios de comidas en la Ciudad de Guayaquil han tenido gran evolución en cuanto a los cambios, nuevos retos, innovación y tecnología. Los clientes hoy en

día son muy críticos y exigentes a la hora de elegir un sitio en donde puedan divertirse y pasar un momento grato con sus familiares.

Un factor importante que juega en estos negocios es el precio, los clientes cada día buscan productos y servicios con mayor valor agregado. Hay que mencionar además que los clientes por falta de tiempo prefieren alimentarse fuera de sus hogares, y esto hace a que ellos busquen restaurantes que se ajuste a sus gustos y posibilidades.

El ambiente, los espacios, la decoración, los colores, juegan un papel significativo, esto acompañado del buen servicio y calidad de los alimentos, hacen que se diferencien de los demás e incrementan su competitividad.

A nivel local, los restaurantes temáticos comienzan a pertenecer a los grupos de emprendimientos más innovadores y contribuyen al desarrollo gastronómico en nuestro país.

En la ciudad de Guayaquil, se puede hacer mención de un restaurante que es muy atractivo: el restaurante de comida italiana Trattoria Piccolo Mondo ubicado en Urdesa, está dividida en seis áreas: “Flamigia” inspirada en un ambiente familiar lejos de casa, “Grotta” que cuenta con la famosa Grotta Azzurra Isola di capri, “Bufatta” es un espacio para numerosos grupos de personas, “Mafiosa” para las personas que desean privacidad al estilo Capone, “Romeo y Julieta” es un espacio íntimo y romántico que hace suspirar por historias clásicas de amor, “Piccola Venezia” es un área que tiene de techo un gran acuario, además al entrar al restaurante se pueden observar varios monumentos italianos.

No obstante, lo anterior, este proyecto se basa en diseñar un restaurante típico y temático de las regiones del Ecuador, llamado “4 Mundos”, el cual tiene como propósito brindar alimentación y servicio de excelente calidad a las personas visitantes y a los que residen en la

Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil (Sector Urdesa Central) que deseen degustar variedades de comidas de este lindo país.

El restaurante contará con características extraordinarias de cuatro zonas geográficas, que hará que el cliente se sienta tranquilo, satisfecho y sobre todo que disfrute del ambiente imaginando que está en aquellos lugares.

La idea es innovar este mercado para apreciar las culturas, tradiciones y platos típicos de cada región del país. Como se conoce Ecuador tiene cuatro regiones naturales como: Costa o Litoral, Sierra o Interandina, Oriental o Amazónica e Insular o Galápagos, el restaurante ofrecerá comida de las 4 regiones.

En el restaurante el cliente podrá elegir la zona geográfica que más le agrade, al mismo tiempo podrá degustar platos típicos de aquel lugar, además podrá disfrutar de sus distintos ambientes.

Este proyecto se implantará en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil en el Barrio Urdesa (Sector Urdesa Central) que cuenta con aproximadamente 34.570 habitantes según, (ICM-ESPOL, 2011). Es un barrio muy atractivo por sus diversas áreas de entretenimiento además es visitada por ejecutivos, familias, empleados, turistas extranjeros, debido a esto y su alto nivel de inversión por su infraestructura y decoración este proyecto va dirigido al mercado socioeconómico medio y alto.

Las personas residentes en Urdesa Central, cercanas y extranjeros, son apasionados por salir entre amigos, compañeros y familiares a pasar un momento agradable. Al crear este proyecto vamos a sentir la felicidad de que se puede satisfacer los deseos y necesidades de las

personas que amen nuestra cultura y deseen probar variedades de comidas típicas de nuestro país, así mismo se ofrecerá al cliente servicio de calidad, ambiente agradable y experiencias.

Este proyecto mostrará si es factible crear y desarrollar un restaurante temático de las regiones naturales del Ecuador en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil en el barrio Urdesa Central.

CAPÍTULO 1

1. Problemática

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad existen varios restaurantes en el sector Urdesa Central, las personas prefieren acudir a estos lugares, ya sea por las ocupaciones laborales que no permiten preparar sus alimentos en sus hogares o porque simplemente les gusta comer fuera de casa.

En el sector norte de la ciudad de Guayaquil existen muchos restaurantes que ofrecen a los clientes comidas gourmet y exclusiva a precios elevados, comidas rápidas, platos a la carta; sin embargo, estas personas cada día buscan lugares, más acogedores e innovadores, desean degustar de las comidas criollas que existen en nuestro país acompañado de excelente calidad y precios accesibles dándole un toque de vida natural.

Mediante una breve investigación de campo se pudo observar que en Urdesa hace falta un restaurante que incentive a las personas a respetar y amar nuestra cultura, y que ofrezca las comidas típicas de nuestras regiones. Las personas hoy en día buscan exquisitos sabores, lugares llamativos y cómodos en donde puedan pasar un momento agradable.

Además, este sector es muy visitado por extranjeros, ejecutivos, familias y por todas las personas de Guayaquil, que buscan siempre comidas incluyendo las ecuatorianas, debido a sus altos aromas y buen sabor.

Se realizó una pequeña encuesta a moradores del sector de Urdesa Central indican que les encantaría que existiese un restaurante que ofrezca las comidas típicas de nuestro país, con un ambiente diferente, llamativo, con diferentes segmentaciones de temáticas, que pueda disfrutar

variedades de comida y distintos ambientes en el mismo lugar, sintiéndose cómodos como si estuviesen en el lugar más atractivo de la región preferida.

Hoy en día los restaurantes que existen en la ciudad de Guayaquil no cuentan con esa temática e infraestructura, y mucho menos con platos típicos de cada región.

1.2. Formulación del problema

¿Es factible crear y desarrollar un restaurante temático de regiones naturales del Ecuador en el Sector Urdesa Central de la ciudad de Guayaquil para el año 2020, con un concepto diferente, único e innovador que satisfaga los gustos y preferencias del consumidor de acuerdo a cada región del Ecuador?

1.3. Sistematización

- ¿Qué problema presenta desarrollar un estudio de mercado para conocer la necesidad de un restaurante típico de las regiones del Ecuador en Urdesa central?
- ¿Cómo analizar el estado actual del sector de restaurantes con la diversidad de platos típicos en los consumidores?
- ¿En que afecta el estudio técnico y administrativo la infraestructura de los restaurantes que no cuentan con temática?
- ¿Cómo afecta el desarrollo de la factibilidad operativa y financiera del diseño de restaurante?

1.4. Objetivo general

Elaborar un plan de negocio para el diseño de un restaurante típico de las regiones del Ecuador en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil (Urdesa Central).

1.5. Objetivos específicos

- Analizar y sintetizar información relevante mediante fuentes bibliográficas, para la fundamentación del marco teórico y metodológico.
- Elaborar una evaluación sobre la situación actual del mercado en donde se ejecutará el negocio.
- Plantear una propuesta de negocios en la que se realizará: estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico.
- Evaluar la factibilidad del proyecto.

1.6. Justificación

La creación del restaurante temático en el barrio Urdesa central se basa en la evidencia de la necesidad de alimentación de todas las personas.

Hoy en día las nuevas responsabilidades y cambios de tendencias muestran que las personas prefieren comer fuera de sus casas y se dirigen a nuevas e innovadoras variedades gastronómicas, el cual esto hace que los nuevos locales de restaurantes que estén situados en el norte, centro y sur de la ciudad, tengan mucha acogida; incluyendo los restaurantes que están ubicados en los centros comerciales que además de tener buen posicionamiento en el mercado, tienen clientes fijos.

En los últimos tiempos se ha podido notar un creciente aumento de restaurantes en el casco comercial en Urdesa, observando que muchos ejecutivos buscan más que una variedad gastronómica, un lugar donde se pueda sentir cómodo y acogidos, para deleitar los sabores típicos que dichos restaurantes ofrecen, notamos que los restaurantes son diseñados con una sola

temática pero que no son de naturaleza, o simplemente no tienen temática, pero tienen decoraciones muy llamativas para el cliente.

Por este motivo se va implementar un restaurante temático que tenga espacios segmentados para cada región del Ecuador, estos son: Costa, Sierra, Oriente e Insular.

El cliente podrá disfrutar en el restaurante de buenos sabores y buen ambiente con la temática y los platos que más le gusten, inclusive hará sentir al consumidor que está en aquel lugar.

Además, el restaurante tendrá como objetivo principal, brindar una atención y servicio de primera calidad, con un ambiente extraordinario de vida natural y animada, que le permita al cliente sentirse cómodo, tranquilo, feliz y compartir con amigos, compañeros y familiares momentos inolvidables al momento de servirse sus alimentos, así también aumentará el turismo en este sector.

1.7.Delimitación

Este presente proyecto de titulación se realizará en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil en la Urbanización Urdesa Central con Urdesa Norte, Kennedy, Av. Carlos Julio Arosemena, Miraflores y Mapasingue Este.

La dirección del restaurante “4 Mundos” estará ubicado en la calle principal Emilio Estrada y calle secundaria Miguel Aspiazu Carbo, este proyecto va dirigido al mercado socioeconómico medio y alto de la ciudad de Guayaquil.

1.8. Alcance

El proyecto está realizado para cubrir las necesidades de las personas que desean degustar los platos típicos de nuestro país. Además, se proyecta para la creación de nuevas y posibles avances económicos para el país.

Este proyecto cubrirá diferentes zonas de este sector que todavía no poseen un avance económico. Por tal razón es necesario el compromiso de este proyecto para cumplir los objetivos establecidos, y de esa manera conocer las preferencias, gustos, necesidades y actitudes del mercado en el que se va a dirigir.

Se desea fijar los costos reales con el fin de establecer los precios de acuerdo a la clase social que se encuentra enfocado y su vez dar a conocer la inversión del proyecto. Se espera conseguir los resultados deseados mediante la aceptación por parte de los consumidores y así en futuro invertir en él y ponerlo en marcha.

CAPÍTULO 2

2. Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

En la tesis de grado desarrollada por J. Arias, K. Loor, D. Paguay, propusieron un proyecto de inversión para la implementación de un restaurante temático en la ciudad de Machala, el cual consta de las 4 estaciones del año, un ambiente para cada estación, cada uno cuenta con diversas decoraciones, hasta los meseros tendrán a cargo un ambiente y se vestirán de acuerdo a la temática de la estación que le corresponda.

En este proyecto ejecutaron una investigación de acuerdo al crecimiento del mercado de servicios, en el cual se encuentran los restaurantes; además determinan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en donde se pudo observar que el restaurante sería en el futuro un gran competidor por sus características únicas.

Adicional realizaron el análisis económico y se concluye que si existe un mercado potencial que estarían dispuestos a visitar el restaurante (Arias Vijay, Loor Alcívar, & Paguay Buestán, 2012).

En el trabajo de tesis de grado, estudio para el diseño de un restaurante temático de comida típica en la Isla Trinitaria, ciudad de Guayaquil, Ecuador del autor R. Rojas, indicó que la gastronomía nacional no se puede perder, ya que no es solo degustada por las personas que viven en este país, sino también por los turistas extranjeros que vienen de cualquier punto del planeta no solo a conocer y disfrutar de los paisajes hermosos del país, sino también a degustar de su variada y única gastronomía.

También menciona, que un proyecto así mejoraría el nivel de crecimiento turístico en la zona que desee implantarlo (Rojas Solórzano, 2015).

Por otro lado, en el proyecto de tesis del autor J. Abad, realizaron una investigación a través de la demanda y oferta para sustentar la necesidad de crear un restaurante con las características planteadas, realizan una investigación de mercado determinando el mercado objetivo y tomando las encuestas que revelan el perfil de los consumidores y de los productos.

Se plantearon diferentes matrices para las 4 P's, elaboran el costo de producción, plan de marketing, presupuesto de inversión que son financiados por fuentes propias y externas (Sanmartín, 2011).

2.2. Marco teórico

2.2.1. Historia de la gastronomía

La historia de la gastronomía está estrechamente relacionada con la historia del ser humano. Si hay algo que existe desde el principio de la humanidad, es la necesidad de alimentarse.

En un principio, los antepasados del hombre lo hacían simplemente recogiendo lo que la naturaleza les daba, sin procesarlo; después fueron añadiendo mezclas de ingredientes y elaborando lo que hoy se conocen como recetas.

Se trata en general de relatos que recorren la Antigüedad hasta llegar a los tiempos modernos con las referencias a la antigua Roma ponen de manifiesto su importancia y destrezas en la labranza y variedad de productos para las clases más humildes y abundantes platos para los patricios. Con el tiempo, los romanos fueron ganando en delicadeza, pero también en “una magnificencia tan extremada que fue necesario hacer leyes para poner límites a los banquetes”.

También se ofrecen datos provenientes de láminas y dibujos del Museo Británico de Londres, donde se observan cocinas, cocineros y delicadas viandas. (FERNÁNDEZ POYATOS, 2015)

Este texto habla de La humanidad como fue evolucionando al pasar los años, los alimentos más comunes que se consumía y los productos se diferenciaban dependiendo de cada cultura y el hombre cocina de acuerdo lo que brindaba el medio ambiente en el que vive.

El hecho de alimentarse es indispensable para la supervivencia humana. No obstante, a medida que el hombre fue evolucionando el alimento ha asumido un papel diferente. El hombre pasa a alimentarse no sólo para saciar el “hambre”, sino por “placer”. La alimentación se diferencia en cada cultura hecho que se da por varios aspectos como el clima, el suelo, los productos agrícolas, etc. (Oliveira Martins, 2010).

2.2.2. Gastronomía del Ecuador

La gastronomía del Ecuador tiene una variada forma de preparar comidas y bebidas hechas en dicho país, por las aportaciones de las diversas regiones que componen el mismo. Esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales, costa, sierra, oriente y región insular o Galápagos, con costumbres y tradiciones diferentes. (Andrade & Ruperti-Leon, 2016).

Al ser Ecuador un país pequeño, pero bendecido con un clima variable, y propietario de cuatro grandes regiones, nos ha otorgado una amplia gama de variedades de alimentos, con constante producción y preparación de sus platos típicos, haciendo que se los pueda encontrar, durante todo el año. Nuestro país acoge a personas de otros lugares que vienen a disfrutar y degustar de nuestra comida ecuatoriana ya que posee una gran variedad de platos típicos.

La investigación realizada por Pacheco (2012) menciona, que la gastronomía ecuatoriana es famosa por la variedad de sus ingredientes ya que, al ser un país pequeño, tiene fácil acceso a los

productos de las diferentes regiones del país como es, la costa con su archipiélago de Galápagos, la zona de la sierra y la región amazónica. (pág. 22)

De acuerdo la investigación Braak (2018) indica, en su revisión de la gastronomía ecuatoriana, reconoce la diferenciación entre regiones en la forma de preparar comidas y bebidas.

La diversidad de la gastronomía del antiguo Ecuador permitió la evolución culinaria en cada cultura expandiendo sus límites. Por las zonas geográficas, esto se debe que el Ecuador se sitúa en la intersección de dos líneas meridionales que delimita un choque de aire caliente y frío, y además cuenta con variedades de productos en distintas regiones.

2.2.3. Comida típica de las regiones

Hay 4 regiones naturales del Ecuador que son: la región litoral o Costa, la región Interandina o Sierra, la región Amazónica y la región Insular. Cada una de estos territorios cuenta con recetas autóctonas que muestran la cultura y costumbres de esta zona en la que forma parte del patrimonio ecuatoriano.

La región Costa cuenta con platillos donde las estrellas son los mariscos, estar en el límite con el Océano Pacífico facilita la adquisición de estos ingredientes y la cultura popular ha creado diversidad de platillos en base a estos productos. (Piedra, 2018).

En la región Sierra el clima es frío. Las recetas más tradicionales son locro quiteño, yahuarlocro, ají de carne, entre otras. La proteína más consumida es la carne de cerdo encontrada en recetas típicas como la fritada y el hornado. (Montenegro, 2016, pág. 13)

La comida típica de la amazonia tiene diversidades de alimentos muy exóticos y cuenta con un estilo propio en la preparación de sus alimentos, entendiéndose que en los bosques selváticos

brindan variedades de ingredientes a la comida de la zona, como el Maito de pescado, purtumute, inchicapi, seco de guantos son algunos de los platillos más populares de la región.

En la región insular no sólo se encuentra paisajes deslumbrantes, su comida también es extraordinaria, en especial las que son elaboradas con mariscos y pescados que realmente son deliciosos y que excelente calidad y variedades de recetas culinarias.

2.2.4. Gastronomía de la región costa

Las tres regiones que se recogen en el Ecuador también se destacan la una de la otra por los platos, las preparaciones y los ingredientes. El ceviche es un plato emblemático de la costa, El coco es muy utilizado en la provincia costeña de Esmeraldas en la elaboración de distintos “encocados”. El maní es propio de las preparaciones gastronómicas de la provincia de Manabí, sobre todo en la elaboración de la sal prieta que acompaña a la mayoría de los platos regionales. (Reyes López & Martínez Florez, 2018)

La comida típica de la costa ecuatoriana se caracteriza muy variada y saludable ya que se basa principalmente en pescados, como la trucha y la corvina. Se suman también los mariscos como camarones, conchas y cangrejos. Los plátanos hacen parte importante de la culinaria típica.

2.2.5. Gastronomía de la región sierra

La gastronomía de la sierra ecuatoriana está marcada por preparaciones culinarias a base de granos como el chocho y el maíz, el mote y entre otros platillos. En la ciudad de Riobamba al igual que otras provincias de la sierra. (Reyes López & Martínez Florez, 2018)

En la sierra del Ecuador, podrás encontrar una enorme diversidad de platos típicos. Estos platillos son de alta calidad y, generalmente, requieren mucho tiempo de preparación de sus alimentos.

2.2.6. Gastronomía de la región Oriental

La Amazonía ecuatoriana guarda un maravilloso tesoro gastronómico, es muy común el uso de las hojas y las cortezas de los árboles para la elaboración de bebidas como el agua de guayusa, el chuchuguso, la ayahuasca, la chicha de yuca y de chontaduros. (Reyes López & Martínez Florez, 2018)

La Amazonia ofrece una cultura gastronómica poco conocida por el extranjero, pero muy popular entre los nativos. Las frutas exóticas del oriente ecuatoriano Por la gran variedad de productos y especias, animales y frutas que hay dentro de región.

2.2.7. Gastronomía de la región insular o galápagos.

En Galápagos puedes disfrutar de muchas opciones gastronómicas con productos del lugar, incluso, puedes encontrar platos con carnes, papas, granos y vegetales. No obstante, los mariscos siempre serán su principal encanto, y los turistas quedan maravillados con los espectaculares platillos. (Ramírez R., 2019).

La gastronomía de las islas Galápagos puede definirse como variada, si bien predomina un amplio abanico de recetas cuyos ingredientes principales proceden del mar.

2.2.8. ¿Qué es un restaurante?

Según la investigación Gil María de los ángeles, (2014) indica, que un restaurante puede estructurarse a modo de estructura simple u organización empresarial o empresa familiar; de burocracia mecánica u organización maquinal o de burocracia u organización profesional, según sea una pequeña empresa, o distribuya platos a gran escala. (pág. 287).

El restaurante es un establecimiento de servicio, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. En la actualidad existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

2.2.9. El origen de la palabra restaurante.

El concepto restaurante proviene del francés “restaurant”. Se utilizó por primera vez en una taberna que vendía sopas, También en el siglo XVIII refiriéndose a la comida que se ofrecía (un caldo de carne) como “restaurativo” podemos encontrar el término en castellano. (ABABES TRIANA Centro de Restauración, 2016)

El origen de la palabra restaurante proviene del siglo XVII en la que se refiere a las variedades de comida que ofrece los restaurantes, independiente de la temática que mantenga el establecimiento.

2.2.10. Historia del primer restaurante.

El primer restaurante del mundo se abrió en París en 1765. El encargado de una taberna, Monsieur Boulanger, sirvió un plato único: los pies de oveja cocidos a fuego lento en una salsa blanca. El negocio de Boulanger era diferente de otros negocios de comida, como cafés y posadas, porque el negocio de Boulanger estaba centrado en la comida, no el alcohol (como tabernas) o el café y el té (como los cafés). Los clientes acudieron principalmente al establecimiento de Boulanger para comer, y esto fue una novedad a fines del siglo XVIII, donde la población comía en su casa o, si estaban fuera de casa durante la noche por negocios, en una posada (ABABES TRIANA Centro de Restauración, 2016)

El primer restaurante Boulanger que abrió en el año 1765 tuvo un platillo muy conocido en la ciudad de París, con un sabor extraordinario en su comida que deseaba brindar a sus

consumidores, que al pasar el tiempo fue creando variedades de recetas que llamaban la atención a los clientes y en esa época el establecimiento era muy novedoso para los turistas.

2.2.11. Restaurante, su origen etimológico

“Para saber el origen de la palabra restaurante vamos a pedir prestado al restaurante francés, al verbo restaurer, al latino restaurans, participio del restauro (" Lo restauro "), del nombre de la sopa 'restaurativa' que se sirve en los primeros establecimientos" (ABABES TRIANA Centro de Restauración, 2016)

2.2.12. Tipos de Establecimientos y fórmulas de restauración

Estos tipos de establecimiento realizan sus actividades de restauración en la cual hace referencia al consumo de alimentación que llevan a cabo los seres humanos, en establecimientos preparados con un solo fin, en la que existe un conjunto de servicios complementarios que son determinantes en tal elección:

2.2.13. Restaurante informal o de ambiente familiar

Estos restaurantes se prestan para ser manejado por sus propietarios y depende grandemente de apoyo de los habitantes de la localidad, pero será conveniente que usted conozca a su cliente personalmente que lo haga sentir como en su casa. (Cooper, Floody, & Mcnelly, 2002).

Estos restaurantes de tipo familiar se encargan de proveer a los clientes con varios menús con platos sencillos y precio accesibles, en la que es recomendable para familias, Se trata de diferentes tipos de restaurantes con un sistema de organización y administración.

2.2.14. Restaurantes temáticos

Los restaurantes temáticos son aquellos establecimientos de alimentación que no solo se identifican porque sirven un tipo de comida en específico, sino también por su diseño y ambiente singular. (López Serván , 2018, pág. 15).

Los restaurantes temáticos son establecimientos expertos en una gastronomía exótica determinada, Usan la imagen de un personaje famoso o adquieren una ambientación peculiar. En recrear el ambiente de un país, de una época histórica, en un entorno en el que la decoración y el servicio juegan un papel fundamental.

2.2.15. Restauración tradicional

Aquí encontramos los establecimientos clásicos como bares, cafeterías y restaurantes tradicionales. (Tés e infusiones GOURMET para hosteleria, 2014). El restaurante tradicional es estilo típico y usual en la mayoría de los establecimientos convencionales.

2.2.16. Autoservicio

También llamado el Self-Service en inglés, en este tipo de restauración se ofrece diferentes ofertas gastronómicas. Con maquinarias adecuadas detrás de un mostrador para la conservación de los alimentos, y para mantener en perfecto estado. (Tés e infusiones GOURMET para hosteleria, 2014)

El autoservicio es un sistema de ventas empleado en algunos restaurantes gastronómicos, en los que el cliente toma lo que necesita y paga antes de salir, como varios establecimientos comerciales que opera con este sistema de ofertas.

2.2.17. Comida rápida o fast-food

La oferta gastronómica suele ser reducida, básicamente nos concentramos en comidas como hamburguesas, bocadillos, pizzas, batidos, helados y otros platos de fácil preparación. El cliente pide en el mostrador, abona el importe y en poco tiempo se entrega la comida. (Tés e infusiones GOURMET para hostelería, 2014)

La comida rápida es un estilo diferente de alimentación donde los alimentos se preparan y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros o a pie de calle).

2.2.18. Restauración activa o restaurante-espectáculo

Este tipo de negocios se han transformado a lo largo del tiempo, y se han creado con nuevos conceptos en la infraestructura del establecimiento y en su presentación a los usuarios que son los siguientes:

- ✓ Restaurantes que usan la imagen de actores, deportistas o personajes conocidos para crear un establecimiento único y así aumentar las ventas.
- ✓ Restaurantes en parques temáticos
- ✓ Restaurantes con animadores, donde el cliente puede también participar
- ✓ Restaurantes temáticos donde el ambiente creado incorpora al cliente en un sitio único y característico. (Tés e infusiones GOURMET para hostelería, 2014)

2.2.19. Comida para llevar – take-away

Es un servicio de ventas basado en ofertas gastronómicas para llevar y consumir fuera del establecimiento como pizzerías, mercados de abastos, Restaurantes tradicionales para aumentar las ventas del negocio. (Tés e infusiones GOURMET para hosteleria, 2014)

La comida para llevar son alimentos ya preparados con sus respectivos ingredientes listo para consumir y llevárselo el cliente.

2.2.20. Comida a domicilio – delivery-food

Se trata de un negocio que se dedica a servir ofertas gastronómicas a petición del cliente. El pedido se suele hacer por teléfono o ahora nuevo, también por Internet. (Tés e infusiones GOURMET para hosteleria, 2014)

Este tipo de establecimientos se dedican realizar envíos de comidas a diferentes lugares del país solo realizan pedidos, En los últimos años se han creado empresas que centralizan las llamadas telefónicas de los usuarios para poder gestionan la venta y distribución de comidas, pero son ajenas a la producción.

2.2.21. Catering

Se denomina catering a un servicio de alimentación institucional o colectiva que sirve comidas y bebidas en fiestas, eventos y presentaciones. Pueden ser presentaciones de espectáculos o exposiciones donde se atiende a los invitados gastronómicamente. (Tés e infusiones GOURMET para hosteleria, 2014).

Un servicio de catering se caracteriza porque las elaboraciones se realizan en una cocina central se transporta y se sirve en un lugar a otro.

2.2.22. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. (Durán & Guzmán, 2012)

Este tipo de estudio nos permite observa si plan de negocio establecido es restable y productivo dentro del mercado con los recursos propios de la empresa.

2.2.23. Estudio administrativo

Según la investigación de Sapag Chain & Sapag Chain (2008) indico, que La teoría administrativa ha desarrollado métodos de distinta complejidad para definir la estructura de una organización. No obstante, la apreciación personal del responsable final de la ejecución del proyecto, difícilmente será quien realice el estudio previo, configurará la estructura definitiva. (pág. 473)

El análisis del estudio administrativo es definir el desarrollo de la estructura de la compañía con sus respectivas verificaciones de cada ejecución que se realice en el proceso administrativo.

2.2.24. Estudio de mercado

El autor Gabriel Urbina (2010) indica, el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y estudio de la comercialización.pag.7

El objetivo principal nos permite verificar el estudio de mercado realizado sobre la oferta y la demanda del precio establecido dentro del restaurante para nuestros clientes.

Un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. (Emprendepyme.net, 2017)

Este estudio nos permite observar la viabilidad del proyecto de la empresa en la cual no va a permitir verificar a lo largo del proceso establecido.

2.2.25. Estudio económico

En el libro de Sapag Chain & Sapag Chain (2008) menciona, Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (pág. 463)

En un plan de negocios es muy importante tomar en cuenta la administración financiera para que el negocio o la empresa se mantenga solvente tenga estabilidad, rentabilidad y sea lucrativo el negocio con la inversión realizada del proyecto.

El autor Gabriel Urbina (2010) menciona, Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. (pág. 7)

El análisis de este estudio económico trata de ver el objetivo que desea proporcionar la empresa elaborando cuadros analíticos en la que nos permitirá observar la evolución económica de la compañía.

2.2.26. Estudio técnico

El autor Gabriel Urbina (2010) indica, El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (pág. 7)

El objetivo principal de este análisis técnico es determinar la localización óptima del establecimiento donde se va a realizar el proyecto con sus respectivas leyes.

2.2.27. Entrevista estructurada

Es una serie de preguntas relacionadas con el empleo que se plantea a cada solicitante para un puesto en particular. Aunque las entrevistas han sido históricamente indicadores muy deficientes para la toma de decisiones de selección. (R & M, 2015, pág. 183)

2.3. Marco contextual

Los restaurantes más conocida en el Ecuador son KFC, Wendy's, Subways, Gus, Pizza Hut, comida de Víctor, Burger King, entre otras que se encuentra dentro de la ciudad de Guayaquil. Todos estos tipos de restaurantes tienen sucursales distribuidas en todas las regiones del Ecuador.

Sin embargo, debido a que Guayaquil es una ciudad turística, han abierto restaurantes en sectores más conocidos de la ciudad, por lo que estos tipos de negocio de comida rápida se pueden encontrar en el sur, norte, este u oeste de la ciudad, en centros o pasajes comerciales, en zonas de comercio masivo o en lugares turísticos conocidos y con gran afluencia de personas.

El restaurante de comida típica ecuatoriana se busca implementar y ajustar los niveles de estándares de calidad pertinentes, ofreciendo una variedad de platos con un costo equilibrado para el consumo de personas y con un servicio al cliente orientado al cambio de los hábitos

alimenticios de los Guayaquileños con una infraestructura de establecimiento referenciando a la cultura y costumbres de cada región.

2.3.1. Historia de la creación de la urbanización Urdesa central

Origen e historia Durante la década de los cincuenta, en Guayaquil se implementan nuevos mecanismos para obtener ingresos a través de la promoción inmobiliaria.

Urdesa obtiene su nombre por su razón social, Urbanizadora del Salado. Esta nació como un proyecto habitacional al norte de Guayaquil para la clase media y alta el 4 de mayo del 1955. (Chang, 2015)

Infraestructura. - Es un grupo de elementos o servicios que son de grande importancia para que una organización logre funcionar, inclusive contiene las fuerzas y relaciones de producción. Esta despliega un rol significativo en el desarrollo de la sociedad.

Comida Gourmet. - Son aquellas preparaciones refinadas por la calidad de los ingredientes y la manera en cómo se elabora la comida. La palabra gourmet es del vocablo francés, en donde traducido es “gastrónomo”, en antes en Francia se llamaba de esa manera a los cocineros que tenían experiencia en la cocina y realizaban estas preparaciones.

Plan de Negocios. - Es un documento formal en donde se escribe, puntualiza y explica de forma ordenada, el negocio que se va a ejecutar. Realizar un plan de negocios, permite conocer si el proyecto es factible o no, antes de colocar en marcha.

Franquicia. – Es una cadena de negocios en la que siempre se sigue el mismo patrón en cuanto a estilo, y se pretende que todo el público asocie esa estética a la marca y al servicio que se oferta.

Autóctonos. – Es una persona que ha vivido siempre en el mismo lugar en donde nació.

Fan page. – también se lo conoce como una página de Facebook que fue creada dentro de la red social especialmente para ser un canal de comunicación de las marcas, empresas, blogs con sus seguidores.

Branding. – es una herramienta que se utiliza en el campo de mercadotecnia, permite referirse al proceso de construcción de una marca que se encuentra en el mercado, se trata de la estrategia a seguir para gestionar de manera directa o indirecta, ya sea un nombre comercial, como en el logo, slogan.

2.4. Marco Legal

Para todo negocio nuevo se requieren de normas que regulen el comportamiento del sujeto. Por lo tanto, corresponderá cumplir con los siguientes trámites para la creación y puesta en marcha del restaurante:

2.4.1. Constitución de la empresa

Para el restaurante se ha decidido que sea una compañía anónima, puesto que es una compañía cuyo capital estará compuesto y dividido por dos únicos accionistas correspondientemente al restaurante.

Por lo tanto, el restaurante estará conformado por 2 socios, cada uno aportará con un valor distinto, para la constitución de la compañía el capital suscrito es \$23.311,86. La participación será como se detalla a continuación: la Srta. Fanny Patricia Asoma Chuqui con monto de participación por \$11.655,93 correspondiendo el 50 % del capital suscrito, la Srta. Anael Florinda Ayala Villamar, también aportará \$11.655,93 por lo que corresponde la otra parte del total del capital.

La razón social de la compañía: 4 Mundos S.A.

La gerente general de la compañía será: Fanny Asoma Chuqui por un periodo de 3 años.

La representante legal: Fanny Asoma Chuqui

Administradora: Anael Ayala Villamar

La constitución de la empresa se realizará por medio del portal web en línea de la Superintendencia de Compañías, de esa manera se ahorrará tiempo y dinero. Una vez llenado el formulario de solicitud, el notario se encargará de ingresar al sistema y validar la información y asignará la fecha y hora para las firmas de la escritura y nombramientos.

Una vez firmado los documentos el sistema se encargará automáticamente de enviar la información al registro mercantil que también validará la información, luego el sistema generará un número de expediente y remitirá la información al Servicio de Rentas Internas que de manera rápida dará el número de RUC para la compañía.

2.4.2. Requerimientos legales

La empresa para su funcionamiento tiene la obligación de cumplir con los siguientes requisitos:

2.4.2.1. RUC (*Registro Único de Contribuyentes*).

Este requerimiento se lo comenzó a solicitar hace varios años a las personas que tengan alguna actividad económica en Ecuador o que correspondan pagar algún impuesto, con la finalidad de identificar a las personas naturales o jurídicas y facilitar información a la administración tributaria, se lo realiza en el Servicio de Rentas Internas. Mediante la página web del (SRI) se pudo observar los requisitos para obtener el RUC, y son:

- Formulario 01A, 01B

- Escrituras de constitución.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia de cédula del representante legal.
- Certificado de votación del representante legal.
- Copia de algún documento que certifique la dirección del en el cual se desarrolla la actividad económica.
- Impuesto predial, comprobante de pago.

2.4.2.2. *Permiso uso de suelo (Municipio de Guayaquil).*

En Guayaquil toda persona que cuente con establecimientos que funcionen fuera de un centro comercial debe obligatoriamente tener el certificado del uso de suelo. Este trámite se lo puede realizar por medio de la página web sin necesidad de ir a la ventanilla. Por servicios del trámite se debe pagar un valor de \$2.00, una vez cancelado se recibe el formulario de solicitud de consulta de suelo.

2.4.2.3. *Permiso de funcionamiento (Cuerpo de Bomberos).*

Este documento certifica que el establecimiento cumple con todos los sistemas solicitado de seguridad contra incendios. El inspector de bomberos visitará el establecimiento y verificará que todo esté en orden y que la empresa cuente con todos los distintivos que muestren la salida en casos de emergencia y los extintores que debe tener por cada 100 m de área útil. Los documentos de este trámite se lo presentan en el Cuerpo de Bomberos o se lo puede realizar por medio de la página web. Los requisitos son:

- Copia de cédula del representante legal.

- Copia actualizada del RUC.
- Nombramiento del representante legal.
- Copia del pago de predios urbanos o planilla de servicios básicos.
- Plan de emergencia y evacuación elaborado por un experto en el Registro de Profesionales de Seguridad y Salud de Ministerio de Relaciones Laborales.
- Copia de uso de suelo.

2.4.2.4. *Patente municipal.*

Toda persona que ejerza una actividad comercial permanente debe tener su registro de patente municipal. Los requisitos para registrarla son:

- Certificado provisional o definitivo por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Escritura de Constitución
- Copia de Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Nombramiento del representante legal.
- Solicitud para registro de la patente municipal.

La solicitud se la puede descargar en la página web del municipio de Guayaquil y con todos los demás requisitos entregar en las ventanillas de dirección financiera, en planta baja.

2.4.2.5. *Certificado trampa de grasa (Interagua).*

Este certificado solo es destinado para bares, restaurantes, cafetería, gasolineras, lubricadoras, talleres, lavadoras, hoteles y todos los establecimientos que tengan cocina. Los requisitos para obtenerlo son:

- Copia del RUC.
- Formulario de solicitud, que se descarga del portal web.
- Cotización cancelada.
- Carta de autorización por parte del dueño del establecimiento.
- Guía de efluentes que se lo descarga del portal web.

2.4.2.6. Tasa de habilitación y control.

Es un documento obligatorio de debe tener cualquier persona natural o jurídica que tenga negocios, este permite el funcionamiento de los establecimientos que se encuentran dentro del cantón y este es otorgado por el Municipio de Guayaquil, en donde se detalla el RUC, razón social, dirección, actividad, código catastral, medidas de establecimiento y nombre comercial. Se puede hacer la solicitud por medio del portal web

- Requisitos para obtener la tasa de habilitación y control:
- Patente municipal vigente.
- Tasa de servicios contra incendio.
- Certificado de trampa de grasas.
- Consulta de uso de suelo.
- Tasa de turismo.
- Contrato de arrendamiento o concesión comercial.

2.4.2.7. Pago de tasa municipal de turismo (Ministerio de Turismo).

De acuerdo a la Ley del Turismo en el Art. 5 menciona que se consideran actividades turísticas los servicios de alimentos y bebidas desarrolladas por personas naturales o jurídicas.

Los requisitos son:

- Registro emitido por el Ministerio de Turismo.
- Pago del impuesto uno por mil.
- Certificado de registro original y copia, presentar en las oficinas EPMTPCRIG (Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP).
- Certificado de pago del impuesto uno por mil original y copia, presentar en las oficinas de EPMTPCRIG.

2.4.2.8. Certificado de la dirección municipal del medio ambiente.

Este certificado es emitido por el Municipio de Guayaquil, no tiene costo, el tiempo estimado de obtención es inmediato y se lo solicita por medio de la plataforma SUIA (Sistema Único de Información Ambiental).

- Registrar en los campos todos los datos solicitados.
- Seleccionar la actividad económicamente desarrolla.
- Finalizar el registro e imprimir el certificado.

2.4.2.9. Pago del 1 x 1000.

Según el reglamento de alimentos y bebidas en el Art.8 indica que las personas naturales o jurídicas deben cumplir con el pago del 1 x 1,000 sobre el valor de sus activos fijos.

2.4.2.10. *Registro del nombre.*

Para registrar el nombre del restaurante se deberá realizar el trámite en Servicios Nacionales de Derecho Intelectuales. La marca es un signo que hace diferenciar un servicio o producto de otros en el mercado, y refuerza las acciones de publicidad. La marca para el restaurante será de tipo comercial. De acuerdo al (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, s.f.) para esto se necesitan los siguientes requisitos:

- Presentar solicitud de inscripción.
- Búsqueda fonética, es decir verificar que no exista en el mercado la marcas, el precio es de \$16.00.
- Apertura del casillero virtual.
- Presentación de solicitud en línea.
- Pago de la tasa de solicitud, equivalente a \$208.00.
- Nombramiento del representante legal.
- Solicitud indicando la naturaleza del signo y el tipo de signo.

Una vez realizado todos los tramites, esperar que la Propiedad Intelectual registre la marca en su Gaceta, con el fin de que las empresas existentes puedan observar la nueva marca registrada, y presenten oposición en caso de que les afecte o tenga algún parecido. La presentación de la oposición la pueden hacer dentro de 30 días hábiles.

En caso de que no exista oposición, se realiza el examen de registro, en el que se podrá rechazar o aceptar la marca. Y por último se emite el título una vez que haya sido aprobado

2.4.2.11. *Permiso de funcionamiento (ARCSA).*

De acuerdo al acuerdo ministerial 4712 del 13 de marzo del 2014 en el artículo 3 menciona, el permiso de funcionamiento es otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a todos los establecimientos sujetos al control y vigilancia sanitaria que cumplen con todas las normas y requisitos establecidos. (ARCSA, 2014).

El establecimiento solo operará las actividades para las que se le otorgó el permiso.

2.4.2.12. *Contrato de arriendo.*

La compra de un terreno y construcción de un restaurante es una inversión alta, por ser nuevos en el buró de crédito, el banco del pacifico no otorga el préstamo de \$80.000,00. Por ese motivo, se ha decidido firmar un contrato por alquiler de un local comercial ubicado en el Sector Urdesa Central de la ciudad de Guayaquil. El contrato tendrá vigencia de 1 año, y será renovado cada año.

El valor del alquiler es de \$2.906,20 mensual, el cual deberá ser cancelado dentro de los primeros cinco días de cada mes. A su vez, se realiza un depósito de garantía de dos meses.

CAPÍTULO 3

3. Metodología

3.1. Diseño de la investigación

Sampiere (2014) afirma. “La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (p.4).

En el presente estudio se utilizó la investigación mixta, debido a que permite conocer toda la información necesaria en una investigación de escaso conocimiento, comenzando en la indagación de herramientas teóricas y deducción de referencias numéricas.

Permitió evaluar la competencia directa e indirecta, determinar la demanda de las necesidades del mercado objetivo, frente a los competidores cercanos; la periodicidad del consumo, las razones que lo motivan a elegir un restaurante.

3.2. Tipos de investigación

Según Bernal (Actualizado) indica que existen 8 tipos de investigación, que son: histórica, documental, descriptiva, correlacional, explicativa o causal, estudio de caso, experimental y otros. Esta investigación fue de tipo documental, de campo, y descriptiva.

3.2.1. Investigación documental.

Bernal (Actualizado) también menciona, “La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (p.111).

En el proyecto se utilizó este tipo de investigación puesto que se investigó en artículos, libros, periódicos, tesis, revistas científicas y páginas web de organismos gubernamentales, y otras páginas web que brindaron información concisa y necesaria acerca de los restaurantes temáticos y gastronomía de Ecuador.

3.2.2. Investigación descriptiva.

Esta investigación muestra las características fundamentales y rasgos de las personas, objetos u materiales a investigar.

Así mismo señala que “La investigación descriptiva es un nivel básico de investigación, el cual se convierte en la base de otros tipos de investigación; además, agregan que la mayoría de los tipos de estudios tienen, de una u otra forma, aspectos de carácter descriptivo” (p.113).

Esta investigación sobrelleva especialmente metodologías como las encuestas, observación y entrevista. La investigación permitirá describir los hechos y sucesos que estén sucediendo en el momento del problema, que influye a una investigación profunda que da a conocer la situación del problema y las necesidades que tienen las personas de visitar nuevos restaurantes con diferentes ambientes, y la degustación por las variedades de la gastronomía ecuatoriana.

3.3. Técnicas y herramientas de la investigación

3.3.1. La observación.

Sampiere (2014) aporta. “En la investigación cualitativa necesitamos estar entrenados para observar, que es diferente de ver (lo cual hacemos cotidianamente). Es una cuestión de grado. Y la “observación investigativa” no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos” (p.399).

En la observación se utilizaron materiales como fotografías, grabaciones y el registro anecdótico que es en donde se registraba cada comentario empírico de todo lo observado en la Urbanización de Urdesa Central ciudad de Guayaquil provincia del Guayas y en donde se detallaba cada observación acerca del análisis de la posibilidad de un restaurante temático de comidas típicas del Ecuador.

Mediante la observación directa, en donde se pudo estudiar el tipo de comportamiento en el Sector Urdesa Central de la ciudad de Guayaquil, los posibles clientes, moradores, turistas y competencia, así también, se logró conocer los criterios de los turistas de acuerdo a la implementación del restaurante temático de comidas típicas de la región del Ecuador, en cuanto al estado de infraestructura y la seguridad de los visitantes.

Conforme aquello, se tomó la iniciativa de implementar un restaurante que ofrezca las comidas típicas de todas las regiones, que permita disfrutar de sus ambientes y de ese modo las personas se enamoren de los ricos sabores que existen en este lindo país.

3.3.2. La Encuesta.

En cuanto a la investigación descriptiva se realizarán encuestas a los turistas y moradores del sector, con el propósito de conocer las preferencias y gustos, así también a los clientes de la competencia para así conseguir la información necesaria, descubrir sus debilidades y convertirlas en nuestras fortalezas. El banco de preguntas será de tipo cerradas y abiertas.

3.3.3. La entrevista.

La entrevista cualitativa es abierta, flexible y sobre todo es íntima entre el entrevistador y el entrevistado.

Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. (Sampiere, (2014), p.403)

Además, se realizarán entrevista a un chef. También se le realizará a una persona que haya emprendido su propio restaurante y a un ingeniero comercial.

Para emplear la encuesta se determinará el tamaño muestra, en seguida se aplicará el muestreo aleatorio simple.

3.4. Población y muestra

Conforme a los datos del último censo en el año 2010 elaborado por el INEC, se realiza la proyección al año 2020 de la población del sector de Urdesa, siendo 34.570, el cual 49.3% está conformado por hombres y 50.7% por mujeres. Donde, el 28.8% corresponden a niños de 0 a 14 años de edad, 65.4% de 15 a 64 años y por último 5.8% lo conforman entre 65 y más años de edad.

En cuanto a las TIC'S, el 83.2% disponen de teléfono celular, mientras el 28.6% solo disponen de computadoras, luego el 17.1% cuentan con internet y 14.6% tv por cable, esta última información servirá de apoyo para el marketing del restaurante.

Conforme a los turistas, el Municipio de Guayaquil (2017) indica, que en el año 2017 llegaron 692,704 visitantes extranjeros a Guayaquil, y 1,418.556 turistas nacionales.

Por lo tanto, para nuestra población solo se tomará en cuenta a las personas de los 15 años en adelante, debido a que es la edad apropiada para tomar decisiones, algunos trabajan y realizan sus compras sin ningún problema, la cifra es 24.614. En cuanto a la auto identificación de la

población, el 70.7% son mestizos, 11.4% blancos, 10.9% afro ecuatoriano, 5% son montubios, 1.4% de indígenas y otros 0.6%. INEC (2020).

3.4.1. Muestra y muestreo.

La muestra es un subgrupo de la población; el mejor método de muestreo para obtener una muestra representativa es el muestreo aleatorio simple, Según Gonzáles y Pérez (2012) mencionan que, “El muestreo aleatorio simple es un muestreo con reemplazamiento; este tipo de muestreo las poblaciones finitas no se agotan y el resultado de cada extracción es independientes de los anteriores” (p.14).

A continuación, se detalla la fórmula:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra.

Z = nivel de confianza permanente 95% que equivale a 1.96.

P = probabilidad de aceptación 0.5.

q = probabilidad de rechazo (1-p) 0.5.

N = tamaño de la población.

e = error de estimación 5% (0.05).

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (24,614.52)}{(24,614.52 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

n = 378 personas para encuestar

3.4.2. Análisis de encuestas

Se elaboró un total de 378 encuestas en una población de 24.614 de Urdesa, en zonas estratégicas de la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, como son, los estudiantes de la Universidad de Guayaquil y Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en el horario nocturno, en donde la mayor parte de los estudiantes pasan de los 15 años en adelante, que disponen de poder adquisitivo para visitar el restaurante. También se encuestaron a varias personas de los sectores como, Urdesa Norte y Urdesa Central, que tengan perfiles similares a las características antes detallada.

Pregunta 1. Sexo

Tabla 1. Sexo del encuestado

Sexo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Masculino	202	53%
Femenino	176	47%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

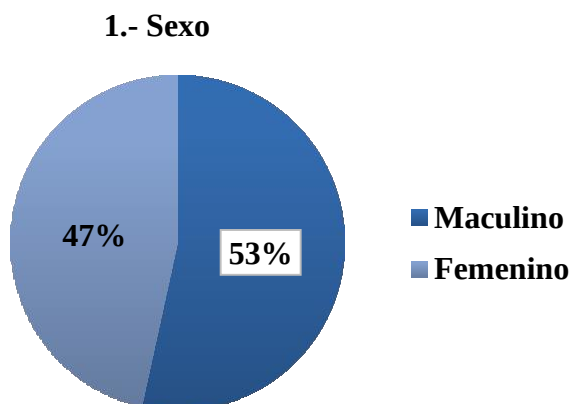


Figura 1. Sexo de los encuestados

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Se realizó la encuesta a varios sectores de Guayaquil cercano a Urdesa central, de acuerdo a las 378 personas encuestadas, en donde 202 encuestados son hombres que representa a la mayoría con un 53% de la muestra tomada, mientras que la restante son mujeres.

Pregunta 2. ¿En qué rango se encuentra su edad?

Tabla 2. Rango de edad

Rango de edades	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
15 – 20	38	10%
21 – 30	90	24%
31 – 40	116	31%
41 – 50	76	20%
51- 64	47	12%
Más de 65	11	3%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada

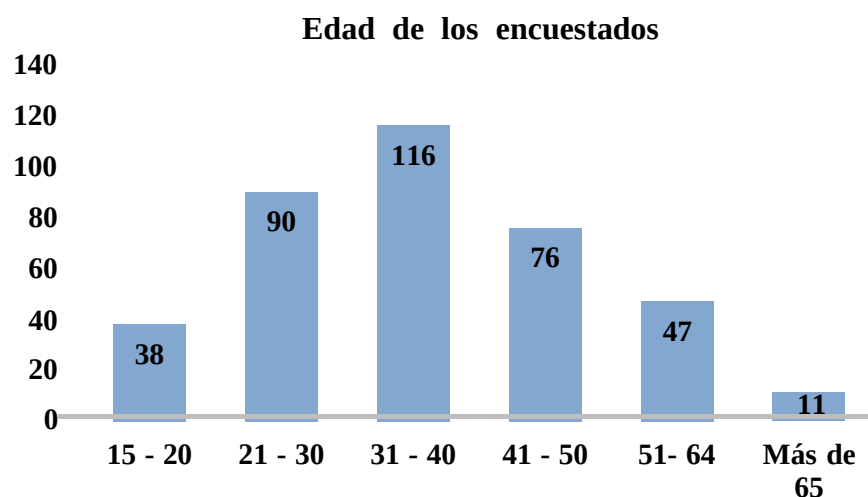


Figura 2. ¿En qué rango se encuentra su edad?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De las 378 personas encuestadas, se ha observado que la edad mínima de la muestra encuestada está en un rango entre 15 y 20 años de edad y las edades máximas están entre 51 a 64 años de edad. Se puede notar que los clientes potenciales del restaurante se encuentran en un rango de 31 y 40 años de edad.

Pregunta 3. ¿En qué rango se encuentra su salario mensual?

Tabla 3. Rango del salario mensual

Salario mensual	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
400-600	75	20%
601-800	110	29%
801-1000	136	36%
Más de 1000	57	15%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil

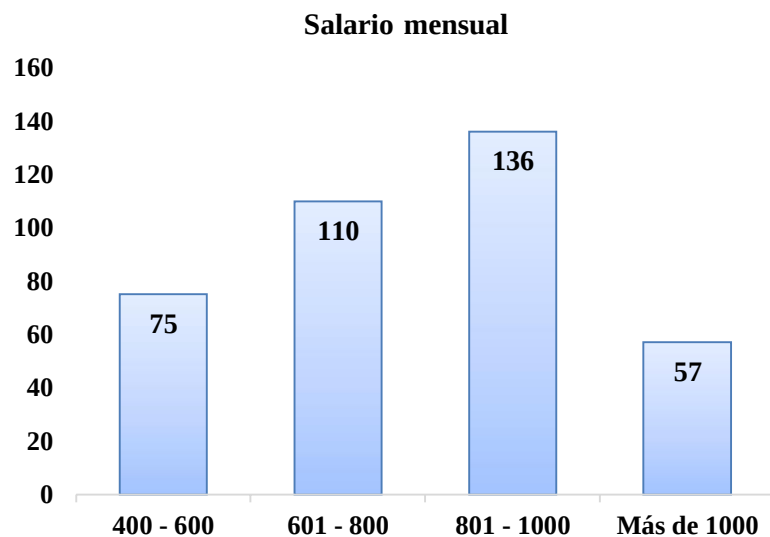


Figura 3. ¿En qué rango se encuentra su salario mensual?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De acuerdo a la encuesta realizada por las 378 personas, su salario mensual está dentro del rango establecido por el mercado objetivo medio y alto.

Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia usted visita un restaurante?

Tabla 4. Frecuencia de visita en restaurantes

Frecuencia de visita	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Muy frecuentemente	69	18%
Frecuentemente	124	33%
Ocasionalmente	150	40%
Raramente	20	5%
Nunca	15	4%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil

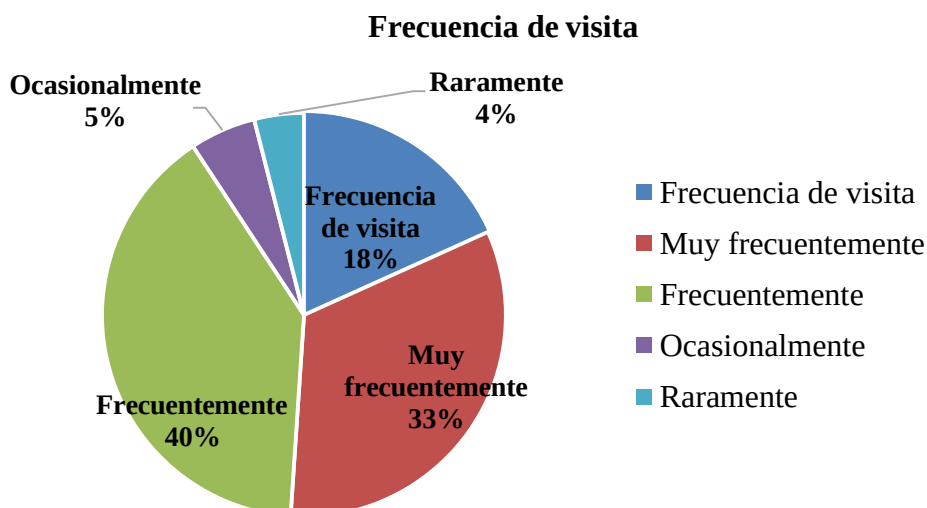


Figura 4 ¿Con que frecuencia usted visita un restaurante?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De acuerdo al análisis se pudo constatar que las 378 personas encuestadas acuden con mucha frecuencia a estos tipos de restaurante, por motivo que le llama la atención estos tipos de establecimiento con diseños llamativos a la cultura ecuatoriana, lo cual es favorable para el negocio al mostrarse una demanda potencial alta de producto que ofrecerá.

Pregunta 5. ¿Cuánto gasta en comprar comidas en restaurantes mensualmente?

Tabla 5. Gasto mensual en consumir comidas en restaurantes

Presupuesto mensual en comida	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
100-200	150	40%
201-300	130	34%
301-400	53	14%
401-500	33	9%
Más de 500	12	3%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil.

Gasto mensual en comida

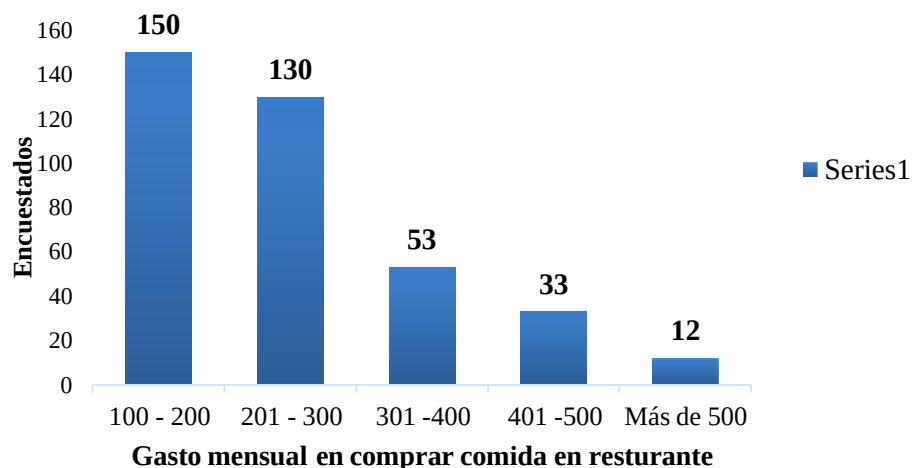


Figura 5. Gasto mensual en consumir comidas en restaurantes

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De acuerdo la 378 persona encuestada se puede observar que gasta mensualmente comprando comida un 40% que está dentro del rango establecido por los consumidores, que acuden a diferentes restaurantes de Guayaquil.

Pregunta 6. ¿En compañía de quién usted visita un restaurante?

Tabla 6. ¿En compañía de quién usted visita un restaurante?

Estado de visita	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Amigos	93	25%
Familiares	135	36%
Compañeros del trabajo	61	16%
Pareja	89	24%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil

¿En compañía de quién visita un restaurante?

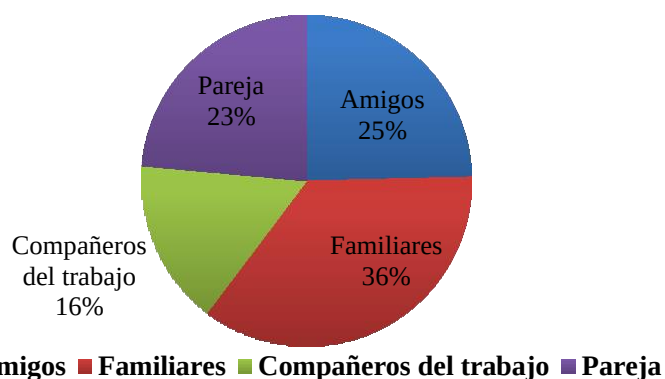


Figura 6. ¿En compañía de quién usted visita un restaurante?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

En este análisis se pudo constatar que los posibles clientes que visitarían el restaurante “4 Mundos”, será acompañados de sus familiares con un 36% por motivo que acudirán entre semanas y los fines de semanas, seguido por amigos y parejas sería con más frecuencia por el diseño del establecimiento.

Pregunta 7. ¿Conoce usted un restaurante temático en la ciudad de Guayaquil que ofrezca comida ecuatoriana?

Tabla 7. Conocimiento de restaurantes temáticos en Guayaquil

Acuerdo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	78	21%
No	300	79%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil

¿Conoce usted un restaurante temático en la ciudad de Guayaquil ?

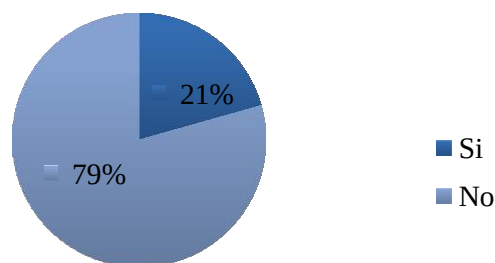


Figura 7. ¿Conoce usted un restaurante temático en la ciudad de Guayaquil?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

En base a las encuestas realizadas una de las ventajas para este tipo de negocio se evidencia que el 79% del público consumidor consultado no conoce un restaurante con este tipo de diseños y menos que ofrezcan platos típicos de las regiones del Ecuador. A su vez, se considera necesario que el establecimiento se dé a conocer mediante medios óptimos, como por redes sociales o volantes con el fin de captar la atención del mercado meta y posicionarse en el mercado.

Pregunta 8. ¿Le agradaría visitar un restaurante temático que se enfaticen en la Cultura Ecuatoriana?

Tabla 8. ¿Le agradaría visitar un restaurante temático de la Cultura Ecuatoriana?

Acuerdo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	295	78%
No	83	22%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil

¿Le agradaría visitar un restaurante temático que se enfaticen en la Cultura Ecuatoriana?

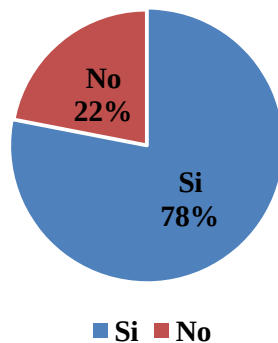


Figura 8. ¿Le agradaría visitar un restaurante temático de la Cultura Ecuatoriana?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Al realizar el análisis de esta respuesta que si le agradaría visitar este tipo de restaurante se observa que el 78% de las personas encuestadas le llama mucho la atención estos tipos de diseños que muestran la cultura ecuatoriana.

Pregunta 9. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?

Tabla 9. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?

Preferencia por consumir	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Precio	15	4%
Calidad	80	21%
Tradición	20	5%
Valor nutricional	4	1%
Presentación	4	1%
Sabor	255	67 %
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil

Preferencia del consumidor por consumir comida típica ecuatoriana

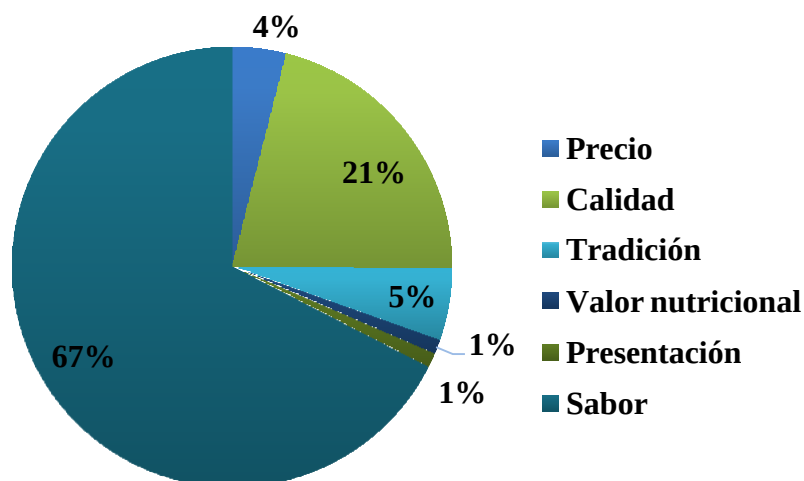


Figura 9. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 67% prefieren consumir comidas típicas del Ecuador por su exquisito sabor y la elaboración de cada platillo, seguido por la calidad del producto con un 21% y tradición de cada región.

Pregunta 10. ¿En qué horario usted visitaría el restaurante?

Tabla 10. ¿En qué horario usted visitaría el restaurante?

Horario de visita	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Mañana	84	23%
Tarde	128	34%
Noche	166	43%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil.

Horario de Visita

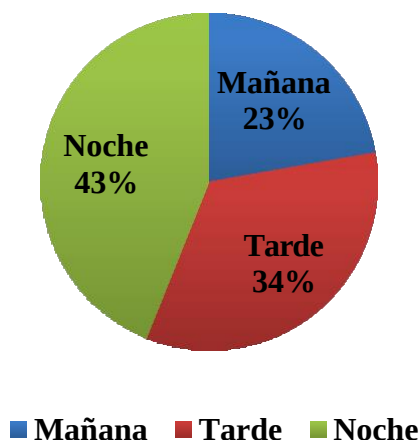


Figura 10. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?
Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De acuerdo a las 378 personas encuestadas podían escoger los tres posibles horarios establecidos por el restaurante de “4 Mundos” como son mañana, tarde y noche; cómo se puede observar en la figura superior la mayoría de las personas prefieren el horario de la noche por motivo que a esa hora se desocupan de sus labores.

Pregunta 11. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana es de su preferencia?

Tabla 11. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana es de su preferencia

Tipo de comida	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Costa	155	41%
Sierra	133	35%
Oriente	15	4%
Galápagos e Insular	75	20%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil.

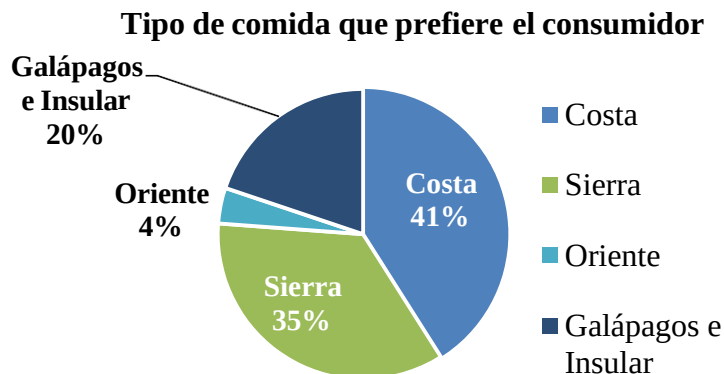


Figura 11. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana es de su preferencia?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Otra ventaja de la investigación realizada a las 378 personas indica que la comida de su preferencia es de la región costa con un 41% por su sabor, variedad de platos y porque la mayoría de los consumidores son Guayaquileños; seguido de la región sierra que es la otra parte con mayor consumo de platos típicos.

Pregunta 12. ¿De los siguientes platos típicos cual es de su mayor agrado?

Tabla 12. ¿De los siguientes platos típicos cual es de su mayor agrado?

Tipo de comida	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Llapingacho	53	14%
Hornado	43	11%
Caldo de pata	30	8%
Guatita	27	7%
Caldo de bolas	35	9%
Ceviches	50	13%
Seco de pollo	43	11%
Caldo de salchicha	27	7%
Ceviche de palmito	12	3%
Maito de pescado	13	3%
Arroz marinero	25	7%
Camarones al ajillo	20	5%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil.

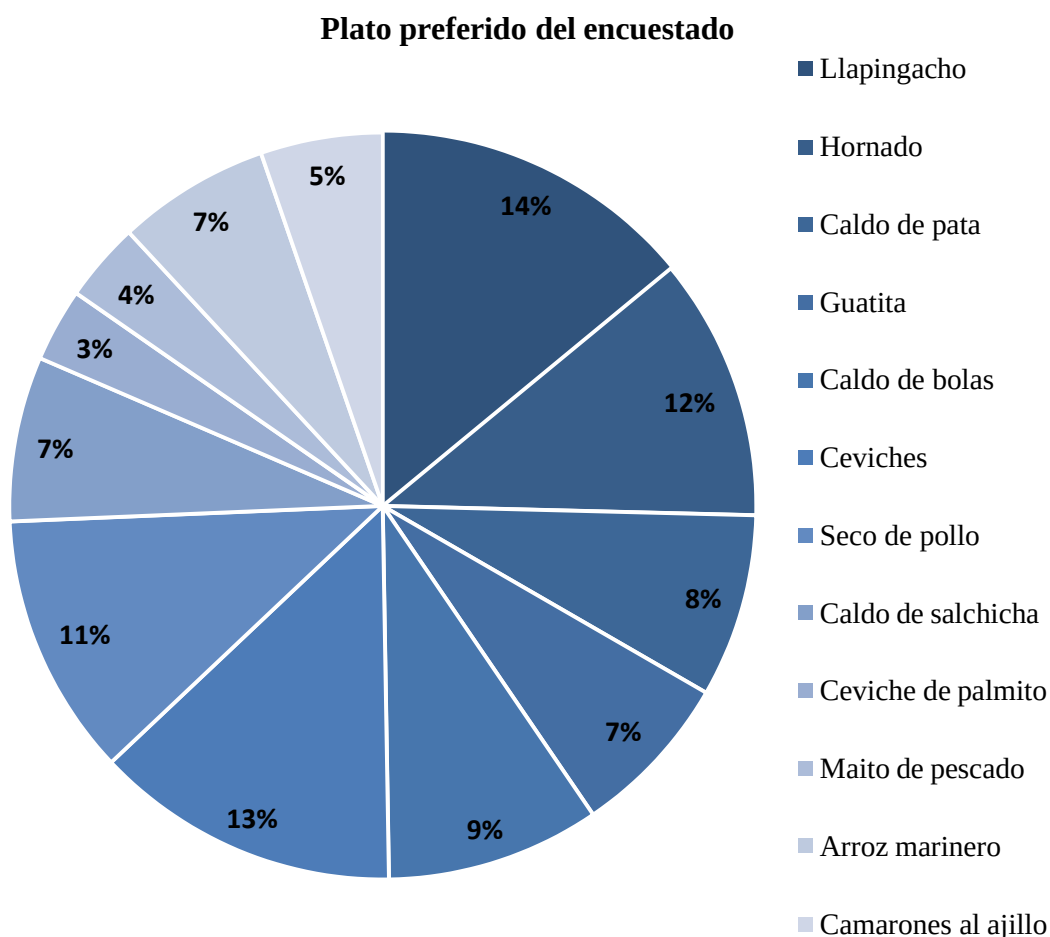


Figura 12. ¿De los siguientes platos típicos cual es de su mayor agrado?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Los platillos de preferencia de los encuestadores o el que estaría dispuesto a consumir en el restaurante. Al analizar las respuestas dadas por las personas se puede evidenciar que entre los platillos de la costa que poseen mayor nivel de aceptación está el ceviche, el seco de gallina, el caldo de bola, por otro lado, la región sierra los platillos con mayor referencia es hornado, llapingacho, guatita ambas regiones tiene un 41%, por motivo que se diferencia por su sabor, variedad de producto y elaboración de sus platillos.

Pregunta 13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir como parte del valor agregado del restaurante “4 mundos”?

Tabla 13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir del restaurante “4 mundos”?

Servicio Adicional	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Música en vivo.	155	41%
Exposición de las culturas ecuatoriana.	150	40%
Área de juegos para niños.	50	13%
Otros	23	6%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil.

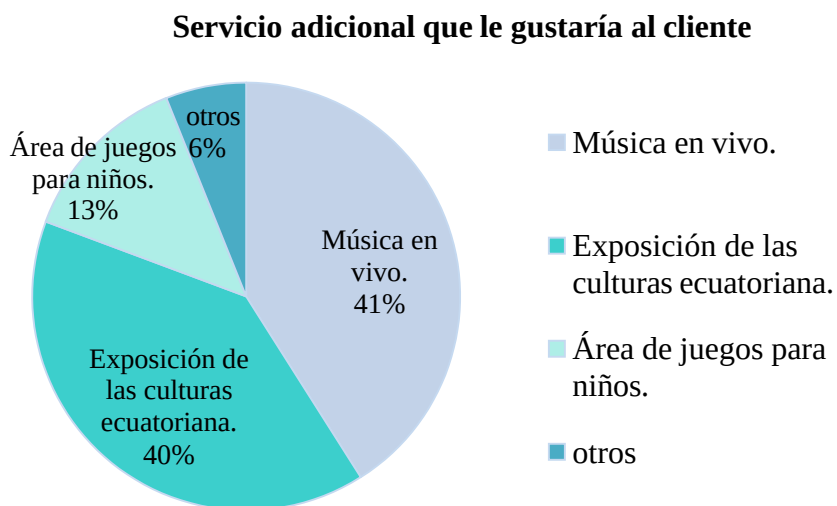


Figura 13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir del restaurante “4 mundos”?

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

De acuerdo al análisis realizado a los encuestadores, el servicio de valor agregado de “Comida de los 4 mundos” son muy buenos, aunque el 41% de los consumidores eligieron el servicio de música en vivo por motivo de fechas especiales que se puede celebrar en el establecimiento, continuando con 40% los posibles clientes que prefieren las exposiciones de las culturas ecuatorianas, con el fin de respetar y valorar las tradiciones.

Pregunta 14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información del restaurante “4 mundos”?

Tabla 14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información?

Medio de comunicación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Televisión	8	2%
Periódicos	10	3%
Radios	15	4%
Redes sociales (Facebook, Instagram, twitter)	200	53%
Volantes	90	24%
Páginas web	55	15%
Total	378	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada en la Parroquia Tarqui de la Ciudad de Guayaquil.

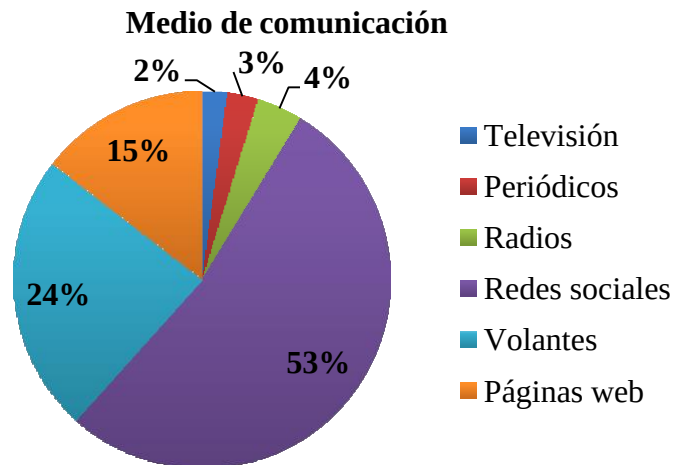


Figura 14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información del restaurante “4 mundos”?
Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Con respecto a los medios de comunicación que prefieren las personas son: televisión, periódicos, radios, redes sociales, volantes y web. De acuerdo a las preguntas realizadas, las redes sociales fue 53%, ya que en la actualidad la mayoría cuentan con tecnología de punta, celulares y por medio de estas páginas de internet se puede promocionar los diferentes menús

que mantiene el restaurante con su atractivo diseño, seguido de la información que se proporciona en los volantes como promociones, descuentos y menú que tiene el restaurante.

3.5. Conclusiones de los resultados de las encuestas

La Parroquia Tarqui y su sector Urdesa Central de la Ciudad de Guayaquil exponen favorables resultados, por falta de restaurantes que ofrezcan comida típica ecuatoriana y la necesidad de las personas por querer consumir estos alimentos en cualquier lugar cercano, y es mejor si es temático, debido a que podrán observar nuevos diseños y disfrutar cuatro ambientes en un solo lugar.

Actualmente las personas asisten a un restaurante frecuentemente ya sea por falta de tiempo y eligen comer fuera de sus hogares, prefieren acudir en familia. Además de acuerdo a las encuestas, la mayor parte de las personas no conocen restaurantes temáticos que ofrezcan comidas ecuatorianas en la ciudad de Guayaquil, y esto es un punto a favor, debido a que ellos desean conocer uno y por este motivo que posiblemente el restaurante tendrá buena acogida.

Los comensales prefieren visitar el establecimiento en el horario de la noche, debido a que en esa hora están libre de su jornada laboral y con menos actividades. Además, consideran mucho que para visitar un restaurante debe influir mucho el sabor. El plato estrella del restaurante será el llapingacho, ya que a las personas les encanta este plato típico.

El horario del restaurante será en la tarde y noche, y se realizarán shows en vivo de artistas musicales, y las publicidades se realizarán por medio de las redes sociales.

Capítulo 4

4.1. Propuesta de la investigación

Diseño de un restaurante típico de las regiones del Ecuador en el norte de la ciudad de Guayaquil.

4.2. Descripción de la empresa

El proyecto ofrecerá servicio de alimentación dentro del establecimiento, contando con cuatro ambientes distintos de todas las regiones naturales del Ecuador, en donde los clientes podrán compartir y disfrutar buenos momentos con sus familiares y amigos en un lugar seguro y encantador, a su vez quedarán maravillados con los exquisitos sabores y aromas del Ecuador. En el restaurante los comensales tendrán la oportunidad de elegir el plato típico y el ambiente que más les guste.

El restaurante estará ubicado en la ciudad de Guayaquil en la urbanización Urdesa Central en la calle principal Emilio Estrada, calle secundario Miguel Aspiazu Carbo.

El restaurante contará con 4 meseros, cada uno usará diseños de acuerdo a las regiones. El horario de atención sería de 12h00 – 22h00. De martes a Domingo.

4.3. Objetivo general

- Diseñar un restaurante de comidas típicas de las regiones del Ecuador en el sector Urdesa Central de la Ciudad de Guayaquil.

4.4. Objetivos específicos

- Analizar mediante un estudio del sector la estructura actual del negocio.
- Evaluar la factibilidad del negocio a través del análisis financiero.

- Proponer un FODA estratégico efectuando un estudio interno y externo.
- Fidelizar los clientes que consuman los platos instituyendo un excelente servicio con ideas creatividad.

4.5. Nombre comercial.

El nombre comercial del restaurante es “4 Mundos”. El nombre se debe a que Ecuador es reconocido de esa manera por la diversidad natural, paisajes únicos y culturas multicolores que se hallan en una sola nación, debido a sus 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos.

El nombre jurídico es: “4 Mundos S.A.” por decisión de la gerencia.

4.5.1. R.U.C (Registro Único de Contribuyentes)

El RUC se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), el establecimiento realiza actividades económicas y posee bienes, por el cual es obligada a declarar impuestos, se le asigna a la compañía un dígito que consta de 13 números. Estos números se basan al número de cedula del contribuyente acompañado al final del 001.

4.5.2. Dirección, teléfonos y correos electrónicos

El restaurante estará ubicado en la Ciudad de Guayaquil en Urbanización Urdesa Central en la calle principal Emilio Estrada, y calle secundario Miguel Aspiazu Carbo. El terreno es de 800 metros, 560 metros de construcción, 20m de frente x 40 de fondo. El establecimiento contará con 2 líneas telefónicas convencionales, la primera será para comunicación externa, pedidos a domicilio, reservas y la segunda interna.

El correo será creado en Outlook, se utilizará para las reservas que hagan los clientes, o cualquier información adicional que deseen conocer los consumidores.

4.5.3. Constitución jurídica

El restaurante será una sociedad anónima. Y estará conformado por 2 socios, cada uno aportará con un valor distinto, para la constitución de la compañía el capital suscrito es \$11.655,93. La participación será como se detalla a continuación:

Tabla 15. Aporte de accionistas

Socios	Nacionalidad	Monto	Porcentaje
Fanny Asoma Chuqui	Ecuatoriana	11.655,93	50%
Anael Ayala Villamar	Ecuatoriana	11.655,93	50%
Total de Capital		23.311,86	100%

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

4.5.4. Fecha de inicio de operaciones

La fecha de constitución de la empresa estará para el 15 de octubre del 2020, la fecha de inicio de remodelación y adecuación será a partir del 25 de octubre del 2020 y por último la fecha de inicio de operaciones y funcionamiento será el 4 de enero del 2021.

4.5.5. Cadena de valores

El negocio debe cumplir con un servicio de calidad y que efectúe toda la norma de requerimientos, necesidades de sus consumidores, se ha diseñado la siguiente cadena de valor en la que se considera los puntos clave del manejo del restaurante.

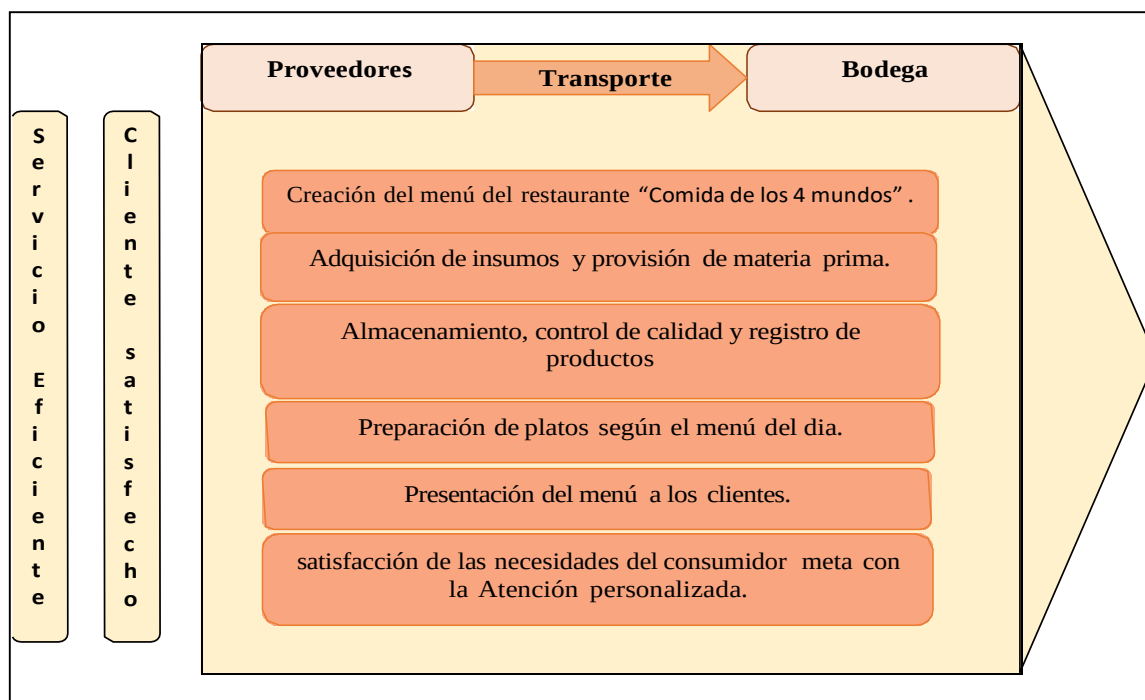


Figura 15. Cadena de valor

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

4.5.6. Proceso de elaboración

1. Se crea el menú para toda la semana con el fin de abastecerse con diferentes platillos nacionales.
2. Debe adquirir proveedores de todo los e insumos necesarios para la preparación del menú del restaurante “4 mundos”.
3. Después de haber adquirido los alimentos, deben ser revisados por fecha de caducidad, almacenados y por últimos registrados para su correcto control en bodega.
4. Efectuar la elaboración de los platos según el menú del día.
5. Promocionar el menú del día al público, para que los mismos lo adquieran y puedan satisfacer sus necesidades con servicio personalizado.

4.6. Misión

Ofrecer a los comensales cuatro ambientes distintos en un solo lugar, brindando los mejores platos típicos del Ecuador, sirviendo con calidad para satisfacer sus necesidades.

4.7. Visión

Lograr posicionarse como el mejor restaurante de comidas típicas del Ecuador en la ciudad de Guayaquil y ser reconocidos a nivel nacional por su temática, sabor, calidad y buen servicio. Convirtiéndose en pocos años en la mejor opción de los comensales.

4.7.1. Valores de la empresa

- Respeto: un valor fundamental en donde los colaboradores y empleador deberán mantener siempre a la hora de interactuar entre ellos y con todos los comensales.
- Puntualidad: la esencia que una persona debe tener, se exigirá a los colaboradores que cumplan con este valor importante, esto definirá la eficiencia del restaurante.
- Honestidad: es uno de los valores más significativo, que con esfuerzo y dedicación se reflejarán día a día en todas las acciones diarias y a su vez se espera la misma actitud por parte de los clientes.
- Responsabilidad: una cualidad importante de las personas que conforman una empresa, el personal deberá actuar con ética y cumplir con todas las actividades que se les asigne de manera ordenada, eficaz y a tiempo.
- Trabajo en equipo: colaboradores altamente capacitados en el desarrollo de sus actividades y capaz de trabajar incorporados para alcanzar los objetivos del restaurante.

- Lealtad: ser leal es una de las cualidades más admirables de las personas, se motivará día a día al personal de la compañía a mantener siempre la lealtad hacia el restaurante como a los clientes.

4.8. Estructura organizacional

A continuación, muestra cómo estará estructurada la empresa.

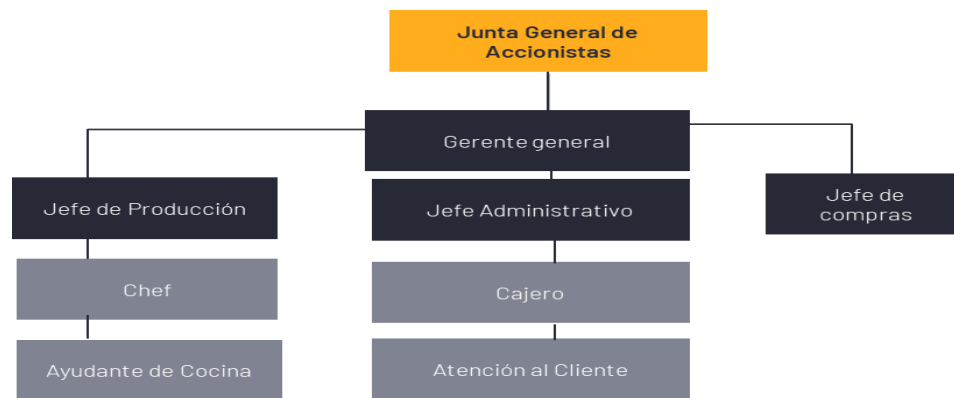


Figura 16. Estructura Organizacional

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Cabe mencionar que la estructura será como está compuesto el restaurante “4 Mundos” a continuación se detalla el personal de cada área de trabajo con su respectivo perfil laboral.

4.8.1. Funciones de los colaboradores del restaurante

Cada personal del restaurante debe conocer cuáles son las funciones que debe desempeñar según el área que manejen, y deben cumplir un perfil profesional para el mismo, de la siguiente manera:

1) Departamento Administrativo.

A continuación, muestra la responsabilidad y el perfil del personal para el departamento administrativo.

Tabla 16. Responsabilidades y perfil del administrador

Administrador	
Responsabilidades :	
El administrador será el representante legal del restaurante “Comida de los 4 mundos” debe asegurar que los objetivos planteados del negocio se cumplan en forma óptima debe diseñar, mantener una buena comunicación con los colaboradores a fin de clasificar las actividades en las diferentes áreas de trabajo atendiendo los requerimientos del personal, también debe presentar el detalle de los flujos financieros que incluirá los costos e ingresos de la cocina y ejecutar todos los planes para una buena atención al cliente.	
Perfil	
1.	Mayor de 25 años
2.	Titulo universitario o a fines
3.	Se requieren conocimiento de marketing.
4.	tener conocimientos administrativos y contables, experiencia en áreas afines al cargo
5.	Interés por la toma de decisiones y el trabajo en equipo
6.	Facilidad para comunicarse con un lenguaje claro, correcto, oportuno, adecuado y universal.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Tabla 17. Responsabilidades y perfil del contador

Contador	
Responsabilidades :	
El contador solo será contratado ocasionalmente por el cierre de cada mes para realizar la respectivas auditorias de la compra y ventas de materia prima e insumos.	
Es el encargado de llevar la contabilidad del restaurante, tener los documentos al día, también debe dar conocer la información financiera al administrador y gerente general, facturar, rol de pagos y pagar los impuestos de ley. Registrar los ingresos, ventas, egresos y gastos del negocio.	
Perfil :	
1.	Edad entre 25 – 30años.
2.	Titulo universitario de administración de empresa o contador publico titulado
3.	Manejo de Software basado en ofimática (Office) con excelente manejo de Excel y bases de datos.
4.	Efectuar y validar los registros contables directos y generar el respectivo comprobante contable
5.	Cumplir con otras actividades adicionales asignadas por la Gerencia General relacionadas con la contabilidad
6.	Tener conocimiento de costos y presupuestos.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Tabla 18. Responsabilidades y perfil del cajero

Cajero
Responsabilidades : Será la persona encargada de llevar facturado los cobros respectivos de los clientes dentro del establecimiento, es importante ya que estos permitirán asumir los costos y los gastos del negocio, en la cual deberá presentar reportes al administrador diariamente con respecto a lo recibido por el pago de los diferentes menús y deberá llevar un control de cuantos platos se vendieron el día con el fin, llevar un libro de ingresos y egresos.
Perfil : 1. Edad de 24 a 35 años 2. Tener experiencia mínima de 6 meses en un puesto similar. 3. Tener conocimientos de contables y experiencia en áreas afines al puesto 4. Estar en la capacidad de trabajar en un ambiente dinámico y activo 5. Tener conocimiento de servicio al cliente, ser capaz de solucionar problemas con eficacia. 6. Crear un ambiente amigable y recibir e informar a los clientes de una manera cortés y profesional.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

2) Atención al cliente.

Tabla 19. Responsabilidades y perfil del personal de limpieza

Personal de limpieza.
Responsabilidades : Las funciones que debe cumplir el personal de limpieza se van a basar en las actividades y programas que permitan la limpieza y el mantenimiento diario. - Ø Conservar limpio de forma intacta el interior y exterior de la cocina. - Ø Cumplir con las políticas y conocimientos de limpieza del restaurante. - Ø Ser comprometido con la limpieza de las areas administrativas y de los baños.
Perfil : 1. Edad entre 24 a 36 años 2. Tener titulo bachillerato 3. Mantener la limpieza continua, y que no interfiera con las labores del personal, prestando apoyo necesario en caso se requiera. 4. Brindar apoyo para la seguridad de la infraestructura, oficinas, equipos, muebles y enseres de la entidad 5. Llevar un control del producto que se va usando.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Tabla 20. Responsabilidades y perfil del guardia de seguridad

Guardia de seguridad
Responsabilidades : Es el encargado de ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles. Así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos. Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados. Tambien debe realizar el respectivo reporto de entrada, salida del personal y de los productos que ingrese al negocio.
Perfil : 1. Edad entre 25 a 40 años 2. Tener titulo de bachiller 3. Tener experiencia minimo de 2 años 4. Desarrollar habilidades de comunicación 5. Tener habilidades de observación 6. Habilidadess físicas 7. Desarrollar habilidades técnicas

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

3) Departamento de producción.

A continuación, muestra la responsabilidad y el perfil del personal para el departamento de producción.

Tabla 21. Responsabilidades y perfil del chef

Chef
Responsabilidades : Es el responsable de la área de la cocina su tarea es primordial en el negocio ya que es el encargado de la elaboración del menú, Controlar y registrar los suministros y el inventario. por lo que deberán reportar al administrador de forma constante que si se cuenta con los insumos necesarios para la preparación de alimentos, para que se encarguen de la compras de productos. Adicionalmente, serán responsables de la área de cocina que se encuentre en buen estado y que los equipos funcionen de manera óptica, deberá tener conocimientos con respecto a decoración y presentación de la comida Ecuatoriana.
Perfil : 1. Edad entre 25 a 35 años 2. Tener título de chef, o título a fin al cargo 3. Tener experiencia minimo 1 año al cargo o similar 4. Tener creatividad e imaginación para pensar nuevas ideas para el menú y la presentación de los platos. 5. Desarrollar las actividades relacionadas a la gastronomía, manipulación de alimentos y bebidas, decoración de platos, además de la preparación de platos típicos y platos gourmet. 6. Ser capaz de organizarse y tomar decisiones con rapidez.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

Tabla 22. Responsabilidades y perfil del ayudante de cocina

Ayudante de cocina	
Responsabilidades :	
El asistente de cocina es el encargado directo de conservar la área de trabajo segura y ordenada, deberá mantener en inventario los ingredientes y utensilios necesarios para la preparación de alimentos.	
Adicional, esta encargado de la limpieza del área, lavado y picado de productos, lavado y secado de la vajilla y demás utensilios de cocina, revisión de bodega, descarga de alimentos y debe coordinar con el Chef y el administrador las órdenes de compra diarias, semanales de materia prima e insumos.	
Perfil :	
1.	La edad mínima de 18 a 35 años.
2.	Nivel de estudio mínimo bachillerato.
3.	Experiencia mínima de 1 años o puesto similar al cargo
4.	Realizar análisis deductivos, además de trabajar en equipo
5.	Contar con buenas referencias personales
6.	Tener conocimiento sobre los procedimientos de higiene, salud y seguridad en la cocina.
7.	Conocimiento de las materias primas y las técnicas culinarias básicas.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

4) **Departamento de Compra.**

A continuación, muestra la responsabilidad y el perfil del personal para el departamento de compra.

Tabla 23. Responsabilidades y perfil del personal para departamento de compra

Departamento de compra	
Responsabilidades :	
El departamento compra es responsable de planificar y gestionar de la buena distribución para realizar con éxito las actividades de compras, Estudiar las tendencias del mercado. Debe verificar todos los bienes, servicios e inventario necesarios para la operación del negocio se ordenen y se encuentren a tiempo en el restaurante.	
También debe examinar el costo de los bienes adquiridos, los niveles de inventario y debe ser capaz de desarrollar una buena negociación con proveedores.	
Perfil :	
1.	Edad entre 25 a 35 años.
2.	Tener título de Licenciatura en Administración de Empresas, Negocios o Contador.
3.	Experiencia mínima de 2 años en área compras ó puesto similar.
4.	Construir un conocimiento detallado del producto.
5.	Trabajar bajo presión para cumplir con los plazos de entrega.
6.	tener capacidad de negociación con los proveedores.
7.	Habilidades de gestión del tiempo y habilidades de planificación.

Nota: Datos obtenidos de la Investigación

4.9. Línea de productos

La línea de productos está basada en las necesidades de los clientes y en la oferta gastronómica ecuatoriana.

- Línea 1. Piqueos.
- Línea 2. Platos fuertes de la Región Costa.
- Línea 3. Sopas de la Región Costa.
- Línea 4. Platos fuertes de la Región Sierra.
- Línea 5. Sopas de la Región Sierra.
- Línea 6. Comida de la Región Oriente.
- Línea 7. Comida de la Región Insular o Galápagos.
- Línea 8. Bebidas.
- Línea 9. Postres.

En la línea de productos 1. Se ofrecen deliciosos Piqueos para degustar con toda la familia y amigos.

Tabla 24. Línea de producto 1 “Piqueos”

Platos	Descripción	Precio
Canastas de verdes rellenas	Rellenas de lomo fino, pollo, coctel de chorizo, zanahoria curtida rallada, aguacate, queso cheddar y queso fresco.	\$ 10,86
Empanaditas de verde rellanas de camarón	verde, camarón, tomate, cebolla, culantro	\$ 4,57
Canastas de los 4 mundos	Chanco, pollo agridulce, mote pillo y maduro.	\$ 5,02
Maduro con queso y sal prieta	Maduro, queso, sal prieta	\$ 2,61
Patacones con queso.	Verde, queso, aceite, sal	\$ 3,02

Nota: Ingredientes ecuatorianos

Línea de productos 2. Platos fuertes de la Región Costa.

Tabla 25. Línea de producto 2. “Platos fuertes de la Región Costa

	Platos	Precio
-	Seco de pollo.	\$ 5,15
-	Encocado de pescado.	\$ 5,15
-	Tonga.	\$ 2,95
	Arroz con menestra de frejol con pollo asado	\$ 2,89
	Arroz con menestra de frejol con lomo asado	\$ 4,47
	Arroz con menestra de frejol con chuleta asada	\$ 4,77
-	Cazuela mixta.	\$ 8,57
-	Bollo de pescado.	\$ 4,69
-	Ceviche de camarón.	\$ 9,65
-	Ceviche de pescado.	\$ 5,85

Nota. La Región Costa ofrece diversos platos típicos, de acuerdo a estudios investigativos los detallados son los más comunes y con más acogida.

Línea de productos 3. Sopas de la Región Costa o Litoral.

Tabla 26. Línea de producto 3. “Sopas de la Región Costa”

	Sopas	Precio
-	Caldo de bolas de verde.	\$ 5,41
-	Sopa de camarón.	\$ 3,89
-	Biche de pescado.	\$ 6,83

Nota. La Región Costa ofrece diversas sopas típicas, de acuerdo a lo estudiado, en el restaurante solo se ofrecerán las detalladas.

Línea de productos 4. Platos fuertes de la Región Sierra.

Tabla 27. Línea de producto 4. “Platos fuertes de la Región Sierra”

	Platos	Precio
	Fritada.	\$ 9,46
	Hornado de chanco.	\$ 10,72
	Llapingacho.	\$ 8,61
	Guatita.	\$ 3,74
	Mote pillo.	\$ 2,31

Nota. La Región Sierra cuenta con diversidades de platos típicos, de acuerdo al estudio realizado, en el restaurante se ofrecerán los alimentos detallados.

Línea de productos 5. Sopas de la Región Sierra.

Tabla 28. Línea de producto 5. “Sopas de la Región Sierra”

Sopas	Precio
Caldo de pata	\$ 4,00
Caldo de gallina.	\$ 3,48
Yaguarlocro.	\$ 4,04

Nota. La Región Sierra cuenta con diversidad de sopas típicas, de acuerdo al estudio realizado, en el restaurante se ofrecerán los alimentos detallados.

Línea de productos 6. Comida de la Región Oriente.

Tabla 29. Línea de producto 6 “Comida de la Región Oriente

	Platos	Precio
-	Maito de pescado.	\$ 7,10
-	Ubre estofada.	\$ 5,30
-	Ceviche de palmito.	\$ 7,00
-	Ceviche volquetero.	\$ 6,30

Nota. En la región Costa se eligieron los platos detallados, de acuerdo al estudio realizado.

Línea de productos 7. Comida de la Región Galápagos.

Tabla 30. Línea de producto 7. “Comida de la Región Galápagos”

	Platos	Precio
-	Sopa marinera.	\$ 7,26
-	Arroz marinero.	\$ 10,55
-	Tortilla de camarones.	\$ 4,39
-	Camarones al ajillo.	\$ 7,12

Nota. De acuerdo al estudio realizado, se escogieron los deliciosos platos detallados.

Línea de productos 8. Postres de las regiones de Ecuador.

Tabla 31. Línea de producto 8. Postres de las regiones del Ecuador

	Postres	Precio
-	Queso de leche.	\$ 1,60
-	Chucula.	\$ 2,39

Nota. Postres.

Línea de productos 9. Bebidas típicas del Ecuador.

Tabla 32. Línea de producto 9. Bebidas típicas del Ecuador

	Bebidas	Precio
	Chicha de jora	\$ 1,11
	Colada de avena.	\$ 1,73
	Jugo de tomate de árbol	\$ 1,14

Nota. De acuerdo al estudio realizado, se escogieron deliciosas bebidas.

4.10. Análisis situacional

Se realiza un análisis exhaustivo de la situación presente del restaurante y de todo lo que lo rodea, por lo tanto, el análisis conllevará dos campos: interno y externo. Para este estudio se desarrollará un análisis PEST, para luego efectuar un análisis FODA.

4.10.1. Análisis de la situación externa

4.10.1.1. Entorno Político.

La política siempre afectará al entorno en donde se llevará a cabo el negocio, debido a que Ecuador es un país inestable en lo político y lleno de inseguridades. En unas nuevas elecciones

llegará un nuevo alcalde que cambiará todas las reglas y normas que se ejecutan al presente para el desarrollo de un negocio en la ciudad de Guayaquil.

4.10.1.2. Entorno Económico.

La economía del Ecuador actualmente presenta problemas, tanto así, que ha ocasionado contraer deudas externas y reformas económicas no gratas para los ciudadanos, esta reforma económica que implementaron en octubre del año 2019 trajo consecuencias para el país, como quitar el subsidio de la gasolina extra y diésel, que produjo un incremento excesivo en los productos alimenticios.

De acuerdo a estos incrementos, el pueblo indígena contrajo huelga nacional con el fin de que deroguen la reforma, que mantuvo en paralización al país por dos semanas, debido a esto el país dejó pérdidas por unos \$821 millones de dólares, con respecto a esta pérdida, para el año 2020 se predice una moderada recuperación.

Ecuador afronta hoy por hoy un déficit fiscal que se estima en este año 2020 alcanzar un 3.1% del PIB y reiteradamente un violento endeudamiento externo.

De acuerdo al INEC mediante un anuncio indica el aumento de pobreza con el que cerró el año 2019, comparando con el año 2018 que la pobreza estaba en el 40% y en el 2019 aumentó a 41.8%.

Todas las decisiones que se tomen actualmente por parte del gobierno pueden perjudicar o beneficiar a los negocios y esto incluye a los restaurantes por lo que pueda subir el precio de la materia prima y eso ante un salario básico unificado que no es bien indemnizado y puede incitar contracción de las ventas.

4.10.1.3. *Entorno socio-demográfico.*

La ciudad de Guayaquil cuenta aproximadamente con 2.723,665 habitantes que corresponden a personas de 15 a 64 años de edad, con diferentes ingresos económicos según el último censo elaborado por el INEC proyectado al año 2020. Este proyecto está dirigido a personas con este rango de edad y de clase económica media y alta con dominio adquisitivo que se ajuste a las necesidades, requerimientos y servicios que ofrece el restaurante.

Además, se prevé en un futuro alcanzar una población de ecuatorianos más grande en torno al país, así mismo aumentará el nivel de la demanda con respecto a la alimentación.

En lo social, en la población de Guayaquil se consideran a diversas personas interprovinciales que residen en esta ciudad, que le ha tocado migrar internamente por motivo de estudios, trabajo, mejor estilo de vida o porque les encanta la Ciudad. Por lo tanto, el tema social no afecta al proyecto, debido a que estas personas podrán encontrar un lugar adecuado en donde logren probar platos típicos de sus culturas.

4.10.1.4. *Entorno Tecnológico.*

La tecnología en la actualidad está evolucionando a nivel mundial. En Guayaquil hasta las escuelas y colegios han evolucionado y obtenido grandes cambios tecnológicos, desde sus laboratorios de computación hasta las tabletas que la alcaldía obsequia a los bachilleres para que puedan realizar sus investigaciones y deberes.

El internet se ha convertido en una herramienta principal para las personas, para sus trabajos investigativos, para empresarios, y para la comunicación. Hoy por hoy gran parte de la población posee internet y teléfonos con avances tecnológicos en donde pueden gozar de las redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp.

Según el censo realizado en el 2010 por el INEC proyectado para el año 2020, el 83.2% disponen de teléfono celular, mientras el 28.6% solo disponen de computadoras, el 17.1% cuentan con internet y 14.6% tv por cable, esta última información servirá de apoyo para el marketing del restaurante.

4.10.2. Entorno específico

4.10.2.1. Clientes.

Nuestro mercado meta serán los hombres y mujeres mayores de 15 años de edad en adelante, como máximo hasta los 64 años. Ubicados en la ciudad de Guayaquil que se encuentren con un poder adquisitivo activo.

4.10.2.2. Competidores.

Los mayores competidores del restaurante son:

- Lo Nuestro, es un restaurante que brinda a los comensales platos típicos del Ecuador.
- Trattoria Piccolo Mondo, es un restaurante que ofrece comida italiana, pero satisface la misma necesidad, además cuenta con varios ambientes con temáticas diferentes.
- Pique & pase, el establecimiento tiene 44 años en el mercado competitivo, existe una franquicia cerca de “4 Mundos”, adicional ofrece a sus clientes comidas típicas de Guayaquil.
- Puerto moro.
- Los cebiches de la Rumiñahui.
- L’Italiano Ristorante.

- Riviera restaurant.

4.10.2.3. *Distribución.*

El restaurante no contará con un canal de distribución, para llegar al cliente no se necesitan intermediarios.

4.10.2.4. *Proveedores.*

Para la elaboración de los alimentos que se ofrecerán en el restaurante, la decoración, tecnología, los proveedores serán:

- Corporación lanec (camarones).
- Avícola Fernández
- Fadec (quesos, mantequillas y leche).
- Productores de demás mariscos ubicados en Guayaquil (cangrejos, concha, pescado)
- Cultivadores y productores de vegetales, tubérculos y frutas.
- Cultivadores y productores de arroz.
- Mayoristas que ofrezcan abarrotes (sal, azúcar, condimentos, harina y demás productos de consumo masivo.
- Empaque verde Ecuador (envases para llevar los alimentos). Hechos a base de fibras naturales, son biodegradables.
- Arellano Home & Restaurants, de este proveedor se adquirirán los equipos de cocina, cristalería y utensilios.
- Termalimex, equipamiento de cocina.

- Costurera, encargada de la mantelería, uniformes y trajes del personal.
- Hogar verde, ellos ofrecen insumos de limpiezas ecológicos.
- Imprenta el arte (comandas, facturas, menús).
- Indupapel (dispensadores, papel higiénico y servilletas).
- Vinilos decorativos Ecuador.
- Mayorista de parlantes, y proyectores.
- Ecune S.A. (Marca Don Chicho) (granos, especies y condimentos).

4.10.3. Análisis de competitividad

Al presente existen diversos establecimientos que ofrecen servicios de alimentación en el sector de Urdesa Central, intentan competir ofreciendo comidas internacionales, comidas rápidas y otros productos de calidad, algunos ofrecen a precios accesibles, en cambio otros solo están dirigidos para las personas que tengan suficiente poder adquisitivo, ya que sus precios son muy elevados debido al sector en donde se encuentran, por sus decoraciones, temáticas, calidad y posición. Son muy pocos los restaurantes que ofrecen a los comensales comidas típicas del Ecuador.

Los clientes de la “4 Mundos” procuran buscar en un solo lugar, una alta calidad en cuanto a la limpieza del establecimiento, decoración, alimentación, y atención al cliente, adicional buscarán sentirse felices y desearán vivir la experiencia de estar en 4 ambientes en un solo lugar, por lo que no les importaría gastar un poco más de dinero. Con el objetivo de satisfacer sus necesidades y cumplir con sus expectativas.

4.10.4. Análisis de la situación interna

En este punto se expone un breve análisis de la situación interna del restaurante del plan de marketing para el primer año mediante el análisis DAFO que se utiliza para evaluar las debilidades y fortalezas de una empresa a partir del punto de vista interno, del mismo modo las oportunidades y amenazas que examinan el entorno y la plaza o sector en el que opera.

4.10.4.1. FODA

Tabla 33. Análisis FODA

Amenaza	Fortaleza
• Creación de un gran número de restaurantes, debido a que puede saturar el mercado. • Alza de precios en insumos alimenticios. • El alto costo que utilizará en cuanto a la decoración. • Restaurantes existentes que cuentan con trayectoria, acogida que al presente se hallan posicionados en el mercado ecuatoriano.	• El restaurante ofrecerá variedades platos típicos ecuatorianos. • Diferentes al resto del mercado, debido a su temática. • Atención personal y de calidad. • Posible fidelización del cliente.
Debilidad	Oportunidad
• Elevado costos de financiamiento por su estructura y decoración. • Ser nuevo y no estar posicionado en el mercado. • Falta de capacitación al personal. • Los clientes prefieran degustar comidas rápidas e internacionales.	• Preferencia de los consumidores a sentir nuevas sensaciones, experiencias y disfrutar de sabores traidiconales de nuestra cultura. • Oportunidad de ingresar al mercado meta sin obstáculos. • Los consumidores se sentirán atraídos por la temática del restaurante. • Los productos alimenticios que se manipularán son fáciles de conseguir, debido a la cantidad de proveedores que existen en Ecuador. • Precios accesibles al consumidor.

Nota. Investigación autora

4.10.5. Análisis de Mercadotecnia.

4.10.5.1. *Fuerza de Porter*

Mediante este modelo se analizará la intensidad, rivalidad, oportunidad y el nivel de competencia de la industria sobre el restaurante “4 Mundos” de la ciudad de Guayaquil.

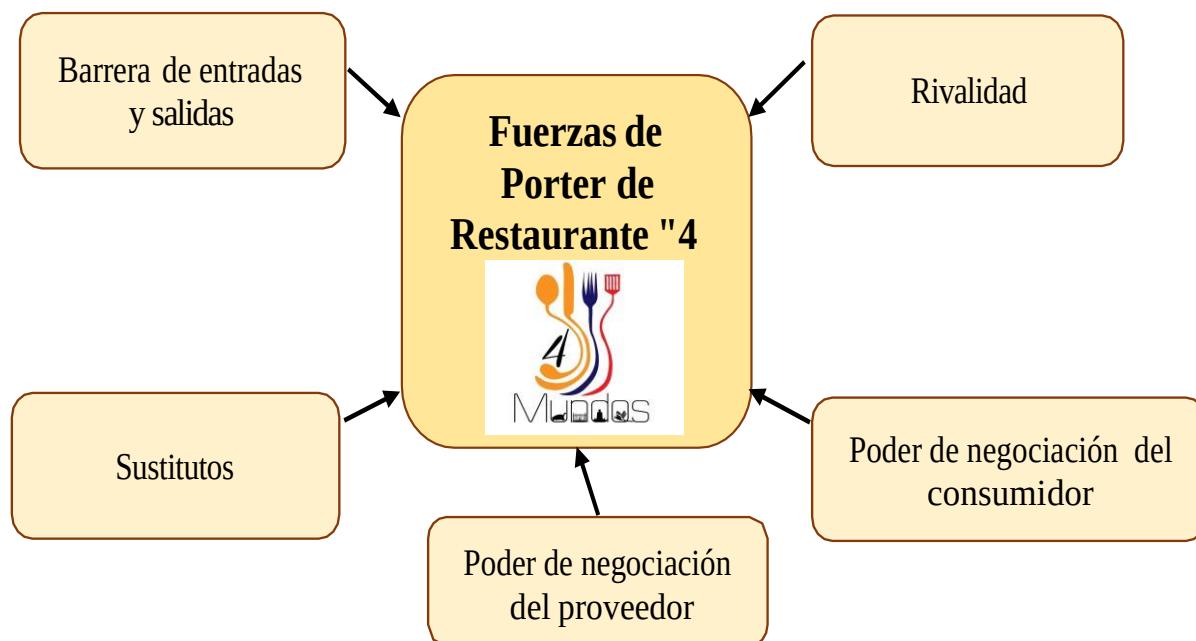


Figura 17. *Fuerzas de Porter*

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Barreras de entradas y salidas. – Es medio, ya que se debe considerar que es un local nuevo y debe tener la suficiente acogida por las personas del sector norte de Urdesa, también se debe considerar la inversión y conocimiento acerca de atención al cliente para la pronta recuperación de la inversión. El restaurante ofrecerá diversidad de platos típicos con un buen servicio de calidad lo cual permitirá entrar en la industria.

Ante la característica de nuestro restaurante, el personal de cocina deberá tener un alto nivel de conocimiento referente al desarrollo del menú es por este motivo que contaremos con chef especializado en el área de cocina de comida típica ecuatoriana.

Rivalidad. Es alta, en vista de que es un mercado muy atractivo y a las personas en la ciudad de Guayaquil prefiere diversidad de comidas y lugares atractivos, lo cual hay una ventaja sobre el restaurante, ya que cuenta con la temática de las diferentes regiones del país, además de precios accesibles cuenta con publicidad mediante redes sociales para que sea más agradable hacia los consumidores y puedan visitarnos, entre nuestros principales competidores tenemos:

- El restaurante de comida italiana Trattoria Piccolo Mondo
- Lo nuestro
- Todo típico
- Cocolón
- Restaurante Central 593

Sustitutos. Es alta, debido a la amplia facilidad de preparación como son las comidas rápidas, también se encuentran las chifas, parrilladas, marisquería, entre otras los cual se convierte en nuestra competencia a vencer, el restaurante “4 Mundos” ofrecerá piqueos como canastas de verde, empanadas, ceviches, etc. A su vez estaría compitiendo por el servicio de calidad que se brinda tanto como a los visitantes y turistas.

Poder de negociación del consumidor. Es medio, luego que se analizado el nivel económico de los clientes en cuanto a la aceptación y precio ya que no somos un restaurante de lujo; las personas podrán optar por consumir comida de calidad con un agradable espacio temático de las regiones del Ecuador lo que hace que estemos al nivel de que nos puedan elegir más de una vez.

Poder de negociación del proveedor. Es demasiado fuerte debido a la gran cantidad de proveedores de vegetales, frutas, productores que venden variedades de carnes, pollo y mariscos.

De acuerdo a los alimentos que se compran podemos negociar dependiendo los factores del precio y calidad de producto, por lo que el volumen de venta es medio en sentido a los insumos y materia prima, en cuanto a los aderezos son fácil de conseguir en los supermercados del país, con el fin de llegar un acuerdo al beneficio del restaurante.

4.10.6. Análisis Porter

Por medio del análisis Porter realizado al restaurante temático “4 Mundos” se concluye que la implementación del negocio tiene altas posibilidades de ser rentable ya que tendrá la acogida necesaria en cuanto a servicio y distinción de los otros restaurantes de la ciudad de Guayaquil lo que nos asegura que la recuperación de la inversión se dará en un corto plazo.

4.10.7. Marketing Mix

Se realizará un análisis con la estrategia marketing mix para cumplir con los objetivos del restaurante tomando en cuenta las siguientes variables:



Figura 18. Marketing Mix
Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

4.10.7.1. Producto.

El restaurante como se ha indicado anteriormente, cuenta con la temática de las cuatro regiones del país ofreciendo un lugar acogedor sin haber salido de su región lo cual hace atractivo para disfrutar entre familia y amigos

Se estima que nuestro restaurante no solo ofrecerá deliciosos platillos nacionales, sino también contará con piqueos 100% ecuatorianos y deliciosos postres, destacando su originalidad y buen servicio.

El slogan personifica el sabor que los clientes y futuros clientes esperan, por lo que se escogió “4 mundos, mil emociones, y mil sabores”. El producto será servido en platos de vajilla de

cerámica de modelos rectangulares con sus respectivos cubiertos, vasos hondos, estos tipos de diseños encajarán con la decoración y estilo del restaurante.

A continuación, se mostrará los diferentes platos típicos que contará el restaurante 4 mundos:

Listado de Platos típicos del restaurante “4 Mundos”

Tabla 34. Postres típicos del Ecuador

Postre	
- Queso de leche.	
- Chucula.	

Nota. Investigación autora

Tabla 35. Bebidas típicas del Ecuador

Bebidas	
- Chicha de jora	
- Colada de avena.	
- Jugo de tomate de árbol	

Nota. Investigación autora

Tabla 36. Patos típicos de la Región Oriente

Región Oriente	
- Maito de pescado.	   
- Ubre estofada.	
- Ceviche de palmito.	
- Ceviche volquetero.	

Nota. Investigación autora

Tabla 37. Comida Típica de la Región Insular

Región Insular	
- Sopa marinera.	   
- Arroz marinero.	
- Tortilla de camarones.	
- Camarones al ajillo.	

Nota. Investigación autora

Tabla 38. *Platos típicos de la Región Costa*

Región Costa	
- Seco de pollo.	
- Encocado de pescado.	
- Tonga.	
- Arroz con menestra de frejol con pollo asado	
- Arroz con menestra de frejol con lomo asado	
- Arroz con menestra de frejol con chuleta asada	
- Cazuela mixta.	
- Bollo de pescado.	
- Ceviche de camarón.	
- Ceviche de pescado.	
- Caldo de bolas de verde.	
- Sopa de camarón.	
- Viche de pescado.	

Nota. Investigación autora

Tabla 39. *Platos Típicos de la Región Sierra*

Región Sierra	
- Fritada.	
- Hornado de chancho.	
- Llapingacho.	
- Guatita.	
- Mote pillo.	
- Caldo de pata	
- Caldo de gallina.	
- Yaguarlocro.	

Nota. Investigación autora

4.10.7.1.1. Logo.

La imagen del restaurante “4 Mundos” desea garantizar y transmitir una imagen adecuada al cliente meta, de acuerdo a la temática del restaurante se diseñó un logo y slogan que cada uno de sus colores muestran la cultura ecuatoriana.

El cual representa el concepto del restaurante como se ve en la imagen a continuación:



Figura 19. Propuesta de logo de la empresa

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

4.10.7.1.2. Slogan.

4 mundos, mil emociones, y mil sabores.

Colores del logo: Al plantear el logo, se trata de establecer algo sencillo e innovador que sea fácil de identificar, difícil de olvidar y diferente a la competencia. El logo tiene características básicas que definen el restaurante, como: unos tenedores de los colores que representan a Ecuador: amarillo, azul y rojo. El número 4, representando a las 4 regiones ecuatorianas, acompañado de la palabra “mundos” en donde se puede apreciar que cada letra lleva características y elementos que representan a cada región;

El amarillo representa a la región Galápagos, corresponde al calor del sol y la alegría que brinda este lugar. Este tono es tan brillante e impactante que atrae a las personas y provocan emociones de prosperidad.

El color azul representa la naturaleza, la costa, los mares del país, también expresa la seguridad y relajación que brindará el restaurante a los comensales.

El color rojo representa la sierra ecuatoriana, la energía que posee nuestro país y la energía de todas las personas que habitan en él, simboliza la pasión que los ecuatorianos tienen por su gastronomía.

El blanco interpreta la región del oriente, por sus paisajes en donde se pueden distinguir las nubes hermosas y esponjosas, anuncia pureza, limpieza y modernidad, también se lo usa en el logo como fondo para iluminar los demás colores.

4.10.7.2. Precio.

Nuestros precios se han fijado de acuerdo al entorno económico del sector y al servicio que se ofrecerá a los consumidores para así captar la mayor parte de las personas a que puedan degustar de los diferentes platos típicos que tiene nuestro país.

El restaurante “4 Mundos” cuenta con 34 platillos para ofrecer a sus clientes dependiendo el menú del día, de acuerdo a las cuatro regiones.



Figura 20. Carta de menú

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

Los precios están basados de acuerdo a los ingredientes y la atención personalizada que se brindará y tendrá un costo adicional de 50 % de utilidad, en la cual los precios varían según la elaboración de cada plato, van desde un piqueo de \$2.50 hasta un platillo de \$10.50.

4.10.7.3. Plaza.

La plaza para el restaurante “4 Mundos” está ubicado en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil en la Urbanización Urdesa Central con Urdesa Norte, ubicado en la calle principal Emilio Estrada y calle secundaria Miguel Aspiazu Carbo, un lugar donde hay bastante fluencia de personas ya que es un sector comercial y empresarial lo cual está muy bien ubicado para su rápida aceptación de las personas.

La atención se realizará de forma directa es decir no existirá intermediarios ni mayoristas, es decir de empresa a cliente o consumidor y se usará el local para atraer clientes. En una etapa más adelante se habilitará el servicio a domicilio no obstante lo que se busca es que los habitantes del sector puedan conocer y visitar las instalaciones.

4.10.7.4. Promoción.

Por medio de esta estrategia el restaurante “4 Mundos” tiene como objetivo pretender incrementar las ventas dentro de 6 meses desde su apertura, con el fin de incentivar al consumidor final al consumo de los diversos platos típicos por medio de promociones.

A continuación, tendremos las siguientes estrategias:

- Realizar promociones y descuentos por medio de redes sociales como Facebook y instagram.

- Tendrá descuentos del 10% el cumpleaños del mes con un postre adicional a partir de \$20 de su consumo.



Figura 21. Promoción

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

- También habrá promociones por temporadas como:
- El día de las Madres: postre gratis.
- Día del padre: postre o bebida gratis.
- Fiestas Guayaquileñas, Navidad y fin de año.

4.10.8. Estrategias de marketing

El personal. - El personal del restaurante debe transmitir una buena imagen ligada al concepto de cada región es necesario el uso del uniforme adecuado a la temática del establecimiento, el

mismo que estará compuesto por la región costa y sierra tendrá un pantalón negro con una camisa blanca que en lado derecho estará la región costa con un diseño playero y en lado izquierdo estará la región sierra con bosquejos de volcanes, montañas y colores tradicionales.

La región insular y amazonia contarán con un pantalón negro una camisa blanca que el lado derecho de la región insular tendrá diseño del archipiélago del océano pacifico, islas volcanes y el lado izquierdo de la región amazonia contará con un diseño de hermosas especies vegetales y animales, bosques.



Figura 22. Vestimenta de trabajo hombres y mujeres.

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación



Figura 23. Chaleco de trabajo hombres y mujeres

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

4.10.9. Estrategias de comunicación.

La publicidad del restaurante “4 Mundos” que se realiza es para ganar la atención de los clientes se hará mediante redes sociales y branding en la que permite crear ilusión a través de expectativas y experiencia de marcas relevantes para satisfacer a los consumidores generando un vínculo estrecho con la marca del restaurante.

Se creará un fan page en Facebook y Instagram en la que permite que los clientes vean toda la información acerca del restaurante, como las promociones, el menú del día, el precio de cada plato, con el único objetivo de atraer al público joven, profesionales, ama de casa, familias y a su vez poder reducir la inversión en publicidad el establecimiento “4 Mundos”.



Figura 24. Página de Facebook

Fuente: Datos obtenidos de la Investigación



Figura 25. Página de Instagram
Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

4.10.9.1. Volantes.

Se realiza la entrega de volantes en zonas concurridas de la ciudad de Guayaquil con el fin de asegurar la atracción del público consumidor, especialmente en atractivos turísticos, con mayor énfasis Urdesa central, Malecón 2000, Malecón del salado y barrio las peñas.

Dentro del volante tendrá información de mayor relevancia se considera el menú, los diversos precios, los descuentos y donde se encuentra ubicado el establecimiento.

4.10.10. Estrategia de posicionamiento

De acuerdo lo indicado, el negocio como tal se enfocará al público guayaquileño y turistas entre los 15 a 64 años en adelante añadiendo que está en un nivel socioeconómico medio y alto,

los cuales se consideran que están en su capacidad de elegir un menú del restaurante “4 mundos” por sus propios recursos.

El restaurante “4 Mundos”, desea posicionar su marca en la mente de los consumidores como el único restaurante temático capaz de ofrecer un ambiente simpático agradable y diferente, que muestre la cultura ecuatoriana con sus respectivos platos típicos de las regiones, de tal manera que los consumidores prefieran regresar por un buen servicio y la calidad de los alimentos que hará distinguir de la competencia.

4.11. Estudio Técnico

El estudio técnico proporciona información para considerar el precio de las inversiones y de los costos de operación referentes en el análisis financiero, además es un apoyo para usar eficientemente los recursos utilizables por medio de los aspectos técnicos operativos, también estudia y analiza la localización, tamaño, capacidad del proyecto, organización, maquinarias requeridas, distribución e instalaciones necesarias.

4.11.1. Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto para el restaurante de “4 Mundos” consistirá en determinar los factores más relevantes que requiera para su estructuración y por ende para la apertura del negocio.

El negocio será estructurado con diseño tradicional de las 4 regiones, de la cual se determinará de manera óptima los equipos, las instalaciones necesarias para especificar los recursos requeridos y materiales que se usara para una correcta distribución del restaurante, y a su vez establecer la máxima capacidad de instalación nos dará una visión clara para poder satisfacer la demanda del mercado al que va dirigido el servicio.

4.11.2. Características del diseño de restaurante “4 Mundos”

Será un adecuado con un diseño tradicional, combinando elementos básicos y colores representativos de las regiones del Ecuador. Sus materiales serán madera, piedras y otros.

Tabla 40. Características de construcción y diseño

Espacios	Capacidad
Zona región costa	25 personas
Zona región sierra	25 personas
Zona región oriente	25 personas
Zona región insular	25 personas
Área de cocina	2 personas
Almacén	1 personas
Oficinas	2 personas
Caja	1 personas
Baños	2 personas

Nota. Investigación autora

4.11.3. Infraestructura

Para el presente proyecto del diseño de un restaurante, se realizó los respectivos análisis de cómo establecer las dimensiones y localización de cada elemento que se encuentra en el interior del establecimiento, tales como equipos, almacenamiento de producto, muebles y enseres y tecnología en la cual se consideró un local disponible para el alquiler en el sector de Urdesa central parroquia Tarqui.

De acuerdo al estudio realizado el costo del arriendo va a tomarse mucho en cuenta en la zona donde se encuentra ubicada el establecimiento, en la cual asciende a \$2.000 por el espacio físico que se brinda es amplio, consiste en 800m de terreno y 560m de construcción, 20m de frente por 40m de fondo, lo que se determinó que el área que se necesitaría para la infraestructura y capacidad de atención a clientes es considerablemente cómoda.

El área asignada se aplica el 60% para el comedor y el 40% para las otras áreas del restaurante de “4 Mundos “que están distribuidas de la siguiente manera:

Área de Cocina: Donde se elabora los productos considerados con los estándares de calidad establecidos.

Refrigerado: Es primordial mantener los productos que puede ser perecible en el corto tiempo, con el fin de mantener los alimentos frescos y ofrecer calidad al consumidor.

Área de Almacenamiento: Es importante tener bien distribuido los productos que ingresan al establecimiento para un buen manejo de elaboración de inventarios.

Área de Oficina: Esta sección es la parte administrativa del negocio en la cual se encarga la compra de productos y materiales faltantes para el establecimiento.

Área para cada región: Es la sección de comedores para los consumidores que eligieron la región de su preferencia.

Área de baños para Damas y Caballeros: Es la parte del servicio básico para los usuarios, conservando siempre presentable para ofrecer comodidad al usuario.

A continuación, el grafico del restaurante como está distribuida cada área:

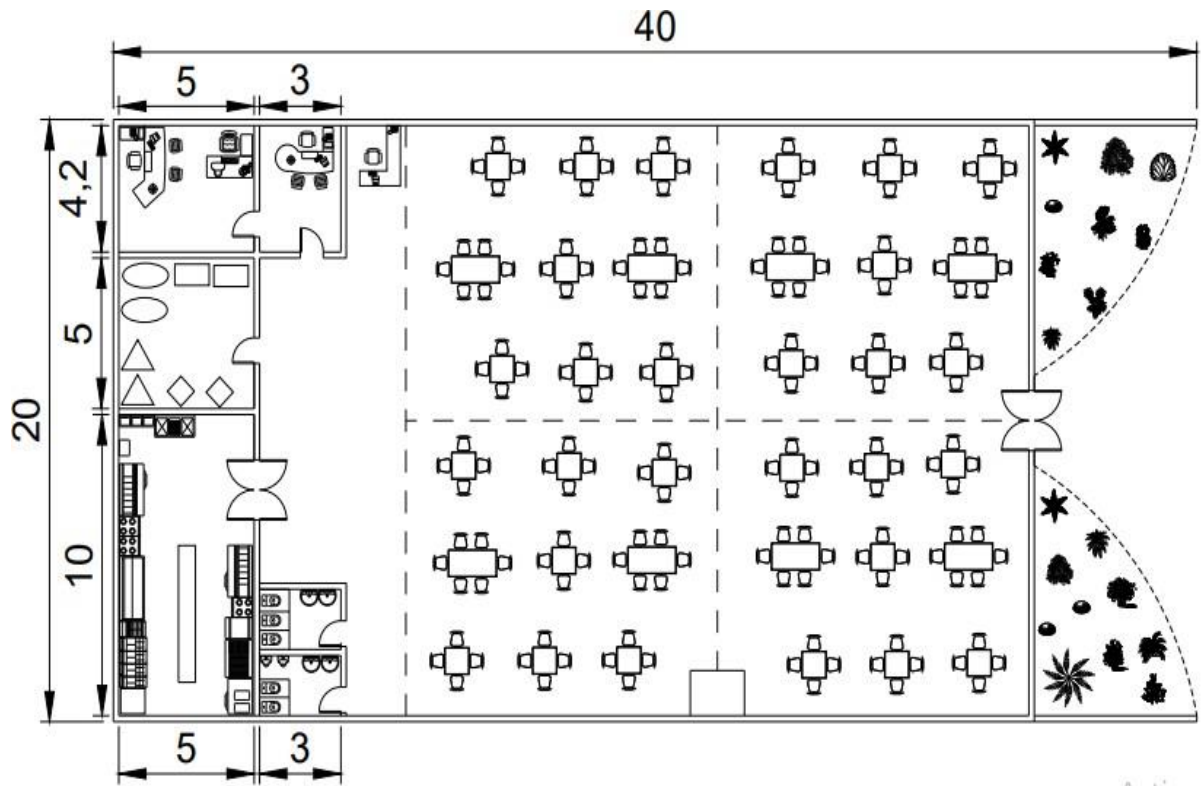


Figura 26. Infraestructura del Restaurante
Fuente: Datos obtenidos de la Investigación

4.11.4. Colores del restaurante y estructura.

4.11.4.1. Área región costa

Esta área contará con los colores anaranjado y marrón, una parte de las paredes estarán cubiertas de vinilo con diseños de playas, personas costeñas, y palmeras artificiales. Una pared disponible de esta área obtendrá un proyector alto definición en donde se mostrarán imágenes animadas de los mejores paisajes de la costa, de igual forma los comensales podrán disfrutar del sonido de los hermosos paisajes por medio del sonido del proyector.

Sus mesas y sillas serán de troncos y palos de guayacán con diseños modernos. El suelo tendrá varios colores playeros, de acuerdo a la investigación elaborada este espacio físico contará con una inversión total de \$1668,80.

4.11.4.2. *Área región sierra*

En esta área se colocarán vinil con diseños de montañas, volcanes, lagunas, fauna y flora. También contará con sonidos de volcanes erupcionando, Las sillas y mesas serán de pino con diseño elegante, a su vez el estudio realizado este ambiente contará con una inversión total de \$1668,80.

4.11.4.3. *Área región oriente*

En esta área se disfrutará de paisajes hermosos del oriente como selva, río y cascadas por medio de los vinil colocados en la pared y el suelo tendrá diseño terroso. Este espacio contará con pequeñas chozas toquillas, sillas y mesas de madera chonta.

Considerando todos los detalles que se van a utilizar para la adecuación de esta área la inversión total será de \$1668,80.

4.11.4.4. *Área región Galápagos*

Las personas podrán entretenerse con los paisajes de las islas, el océano, y peces. También con palmeras artificiales. Además, poseerá de animales artificiales que tendrán apariencia real como: las tortugas gigantes, iguanas terrestres y lobos marinos. Asimismo, gozarán del sonido del mar. Las mesas y sillas serán elegantes de material metal.

Con respecto a la adecuación del local por este ambiente la inversión que se va a realizar es de \$1668,80.

4.11.5. Localización

En primer lugar, se realizará un estudio y análisis para determinar la localización adecuada del proyecto para comprobar el éxito o fracaso que obtendrá el negocio, considerando las razones económicas, estratégicas, sociales, institucionales y técnicas.

Para la ubicación del proyecto se escoge aquel que encamina a tener una mayor rentabilidad. Conforme a la mejor ubicación, la localización cuenta con dos partes:

4.11.5.1. *Macro localización y Micro localización*

Macro localización. El sector de investigación se encuentra ubicado en la parroquia Tarqui, dividida en tres sectores: Urdesa Norte, Urdesa Central y Lomas de Urdesa, donde sus limitaciones son: Urdesa Central con Urdesa Norte, Kennedy, Av. Carlos Julio Arosemena, Miraflores y Mapasingue Este.



Figura 27. Ubicación de la Urbanización Urdesa Central

Nota: Tomado de Google maps

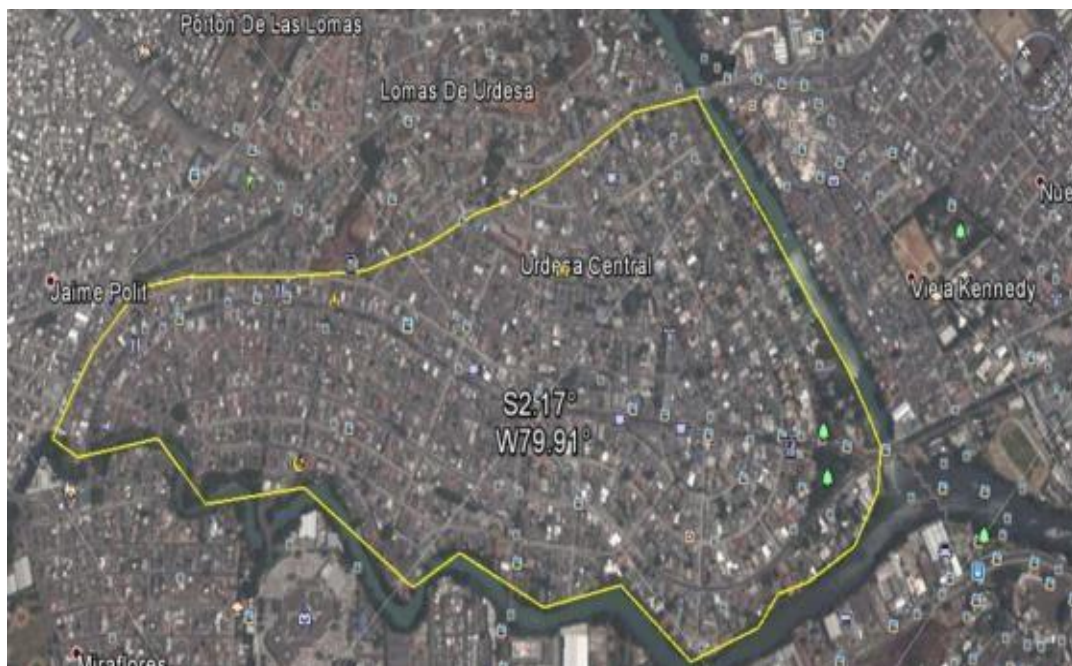


Figura 28. Ubicación de la Urbanización Urdesa Central
Nota: Tomado de Google maps

Micro localización. El establecimiento estará ubicado en la calle principal Emilio Estrada, calle secundario Miguel Aspiazu Carbo, y dispone de un terreno de 800 metros, 20m de frente x 40 de fondo. Actualmente tiene una construcción de 560m.

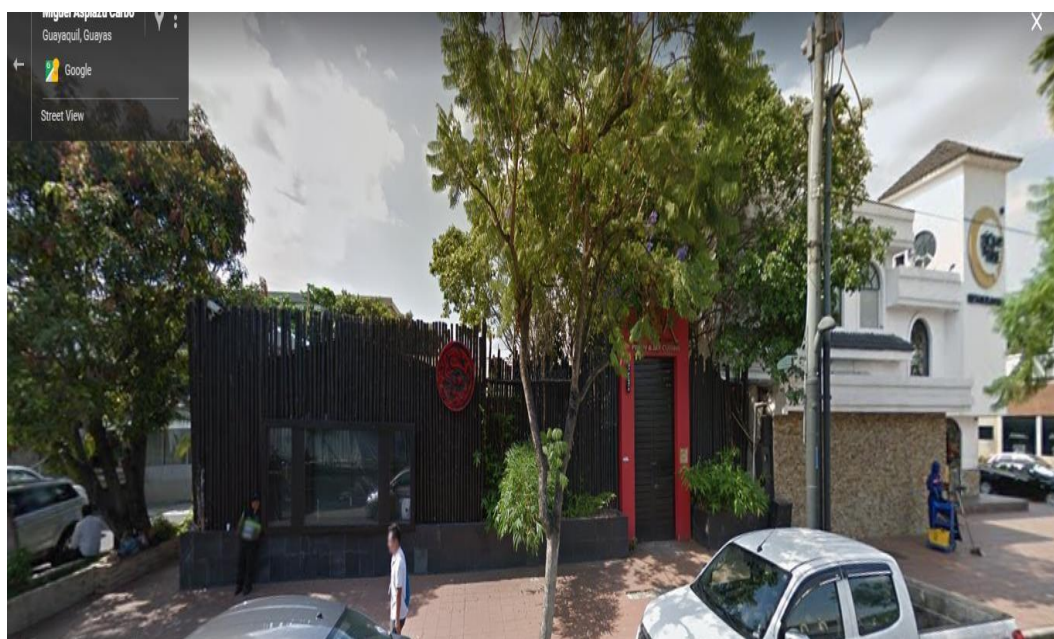


Figura 29. Localización frontal del restaurante
Nota: Tomado de Google maps

4.11.6. Factores determinantes del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto es primordial tomar en cuenta que algunos factores son limitados debido a la gran cantidad de variables que existe tales como la disponibilidad de insumos, localización y el plan estratégico comercial dentro del sector y el más significativo a considerar es la disponibilidad de financiamiento para llevar a cabo el proyecto.

4.11.7. Disponibilidad de materias primas

El restaurante “4 Mundos” tiene suficiente cantidad y calidad de materia prima e insumos para la elaboración de su menú para el buen desarrollo del negocio.

Costo de materia prima

Costo de materia prima : Hortalizas y vegetales

Tabla 41. Costos de materia prima: Hortalizas y vegetales

Detalle	Unidad de medida	Costo total
Cebolla Blanca	atado	\$ 2,25
Cebolla paiteña	saco	\$ 16,00
Cebollin	atado	\$ 2,50
Pimiento rojo	saco	\$ 12,00
Pimiento	saco	\$ 12,00
Tomate	Cajas	\$ 15,00
Pepino	saco	\$ 6,00
Lechuca	saco	\$ 12,00
Zanahoria	saco	\$ 13,00
Chocho	saco	\$ 15,00
Choclo	saco	\$ 13,00
Maduro	Cajas	\$ 9,00
Palmito	Cajas	\$ 24,00
Perejil	atado	\$ 1,50
Tallo de apio	atado	\$ 1,50
Verde	Cajas	\$ 10,00
Verdura	atado	\$ 1,50
Yuca	saco	\$ 12,00
Total		\$ 178,25

Nota. Costo total de las hortalizas y vegetales que se comprarán en todo el año. Precios reales tomado de la Avícola Fernández y Mercado Montebello.

Costos de materia prima : Carnes y embutidos

Tabla 42. *Costos de materia prima: Carnes y embutidos*

Detalle	Unidad de medida	Costo total
Carne de chanco	kl.	\$ 7,00
Calamar	kl.	\$ 7,40
Pollo	Lb	\$ 1,00
Pescado	Und	\$ 2,50
Gallina	Lb	\$ 0,90
cabeza de pescado	kl.	\$ 2,50
Camarones	Lb.	\$ 3,00
Lomo de asado	Lb.	\$ 3,95
Concha	Pilo	\$ 16,00
Mondongo	Lb	\$ 2,50
Cangrejo	Atado	\$ 12,00
Albacora	Lb.	\$ 2,50
Chorizo cocktail de res	kl.	\$ 4,00
Chorizo jumbo	Lb.	\$ 2,50
Chuleta	kl.	\$ 2,80
Filete de corvina	KL.	\$ 2,50
Costilla de res	kl.	\$ 2,50
Lomo fino	kl.	\$ 3,00
Mejillones	kl.	\$ 1,50
Menudo de borrego	kl.	\$ 1,10
Patas de res cortada	kl.	\$ 3,00
Pulpa de prieta de res	kl.	\$ 4,50
Sangre de borrego	kl.	\$ 2,00
Queso	Und.	\$ 2,20
Queso duro	Lb.	\$ 2,00
Ubre	Lb.	\$ 3,50
Total		\$ 98,35

Nota. Costo total de las hortalizas y vegetales que se comprarán en todo el año. Precios reales tomado de la Avícola Fernández y Mercado Montebello.

Tabla 43. Costos de materia prima: Ingredientes y condimentos

Detalle	Unidad de medida	Costo total
Huevos	cubeta	\$ 3,00
Papa chaucha	sacos	\$ 15,00
Papas	sacos	\$ 18,00
Atún	caja	\$ 48,00
Arroz	quintal	\$ 35,00
Diente de ajo	sacos	\$ 15,00
Aliño	frasco	\$ 1,60
Aguacate	caja	\$ 15,00
Aceite de oliva	caja	\$ 17,00
Aceite	caja	\$ 15,00
Mantequilla	caja	\$ 982,73
Azucar blanca	sacos	\$ 30,00
Aji para seco	medio saco	\$ 5,00
Azúcar morena	sacos	\$ 25,00
Sal prieta	kl.	\$ 5,00
Sal	sacos	\$ 16,00
Leche de coco	Lt.	\$ 1,50
Leche condensada	caja	\$ 27,00
Leche	Lt.	\$ 0,90
Limones	sacos	\$ 17,00
Salsa china	Lt.	\$ 212,50
Achiote	caja	\$ 18,00
Mostaza	balde	\$ 5,00
salsa de maní	kl.	\$ 2,50
Salsa de tomate	balde	\$ 5,00
Almeja	kl.	\$ 5,00
Avena en hojuela	kl.	\$ 1,17
Cerveza	caja	\$ 16,00
Coca cola	paquete	\$ 16,00
Coco rallado	kl.	\$ 4,00
Crema de coco	Lt.	\$ 4,00
Fideo fino	sacos	\$ 10,00
Harina de jora	saco	\$ 10,00
Harina de trigo	saco	\$ 9,00
Total		\$ 1.610,90

Nota. Costo total de las carnes y embutidos que se comprarán en todo el año para la preparación de los alimentos. Precios reales tomados de la Avícola Fernández y Mercado Montebello.

Costos de materia prima: Especies

Tabla 44. Costos de materia prima: Especies

Detalle	Unidad de medida	Costo total
Canela	saco	\$ 18,00
Clavo de olor	saco	\$ 12,00
Culandro	atado	\$ 5,00
Comino molido	saco	\$ 10,00
Pimienta de olor	saco	\$ 12,00
Hierbabuena	atado	\$ 1,50
Hoja de bijao	Und	\$ 1,00
Hoja de platano	Und	\$ 1,00
Panela	caja	\$ 30,00
Pasas	caja	\$ 18,00
Pimienta	saco	\$ 18,00
Oregano	saco	\$ 15,00
jengibre	kl.	\$ 1,00
Esencia de vainilla	caja	\$ 15,00
Total		\$ 157,50

Nota. Costo total de las especies que se comprarán en todo el año para darle más, sirven para darle más sabor y preparación de los alimentos. Precios reales tomados de la Avícola Fernández y Mercado Montebello.

Costos de materia prima: Granos

Tabla 45. Costos de materia prima: Granos

Detalle	Unidad de medida	Costo total
Garbanzo	saco	\$ 13,00
Alberjita	saco	\$ 20,00
Frejol canario	saco	\$ 70,00
Maiz tostado	saco	\$ 20,00
Maní molido	saco	\$ 12,00
Maní tostado	saco	\$ 15,00
Mote	saco	\$ 30,00
Pasta de mani	saco	\$ 20,00
Total		\$ 200,00

Nota. Costo total de granos que se necesitarán en todo el año para darle más, sirven para darle más sabor y preparación de los alimentos. Precios reales tomados de la Avícola Fernández y Mercado Montebello.

Costos de materia prima: Frutas

Tabla 46. Costos de materia prima: Frutas

Detalle	Unidad de medida	Costo total
Naranja	Cajas	10,00
Maracuyá	Sacos	12,00
Tomate de árbol	Cajas	12,00
Vino blanco	Cajas	20,00
Total		\$ 54,00

Nota. Costo total de frutas que se necesitarán en todo el año para la preparación de ciertos alimentos y postres.

Precios reales tomados de la Avícola Fernández y Mercado Montebello.

4.11.8. Costos de suministro de limpieza.

Tabla 47. Costos de suministros de limpieza.

Suministro de limpieza			
Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
1	Desinfectantes	\$ 4,50	\$ 4,50
1	Jabón líquido	8,00	8,00
1	250mt de 4 rollos	5,50	5,50
1	Dispensador de papel higiénico	10,00	10,00
1	Funda de basura	2,10	2,10
1	Guantes	2,00	2,00
1	Tacho de basura	10,00	10,00
1	Escoba	2,00	2,00
1	Recogedor de basura	2,50	2,50
1	Trapeadores	2,50	2,50
1	Detergente para lavar platos	2,80	2,80
Subtotal			51,90
Iva 12%		\$	6,23
Total		\$	58,13

Nota. Costo de suministros de limpieza

4.11.9. Adecuaciones del restaurante.

Tabla 48. *Adecuaciones del restaurante*

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
8	Pintura	18,00	144,00
15	Iluminaciones	20,00	300,00
Subtotal			444,00
Iva 12%			53,28
Total			497,28

Nota. Adecuaciones del restaurante

Tabla 49. *Decoraciones del restaurante*

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
8	Cuadros decorativos	90,00	720,00
12	Metro de vinil	15,00	180,00
8	Adornos	10,00	80,00
	Adornos de animales		
12	artificiales	15,00	180,00
16	Plantas artificiales	30,00	480,00
Subtotal			1.640,00
Iva 12%			196,80
Total			1.836,80

Nota. Decoraciones del restaurante

Tabla 50. *Muebles y enseres de comedor*

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
10	Mesa de 4 sillas c/u de metal	\$ 70,00	\$ 700,00
30	sillas de metal elegantes	\$ 40,00	\$ 1.200,00
18	Mesas de pino	\$ 50,00	\$ 900,00
60	Sillas de pino	\$ 17,00	\$ 1.020,00
30	Sillas de madera chonta	\$ 16,00	\$ 480,00
9	Mesas de madera chonta	\$ 55,00	\$ 495,00
Subtotal			\$ 4.795,00
Iva 12%			\$ 575,40
Total			\$ 5.370,40

Nota. Muebles y enseres de comedor

4.11.10. Suministro de oficina (mensual)

Tabla 51. Suministros de oficina

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
1	Resma de papel A4	\$ 2,80	\$ 2,80
1	Caja de Esferos	2,30	2,30
1	Caja de clips	3,00	3,00
1	Rollo de papel fax	2,50	2,50
1	Facturero	3,00	3,00
1	Cinta de embalaje	1,10	1,10
1	Carpeta de Cartón	0,35	0,35
1	Grapadora	3,00	3,00
1	Perforadora	3,00	3,00
1	Caja de grapas	3,70	3,70
1	Archivadores tamaño oficio	1,80	1,80
1	Cinta Adhesiva	0,60	0,60
Subtotal			27,15
Iva 12%			3,26
Total			\$ 30,41

Nota. Suministros de oficina

4.11.11. Requerimiento de maquinaria y equipo.

Para el restaurante “4 Mundos” necesitaremos los siguientes equipos de maquinaria tanto como en la cocina como el área administrativa.

4.11.12. Equipo de cocina

Tabla 52. Costo total de maquinarias y equipos de cocina

Cant.	Descripción	Valor Unit.	Subtotal	12%	Total
1	Trampas de grasa 60x40x35 cms.	\$ 435,24	\$ 435,24	\$ 52,23	\$ 487,47
1	Horno ANVIL COA1004 65.7x67.6x62.7cms.	849,36	849,36	\$ 101,92	951,28
2	Refrigerador industrial TURBOAIR M3R47-2	2.009,22	4.018,44	\$ 482,21	4.381,98
2	Licuadaora TERMAL; TM-800	226,79	453,58	\$ 54,43	508,01
1	Frigorifico mixto 3 puertas congelador y enfriador	1.300,00	1.300,00	\$ 156,00	1.456,00
2	Lavadero de vajillas	500,00	1.000,00	\$ 120,00	1.120,00
1	Olla de presión AMERICA 925-AL 25 QT	324,59	324,59	\$ 38,95	363,54
2	Olla de presion American Mod. 91	270,97	541,94	\$ 65,03	606,97
2	Campana extractora	250,00	500,00	\$ 60,00	560,00
3	Gas	84,00	252,00	\$ 30,24	282,24
2	Mesa de trabajo	496,65	993,30	\$ 119,20	1.112,50
1	Extractor Jugos 800 W. Hamilton Beach Marvined	84,00	84,00	\$ 10,08	94,08
1	Cocina Industrial de 4 hornillas	2.713,04	2.713,04	\$ 325,56	3.038,60
1	Freidora industrial de 40 lbs	600,00	600,00	\$ 72,00	672,00
1	Exprimidor industrial	873,18	873,18	\$ 104,78	977,96
1	Asador industrial	500,00	500,00	\$ 60,00	560,00
1	Varios	3.000,00	3.000,00	\$ 360,00	3.360,00
	Total	\$ 14.517,04	\$ 18.438,67	\$ 2.212,76	\$ 20.532,64

Nota. Total, de costos de Equipos y maquinarias. Costos reales tomados de la Compañía Termalimex que ofrece equipos de cocina y lavanderías.

Tabla 53. Menaje de cocina

Cant.	Descripción	Valor Unit.	Subtotal	12%	Total
100	vajilla y cristalería	\$ 18.00	\$ 1,800.00	216.00	\$ 2,016.00
100	Juegos de cubiertos aurora(66967	16.00	1,600.00	192.00	1792.00
3	Colador de acero 4cm	8.00	24.00	2.88	26.88
16	Porta servilletas	3.50	56.00	6.72	62.72
3	Cuchadores para salsas	13.00	39.00	4.68	43.68
6	Tabla de picar HALCO 57361804 45.72 x 60.96 x 1.3	20.80	124.80	\$ 14.98	139.78
20	Salero y pimentero	4.00	80.00	9.60	89.60
3	Cuchillo cocinero victorinox	52.02	156.06	18.73	174.79
3	Cuchillo fileteador flexible victorino	24.31	72.93	8.75	81.68
70	Vaso de monte	0.60	42.00	5.04	47.04
2	Sartén VOLLRATH 67114 35.56 cm de diámetro	64.94	129.88	\$ 15.59	145.47
	Sartén VOLLRATH 67014				
		77.72	155.44	\$ 18.65	174.09
2	antiadherente				
	Otros	1,000.00	1,000.00	120.00	1120.00
	Total	\$ 1,302.89	5,280.11	633.73	\$ 5,913.72

Nota. Total, de costos de menaje de cocina. Costos reales tomados de la Compañía Termalimex que ofrece equipos de cocina y lavanderías.

4.11.13. Área Administrativa.

A continuación, en la siguiente tabla se muestran los equipos necesarios para las instalaciones de la oficina para su respectivo funcionamiento.

Equipos de computación

Tabla 54. Equipo de computación

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
1	Impresora	\$ 180,00	\$ 180,00
2	Computadora	750,00	1.500,00
Subtotal			1680,00
Iva 12%			201,60
Total			<u>\$ 1.881,60</u>

Nota. Equipo de computación

4.11.14. Equipos de oficina

Tabla 55. Equipo de oficina

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
1	Aire Acondicionado	650,00	650,00
1	Caja registradora	350,00	350,00
1	Teléfono	50,00	50,00
Subtotal			1.050,00
Iva 12%			126,00
Total			\$ 1.176,00

Nota. Equipo de oficina

Tabla 56. Muebles y enseres de oficina

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
3	Escritorio	110,00	330,00
3	Sillas	50,00	150,00
2	Archivadores	55,00	110,00
Subtotal			590,00
Iva 12%			70,80
Total			660,80

Nota. Muebles y enseres de oficina

4.11.15. Proveedores de suministro

Nuestros proveedores de materia prima directa e insumos serán productos netamente nacionales debido a que el presente proyecto ofrece comida típica de las 4 regiones del Ecuador. Se establece como proveedores el supermercado santa maría para adquirir los productos necesarios para la preparación del menú como son la harina, arroz, legumbres, frutas y hortalizas.

También tendremos como proveedor el mercado Caraguay como el más óptimo para abastecerse de mariscos, considerando por otro lado el comisariato corporación el “Rosado” para la compra de los productos faltantes para el negocio.

4.11.16. Disponibilidad de tecnología.

De acuerdo a la disponibilidad de tecnología es primordial considerar que este tipo de restaurante temático es necesario utilizar herramientas que proyecten la naturaleza y costumbres de cada población, ya que su diseño va relacionado con la diferente cultura ecuatoriana.

Pero lo importante es manejar equipos adecuados a la infraestructura del diseño del restaurante “4 Mundos” y tener maquinarias adecuadas que nos permita mantener los alimentos frescos y correctamente distribuidos en los frigoríficos.

Tabla 57. Tecnología

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
4	Equipo de sonido	\$ 100,00	\$ 400,00
4	Proyectores 3LCD	\$ 800,00	\$ 3.200,00
4	Pantalla de proyección	\$ 100,00	\$ 400,00
Subtotal			4.000,00
Iva 12%			480,00
Total			\$ 4.480,00

Nota. Tecnología

4.11.17. Procesos y tecnologías de producción

El siguiente punto trata sobre el buen manejo de prácticas de producción con el uso necesario de la tecnología, con el propósito de producir un bien o servicio apto para el consumo de las personas.

- El primer punto a mencionar es que el personal encargado del área de compras de mercadería debe realizar el pedido necesario de materia prima.
- Después de realizar el pedido debe recibir la materia prima que este en buen estado.
- Realizar el respectivo almacenamiento de producto.
- Antes de la preparación de los alimentos los ingredientes deben ser correctamente lavados.
- Preparación de los diferentes platos típicos.
- Una vez preparada los insumos se lleva la orden a los clientes para que el mismo la consuma en el tiempo que el necesite.
- Presentación del menú del restaurante de “4 Mundos”
- Mientras el consumidor degusta la comida, podrá disfrutar de servicio adicional que brinde el restaurante durante el día como música en vivo, exposición de cultura.
- Una vez que el consumidor termine la comida el mesero que atendió será el encargado de entregar el detalle del consumo incluido en el mismo el servicio adicional.
- Una vez que el cliente pide factura, el mesero le indica donde es la caja para que realice su respectivo pago.
- El mesero realiza la limpieza del espacio utilizado por el cliente una vez que se haya retirado del lugar.

4.11.18. Diagrama de flujo de proceso

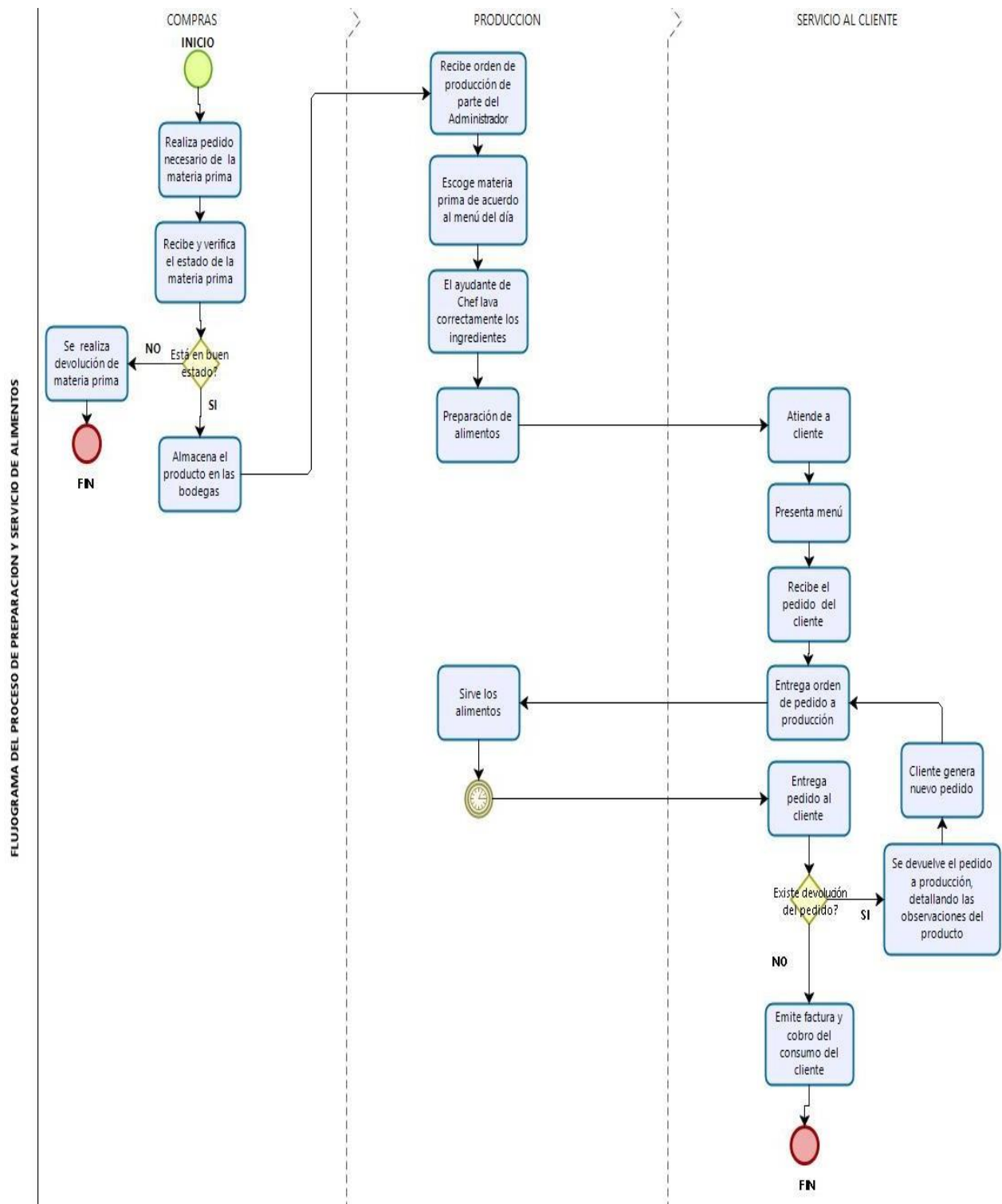


Figura 30. Flujo de procesos
Nota: Las Autoras

4.11.19. Equipamiento.

Ser un negocio que recién esté operando, deberá contar con todo el implemento necesario para la elaboración del menú y además brindar una atención óptima con una imagen adecuada al diseño del restaurante para su correcto funcionamiento.

Como parte del equipamiento se menciona una caja registradora, la misma que estará a cargo de la persona ubicada en la caja, para el buen manejo del registro de ventas y sus respectivos informes al administrador del negocio.

Con respecto al área administrativa deberá contar con un teléfono convencional, impresora incluyendo una computadora, para llevar de manera óptima los registros de la compra y venta de insumos que estará en el área del departamento de compra.

De acuerdo al mismo estará a cargo del administrador, para una correcta gestión interna, monitoreo de horarios, comunicación óptima con proveedores y entre otros equipos necesarios que tendrá el negocio para su operación.

4.11.20. Riesgos críticos y planes de contingencias.

Como riesgos críticos dentro del restaurante se puede observar aquellos relacionados a las fallas eléctricas del mal manejo de equipos, en la cual provoca que los aparatos sufran desperfectos e incluso generan que las materias primas disponibles para la elaboración de los platos se deterioren por su mal uso.

De acuerdo a lo indicado deben existir un adecuado mantenimiento de las instalaciones dentro del negocio, hay que mencionar que no solo la parte eléctrica puede haber complicaciones sino también en la parte de las conexiones de agua potable, teléfono e internet para poder así evitar cualquier tipo de inconvenientes dentro del local y este en su respectivo funcionamiento.

Así mismo se debe asegurar el correcto funcionamiento de los equipos, materiales y el respectivo registro de la llegada de la materia prima para evitar retrasos en la preparación de los platillos.

Plan de contingencia para el daño de maquinarias.

- Desconectar las maquinarias después de usarlo para poder evitar daños mayores.
- Ponerse en contacto con el equipo técnico para la reparación de los equipos.
- Realizar las respectivas pruebas antes de usar cualquier tipo de maquinarias para su funcionamiento.

Disponibilidad de mano de obra.

De acuerdo a la ubicación del presente proyecto, es clave ya que los accionistas serán los encargados de realizar las respectivas entrevistas, se hace referente a todo el personal técnico de cualquier nivel relacionado al área de trabajo

Para el proceso de selección del personal se realiza las respectivas pruebas de área, conocimiento, cursos realizados y se toma mucho en cuenta la experiencia que mantiene para el puesto. Además, cabe indicar que se debe considerar a medida que la demanda crece es importante tener la disponibilidad de adquirir mano de obra capacitada para así poder brindar un buen servicio.

Una vez de su apertura el negocio se deberá contar con los siguientes personales capacitados, que deberá recibir su respectiva remuneración.

Tabla 58. Personal del restaurante

Cargo	N° de trabajadores	Sueldo mensual
Administrador	1	700,00
Cajero	1	700,00
Chef	1	700,00
Ayudante de chef	1	400,00
Contador (contratista)	1	400,00
Mesero	4	1.600,00
Personal de limpieza	1	400,00
Personal de compras	1	400,00
Guardia de seguridad	1	400,00
Total	12	5.700,00

Nota. Personal del restaurante

Disponibilidad de recursos financieros.

Una de las variables importante a considerar es la disponibilidad de recursos financieros, la propuesta para la estructura del financiamiento del proyecto es el 30% financiado con recursos propios de los socios y el 70% con préstamo al banco.

Antes de hacer el prestamos lo más recomendable es realizar el respectivo análisis de ofertas de varias instituciones bancarias de esta manera determinar cuál es la oferta más conveniente para realizar el crédito para la apertura del restaurante.

Tabla 59. Ofertas de varias instituciones financieras bancarias

Instituciones	Instituciones	Plazos	Tasa nominal	Tasa efectiva
Banco del Pichincha	Banco del Pichinch	60 meses	11.23%	11.83%
Banco del Pacifico	Banco del Pacifico	60 meses	9.50%	9.92%
CFN	CFN	60 meses	13%	13.8%

Nota. Tasas efectivas y nominales de diferentes instituciones financieras, con el fin de realizar una evaluación y escoger la mejor opción. Información tomada de las Entidades Financieras detalladas.

Es primordial mencionar la tasa de interés, bajo a qué condiciones entregan el crédito las entidades bancarias y si el proyecto que se plantea para el diseño de un restaurante típico de las regiones del Ecuador puede aplicar a unos de estos préstamos bancarios.

Adicional a esto debe considerar la tasa de rendimiento que se espera conseguir y el costo del promedio ponderado de capital, en la cual nos ayudará a tomar la mejor decisión de obtener un crédito factible de pagos para el negocio.

De la misma manera va a depender mucho de la rentabilidad que tiene el restaurante para poder tomar la decisión correcta de pagar con cuota fija o con cuota variable una vez obtenido el financiamiento para la apertura del restaurante.

4.12. Capital propio.

El capital propio que va a manejar el restaurante es de \$23.311,86 por los dos socios; La inversión que hacen los accionistas se realizara en las adecuaciones de los 4 ambientes que va a tener el negocio con sus respectivos permisos de funcionamiento.

4.13. Estudio financiero

A continuación, se presenta el análisis del plan financiero que va a realizar el restaurante de “4 Mundos”, para desarrollar el presente proyecto y determinar la viabilidad, factibilidad del negocio.

4.13.1. Inversión inicial

Tabla 60. Inversión inicial

Maquinarias y equipo	\$	20.532,64
Menaje de cocina	\$	5.913,72
Equipos de oficina	\$	1.176,00
Muebles y enseres	\$	6.031,20
Equipo de computación	\$	1.881,60
Tecnología	\$	4.480,00
Garantía de arriendo	\$	4.000,00
Patente de marca	\$	1.000,00
Activos intangibles	\$	4.629,08
Gastos de mercadeo	\$	1.907,00
Imprevisto	\$	8.000,00
Capital de trabajo	\$	9.476,67
Inventario	\$	8.678,28
Total	\$	77.706,20

Nota. Inversión inicial del proyecto, el detalle de cada rubro se encuentra en el apéndice # debido a que es muy extenso.

El capital de trabajo son todos los costos totales que corresponde para el funcionamiento del negocio, y el gasto pre operativo son los que se ejecuta para los tres primeros meses, basado en el monto de la inversión inicial.

Estos costos como menaje de cocina, muebles y enseres, equipó de computación, maquinarias, tecnología se encuentra en el estudio técnico en la table 52 al 57.

4.13.2. Plan de financiamiento del proyecto

De acuerdo al esquema de financiamiento presentado se va observar los rubros necesarios a invertir con los respectivos valores y porcentajes. Dentro del negocio tendremos 2 accionistas que conjuntamente aportarían al restaurante con un capital de \$11.655,93 cada uno, con un total de capital por medio de las aportaciones de los accionistas, es de \$23.311,86.

La inversión que deberá ejecutar para la apertura del restaurante se conformaría por 30% por parte de los accionistas, anteriormente mencionadas, y el 70% restante, de los recursos serán proporcionados por la institución financiera que va a financiar el proyecto

Tabla 61. Financiamiento

Detalle	Porcentaje	valor
Inversión Accionista	30%	\$ 23.311,86
Financiamiento	70%	\$ 54.394,34
Inversión total	100%	\$ 77.706,20

Nota. Financiamiento

El monto del préstamo por parte del Banco del Pacifico es de \$54.394,34 que generan intereses mensuales que representa de un 9.92% anual, mediante el tiempo que dure el préstamo que es de 5 años con pagos trimestrales.

De acuerdo al préstamo elaborado será utilizado para completar el resto de la inversión, es decir, para los equipos de cocina faltante, la materia prima e insumos y los imprevistos del negocio para su funcionamiento.

A continuación, la tabla de amortización de crédito del Banco de Pacifico:

Tabla 62. Tabla de amortización del préstamo

Tabla de amortización del préstamo					
# Pago	Saldo de Capital	Cuota	Interés	Total dividendo	Amortización capital
0 \$	54,394.34				-
1	51,674.62	2,719.72	1,631.83	4,351.55	2,719.72
2	48,954.90	2,719.72	1,550.24	4,269.96	5,439.43
3	46,235.19	2,719.72	1,468.65	4,188.36	8,159.15
4	43,515.47	2,719.72	1,387.06	4,106.77	10,878.87
5	40,795.75	2,719.72	1,305.46	4,025.18	13,598.58
6	38,076.04	2,719.72	1,223.87	3,943.59	16,318.30
7	35,356.32	2,719.72	1,142.28	3,862.00	19,038.02
8	32,636.60	2,719.72	1,060.69	3,780.41	21,757.74
9	29,916.89	2,719.72	979.10	3,698.81	24,477.45
10	27,197.17	2,719.72	897.51	3,617.22	27,197.17
11	24,477.45	2,719.72	815.92	3,535.63	29,916.89
12	21,757.74	2,719.72	734.32	3,454.04	32,636.60
13	19,038.02	2,719.72	652.73	3,372.45	35,356.32
14	16,318.30	2,719.72	571.14	3,290.86	38,076.04
15	13,598.58	2,719.72	489.55	3,209.27	40,795.75
16	10,878.87	2,719.72	407.96	3,127.67	43,515.47
17	8,159.15	2,719.72	326.37	3,046.08	46,235.19
18	5,439.43	2,719.72	244.77	2,964.49	48,954.90
19	2,719.72	2,719.72	163.18	2,882.90	51,674.62
20	-0.00	2,719.72	81.59	2,801.31	54,394.34
Total		\$ 54,394.34	\$ 17,134.22	\$ 71,528.55	

Nota. Tabla de amortización del préstamo

4.13.3. Activos fijos

Los activos fijos operativos y administrativos son considerados todos los bienes que se adquiridos para la apertura del restaurante de “4 Mundos” con el único fin que se cumpla con el giro del negocio generando un producto, de un servicio terminado.

En el estudio técnico se detalló cuáles son todas las maquinarias, equipos, muebles y enseres, que va a necesitar el restaurante, para el funcionamiento del restaurante.

A continuación, el detalle de los activos fijos:

Tabla 63. Activos fijos

Detalle	valor
Activos fijos de operación	
Menaje de cocina	\$5.913,72
Maquinarias de cocina	\$20.532,64
Activos fijos Administrativo	
Equipo de computación	\$1.881,60
Equipo de oficina	\$1.176,00
Tecnología	\$4.480,00
Muebles y enseres	\$6.031,20
Inventario	\$8.678,28
Total	\$48.693,44

Nota. Activos fijos

4.13.3.1. Depreciación de Activo fijos

Se denomina depreciación a la pérdida de vida útil de un activo fijo que obtiene el negocio, ya sea por desgaste físico o por deterioro de equipos. Adicionalmente, como parte del análisis financiero es necesario realizar sus respectivas depreciaciones detallando en función a los años de vida útil estimada, el método a utilizar es línea recta.

Tabla 64. Depreciación de activos fijos

Detalles	Valor Total	Vida útil	Monto a depreciar	Tasa de depreciación	Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor de libro
Maquinaria de Cocina	\$ 20.532,64	10	\$ 16.426,00	10%	1642,61	8213,00	\$ 12.319,58
Equipo de computación	\$ 1.881,60	3	\$ 1.254,00	33%	418,00	836,00	\$ 1.045,34
Muebles y enseres	\$ 6.031,20	10	\$ 4.825,00	10%	482,00	2412,00	\$ 3.618,72
Total	\$ 28.445,44						\$ 16.983,64

Nota. Depreciación de activos fijos

4.14. Gastos pre operativos

En cuanto al gasto pre operativo de capital del trabajo que debe tener el establecimiento, constituye la inversión que realizará el negocio para llevar a cabo la parte económica, financiera y operativa del restaurante “4 Mundos”

Dentro del plan financiero es importante realizar un plan de contingencia que representa todos los gastos que se va a necesitar para el desarrollo normal del restaurante, es decir, que se debe considerar que la inversión inicial cumpla todas las expectativas de tal manera que satisfaga un capital de operación durante los tres primeros meses.

También debe tener en cuenta que los primeros meses de operación las ventas no sean las esperadas para poder tener utilidades en el periodo, por ese motivo es que se realiza la contingencia por 3 meses. (ver el apéndice 3, tabla 4)

Tabla 65. Gastos pre operativos

Detalle		Valor
Gastos Administrativos	\$	8.999,49
Gastos Operativos	\$	4.629,08
Gasto de Mercadeo	\$	1.907,00
Total	\$	15.535,57

Nota. Gastos pre operativos

Todos los gastos que tiene el negocio y las cuales no son directamente vinculadas con las ventas proyectadas por el primer año, debido que no afecta si el volumen de venta es alto, o bajo, estas obligaciones igual manera estarán presente en el restaurante.

Los gastos Administrativos son los pagos mensuales que tiene el restaurante, lo cuales se va a realizar para 3 meses antes de la apertura del negocio. (Ver en el apéndice 3, tabla 5)

4.15. Gastos administrativos.

Tabla 66. Gastos administrativos

Detalle	Trimestral
Servicio Básicos	\$ 924,00
Suministro de Oficina	\$ 91,22
Suministro de Limpieza	\$ 174,38
Seguro	\$ 189,88
Contratista(contador)	\$ 1.200,00
Arriendo	\$ 6.000,00
Gastos de publicidad	\$ 420,00
Total	\$ 8.999,49

Nota. Gastos administrativos

4.16. Gastos operativos

Los gastos operativos que intervienen en el capital de trabajo son todos los pagos que se realizan una vez al año, antes del funcionamiento del restaurante “4 Mundos”. (ver el apéndice 3, tabla 6)

Tabla 67. Gastos operacionales

Detalle	Anual
Permisos de funcionamiento	\$ 685,00
Gastos legales de constitución	\$ 610,00
Decoración	\$ 1.836,80
Adecuaciones	\$ 497,28
Instalación eléctrica	\$ 1.000,00
Total	\$ 4.629,08

Nota. Gastos operacionales

4.16.1. Amortización de gastos de operaciones

De tal manera que se obtenga los totales de los gastos de operaciones que se realiza una vez al año antes de la apertura del negocio, para así poder realizar la amortización anual de los permisos de funcionamiento, decoración, adecuación, instalación eléctrica y patente.

Tabla 68. Amortización de gastos operaciones

Detalle	Valor total	Vida Útil	% de depreciación y amortización	Deprec. Y amortización anual
Activos intangibles	\$ 4,629.08	5	20%	\$ 926
Patente	\$ 1,000.00	5	20%	\$ 200
	\$ 5,629.08	Total		\$ 1,125.8

Nota. Amortización de gastos operaciones

4.17. Gastos de mercadeo

Gastos de mercadeo es un monto que va a cancelar una sola vez al año lo que es el letrero, y otros rubros que están previsto para los 3 primeros meses como volantes, carta del menú, pagos de redes sociales antes del funcionamiento del restaurante de “4 Mundos”. (ver el apéndice 3, tabla 7)

Tabla 69. Gastos de mercadeo

Cantidades	Detalle	Valor
1	Letrero	\$ 800,00
20	Carta del menú (9,8*9,8cm)	\$ 160,00
	Uniforme	\$ 947,00
	Total	\$ 1.907,00

Nota. Gastos de mercadeo

4.18. Gastos financieros

Gastos financieros, es el monto que proveniente del interés de la deuda adquirida para el proyecto, este gasto se encuentra vinculado en función del primer año que el establecimiento realice su préstamo con el Banco del Pacifico.

Tabla 70. Gastos financieros

Detalle	Mensual	Anual
Interés	\$ 906,57	\$ 10.878,84
Total	\$ 906,57	\$ 10.878,84

Nota. Gastos financieros

4.19. Proyección de ventas

Para calcular el precio de venta de cada plato, se obtuvo asesoría por parte de un chef, usualmente los restaurantes consideran por plato por la tercera parte esto corresponde a la técnica, servicio al cliente y ambiente de cómo está decorado el negocio.

Además, se realiza un estudio de mercado a la competencia para obtener precio real de cada plato, en la cual nos permite realizarla proyección de ventas por 5 años y esto nos cubre los costos y gasto de producción por la elaboración de cada menú.

Tabla 71. Proyección de ventas año 1

Año 1							
Producto	Precio	Volúmen	Total	Costo unitario	Costo total	Margen de contribucion	% Margen de contribución
Piqueos							
Canastas de verde rellenas	11	4,269	46,382	5	20,706	25,676	124%
Canastas 4 mundos	5	1,974	9,920	2	4,429	5,492	124%
Empanadas de verde rellena de camarón	5	1,794	8,190	2	3,656	4,534	124%
Maduro con queso	3	1,026	2,676	1	1,195	1,481	124%
Patacones con queso	3	1,188	3,594	1	1,604	1,989	124%
Total	26	10,252	70,761	12	31,590	39,171	620%
Región Costa							
Seco de pollo	5	861	4,436	2	1,980	2,456	124%
Encocado de pescado	5	861	4,436	2	1,980	2,456	124%
Tonga	3	492	1,451	1	648	803	124%
Cazuela mixta	9	1,430	12,252	4	5,470	6,782	124%
Bollo de pescado	5	784	3,679	2	1,643	2,037	124%
Arroz con menestra de frejol y pollo asado	3	483	1,394	1	622	772	124%
Arroz con menestra de frejol y lomo asado	4	746	3,335	2	1,489	1,846	124%
Arroz con menestra de frejol y chuleta asada	5	796	3,794	2	1,694	2,100	124%
Ceviche de camarón	10	1,612	15,559	4	6,946	8,613	124%
Ceviche de pescado	6	976	5,708	3	2,548	3,160	124%
Caldo de bolas de verde	5	858	4,405	2	1,967	2,439	124%
Sopa de camarón	4	650	2,531	2	1,130	1,401	124%
Biche de pescado	7	1,140	7,781	3	3,473	4,307	124%
Total	70.00	11,688	70,761	31	31,590	39,171	1612%
Región Sierra							
Mote pillo	2	477	1,100	1	491	609	124%
Fritada	9	1,955	18,494	4	8,256	10,238	124%
Hornado de chanco	11	2,216	23,764	5	10,609	13,155	124%
Llapingacho	9	1,780	15,331	4	6,844	8,487	124%
Guatita	4	773	2,891	2	1,291	1,601	124%
Caldo de gallina criolla	3	719	2,501	2	1,117	1,385	124%
Caldo de pata	4	826	3,301	2	1,473	1,827	124%
Yaguarlocro	4	836	3,379	2	1,508	1,870	124%
Total	46	9,582	70,761	21	31,590	39,171	124%
Región Oriente							
Maito de pescado	5	3,491	18,334	2	8,185	10,149	124%
Ubres estofada	5	3,230	15,692	2	7,005	8,687	124%
Ceviche de palmito	4	2,886	12,528	2	5,593	6,935	124%
Ceviche volquetero	6	4,012	24,208	3	10,807	13,401	124%
Total	20	13,618	70,761	9	31,590	39,171	124%
Región Insular							
Arroz Marinero	11	3,190	33,645	5	15,020	18,625	124%
Sopa marinera	7	2,197	15,957	3	7,124	8,833	124%
Tortilla de Camarones	4	1,326	5,817	2	2,597	3,220	124%
Camarones al Ajillo	7	2,154	15,343	3	6,850	8,493	124%
Total	29	8,866	70,761	13	31,590	39,171	124%
Postres							
Queso de leche	2	13,727	21,985	1	9,815	12,170	124%
Chucula	2	20,446	48,777	1	21,775	27,001	124%
Total	4	34,173	70,761	2	31,590	39,171	248%
Bebidas							
Chicha de jora	1	13,351	14,834	0.50	6,622	8,212	124%
Colada de avena	2	20,808	36,029	0.77	16,084	19,944	124%
Jugo de tomate de árbol	1	13,728	15,683	0.34	4,668	11,015	236%
Total	4	47,887	66,546	1.61	27,374	39,171	484%
Suman	200	136,066	491,114	89	216,914	274,200	3336%

Nota. Proyección de ventas año 1

De acuerdo a la naturaleza del negocio existe una fuente de ingresos que se realiza por las ventas de comida. La carta del menú que se maneja el restaurante “4 mundos” al inicio del funcionamiento serán lo más puntuales, ya que se escogió los platillos más conocidos de las regiones, al igual que el postre, bebidas y piqueos.

Comprendiendo que la encuesta previamente realizada la mayor parte de los consumidores prefieren degustar comidas tradicionales de costa y sierra, o también hay quienes expresaron que les gustaría degustar la comida del oriente y galápagos.

En cuanto a las proyecciones realizadas de las unidades de ventas se podrá observar el costo que tendrá cada uno de los platillos, dentro de la proyección de 5 años está expuesto al 0,33% correspondiente a la inflación, en la cual nos permitirá observar si las ventas de cada plato hay bajando o creciendo durante este tiempo.

Tabla 72. Proyección de ventas por los 5 años

0,33%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
N° de platos por vender	136.066,00	136.515,00	136.966,00	137.418,00	137.871,00
Proyección de ventas Año monetario	\$ 491.114,00	\$492.735,00	\$ 492.969,00	\$ 494.361,00	\$ 495.993,00

Nota. Proyección de ventas por los 5 años

Tabla 73. Volumen de ventas mensual y diario

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen de ventas mensual	3.646	3.658	3.670	3.682	3.695
Volumen de ventas diario	122	122	122	123	123

Nota. Volumen de ventas mensual y diario

Tabla 74. Ventas en valor monetario

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas mensuales en \$	\$ 23.587,14	\$ 23.664,97	\$ 23.664,97	\$ 23.723,54	\$ 23.801,83
Ventas diario en \$	\$ 786,24	\$ 788,83	\$ 788,83	\$ 790,78	\$ 793,39

Nota. Ventas en valor monetario

A continuación, el análisis de la proyección de ventas del restaurante “4 Mundos”.

De acuerdo a la observación de la capacidad instalada, es evidente determinar que el modelo de análisis es bastante realistas y conservador, el mismo que se acopla a la realidad en virtud que se vaya contemplando un pequeño porcentaje de ineficiencia en el arranque del negocio, el volumen de ventas mensual es de 3.646 pero su venta diaria es de 122 platos, esto indica que el negocio tendrá ganancias en cada año.

4.20. Costos fijos

En relación con el costo fijo son aquellos cuyo valor total no se modifica de acuerdo con la actividad de producción del negocio. En lo que quiere decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad.

Los costos fijos del restaurante “4 Mundos” están representados por los sueldos, energía eléctrica, agua potable, arrendamiento, depreciación y los otros gastos correspondientes al restaurante.

Tabla 75. *Costos fijos*

		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5		
Agua	\$	3,000.00	\$	3,009.90	\$	3,019.83	\$	3,029.80	\$	3,039.80	\$	3,049.83
Energía	\$	2,400.00	\$	2,407.92	\$	2,415.87	\$	2,423.84	\$	2,431.84	\$	2,439.86
Gas	\$	120.00	\$	120.40	\$	120.79	\$	121.19	\$	121.59	\$	121.99
Total	\$	5,520.00	\$	5,538.22	\$	5,556.49	\$	5,574.83	\$	5,593.23	\$	5,611.68

Nota. Costos fijos

4.21. Costos variables

Son toda aquella materia prima que se utiliza para la elaboración de los platos típicos, por lo cual varían en función a la cantidad que utilice en cada menú o el volumen de venta que realicen durante el día.

Todos los ingredientes que se va utilizar para la preparación del menú se encuentran en el estudio técnico en la tabla.42 a 47

4.22. Mano de obra directa

De acuerdo al sueldo y el salario de mano de obra directa estaría lo que es el chef y ayudante de cocina tendrá todos los beneficios de la ley.

Tabla 76. Sueldos mano de obra directa

N. personal	Empleados	Sueldo	Horas suplementari	Horas Nocturnas	Horas extraordinarias	Decimo tercero	Total de ingresos	Aporte del IESS	Total Descuentos	Liq.a recibir
1	Chef	\$ 700,00	\$ 105,00	\$ 87,50	\$ 233,33	\$ 93,82	\$ 1.219,65	\$ 106,39	\$ 106,39	\$ 1.113,26
1	Ayudante de chef	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	\$ 60,79	\$ 60,79	\$ 636,15
		\$ 1.100,00	\$ 165,00	\$ 137,50	\$ 366,66	\$ 147,43	\$ 1.916,59	\$ 167,19	\$ 167,19	\$ 1.749,40

Nota. Sueldos mano de obra directa

4.23. Balance general del restaurante “4 Mundos”

El balance general es aquel que refleja la situación económica y financiera del negocio, a continuación, se presenta el balance actual del negocio proyectado hasta el año 2025. En el último año podemos observar que en el pasivo no corriente tenemos 0 debido a que el préstamo realizado al banco del Pacifico se a término de pagar.

De tal manera que nos muestra que hay una variación en el patrimonio ya que nos muestra la utilidad del ejercicio durante la proyección por los 5 años.

Tabla 77. Balance General

Balance General												
Restaurante "4 Mundos"												
0 año			1 año		2 año		3 año		4 año		5 año	
Activos												
Activos Corrientes												
Caja Bancos	\$	9,476.67	\$	62,227.09	\$	89,041.91	\$	117,504.69	\$	147,619.14	\$	178,635.92
Iva pagado												
Total Activos Corrientes	\$	9,476.67	\$	62,227.09	\$	89,041.91	\$	117,504.69	\$	147,619.14	\$	178,635.92
Activos No Corrientes												
Activos Fijos												
Inventarios	\$	8,678.28	\$	8,678.28	\$	8,678.28	\$	8,678.28	\$	8,678.28	\$	8,678.28
Muebles y enseres	\$	6,031.20	\$	6,031.20	\$	6,031.20	\$	6,031.20	\$	6,031.20	\$	6,031.20
Equipos de oficina	\$	1,176.00	\$	1,176.00	\$	1,176.00	\$	1,176.00	\$	1,176.00	\$	1,176.00
Equipos de computación	\$	1,881.60	\$	1,881.60	\$	1,881.60	\$	1,881.60	\$	1,881.60	\$	1,881.60
Maquinaria y equipos de cocina	\$	20,532.64	\$	20,532.64	\$	20,532.64	\$	20,532.64	\$	20,532.64	\$	20,532.64
Menaje de cocina	\$	5,913.72	\$	5,913.72	\$	5,913.72	\$	5,913.72	\$	5,913.72	\$	5,913.72
Imprevisto	\$	8,000.00	\$	8,000.00	\$	8,000.00	\$	8,000.00	\$	8,000.00	\$	8,000.00
Tecnología	\$	4,480.00	\$	4,480.00	\$	4,480.00	\$	4,480.00	\$	4,480.00	\$	4,480.00
Garantía de arriendo	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00	\$	4,000.00
Mercadeo	\$	1,907.00	\$	1,907.00	\$	1,907.00	\$	1,907.00	\$	1,907.00	\$	1,907.00
Depre. Acumulada de maquinarias			\$	-1,642.61	\$	-3,285.22	\$	-4,927.83	\$	-6,570.44	\$	-8,213.06
Deprec. Acumulada muebles y enseres			\$	-482.50	\$	-964.99	\$	-1,447.49	\$	-1,929.98	\$	-2,412.48
Deprec. Acumulada equipos de computo			\$	-418.13	\$	-836.26	\$	-1,254.39	\$	-1,672.52	\$	-2,090.65
Amortización acumulada			\$	-1,125.82	\$	-2,251.63	\$	-3,377.45	\$	-4,503.26	\$	-5,629.08
Total de activos fijos	\$	62,600.44	\$	58,931.39	\$	55,262.34	\$	51,593.29	\$	47,924.24	\$	44,255.18
Activos Diferidos												
Activo intangible	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08
Total activos diferidos	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08
Total Activos No Corrientes	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08	\$	5,629.08
Total de Activos	\$	77,706.20	\$	126,787.57	\$	149,933.33	\$	174,727.05	\$	201,172.45	\$	228,520.18
Pasivos												
Pasivos Corrientes												
Cuentas x pagar proveedores												
Iva Cobrado												
Impuesto a la Renta 25%			\$	8,994.04	\$	8,364.03	\$	8,382.85	\$	8,637.42	\$	8,865.06
Participación de trabajadores 15%			\$	12,741.55	\$	11,849.05	\$	11,875.71	\$	12,236.35	\$	12,558.83
Total Pasivos Corrientes			\$	21,735.59	\$	20,213.08	\$	20,258.56	\$	20,873.77	\$	21,423.88
Pasivos No Corrientes												
Préstamo Largo Plazo	\$	54,394.34	\$	43,515.47	\$	32,636.60	\$	21,757.74	\$	10,878.87	\$	-
Total Pasivos No Corrientes	\$	54,394.34	\$	43,515.47	\$	32,636.60	\$	21,757.74	\$	10,878.87	\$	-
Total de Pasivos	\$	54,394.34	\$	65,251.06	\$	52,849.68	\$	42,016.29	\$	31,752.64	\$	21,423.88
Patrimonio												
Aporte de socios	\$	23,311.86	\$	23,311.86	\$	23,311.86	\$	23,311.86	\$	23,311.86	\$	23,311.86
Utilidades del ejercicio			\$	38,224.65	\$	35,547.14	\$	35,627.12	\$	36,709.05	\$	37,676.49
Utilidades acumuladas					\$	38,224.65	\$	73,771.79	\$	109,398.90	\$	146,107.95
Total Patrimonio	\$	23,311.86	\$	61,536.51	\$	97,083.65	\$	132,710.76	\$	169,419.81	\$	207,096.30
Total Pasivo + Patrimonio	\$	77,706.20	\$	126,787.57	\$	149,933.33	\$	174,727.05	\$	201,172.45	\$	228,520.18
Prueba (A-(P+P))	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-

Nota. Balance General

4.24. Estados de Resultados del Restaurante “4 Mundos”

Análisis del estado de perdida y ganancias en cual nos muestra punto por punto si el restaurante “4 Mundos” ha obtenido utilidad o perdida durante el periodo de acuerdo al primer

año, este es uno de los estados que nos permite observar la variación que ha tenido el negocio, mediante la determinación de la utilidad neta y del costo de producción, manteniendo así un crecimiento sostenible durante el siguiente año, se mide el resultado de todo los ingresos, costos y gastos.

Tabla 78. Estado de Resultados

Estado de Perdida y Ganancia Restaurante "4 Mundos"					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	491,113.99	492,734.66	492,968.94	494,361.46	495,992.85
Costos de producción	267,446.77	269,436.17	270,325.31	271,217.38	272,112.40
Utilidad bruta	223,667.22	223,298.49	222,643.63	223,144.07	223,880.45
% Margen de contribución	84%	83%	82%	82%	82%
Gastos					
Gasto de Ventas					
Publicidad	983.23	986.48	989.73	993.00	996.28
Gastos de Administración					
Sueldos	55,382.16	55,564.92	55,748.29	55,932.25	56,116.83
Horas suplementarias	8,307.32	8,334.74	8,362.24	8,389.84	8,417.52
Horas nocturnas	6,922.77	6,945.62	6,968.54	6,991.53	7,014.60
Horas extraordinarias	18,460.72	18,521.64	18,582.76	18,644.08	18,705.61
Contador (Contratista)	4,815.84	4,831.73	4,847.68	4,863.67	4,879.72
Décimo Tercer Sueldo XIII	5,835.86	5,855.12	5,874.44	5,893.83	5,913.28
Décimo Cuarto Sueldo XIV	11,638.28	11,676.69	11,715.22	11,753.88	11,792.67
Vacaciones	2,307.59	2,315.21	2,322.85	2,330.51	2,338.20
Fondo de Reserva 8,33%	0.00	4,628.56	4,643.83	4,659.16	4,674.53
Aporte Patronal 9.45%	8,417.40	8,445.17	8,473.04	8,501.00	8,529.06
Seguros	762.03	764.54	767.06	769.60	772.14
Energía	2,407.92	2,415.87	2,423.84	2,431.84	2,439.86
Télefono e Internet	1,300.28	1,304.57	1,308.87	1,313.19	1,313.19
Mantenimiento	330.34	331.43	332.52	333.62	334.72
Arriendo	24,079.20	24,158.66	24,238.38	24,318.37	24,398.62
Suministros de oficina	366.12	367.33	368.54	369.76	370.98
Suministro de limpieza	699.86	702.17	704.49	706.81	709.15
Gastos de publicidad	983.23	986.48	989.73	993.00	996.28
Depreciación de maquinarias	1,642.61	1,642.61	1,642.61	1,642.61	1,642.61
Depreciación de muebles y enseres	482.50	482.50	482.50	482.50	482.50
Depreciación de equipos de computo	418.13	418.13	418.13		
Amortizaciones de Pre Operacional	1,125.82	1,125.82	1,125.82	1,125.82	1,125.82
Total Gastos administrativos	156,685.97	161,819.49	162,341.38	162,446.87	162,967.89
Utilidad operacional	65,998.01	60,492.52	59,312.52	59,704.20	59,916.29
Gastos de Interés					
Interés largo plazo	6,037.77	4,732.31	3,426.84	2,121.38	815.92
Utilidad Antes de Impuestos	59,960.24	55,760.22	55,885.67	57,582.82	59,100.37
Utilidades a Trabajadores 15%	8,994.04	8,364.03	8,382.85	8,637.42	8,865.06
Impuesto a la Renta 25%	12,741.55	11,849.05	11,875.71	12,236.35	12,558.83
Utilidad Neta Anual	38,224.65	35,547.14	35,627.12	36,709.05	37,676.49
Utilidad Neta Acumulada	38,224.65	73,771.79	109,398.90	146,107.95	183,784.44

Nota. Estado de Resultados

4.25. Flujo de caja proyectado para 5 años

El flujo de efectivo es el resumen de las entradas y salidas de efectivo en este caso se considera el préstamo realizado al banco del Pacifico, para el presente proyecto lo haremos una proyección de aproximadamente 5 años.

En el estado se detalla todas las inversiones realizadas durante el proyecto, así también todos los ingresos que se espera obtener durante el periodo, el flujo de caja total del primer año tiene un valor \$62.227,09 por lo cual es determinante el éxito del negocio una vez pues en funcionamiento, de acuerdo que no cuenta en ningún año un flujo de caja negativo.

Tabla 79. Flujo de Caja proyectado

Flujo de caja proyectado Restaurante de "4 Mundos"						
Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades de operación						
Entradas operativas						
Efectivo Inicial		\$ 9,476.67	\$ 62,227.09	\$ 89,041.91	\$ 117,504.69	\$ 147,619.14
Ventas		\$ 491,113.99	\$ 492,734.66	\$ 492,968.94	\$ 494,361.46	\$ 495,992.85
Total de entradas operativas		\$ 500,590.66	\$ 554,961.76	\$ 582,010.85	\$ 611,866.15	\$ 643,611.99
Salidas operativas						
Costo de Producción		\$ 267,446.77	\$ 269,436.17	\$ 270,325.31	\$ 271,217.38	\$ 272,112.40
Total costos de producción		\$ 267,446.77	\$ 269,436.17	\$ 270,325.31	\$ 271,217.38	\$ 272,112.40
Gastos administrativos		\$ 156,685.97	\$ 161,819.49	\$ 162,341.38	\$ 162,446.87	\$ 162,967.89
Gastos de ventas		\$ 983.23	\$ 986.48	\$ 989.73	\$ 993.00	\$ 996.28
Gastos financieros		\$ 6,037.77	\$ 4,732.31	\$ 3,426.84	\$ 2,121.38	\$ 815.92
Total Gastos operacionales		\$ 163,706.98	\$ 167,538.27	\$ 166,757.96	\$ 165,561.25	\$ 164,780.08
Otros Gastos						
Amortización		\$ 1,125.82	\$ 1,125.82	\$ 1,125.82	\$ 1,125.82	\$ 1,125.82
Depreciación de maquinarias		\$ 1,642.61	\$ 1,642.61	\$ 1,642.61	\$ 1,642.61	\$ 1,642.61
Depreciación de muebles y enseres		\$ 482.50	\$ 482.50	\$ 482.50	\$ 482.50	\$ 482.50
Depreciación de equipos de computo		\$ 418.13	\$ 418.13	\$ 418.13	\$ 418.13	\$ 418.13
Total otros gastos		\$ 3,669.05	\$ 3,669.05	\$ 3,669.05	\$ 3,669.05	\$ 3,669.05
Participación de trabajadores 15%			\$ 8,994.04	\$ 8,364.03	\$ 8,382.85	\$ 8,637.42
Impuesto a la Renta 25%			\$ 12,741.55	\$ 11,849.05	\$ 11,875.71	\$ 12,236.35
Total de efectivo por actividades operativas		\$ 73,105.96	\$ 99,920.78	\$ 128,383.55	\$ 158,498.00	\$ 189,514.79
Activos fijos						
Inventarios	\$	8,678.28				
Muebles y enseres	\$	6,031.20				
Equipos de oficina	\$	1,176.00				
Equipos de computación	\$	1,881.60				
Maquinaria y equipos de cocina	\$	20,532.64				
Menaje de cocina	\$	5,913.72				
Imprevisto	\$	8,000.00				
Tecnología	\$	4,480.00				
Garantía de arriendo	\$	4,000.00				
Mercadeo	\$	1,907.00				
Patente	\$	1,000.00				
Gastos de constitución	\$	4,629.08				
Capital de trabajo	\$	9,476.67				
Total de actividades de inversión	\$	77,706.20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Actividades de financiamiento						
Préstamo a largo plazo	\$	54,394.34				
Amortización Capital prestado	\$		10,878.87	10,878.87	10,878.87	10,878.87
Total de flujo de actividad	\$	54,394.34	-10,878.87	-10,878.87	-10,878.87	-10,878.87
Flujo neto	\$	-23,311.86	\$ 62,227.09	\$ 89,041.91	\$ 117,504.69	\$ 178,635.92
Flujo de caja acumulada	\$	-23,311.86	\$ 38,915.24	\$ 127,957.14	\$ 245,461.83	\$ 393,080.97
						\$ 571,716.89

Nota. Flujo de Caja proyectado

4.26. Punto de equilibrio

En relación con el punto de equilibrio se da cuando todos los ingresos igualan a los costos que tiene el restaurante, por lo que se refiere a la cantidad mínima que se requiere vender para poder cubrir los costos a continuación podemos ver el punto de equilibrio tanto en unidades como en dinero.

Datos para cálculo de punto de equilibrio

Tabla 80. Punto de Equilibrio

PLATOS					
	1	2	3	4	5
Unidades de ventas	136,066.34	491,113.99	216,913.53	274,200.45	136,515.36
Ventas	491,113.99	492,734.66	492,968.94	494,361.46	495,992.85
Costos	242,250.50	244,156.75	244,962.47	245,770.85	246,581.89
Gastos	156,685.97	161,819.49	162,341.38	162,446.87	162,967.89

Nota. Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio en unidades:

Tabla 81. Punto de equilibrio en unidades

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de Equilibrio en Unidades	85.668,20	319.705,86	141.988,40	179.182,18	89.200,65

Nota. Punto de equilibrio en unidades

Punto de equilibrio en dólares

Tabla 82. Punto de equilibrio en dólares

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de Equilibrio en \$	309.208,37	320.760,89	322.690,21	323.051,11	324.087,23

Nota. Punto de equilibrio en dólares

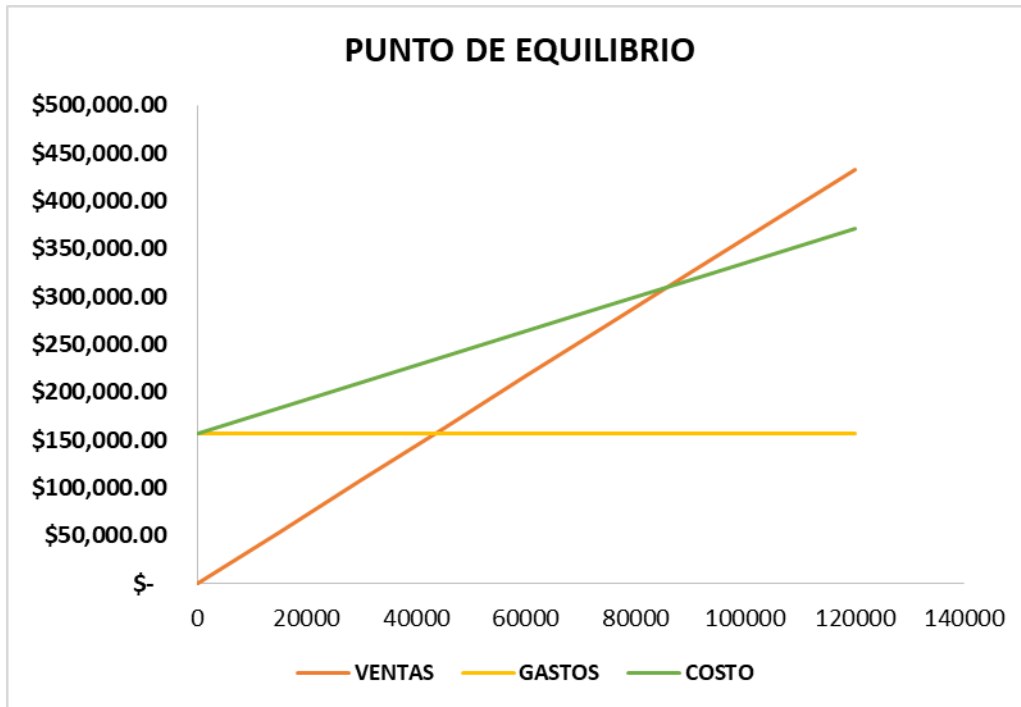


Figura 31. Punto de Equilibrio

Nota: Las Autoras

A continuación, análisis del punto de equilibrio:

De tal manera que los ingresos puedan cubrir todos los costos de restaurante “4 Mundos” necesitan tener en ventas en el primer año de 85.668,20 unidades de plato promedio, pero en dólares, es decir que el monto total por las unidades vendidas es de \$ 309.208,37, este indicador es muy primordial saber las cantidades exacta que debemos vender al año para tener ganancias. Si, por lo contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas

4.27. Recuperación capital

En el siguiente punto podemos observar el método de recuperación de capital que tendrá el restaurante “4 Mundos”, durante la proyección de los 5 años.

4.28. Tasa de descuento

La tasa de descuento, es la rentabilidad mínima que el restaurante debe tener para que sea viable el negocio, de acuerdo al estudio realizado esto sirve para descontar los flujos de efectivo que genere el establecimiento.

Para el cálculo de esta variable es primordial ejecutar el riesgo que con lleva el proyecto, ya que eso va a depender mucho la tasa de interés a considerar, hemos estimado una tasa de descuento es de 7,09% para poder realizar el VAN y el TIR.

Tabla 83. Cálculo del CAMP

CALCULO DEL CAMP

Rf + b (Rm-Rf) 7,09% despejar la ecuación

tasa de libre riego (Rf) 7,00%

tasa de mercado (Rm) 4,00%

beta (b) -3,00%

CAMP: permite determinar la rentabilidad minima requerida por el inversionista, que es

11,81%

Nota. Cálculo del CAMP

4.29. Costo promedio ponderado de capital

Para determinar el CPPC se debe considerar la estructura de capital de la empresa. La empresa se encuentra financiada el 30% con fondos propios y el 70% con deuda. El costo de la deuda es el 9,92%, es decir el interés del préstamo obtenido. El costo del fondo propio es del 7,09% obtenido por medio de la formula CAPM.

Tabla 84. Costo promedio ponderado

Rubro	Monto	Participación	Costo financiero	Ponderación
Deuda	\$ 54,394.34	70%	9.92%	6.94%
Capital	\$ 23,311.86	30%	7.09%	2.13%
Total	\$ 77,706.20	100%	17.01%	9.07%

COSTO PROMEDIO
PONDERADO DE CAPITAL
(CPPC)

9.07%

Nota. Costo promedio ponderado

Significa que la compañía debe pagar a sus inversores un promedio de \$ 0.09 a cambio de cada \$ 1 en fondos adicionales.

VAN: valor actual neto

Este es un método de evaluación de inversiones por la cual se va a definir como la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias de las cuales se cobra y se paga, Para el VAN se va utilizar la tasa de descuentos correspondiente a 7,09% para realizar el cálculo, El restaurante “4 Mundos” se recupera su inversión inicial de \$54.394,34, que cuenta con un 10,59% de TIR.

Tabla 85. Rentabilidad del préstamo

Rentabilidad del préstamo						
Tasa costo capital	9.92%	AÑOS				
PRC	0	1	2	3	4	5
Flujo de efectivo	\$ -54,394.34	\$ 16,916.64	\$ 15,611.17	\$ 14,305.71	\$ 13,000.25	\$ 11,694.78
VAN	\$801.49					
TIR	10.59%					

Nota. Rentabilidad del préstamo

4.30. Periodo de recuperación contable

En cuanto al periodo de recuperación contable está dentro de un año con 12 meses y 340 días, que tiene un VAN de \$419.174, y cuenta con un TIR de 305% de esa manera se podrá recuperar la inversión inicial que se realizó al momento del funcionamiento del restaurante

Tabla 86. Período de recuperación contable (PRC)

PERIODO DE RECUPERACIÓN CONTABLE - PRC						
TASA CPPC	9.07%	AÑOS				
PRC	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE FECTIVO	\$ -23,311.86	\$ 62,227.09	\$ 89,041.91	\$ 117,504.69	\$ 147,619.14	\$ 178,635.92
VAN	\$419,174.20					
TIR	305%					

PERIODO DE RECUPERACIÓN	1	año	11	meses	340	días
-------------------------	---	-----	----	-------	-----	------

Nota. Período de recuperación contable (PRC)

4.31. TIR: tasa interna de rendimiento

Este método se refiere a la rentabilidad de los recursos propios que se invierte en el proyecto, se identifica cuando la tasa el valor neto es cero, de acuerdo a lo calculado los inversionistas cuenta con una tasa de costo de capital de 11,81%.

Tabla 87. Rentabilidad del inversionista

RENTABILIDAD DEL INVERSIONISTA						
TASA COSTO CAPITAL	11.81%	AÑOS				
PRC	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE FECTIVO	\$ -23,311.86	\$ 62,227.09	\$ 89,041.91	\$ 117,504.69	\$ 147,619.14	\$ 178,635.92
VAN	\$343,719.81					
TIR	304.57%					

Nota. Rentabilidad del inversionista

Con respecto al cálculo que se realizó de la TIR, se puede observar que el proyecto es aceptable, debido a que la TIR es mayor que la tasa de descuento.

4.32. Rentabilidad esperada

Desde el punto de vista de los accionistas, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar de manera óptima como se produce el retorno de los valores invertidos en el restaurante “4 mundos” (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

Rentabilidad: De acuerdo a lo indicado el rendimiento sobre la inversión es una medida de la utilidad por dólar de inversión, de acuerdo a los cálculos realizados podemos observar que el negocio es rentable.

4.33. Rendimiento sobre los activos

A través de esta razón se muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea por medio de un préstamo o patrimonio.

$$\text{ROA} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$$

Tabla 88. Rendimiento sobre los activos (ROA)

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
30%	24%	20%	18%	16%

Nota. Rendimiento sobre los activos (ROA)

En el análisis de roa del restaurante “4 Mundos” indica que en el primer año va a tener una utilidad de 0,30 ctvs. Por cada dólar de activo.

4.34. Rendimiento sobre el patrimonio

De tal manera que es una herramienta muy esencial que sirve para medir como les fue a los accionistas durante el primer año, este es la verdadera medida del desempeño que ha tenido durante el periodo en términos de utilidades.

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{CAPITAL EN ACCIONES COMUNES}}$$

Tabla 89. Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1,64	1,52	1,53	1,57	1,62

Nota. Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)

En el análisis de ROE indica, por cada dólar de venta que tiene la empresa genera una utilidad neta de 1,64 para el año 1; 1,52 para el año 2; 1,53 para el año 3; 1,57 para el año 4 y 1,62 para el año 5.

4.35. Análisis de escenario

Para el análisis de este proyecto hemos tomado en cuenta 3 escenarios diferentes a la cual nos permitirá observar. El escenario real, pésimo y optimista. El escenario real es el que tiene el negocio al inicio de su funcionamiento, mientras que le pesimista se le realiza con el porcentaje del -15% negativo, y el optimista con un 15% positivo para realizar el cálculo de este escenario se utiliza el flujo de caja proyectado y el estado de perdida proyectado y ganancia del primer año.

Tabla 90. Estado de resultados proyectado

Estados de resultados proyectado	Pesimista	Real	Optimista
	-15%	Año 1	15%
Ventas	\$ 417,446.89	\$ 491,113.99	564,781.08
Costos de producción	\$ 227,329.75	\$ 267,446.77	307,563.78
Utilidad bruta	\$ 190,117.13	\$ 223,667.22	\$ 257,217.30
% Margen de contribución	83.63%	83.63%	83.63%
Gastos			
Gasto de Ventas			
Publicidad	\$ 835.75	\$ 983.23	\$ 1,130.72
Gastos de Administración			
Sueldos	\$ 47,074.84	\$ 55,382.16	\$ 63,689.48
Horas suplementarias	\$ 7,061.23	\$ 8,307.32	\$ 9,553.42
Horas nocturnas	\$ 5,884.35	\$ 6,922.77	\$ 7,961.19
Horas extraordinarias	\$ 15,691.61	\$ 18,460.72	\$ 21,229.83
Contador (Contratista)	\$ 4,093.46	\$ 4,815.84	\$ 5,538.22
Décimo Tercer Sueldo XIII	\$ 4,960.48	\$ 5,835.86	\$ 6,711.24
Décimo Cuarto Sueldo XIV	\$ 9,892.54	\$ 11,638.28	\$ 13,384.02
Vacaciones	\$ 1,961.45	\$ 2,307.59	\$ 2,653.73
Fondo de Reserva 8,33%			
Aporte Patronal 9.45%	\$ 7,154.79	\$ 8,417.40	\$ 9,680.01
Seguros	\$ 647.72	\$ 762.03	\$ 876.33
Energía	\$ 2,046.73	\$ 2,407.92	\$ 2,769.11
Télefono e Internet	\$ 1,105.24	\$ 1,300.28	\$ 1,495.32
Mantenimiento	\$ 280.79	\$ 330.34	\$ 379.89
Arriendo	\$ 20,467.32	\$ 24,079.20	\$ 27,691.08
Suministros de oficina	\$ 311.21	\$ 366.12	\$ 421.04
Suministro de limpieza	\$ 594.88	\$ 699.86	\$ 804.84
Depre. Acumulada de maquinarias	\$ 1,396.22	\$ 1,642.61	\$ 1,889.00
Deprec. Acumulada muebles y enser	\$ 410.12	\$ 482.50	\$ 554.87
Deprec. Acumulada equipos de com	\$ 355.41	\$ 418.13	\$ 480.85
Amortizaciones	\$ 956.94	\$ 1,125.82	\$ 1,294.69
Total Gastos administrativos	\$ 132,347.33	\$ 155,702.74	\$ 179,058.15
Utilidad operacional	\$ 56,934.06	\$ 66,981.24	\$ 77,028.43
Gastos de Interés			
Interés largo plazo	\$ 5,132.11	\$ 6,037.77	\$ 6,943.44
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 51,801.95	\$ 60,943.47	\$ 70,084.99
Utilidades a Trabajadores 15%	\$ 7,770.29	\$ 9,141.52	\$ 10,512.75
Impuesto a la Renta 25%	\$ 11,007.91	\$ 12,950.49	\$ 14,893.06
Utilidad antes de reserv legal	\$ 33,023.74	\$ 38,851.46	\$ 44,679.18
Reserva legal 10%	\$ 3,302.37	\$ 3,885.15	\$ 4,467.92
Utilidad Neta Anual	\$ 29,721.37	\$ 34,966.32	\$ 40,211.26
Utilidad Neta Acumulada	\$ 29,721.37	\$ 34,966.32	\$ 40,211.26
Valor presente	\$ 27,039.09	\$ 31,810.70	\$ 36,582.30

Nota. Estado de resultados proyectado

Tabla 91. Estado de flujo de efectivo

Estado de flujo proyectado	Pesimista		Optimista	
	-15%	Año 1	15%	
Actividades de operación				
Entradas operativas				
Efectivo Inicial	\$ 9,476.67	\$ 9,476.67	\$ 9,476.67	
Ventas	\$ 417,446.89	\$ 491,113.99	\$ 564,781.08	
Total de entradas operativas	\$ 426,923.56	\$ 500,590.66	\$ 574,257.76	
Salidas operativas				
Costo de Producción	\$ 267,446.77	\$ 267,446.77	\$ 267,446.77	
Total costos de producción	\$ 267,446.77	\$ 267,446.77	\$ 267,446.77	
Gastos administrativos	\$ 156,685.97	\$ 156,685.97	\$ 156,685.97	
Gastos de ventas	\$ 983.23	\$ 983.23	\$ 983.23	
Gastos financiero	\$ 6,037.77	\$ 6,037.77	\$ 6,037.77	
Otros Gastos				
Participación de trabajadores	\$ -	\$ -	\$ -	
Total de salidas	\$ 431,153.75	\$ 431,153.75	\$ 431,153.75	
Amortización	\$ 1,125.82	\$ 1,125.82	\$ 1,125.82	
Depre. Acumulada de maquinarias	\$ 1,642.61	\$ 1,642.61	\$ 1,642.61	
Deprec. Acumulada muebles y ens	\$ 482.50	\$ 482.50	\$ 482.50	
Deprec. Acumulada equipos de co	\$ 418.13	\$ 418.13	\$ 418.13	
Total de efectivo por actividades	\$ -561.14	\$ 73,105.96	\$ 146,773.06	
Activos fijos				
Maquinarias y equipo	\$ -	\$ -		
Menaje de cocina	\$ -	\$ -		
Equipos de oficina	\$ -	\$ -		
Muebles y enseres	\$ -	\$ -		
Equipo de computación	\$ -	\$ -		
Tecnología	\$ -	\$ -		
Patente	\$ -	\$ -		
Imprevisto	\$ -	\$ -		
Capital de trabajo	\$ -	\$ -		
Total de actividades de inversión				
Actividades de financiamiento				
Préstamo a largo plazo	\$ -			
Amortización Capital prestado	\$ 10,878.87	\$ 10,878.87	\$ 10,878.87	
Total de flujo de actividad	\$ -10,878.87	\$ -10,878.87	\$ -10,878.87	
Flujo neto	\$ -11,440.00	\$ 62,227.09	\$ 135,894.19	
Valor presente	(\$ 10,407.57)	\$ 56,611.26	\$ 123,630.09	

Nota. Estado de flujo de efectivo

4.36. Análisis de sensibilidad

De acuerdo al momento de evaluar un proyecto al futuro, siempre va haber un elemento de incertidumbre asociadas con varias alternativas que se estudia al momento realizar diversos cambios, debido a esta falta de certeza la toma de decisiones se vuelve más compleja, por este motivo se realiza 3 maneras de posibles escenarios el normal con el que se desarrolla el proyecto, real, pesimista y optimista.

Tabla 92. Análisis de sensibilidad

4.1.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Escenario						
Pesimista	-15%					
Optimista	15%					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto real	-77,706.20	56,611.26	92,597.76	117,679.89	145,100.84	173,646.53
Flujo neto pesimista	-77,706.20	48,119.57	78,708.10	100,027.90	123,335.71	147,599.55
Flujo neto optimista	-77,706.20	65,102.95	106,487.43	135,331.87	166,865.96	199,693.51

Análisis de Sensibilidad					
Moneda: US\$			9.07%		
Escenario	Ventas Estimadas	VAN	TIR	Beneficio Costo	Calificación
Real		327,991	408%	1.79	a 1 Viable
Pesimista	-5%	268,106	89%	1.86	a 1 Viable
Optimista	5%	387,877	117%	1.74	a 1 Viable

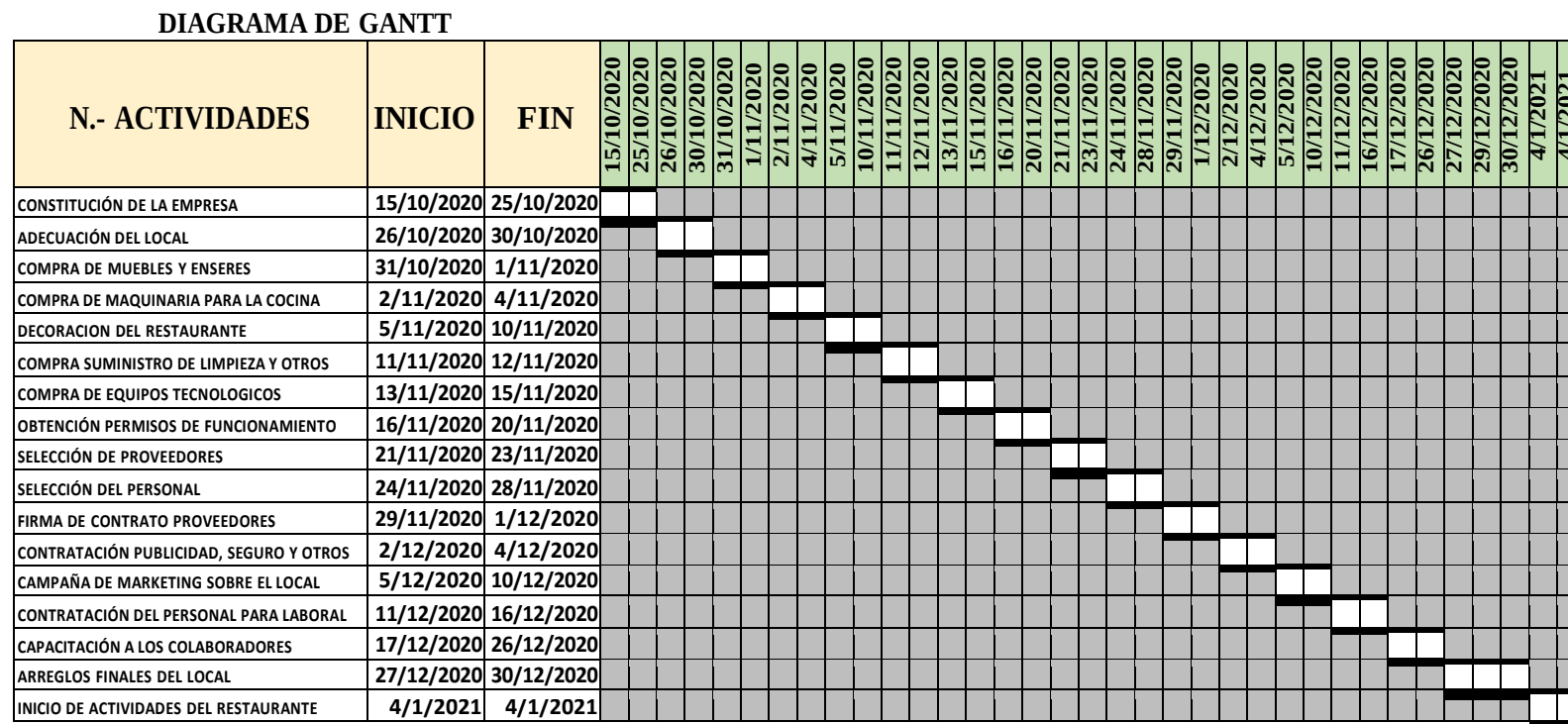
	VAN	TIR
Real	327,991	408%
Pesimista	268,106	89%
Optimista	387,877	117%

Nota. Análisis de sensibilidad

Después del estudio realizado del análisis de sensibilidad se observó que los 3 escenarios son factible para la rentabilidad del restaurante “4 Mundos” pero se escoge el escenario pesimista porque su venta estimada va a ser de un 15% con su costo de beneficio de 1,86. En la que muestra que es factible y conveniente para el negocio ya que sus ventas y costos se mantiene durante los 5 años proyectados a lo del estado reales.

4.37. Cronograma de actividades

Tabla 93. Cronograma de Actividades



Nota. Cronograma de Actividades

5. Conclusión

El restaurante “4 Mundos” tendrá una temática relacionada a las 4 regiones del Ecuador que muestre su cultura y costumbres, en la cual cuenta con las condiciones necesarias para poder brindar servicio de calidad a los visitantes o clientes.

La localización del proyecto será en la zona de Urdesa Central, En los resultados de las encuestas realizadas se puede observar que el restaurante tendrá una gran aceptación en el mercado por su llamativo diseño, pero la experiencia que se llevan los clientes a visitar las instalaciones es lo que hará que regresen al negocio.

De acuerdo al estudio de mercado las estrategias de marketing que se propone a los consumidores son considerados lo más apropiados para el restaurante, tales como entrega de volantes, entrega de domicilio, promociones en fechas especiales, y toda esta información por medio de redes sociales “4 Mundos”.

Para el funcionamiento del negocio se deberá tomar mucho en cuenta el personal contratado, sus funciones, la materia prima e insumos que se va utilizar para la elaboración de los platillos y los equipos y necesarios, de acuerdo que los proveedores se encargan de proporcionar los productos adecuados y de buena calidad.

Para la apertura del negocio es necesario invertir \$77.706,20, mismo que será financiada un 70% por el banco del pacifico mediante préstamo bancario, de tal manera que después de realizar la proyección de los estados financieros por 5 años, muestra que es rentable la propuesta del proyecto, a su vez se verifica que el VAN es positivo y se recupera la inversión en los 3 años ya que se registra ventas y utilidades atractiva con un crecimiento anual en los 5 periodos.

6. Recomendaciones

Se recomienda que se amplíe la oferta gastronómica en un futuro de acuerdo como vaya creciendo el restaurante en el mercado gastronómico. Hoy en día los chefs más famosos del Ecuador se encuentran en proyectos que ayudarán a la gastronomía ecuatoriana a seguir adelante, para que no se pierdan sus sabores. Se recomienda siempre evaluar las finanzas del restaurante por medio de sus estados financieros, y disponibilidad para armar estrategias para captar a los clientes.

7. Apéndice 1.

ENCUESTA

Saludos, requerimos de su ayuda para la siguiente encuesta acerca del Diseño de un restaurante temático. El restaurante contará con un diseño innovador con cuatro ambientes diferentes cuya decoración será basada únicamente en las regiones del Ecuador, donde podrá disfrutar en familia y amigos, para degustar los diferentes platos típicos del Ecuador

INSTRUCTIVO: En Las siguientes preguntas marque con un (SI) dentro del cuadro correspondiente a su repuesta. Le agradecemos su colaboración. Gracias

Pregunta 1. Sexo:

Masculino ☐

Femenino ☐

Pregunta 2. ¿En qué rango se encuentra su edad?

15-20 ☐ 21-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ más de 60 ☐

Pregunta 3. ¿En qué rango se encuentra su salario mensual?

400-600 ☐ 601-800 ☐ 801-1000 ☐ más de 1000 ☐

Pregunta 4. ¿Con qué frecuencia usted visita un restaurante?

Muy frecuentemente ☐

Frecuentemente ☐

Ocasionalmente ☐

Raramente ☐

Nunca ☐

Pregunta 5. ¿Cuánto gasta en comprar comidas en restaurantes mensualmente?

100 - 200 ☐ 201 – 300 ☐ 301 - 400 ☐ 401 - 500 ☐ más de 500 ☐

Pregunta 6. ¿En compañía de quién usted visita un restaurante?

Amigos

☐

Familiares

☐

Compañeros del trabajo

☐

Pareja

☐

Pregunta 7. ¿Conoce usted un restaurante temático en la ciudad de Guayaquil que ofrezca comida ecuatoriana?

Sí ☐

No ☐

Pregunta 8. ¿Le agradecería visitar un restaurante temático que se enfaticen en la Cultura Ecuatoriana?

Sí ☐

No ☐

Pregunta 9. ¿Por qué le gustaría visitar un restaurante temático de comida ecuatoriana?

Temática

☐

Precios

☐

Localización	
Alimentos	
Servicios	

Pregunta 10. ¿En qué horario usted visitaría el restaurante?

Mañana	
08h00 - 12h00	☐
Tarde	
12h00 - 18h00	☐
Noche	
18h00 - 00h00	☐

Pregunta 11. ¿Qué tipo de comida ecuatoriana es de su preferencia?

Costa	☐
Sierra	☐
Oriente	☐
Galápagos e Insular	☐

Pregunta 12. ¿Cuál es su plato preferido?

Pregunta 13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir como parte del valor agregado del restaurante The 4 worlds' food?

Platos preferidos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Llapingacho					
Hornado					
Caldo de bolas					
Ceviches					
Seco de pollo					
Caldo de salchicha					
Guatita					
Maito de pescado					

Servicios	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Frecuencia absoluto	Frecuencia relativa
Música en vivo							
Exposición de las culturas ecuatorianas							
Área de juegos para niños							

Pregunta 14. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información del restaurante The 4 worlds' food?

Medio de Comunicación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Televisión						
Periódicos						
Radios						
Redes sociales						
Volantes						
Páginas web						
TOTAL						

Apéndice 2.

Entrevista.

Chef profesional:

La comida ecuatoriana tiene mucho potencial, no está lo suficientemente explotada y reconocida totalmente. Como hay estudios de comidas francesas, españolas. Así mismo se debe hacer con las comidas ecuatorianas. La idea es recoger recetas internacionales y nacionales y empezar a crear sus propias recetas ecuatorianas y de esa manera los ecuatorianos empiecen apreciar lo maravilloso que ofrece este hermoso país. Visitar constantemente las comunidades indígenas y viajar por todo Ecuador, para conocer a fondo la comida ecuatoriana,

El Impacto de colonización en la cocina ecuatoriana cuando vinieron los españoles, también es parte de nuestra cultura, el cerdo es base de nuestro recetario ecuatoriano y los trajeron los españoles y así hay muchos ingredientes más. La comida ancestral va mucho, más allá y es demasiado interesante, hay que abrirse.

Quien representa a Ecuador en el mundo no es envidioso y le gusta trabajar en equipo para demostrar juntos afuera lo que hay en el Ecuador.

Actualmente estamos listos para ser un destino gastronómico en Ecuador, el chef tiene la seguridad de que no falta mucho para que suceda, se está trabajando mucho en nuevos programas que se están realizando, cada vez hay mejores propuestas de la cocina ecuatoriana. Cada vez se está mejorando, incluso las huecas y demás restaurantes están tratando mejor el producto, están siendo más cuidadosos y cumplen con los requisitos de higiene.

Apéndice 3.

Tabla 1. de Inversión de los 4 ambientes:

Área región costa			
Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
3	Metro de vinil	\$ 15,00	\$ 45,00
4	Plantas artificiales	\$ 50,00	\$ 200,00
1	Proyectores 3LCD	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Pantalla de proyección	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Equipo de sonido	\$ 100,00	\$ 100,00
2	cuadros decorativos	\$ 90,00	\$ 180,00
2	Adornos	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Animales artificiales	\$ 15,00	\$ 45,00
Subtotal			1.490,00
Iva 12%			178,80
Total			\$ 1.668,80

Área región sierra			
Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
3	Metro de vinil	\$ 15,00	\$ 45,00
4	Plantas artificiales	\$ 50,00	\$ 200,00
1	Proyectores 3LCD	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Pantalla de proyección	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Equipo de sonido	\$ 100,00	\$ 100,00
2	cuadros decorativos	\$ 90,00	\$ 180,00
2	Adornos	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Animales artificiales	\$ 15,00	\$ 45,00
Subtotal			1.490,00
Iva 12%			178,80
Total			\$ 1.668,80

Área región oriente

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
3	Metro de vinil	\$ 15,00	\$ 45,00
4	Plantas artificiales	\$ 50,00	\$ 200,00
1	Proyectores 3LCD	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Pantalla de proyección	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Equipo de sonido	\$ 100,00	\$ 100,00
2	cuadros decorativos	\$ 90,00	\$ 180,00
2	Adornos	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Animales artificiales	\$ 15,00	\$ 45,00
Subtotal			1.490,00
Iva 12%			178,80
Total			\$ 1.668,80

Área región insular

Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
3	Metro de vinil	\$ 15,00	\$ 45,00
4	Plantas artificiales	\$ 50,00	\$ 200,00
1	Proyectores 3LCD	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Pantalla de proyección	\$ 100,00	\$ 100,00
1	Equipo de sonido	\$ 100,00	\$ 100,00
2	cuadros decorativos	\$ 90,00	\$ 180,00
2	Adornos	\$ 10,00	\$ 20,00
3	Animales artificiales	\$ 15,00	\$ 45,00
Subtotal			1.490,00
Iva 12%			178,80
Total			\$ 1.668,80

Tabla 2. Amortizaciones

Detalle	Valor total	Vida Útil	% de depreciación y amortización	Deprec. Y amortización anual
Activos intangibles	\$ 4.629,08	5	20%	\$ 926
Patente	\$ 1.000,00	5	20%	\$ 200
	\$ 5.629,08	Total		\$ 1.125,8

Tabla 3. Depreciación

Maquinarias y equipo		\$ 20.532,64	4.106,53		
Año	Monto a depreciar	Tasa de depreciación	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
1	\$ 16.426	10%	1.642,61	1.643	18.890,03
2	\$ 16.426	10%	1.642,61	3.285	17.247,42
3	\$ 16.426	10%	1.642,61	4.928	15.604,81
4	\$ 16.426	10%	1.642,61	6.570	13.962,19
5	\$ 16.426	10%	1.642,61	8.213	12.319,58
6	\$ 16.426	10%	1.642,61	9.856	10.676,97
7	\$ 16.426	10%	1.642,61	11.498	9.034,36
8	\$ 16.426	10%	1.642,61	13.141	7.391,75
9	\$ 16.426	10%	1.642,61	14.783	5.749,14
10	\$ 16.426	10%	1.642,61	16.426	4.106,53

Equipos de oficina		\$ 6.031,20	1.206,24		
Año	Monto a depreciar	Tasa de depreciación	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
1	\$ 4.825	10%	482	482	5.548,70
2	\$ 4.825	10%	482	965	5.066,21
3	\$ 4.825	10%	482	1.447	4.583,71
4	\$ 4.825	10%	482	1.930	4.101,22
5	\$ 4.825	10%	482	2.412	3.618,72
6	\$ 4.825	10%	482	2.895	3.136,22
7	\$ 4.825	10%	482	3.377	2.653,73
8	\$ 4.825	10%	482	3.860	2.171,23
9	\$ 4.825	10%	482	4.342	1.688,74
10	\$ 4.825	10%	482	4.825	1.206,24

Equipos de computación		\$ 1.881,60		627,20	
Año	Monto a depreciar	Tasa de depreciación	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libro
1	\$ 1.254	33%	418	418	1.463,47
2	\$ 1.254	33%	418	836	1.045,34
3	\$ 1.254	33%	418	1.254	627,21

Tabla 4. Gastos Administrativos

Detalle	Mensual
Servicio Básicos	\$ 924,00
Suministro de Oficina	\$ 91,22
Suministro de Limpieza	\$ 174,38
Seguro	\$ 189,88
Contratista(contador)	\$ 1.200,00
Arriendo	\$ 6.000,00
Gastos de publicidad	\$ 420,00
Total	\$ 8.999,49

Servicios básicos

Servicios Básicos		
Detalle	Valor	Trimestral
Energía electica	\$ 200,00	\$ 600,00
Internet y teléfono	\$ 108,00	\$ 324,00
Total	\$ 308,00	\$ 924,00

Gastos de publicidad

Cantidades	Detalle	Mensual	Anual
1000	Volantes	\$ 100,00	\$ 500,00
	Facebook	\$ 20,00	\$ 240,00
	Instagram	\$ 20,00	\$ 240,00
	Total	\$ 140,00	\$ 980,00

Mantenimiento

Mantenimiento				
Detalle	Valor	Tasa seguro	Valor mes	Valor Anual
Maquinarias de C \$	20.532,64	1	\$ 17,11	\$ 205,33
Muebles y ensere \$	6.031,20	1	\$ 5,03	\$ 60,31
Equipo de compu \$	1.881,60	1	\$ 1,57	\$ 18,82
Tecnología \$	4.480,00	1	\$ 3,73	\$ 44,80
Total			\$ 27,44	\$ 329,25

Seguro

Seguro				
Detalle	Valor	Tasa segura	Valor mensual	Valor anual
Maquinarias de Cocina \$	20.532,64	2,5	\$ 42,78	\$ 513,32
Muebles y enseres \$	6.031,20	2,5	\$ 12,57	\$ 150,78
Equipo de computación \$	1.881,60	1,5	\$ 2,35	\$ 28,22
Tecnología \$	4.480,00	1,5	\$ 5,60	\$ 67,20
Total			\$ 63,29	\$ 759,52

Sueldo y Salario de los empleados áreas administrativas

Rol de pago											
N. personal	Empleados	Sueldo	Horas suplementarias	Horas Nocturnas	Horas extraordinarias	Decimo tercero	Total de ingresos	Aporte del IESS	Total Descuentos	Liqua recibir	
1	Administrador (Accionis)	\$ 700,00	\$ 105,00	\$ 87,50	\$ 233,33	\$ 93,82	\$ 1.219,65	106,39	106,39	\$	1.113,26
1	cajero (Accionista)	\$ 700,00	\$ 105,00	\$ 87,50	\$ 233,33	\$ 93,82	\$ 1.219,65	106,39	106,39	\$	1.113,26
1	Personal de compra	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	60,79	60,79	\$	636,15
1	Mesero	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	60,79	60,79	\$	636,15
1	Mesero	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	60,79	60,79	\$	636,15
1	Guardia de seguridad	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	60,79	60,79	\$	636,15
1	Personal de limpieza	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	60,79	60,79	\$	636,15
1	Chef	\$ 700,00	\$ 105,00	\$ 87,50	\$ 233,33	\$ 93,82	\$ 1.219,65	\$ 106,39	\$ 106,39	\$	1.113,26
1	Ayudante de chef	\$ 400,00	\$ 60,00	\$ 50,00	\$ 133,33	\$ 53,61	\$ 696,94	\$ 60,79	\$ 60,79	\$	636,15
		\$ 7.900,00	\$ 1.185,00	\$ 987,50	\$ 2.633,28	\$ 1.058,82	\$ 13.764,60	\$ 1.200,70	\$ 1.200,70		93.672,61

Tabla 5. Gastos Operativos

Inversión en activos intangibles		
Detalle		Anual
Permisos de funcionamiento	\$	685,00
Gastos legales de constitución	\$	610,00
Decoración	\$	1.836,80
Adecuaciones	\$	497,28
Instalación eléctrica	\$	1.000,00
Total	\$	4.629,08

Permisos de funcionamiento

Permisos de funcionamiento		
Cuerpo de Bombero	\$	70,00
Permiso de funcionamiento	\$	150,00
Certificado de trampa de grasas	\$	100,00
Tasa de habilitación y control	\$	10,00
Patente Municipal	\$	50,00
Permiso de funcionamiento		
ARCSA	\$	200,00
Certificado de la dirección		
Municipal de Medio Ambiente	\$	90,00
Certificado de salud publica	\$	15,00
Total	\$	685,00

Gastos legales de constitución

Detalles		Costo
Constitución de la empresa	\$	600,00
Obtención de Ruc	\$	10,00
Total	\$	610,00

Uniforme

Uniforme			
Detalle	Cantidad	Costo	Valor Total
Pantalon de chef	2	\$ 16,00	\$ 32,00
Bordados	6	8,00	\$ 48,00
Chaleco de chef	2	35,00	\$ 70,00
Camisa	3	16,00	\$ 48,00
Mandil	6	10,00	\$ 60,00
Guantes	2	5,00	\$ 10,00
pantalón	3	25,00	\$ 75,00
Diseño	3	10,00	\$ 30,00
Total		\$ 125,00	\$ 373,00

Adecuaciones

Adecuación			
Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
8	Pintura	18,00	144,00
15	Iluminaciones	20,00	300,00
Subtotal			444,00
Iva 12%			53,28
Total			497,28

Dotaciones

Decoración			
Cantidad	Descripción	V/Unitario	V/total
8	Cuadros decorativos	90,00	720,00
12	Metro de vinil	15,00	180,00
8	Adornos	10,00	80,00
12	Adornos de animales art	15,00	180,00
16	Plantas artificiales	30,00	480,00
Subtotal			1.640,00
Iva 12%			196,80
Total			1.836,80

Arriendo

Detalle	Valor	Trimestral
Arriendo de local	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00
Total	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00

Tabla 6. Gasto de mercadeo

Cantidades	Detalle	Valor
1	Letrero	\$ 800,00
20	Carta del menú (9,8*9,8cm)	\$ 160,00
	Uniforme	\$ 947,00
	Total	\$ 1.907,00

Tabla 7. Gasto financiero

Detalle		Mensual	Anual
Interés	\$	906,57	\$ 10.878,84
Total	\$	906,57	\$ 10.878,84

Tabla 8. Presupuesto de inversión Inicial

DETALLE	TOTAL
Activos Fijos Tangibles	50.600,44
Activos Fijos Intangibles	9.629,08
Inversión en Capital de Trabajo	9.476,67
Imprevisto	8.000,00
Inversión Total	77.706,20

Apéndice 4.

Cotización maquinarias y equipos

TERMALIMEX CIA. LTDA.

QUITO: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO.
GUAYAQUIL: VIRILIO JAIME SALINAS 1-2 Y 4TO PASAJE

R.U.C.: 1790162624001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No 346 07/07/2004

COTIZACION

25008122

Cliente: AYALA VILLAMAR ANAEL FLORINDA

FECHA: 10/02/2020

Contacto:

Dirección: SAUCES 2

Ciudad: GUAYAQUIL

R.U.C.: 0921336830

Email: anael.ayalav@gmail.com

Teléfono: 000

Cod. Vendedor: M.B.

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
1.00	1	Cuchillo cocinero VICTORINOX 5.2003.31 de fabricación suiza, hoja de 31 cms.	5.2003.31	52.02	0.00%	52.02
2.00	1	Cuchillo cocinero TRAMONTINA 24620/088 8" (20.3 cms.); mango plástico.	24620/088	5.84	0.00%	5.84
3.00	1	Cuchillo de cocinero Santitas TRAMONTINA 24646/087 7" (17.9cms); mango plástico.	24646/087	8.35	0.00%	8.35
4.00	2	Cuchillo carnicero TRAMONTINA 24607/080; 10" (25.4 cms.); mango plástico.	24607/080	9.62	0.00%	19.24
5.00	2	Cuchillo para filetear TRAMONTINA 24600/085 5" (12.8 cms) mango plástico.	24600/085	6.27	0.00%	12.54
6.00	2	Cuchillo fileteador flexible VICTORINOX 5.3703.18 de fabricación suiza; hoja de 18 cms.	5.3703.18	24.31	8.00%	44.73
7.00	2	Cuchillo para legumbres VICTORINOX 5.0703 de fabricación suiza; hoja de 10 cms.	5.0703	4.72	0.00%	9.44
8.00	2	Hachuela TRAMONTINA CENTURY 24014/006; hoja de 6" (15.2 cms).	24014/006	23.87	0.00%	47.74
9.00	2	Chaira TRAMONTINA 24642/082 de 12" (30.48 cms.)	24642/082	11.24	0.00%	22.48
10.00	2	Puntilla TRAMONTINA 24625/084 4" (10.1 cms.); mango plástico.	24625/084	2.27	0.00%	4.54
11.00	2	Pelador de papas metálico VICTORINOX 7.6070 de fabricación suiza.	7.6070	2.85	0.00%	5.70
12.00	2	Cucharón RICEMASTER 33942; fabricado en acero inoxidable con capacidad 8 onz y mango de madera.	33942	24.95	0.00%	49.90
13.00	2	Espátula RICEMASTER 33942 fabricado en acero inoxidable de 43.18 cm de largo con mango de madera.	33942	20.10	0.00%	40.20
14.00	1	Espátula marca TRAMONTINA 24675/186	24675/186	5.79	0.00%	5.79
15.00	2	Colador UPDATE U-SDM-8/SS; doble malla media de acero inoxidable; diámetro 19.5 cms.; mango de madera.	U-SDM-8/SS	8.54	0.00%	17.08
16.00	50	Dispensador de condimentos sin mango HALCO 575673; fabricado de acero inoxidable de 16 onzas.	575673	4.57	0.00%	228.50
17.00	2	Exprimidor de limón UPDATE, U-LS-GR; tipo cascantez.	U-LS-GR	5.77	0.00%	11.54
18.00	2	Exprimidor de limón UPDATE, U-LS-YE; tipo cascantez; color amarillo.	U-LS-YE	6.36	0.00%	12.72
19.00	3	Rallador de cuatro lados UPDATE U-GR-449 fabricado de acero inoxidable. Dimensiones: 10x10x23 cm.	U-GR-449	7.52	0.00%	22.56
20.00	2	Tabla de picar HALCO 57361801 fabricada en polietileno de 45.7 x 60.9 x 1.3 cm; color blanco.	57361801	20.80	0.00%	41.60
21.00	2	Tabla de picar HALCO 57361803 fabricada de polipropileno de 45.72 x 60.96 x 1.3 cm; color azul.	57361803	20.80	0.00%	41.60
22.00	2	Tabla de picar HALCO 57361804 fabricada de polipropileno de 45.72 x 60.96 x 1.3 cm; color verde.	57361804	20.80	0.00%	41.60
23.00	2	Tabla de corte HALCO 57361805 fabricada de polipropileno de 45.72 x 60.96 x 1.3 cm; color rojo.	57361805	20.80	0.00%	41.60
24.00	2	Tabla corte 18" X 24" HALCO 57361812; color café oscuro.	57361812	20.80	0.00%	41.60
25.00	2	Tabla de picar HALCO 57361817; fabricado en polietileno de 45.7 x 60.9 x 1.3 cm color amarillo.	57361817	20.80	0.00%	41.60

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
26.00	1	Olla de presión de fabricación americana ALL AMERICA 925-AL fabricada de aluminio de 25 Qt. de capacidad.	925-AL	424.59	0.00%	424.59
27.00	1	Olla de presión de fabricación americana All American Mod. 915; capacidad para 15-1/2 qt.	915-AL	370.97	0.00%	370.97
28.00	2	Brucier UPDATE U-SBR-20 fabricado en acero inoxidable de 20QT de capacidad provisto de tapa.	U-SBR-20T	168.58	0.00%	337.16
29.00	1	Cacerola VOLLRATH 67301 fabricada de aluminio de 1.4 lts. de capacidad.	67301	24.55	0.00%	24.55
30.00	1	Cacerola VOLLRATH 67310 fabricada en aluminio de 9.5 lts. de capacidad.	67310	67.17	0.00%	67.17
31.00	1	Sartén VOLLRATH 67114 fabricado de aluminio en acabado natural de 35.56 cm de diámetro.	67114	64.94	0.00%	64.94
32.00	2	Sartén VOLLRATH 67014 fabricado de aluminio con recubrimiento antiadherente de 35.56 cm de diámetro.	67014	77.72	0.00%	155.44
33.00	2	Cuchareta ranurada convencional de servicio HALCO 2774 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2774	1.99	0.00%	3.98
34.00	2	Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2770 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2770	1.92	0.00%	3.84
35.00	100	Plato tendido BORMIOLI 4.05809 de 26 cms. de diámetro, color blanco.	4.05809	2.84	0.00%	284.00
36.00	50	Plato para postre BORMIOLI 4.05812 de 19.5 cms. de diámetro, color blanco.	4.05812	2.13	0.00%	106.50
37.00	30	Plato para postre BORMIOLI 4.98880- medidas 200 x 200mm	4.98880	1.50	0.00%	45.00
38.00	50	Copa agua marca BORMIOLI 1.36130 de 9 1/4 oz. de capacidad.	1.36130	2.82	0.00%	141.00
39.00	1	Basurero CARLISLE 345050-23 de 50 galones de capacidad montado sobre ruedas.	345050-23	188.28	0.00%	188.28
40.00	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KSM150 artesanal, de 5 cuartos de galón de capacidad; tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames; un batidor globo de alambre tipo D; un batidor plano tipo B; y un batidor de gancho tipo ED; control de 10 velocidades; motor de 325w.	KSM150	401.79	0.00%	401.79
41.00	2	Licadora TERMAL, TM-800; capacidad 64 onz.contenedor de policarbonato, espec. elec. 120/60/1	TM-800	226.79	0.00%	453.58
42.00	1	Extractor industrial de jugos; SUNKIST J-1, fabricación americana; equipado con 3 cabezales para extracción de jugos de naranja, toronja y limón; motor de 1/4 HP. 10-12 galones por hora. Elec. 115/60/1.	J-1	873.18	0.00%	873.18
43.00	1	Cocina industrial IMPERIAL IR-6 de fabricación americana; operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y piloto independiente; parrillas de hierro fundido de 30 x 30 cms.; unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 150 a 500°F. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 91 x 72 x 91 cms. de alto.	IR-6	3.713.04	0.00%	3.713.04
44.00	1	Freidora industrial VULCAN LG300; operación a gas a 90.000 BTU/hr; capacidad del tanque 35-40 lbs. de grasa. Frente; tope y tanque de acero inoxidable provisto de dos canastillas con mangos aislados. Dimensiones 15-1/2" x 30-1/4" x 36-1/4".	LG300	1.556.13	0.00%	1.556.13
45.00	1	Horno de convección para montar sobre mesa ANVIL COA1004; operación eléctrica con capacidad de calentamiento de 2.4 KW; cámara de cocción de 47x33x35 cms. provista de 4 parrillas interiores; control de temperatura hasta 300 C; luz interior y timer. Exterior e interior en acero inoxidable. Unidad provista de grill en el tope superior de la cámara. Dimensiones 65.7x67.6x62.7cms. Esp. eléc. 220/60/1	COA1004	949.36	0.00%	949.36

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
46.00	2	Mesa de acero inoxidable GISP TTM-14070. Medidas: largo 140 cm ancho 70 cm; espesor 1.2 mm	TTM-14070	496.65	0.00%	993.30
47.00	1	Trampa de grasa de fabricación nacional; unidad fabricada de acero inoxidable de 1.2 mm. de espesor provista de tapa. Unidad fabricada en tres compartimentos. Dimensiones 60x40x35 cms.	TRAMPAG	435.24	0.00%	435.24
48.00	1	Broiler tipo counter ANVIL CBL0900; operación a gas a 84,000 BTU; sistema con radiantes; parrilla de hierro fundido. Unidad fabricada de acero inoxidable. Dimensiones 90.3 x 67 x 39.0 cms. de alto.	CBL0900	894.24	0.00%	894.24
49.00	1	Refrigerador industrial TURBOAIR M3R47-2; 1277 litros de capacidad; compuesto de dos cuerpos; 2 puertas solidas; sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensación. Compresor de 1/3 hp; 366 Watts de poder y 3.4 amp. Provisto con termostato de modificación de temperatura de +1 a +8 grados centigrados. Usa refrigerante R134A. Dimensiones 131.4x78x210.6 cms.	M3R47-2	2,339.22	0.00%	2,339.22

SUMAN:	15,700.86
DESCUENTO:	3.89
SUBTOTAL:	15,696.97
I.V.A. 12% :	1,883.64
TOTAL:	17,580.61

FORMA DE PAGO: A convenir.

PLAZO DE ENTREGA: Inmediato; previo a confirmación de stock.

VALIDEZ DE LA OFERTA: 8 días.

LUGAR DE ENTREGA: Oficinas de Termalimex.

Esta cotización no garantiza la reserva de ninguna mercadería.

Apéndice 5.

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE LOCAL COMERCIAL

En la ciudad de Guayaquil, Provincia de Guayas, con fecha 15 de Octubre, del año 2020, comparecen por una parte la señor Freddy Ávila, de nacionalidad Ecuatoriana, de estado civil Casado, con domicilio en la ciudad de Guayaquil, que en adelante y para efectos de este contrato se le denominará LA ARRENDADORA; y, por otra parte el señora Anael Ayala, de nacionalidad Ecuatoriana de estado civil Soltera, con domicilio en la ciudad de Guayaquil, quien tiene el negocio bajo la Razón Social sociedad anónima con RUC No. 0931127815001, que en adelante y para efectos de este contrato se le denominará EL ARRENDATARIO, en tal virtud, libre y voluntariamente convienen en celebrar el presente contrato de Arrendamiento, el mismo que se estipula en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- ANTECEDENTES.- La señor Freddy Ávila, es propietaria del inmueble, ubicado en Urdesa central No. 320 y Mz 12, de esta ciudad de Guayaquil, provincia de Guayas; el señor Freddy Ávila, se dedica a bienes y raíces, bajo la Razón Social de sociedad anónima.

SEGUNDA.- ARRENDAMIENTO.- Con los antecedentes expuestos, LA ARRENDADORA, arrienda AL ARRENDATARIO, un local comercial de 800 metros cuadrados aproximadamente, para que realice la actividad de venta de comidas.

TERCERA.- CANON.- El canon de arrendamiento mensual pactado libre y voluntariamente entre las partes es de \$2.906,20 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA (USD \$000,00) más IVA mensuales.

En el valor del canon de arrendamiento no está incluido el valor por el pago de los servicios básicos de luz, agua y teléfono, estos valores serán cubiertos por EL ARRENDATARIO, y está obligado a presentar las planillas de pago al día a la terminación del presente contrato.

CUARTA.- GARANTIA.- EL ARRENDATARIO entrega en concepto de garantía la suma de USD.\$5.812,40 (cinco mil ochocientos doce con cuarenta centavos DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA), valor que garantiza el buen mantenimiento del local arrendado, y el cumplimiento del pago de los servicios básicos; aclarando que en ningún caso este valor será compensado con el canon de arrendamiento, y que dicho valor será devuelto a la terminación de este contrato.

QUINTA.- ESPECIFICACIÓN.- El bien inmueble materia del presente contrato será utilizado por EL ARRENDATARIO únicamente para actividades de ventas de comida.

SEXTA.- PLAZO.- El plazo de duración del presente contrato es de 5 años, contados a partir de la fecha del presente contrato, plazo que será renovable si así consideran las partes contratantes, pero mediante la celebración de un nuevo contrato de arrendamiento. Pudiendo las partes dar por terminado este contrato por lo menos con noventa días de anticipación, de igual forma EL ARRENDATARIO comunicará con treinta días de anticipación, si desea o no renovar el contrato; si ninguna de las partes ha notificado se entenderá renovado el contrato.

SÉPTIMA.- SEGURIDAD Y EMERGENCIAS.- EL ARRENDATARIO declara conocer y sujetarse al Reglamento de Seguridad de la empresa, al Plan de Emergencias y Contingencias, al Plan de Manejo Ambiental y a las normas de seguridad establecidas por los órganos de control; el incumplimiento o violación de cualquiera de los reglamentos, planes y normas antes descritas, será causal suficiente para la terminación inmediata del presente contrato.

OCTAVA.- MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS DE PRODUCTOS.-Es obligación del ARRENDATARIO, el manejo responsable de los residuos y desechos de la actividad que realiza; EL ARRENDATARIO deslinda de toda responsabilidad civil o penal que pudiera derivarse de la inobservancia de esta obligación a LA ARRENDADORA, quedando facultada a dar por terminado el presente contrato de forma inmediata.

NOVENA.- DISPOSICIONES ESPECIALES.- EL ARRENDATARIO se obliga a entregar el inmueble al final de este contrato en las mismas condiciones que lo recibió y en el plazo estipulado, corriendo de su cuenta y riesgo cualquier daño que existiere, a no ser de aquellas que se produzcan con el uso normal del bien inmueble arrendado; todas las mejoras que se realicen en el local comercial arrendado quedará en beneficio de LA ARRENDADORA, sin que esta tenga obligación alguna de reconocer tales mejoras realizadas en el bien al ARRENDATARIO

DÉCIMA.- SUBARRENDAMIENTO O CESIÓN.- EL ARRENDATARIO no podrá subarrendar, ceder ni traspasar el presente contrato de arrendamiento ni parcial o total sin el consentimiento expreso de LA ARRENDADORA.

DÉCIMA PRIMERA.- En caso de que haber violaciones a las estipulaciones constantes en este contrato de arrendamiento, las partes renuncian domicilio y se someterán a los Jueces competentes de la provincia de Guayaquil, además declaran incorporadas todas las disposiciones de la Ley de Inquilinato y el trámite respectivo.

Para constancia de todo lo estipulado en este contrato, las partes firman por triplicado, el 20 de octubre del año 2020.

SR. Freddy Ávila

SRA. Anael Ayala

C.C. 0981751457

C.C.0931127815

ARRENDADORA:

ARRENDATARIO:

DIRECCIÓN: Rosales 2

DIRECCIÓN: Urdesa central

TELEF: 0965432891

TELEF:0943651387

EMAIL:

EMAIL:

8. BIBLIOGRAFÍA

Durán , A., & Guzmán, J. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN NUEVO PRODUCTO “RESTAURANTE CAMINOS DE MI TIERRA”:

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1054/1/tad1054.pdf>

López Serván , L. K. (2018). *TURISMO Y ADMINISTRACIÓN*. Obtenido de RESTAURANTE TEMÁTICO COMO ALTERNATIVA DE DIVERSIFICACIÓN DEL SERVICIO GASTRONÓMICO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS:

repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1550/López%20Serván%20Leyla%20Katerin.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ABABES TRIANA Centro de Restauración. (9 de Agosto de 2016). *Los Restaurantes, su origen e historia*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de Restaurante, su origen

etimológico: <https://abadestriana.com/los-restaurantes-su-origen-e-historia/>

Acuerdo Ministerial 7. (8 de Marzo de 2007). *Regula los Beneficiarios de Propinas en Bares y*

Restaurantes. Recuperado el 20 de Diciembre de 2019, de

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGULA-LOS-BENEFICIARIOS-DE-PROPINAS-EN-BARES.pdf>

Agencia Nacional de regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). (13 de Marzo de 2014). Reglamento funcionamiento establecimientos sujetos control sanitario. *Acuerdo Ministerial 4712*.

- Andrade , C., & Ruperti-Leon, L. (25 de Abril de 2016). *Ciencias sociales*. Obtenido de Una mirada. Republica de Ecuador: [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-UnaMiradaRepublicaDeEcuador-5761596%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Dialnet-UnaMiradaRepublicaDeEcuador-5761596%20(1).pdf)
- Arias Vijay, J. K., Loor Alcívar, K. L., & Paguay Buestán, D. C. (2012). Proyecto de inversión de un retaurante temático en la ciudad de Machala. *Ingeniería Comercial y Empresarial*. Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 19 de Noviembre de 2019, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/20690/7/restaurante%20tematico.pdf>
- Bernal Torres, C. A. (Actualizado). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN, Colombia, 2010. Obtenido de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Braak. (2018). Gastronomía del Ecuador. *Rebecca Adventure Travel*, <https://www.rebeccaadventuretravel.com/gastronomia-del-ecuador/?lang=es>.
- Chang, C. T. (14 de Mayo de 2015). Urdesa. *Urdesa, 60 años de memorias e historias*, pág. 2. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/14/nota/4869526/60-anos-urdesa>
- Cooper, B., Floody, B., & Mcnelly, G. (2002). *Como iniciar y administrar un restaurante*. Bogota: Norma S.A. Recuperado el 13 de Diciembre de 2019, de <https://www.norma.com>
- Emprendepyme.net. (7 de Julio de 2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de ¿En qué consiste un estudio de mercado?: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

FERNÁNDEZ POYATOS, M. D. (2015). La gastronomía en la prensa española del siglo XIX.

En M. D. POYATOS, *La gastronomía en la prensa española del siglo XIX* (pág. 33).

Alicante: Universidad de Alicante. Obtenido de

file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/49078-Texto%20del%20art%C3%ADculo-84593-2-10-20150721.pdf

Gil, M. (2014). *Como crear y funcionar una empresa* (7 edicion ed.). Madrid: Avda. de valdenigrales. Recuperado el 16 de Diciembre de 2019, de [https://books.google.com > books](https://books.google.com/books)

González Manteiga , M. T., & Pérez, A. (2012). *Estadísticas Aplicada Una visión instrumental*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A. Recuperado el Diciembre de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=8tocMTUkICkC&printsec=frontcover&dq=libros+de+estad%C3%ADsticas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiP6piv3LHmAhVyrIkKHVCBCHcQ6AEISjAE#v=onepage&q=libros%20de%20estad%C3%ADsticas&f=false>

Hernandez Sampiere, Roberto;. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta de Edición ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de https://www.academia.edu/39036101/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_-_Hern%C3%A1ndez_Sampieri

ICM-ESPOL, C. d. (17 de Febrero de 2011). *Grupo de Sectores Municipales*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2019, de Grupo de Sectores Municipales: https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf

- INEC, I. (2012). *Asi es Guayaquil cifra a cifra*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2012/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- Internas, Servicios de Rentas. (s.f.). *Requisitos Sociedades SRI*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>
- Luna, R., & Chaves, D. (Marzo de 2001). *Estudios de factibilidad*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf
- Montenegro , E. A. (21 de Diciembre de 2016). *Cocina Tradicional Ecuatoriana*. Obtenido de Cocina Tradicional Ecuatoriana: <http://192.188.53.14/bitstream/23000/5933/1/129102.pdf>
- MORETA, E. S. (2010). *GASTRONOMÍA*. Recuperado el 30 de noviembre de 2019, de ESTILIZACIÓN DE LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11555/1/41621_1.pdf
- Municipio de Guayaquil. (2017). *Guayaquil es mi destino*. Recuperado el Diciembre de 2019, de Guayaquil lidera el turismo en el país con el mayor número de turistas nacionales y extranjeros: <https://www.guayaquilesmidestino.com/es/content/guayaquil-lidera-el-turismo-en-el-pa%C3%ADs-con-el-ma>
- Oliveira Martins, U. M. (22 de Octubre de 2010). *LA HERENCIA DE LA GASTRONOMÍA PORTUGUESA EN BRASIL COMO UN PRODUCTO DEL TURISMO CULTURAL*. Obtenido de redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717607008.pdf>

- Pacheco, S. P. (2012). *GASTRONOMIA ECUATORIANA*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de GASTRONOMIA ECUATORIANA – TURISMO – COMIDA TIPICA:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1635/1/tur108.pdf>
- PACHECO, S. P. (2012). *GASTRONOMIA ECUATORIANA* . Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de GASTRONOMIA ECUATORIANA – TURISMO – COMIDA TIPICA – EULALIA VINTIMILLA:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1635/1/tur108.pdf>
- Piedra, L. (2018). “*ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD*”. Recuperado el 12 de Diciembre de 2019, de CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA DE LAS TRES REGIONES DEL ECUADOR:
http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37714/1/Comidas%20t%c3%adpicas_proyecto%20tesis%20%28final%29.pdf
- R, W., & M, R. (2015). *Administracion de Recursos Humanos* (5ta ed.). Mexico: Pearson Educacion. Recuperado el 3 de Enero de 2019, de <https://books.google.com.ec>
- Ramírez R., D. (26 de Febrero de 2019). *Esencia culinaria de Galápagos*. Obtenido de noticia/8724: <https://ecuador.gastronomia.com/noticia/8724/esencia-culinaria-de-galapagos>
- Reyes López, M., & Martínez Florez, S. (10 de Diciembre de 2018). *SOBRE LA COMPOSICIÓN NUTRIMENTAL DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA ECUATORIANA*. Obtenido de Revista Cubana de Alimentación y Nutrición:
[file:///C:/Users/Leonardo/Downloads/603-1335-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Leonardo/Downloads/603-1335-1-PB%20(1).pdf)
- Rojas Solórzano, R. E. (2015). Estudio para el diseño de un restaurante temático de comida típica en la Isla Trinitaria, ciudad de Guayaquil, Ecuador. *Licenciada en Turismo y*

- Hotelería*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Guayas, Ecuador. Recuperado el 19 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7849/1/ESTUDIO%20PARA%20EL%20DISEÑO%20DE%20UN%20RESTAURANTE%20TEMÁTICO%20EN%20LA%20ISLA%20TRINITARIA.pdf>
- Sanmartín, J. E. (2011). Proyecto de factibilidad para la instalación de un restaurante "temático" en la Parroquia de San Pedro Vilcabamba- Provincia de Loja. *Ingeniero en Gerencia y Liderazgo*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1468/6/UPS-ST000459.pdf>
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (quinta edición ed.). Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. (s.f.). *Signos distintivos*. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/signos-distintivos/>
- Solórzano, E. A. (21 de Diciembre de 2016). *Cocina Tradicional Ecuatoriana*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2019, de Arte Culinario y Administración de Alimentos y Bebidas: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5933/1/129102.pdf>
- Tés e infusiones GOURMET para hostelería. (4 de Junio de 2014). *diferentes tipos de establecimientos de restauración*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2019, de BISTROTEA té en stick para hostelería: <https://tesparahosteleria.wordpress.com/2014/06/04/donde-encontrar-bistrotea-diferentes-tipos-de-establecimientos-de-restauracion/>
- Urbina, Gabriel Baca. (2010). *Evaluación de proyectos*. (P. E. Vázquez, Ed.) Mexico: sexta edición. Recuperado el 1 de Diciembre de 2019, de

https://www.academia.edu/35864161/Gabriel_baca_urbina_evaluacion_de_proyectos_6ta_edicion