



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS,
OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES

“DISEÑO DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO DE PRIMERA CATEGORÍA EN
LAS PEÑAS”

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de

LICENCIADO EN TURISMO

Presentado por:

Samantha Elizabeth Mieles Ronquillo

Sandra Karina Torres Salinas

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS,
OCEÁNICAS Y RECURSOS NATURALES

“DISEÑO DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO DE PRIMERA CATEGORÍA EN
LAS PEÑAS”

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN TURISMO

Presentado por:

Samantha Elizabeth Mieles Ronquillo

Sandra Karina Torres Salinas

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015



LACTUR - BIBLIOTECA

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios,

a mis padres y a mis hermanos,

por haber hecho esto posible.

Sandra Torres.

DEDICATORIA

Dedicado a Dios y a mis padres.

Sandra Torres.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por fortalecerme a diario.

Y a mis padres, por el apoyo incondicional.

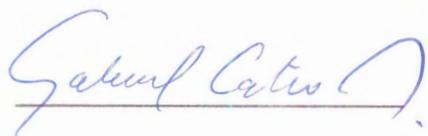
Samantha Mielés.

DEDICATORIA

A Dios y mis padres

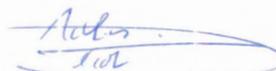
Sarnantha Miele.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



MSc. Gabriel Castro

TRIBUNAL



MSc. Mathias Pecot

TRIBUNAL

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto Integrador, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.

Samyela R

Samantha Mieses Ronquillo

Sandra Torres S.

Sandra Torres Salinas

RESUMEN

El proyecto consiste en el diseño de un restaurante temático de primera categoría, que por ser innovador, aportará más diversidad al servicio turístico de Guayaquil.

El primer capítulo se trata de los antecedentes generales del lugar en el que sería desarrollado el proyecto e información sobre un poco de la historia de Guayaquil y los lugares turísticos cercanos, que debido a la concurrencia de personas a éstos, aportarán en parte al crecimiento del proyecto. Se describe también la razón social, slogan, logotipo, misión, visión y objetivos, que le comienzan a dar personalidad y direccionamiento al negocio. Y finalmente se especifica el sector, subsector y rama a los cuales pertenece la empresa.

En el segundo capítulo se da a conocer el análisis y los resultados, generados de las encuestas y recolección de información, que aportaran importante valor al estudio de mercado y da detalles sobre la manera más viable para captar clientela.

En el tercer capítulo se realizará el estudio técnico del proyecto, donde se describirán los aspectos positivos y negativos de la ubicación del restaurante, se detallaran los servicios que se ofrecerán y cómo serán las instalaciones del local, con su respectivo diseño, y la inversión para activos y adecuaciones necesarias. Además se establecerán los procesos y la estructura orgánica funcional del proyecto.

El capítulo cuatro contará con todo el estudio económico financiero, que se necesita para conocer el presupuesto global que tendrá la inversión, y los ingresos en ventas del proyecto.

Finalmente, el capítulo cinco indicará el porcentaje de factibilidad financiera, que dará a conocer si el negocio será rentable, incluyendo aspectos socioeconómicos culturales, ambientales y legales, que competen al proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	VIII
ÍNDICE DE MAPAS	XIII
ÍNDICE DE IMÁGENES	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVII
GLOSARIO	XIX
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
APECTOS GENERALES.....	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Información general del proyecto.....	4
1.2.1 Nombre del proyecto o negocio.....	4
1.2.2 Logotipo y slogan	4
1.2.3 Visión, misión y objetivos	5
1.2.4 Especificar el sector de actividad, el subsector / rama	6
CAPÍTULO II	7
ESTUDIO DE MERCADO	7
2.1 Análisis de la demanda.....	7
2.1.1 Metodología	8
2.1.2 Población y muestra.....	9
2.1.3 Resultados.....	11
2.1.4 Cantidad de demanda actual	13
2.1.5 Afluencia esperada de consumidores.....	13
2.1.6 Proyección de la demanda	17
2.1.7 Estacionalidad de la demanda.....	18
2.1.8 Perfil del cliente	18
2.1.9 Porcentaje de ocupación prevista.....	25
2.2 Análisis de la oferta sustitutiva y complementaria.....	27
2.2.1 Oferta sustitutiva.....	27
2.2.2 Oferta complementaria	27

2.3	Análisis de la competencia	28
2.3.1	Competidores actuales y potenciales	28
2.3.2	Características físicas.....	28
2.3.3	Comparación con la competencia.....	31
2.3.4	Ventajas competitivas.....	31
2.4	Datos generales de operación	32
2.4.1	Determinación de las oportunidades cuantitativas del mercado	32
2.4.2	Cobertura cuantitativa del mercado (oferta vs. demanda)	33
2.4.3	Análisis FODA	34
2.5	Estrategias de promoción y comercialización	35
CAPÍTULO III		37
ESTUDIO TÉCNICO		37
3.1	Ubicación (aspectos positivos y negativos).....	37
3.2	Descripción del producto.....	39
3.3	Programa arquitectónico y equipamiento.....	48
3.3.1	Programa arquitectónico.....	48
3.3.2	Dimensionamiento y capacidad.....	50
3.3.3	Diseño.....	50
3.3.4	Costeo de obra	56
3.3.5	Calendario de inversión de activos fijos.....	57
3.4	Procesos.....	59
3.4.1	Mapa de procesos.....	59
3.4.2	Flujograma	60
3.5	Orgánico funcional	62
3.5.1	Organigrama	62
3.5.2	Inventario de puestos de trabajo	63
3.5.3	Descripción de funciones y perfiles.....	64
CAPÍTULO IV.....		69
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO		69
4.1	Presupuesto de inversiones.....	69
4.2	Pronóstico de ingresos.....	70

4.3 Pronóstico de costos operacionales	71
4.3.1 Proyección de costos fijos y variables	71
4.3.2 Detalle gastos de personal.....	71
4.4 Análisis de la posición financiera esperada.....	72
4.4.1 Estado de pérdidas y ganancias	72
4.4.2 Flujo de caja.....	72
4.4.3 Punto de equilibrio.....	73
CAPÍTULO V	74
EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD	74
5.1 Factibilidad financiera.....	74
5.1.1 TIR.....	74
5.1.2 VAN.....	75
5.2 Consideraciones socioeconómicas y culturales.....	75
5.3 Consideraciones ambientales.....	76
5.4 Consideraciones legales	78
CONCLUSIONES	XCVIII
RECOMENDACIONES	C
ANEXOS	CI
BIBLIOGRAFÍA	CXXXVI

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA I. Ubicación del local.....	38
----------------------------------	----

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1. Logotipo del restaurante Cacao Food	4
IMAGEN 2. Plano cortado del local sin adecuaciones	51
IMAGEN 3. Plano cortado del local con adecuaciones	52
IMAGEN 4. Diseño del restaurante en 3D-1	53
IMAGEN 5. Diseño del restaurante en 3D-2	53
IMAGEN 6. Diseño del restaurante en 3D-3	53
IMAGEN 7. Diseño del restaurante en 3D-4	54
IMAGEN 8. Diseño del restaurante en 3D-5	54
IMAGEN 9. Diseño del restaurante en 3D-6	54
IMAGEN 10. Diseño del restaurante en 3D-7	55
IMAGEN 11. Diseño del restaurante en 3D-8	55
IMAGEN 12. Diseño del restaurante en 3D-9	55
IMAGEN 13. Diseño del restaurante en 3D-10	56

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA I. Proyección de la demanda.....	17
TABLA II. Características físicas de la competencia.....	29
TABLA III. Descripción de productos.....	41
TABLA IV. Programa arquitectónico.....	49
TABLA V. Costeo de obra.....	56
TABLA VI. Calendario de inversión de activos fijos.....	58
TABLA VII. Inventario de puestos de trabajo.....	63
TABLA VIII. Descripción de funciones y perfil del Gerente General.....	64
TABLA IX. Descripción de funciones y perfil del Chef.....	64
TABLA X. Descripción de funciones y perfil del Segundo Chef.....	65
TABLA XI. Descripción de funciones y perfil del Auxiliar de Cocina.....	66
TABLA XII. Descripción de funciones y perfil del Marmitón.....	66
TABLA XIII. Descripción de funciones y perfil del Maître o Capitán.....	67
TABLA XIV. Descripción de funciones y perfil del Mesero.....	67
TABLA XV. Descripción de funciones y perfil del Cajero.....	68
TABLA XVI. Descripción de funciones y perfil del Encargado de Limpieza.....	68
TABLA XVII. Descripción de funciones y perfil del Guardia de Seguridad.....	68
TABLA XVIII. Presupuesto de inversiones.....	70
TABLA XIX. Incremento anual e inflación.....	70
TABLA XX. Tasa interna de retorno.....	75
TABLA XXI. Valor actual neto.....	75
TABLA XXII. Valoración para la matriz de Leopold.....	77
TABLA XXIII. Matriz de Leopold.....	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. ¿Le gustaría ir a un restaurante de primera categoría con temática del cacao, que incluya en el menú platos de sal con chocolate amargo, ubicado en Las Peñas?.....	15
GRÁFICO 2. ¿Con qué frecuencia suele ir a un restaurante de primera categoría?...	16
GRÁFICO 3. ¿En qué horarios usted visita este tipo de restaurante?	16
GRÁFICO 4. Género	19
GRÁFICO 5. Edad.....	20
GRÁFICO 6. Procedencia.....	20
GRÁFICO 7. Nivel de estudios	21
GRÁFICO 8. ¿Con qué frecuencia visita Las Peñas?.....	21
GRÁFICO 9. ¿Cuál es el motivo de su visita a Las Peñas?.....	22
GRÁFICO 10. ¿Qué tipo de comida prefiere usted a la hora de elegir un restaurante?	22
GRÁFICO 11. ¿Cuál es su principal motivación a la hora de elegir un restaurante?.	23
GRÁFICO 12. ¿Con quién visita este tipo de restaurante?.....	24
GRÁFICO 13. ¿Cuánto es su gasto mínimo por persona en un restaurante de primera categoría?	24
GRÁFICO 14. Mapa de procesos	59
GRÁFICO 15. Flujograma.....	60
GRÁFICO 16. Organigrama	62
GRÁFICO 17. Punto de equilibrio	73

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A. Formato de Entrevista	102
ANEXO B. Primera entrevista realizada	102
ANEXO C. Segunda entrevista realizada	103
ANEXO D. Tercera entrevista realizada.....	105
ANEXO E. Formato de encuesta	107
ANEXO F. Encuesta online parte 1	109
ANEXO G. Encuesta online parte 2	109
ANEXO H. Encuesta online parte 3	110
ANEXO I. Encuesta online parte 4.....	110
ANEXO J. Encuesta online parte 5.....	111
ANEXO K. Encuesta online parte 6	111
ANEXO L. Encuesta online parte 7.....	112
ANEXO M. Encuesta online parte 8.....	112
ANEXO N. Encuesta online parte 9	113
ANEXO O. Encuesta online parte 10	113
ANEXO P. Encuesta online parte 11	114
ANEXO Q. ¿Le gustaría ir a un restaurante de primera categoría con temática del cacao, que incluya en el menú platos de sal con chocolate amargo, ubicado en Las Peñas?.....	114
ANEXO R. ¿Con qué frecuencia suele ir a un restaurante de primera categoría?...	114
ANEXO S. ¿En qué horarios usted visita este tipo de restaurante?.....	115
ANEXO T. Género.....	115
ANEXO U. Edad.....	115
ANEXO V. Procedencia	115
ANEXO W. Nivel de estudios	116
ANEXO X. ¿Con qué frecuencia visita Las Peñas?	116
ANEXO Y. ¿Cuál es el motivo de su visita a Las Peñas?	116
ANEXO Z. ¿Qué tipo de comida prefiere usted a la hora de elegir un restaurante?	117
ANEXO AA. ¿Cuál es su principal motivación a la hora de elegir un restaurante?	117
ANEXO BB. ¿Con quién visita este tipo de restaurante?.....	117
ANEXO CC. ¿Cuánto es su gasto mínimo por persona en un restaurante de primera categoría?	118
ANEXO DD. Visita a las instalaciones del local - 1.....	118
ANEXO EE. Visita a las instalaciones del local - 2	118
ANEXO FF. Visita a las instalaciones del local - 3.....	119
ANEXO GG. Visita a las instalaciones del local - 4.....	119
ANEXO HH. Visita a las instalaciones del local - 5.....	120

ANEXO II. Visita a las instalaciones del local - 6.....	120
ANEXO JJ. Visita a las instalaciones del local - 7.....	121
ANEXO KK. Visita a las instalaciones del local - 8.....	121
ANEXO LL. Visita a las instalaciones del local - 9.....	122
ANEXO MM. Visita a las instalaciones del local - 10.....	122
ANEXO NN. Visita a las instalaciones del local - 11.....	123
ANEXO OO. Visita a las instalaciones del local - 12.....	123
ANEXO PP. Visita a las instalaciones del local - 13.....	124
ANEXO QQ. Visita a las instalaciones del local - 14.....	124
ANEXO RR. Visita a las instalaciones del local - 15.....	125
ANEXO SS. Visita a las instalaciones del local - 16.....	125
ANEXO TT. Visita a las instalaciones del local - 17.....	126
ANEXO UU. Visita a las instalaciones del local - 18.....	126
ANEXO VV. Visita a las instalaciones del local - 19.....	127
ANEXO WW. Visita a las instalaciones del local - 20.....	127
ANEXO XX. Visita a las instalaciones del local - 21.....	128
ANEXO YY. Visita a las instalaciones del local - 22.....	128
ANEXO ZZ. Pronóstico de Ingresos del año 1 al año 5.....	130
ANEXO AAA. Pronóstico de ingresos del año 6 al año 10.....	131
ANEXO BBB. Proyección de Costos Fijos y Variables del año 1 al año 5.....	132
ANEXO CCC. Proyección de Costos Fijos y Variables del año 6 al año 10.....	133
ANEXO DDD. Detalle de gastos de personal.....	134
ANEXO EEE. Estado de pérdidas y ganancias.....	135
ANEXO FFF. Flujo de caja.....	135
ANEXO GGG. Punto de equilibrio.....	136

GLOSARIO

Restauración: Se refiere a toda actividad realizada en restaurantes.

Restaurante temático: Es un tipo de restaurante que se especializa en ofrecer comida con un tema o una característica específica.

Población: Conjunto de individuos que se escoge para realizar algún tipo de muestreo.

Muestra: Parte extraída de la población, para realizar un estudio más detallado.

Factible: Algo que se puede realizar.

Restaurante de primera categoría: Es un restaurante que ofrece servicios completos y de calidad, con personal altamente capacitado, y que ofrezca una carta o menú con 5 o 7 tipos de servicios.

Demanda: Personas interesadas en consumir algún tipo de servicio o producto.

Oferta: Número de productos y servicios que se ofrecen en el mercado.

Metodología: Métodos y técnicas a usarse en un proyecto.

Estacionalidad: Temporadas del año donde se genera más demanda.

Afluencia: Llegada de personas en gran número.

Catastro Turístico: Registro perteneciente al estado, de todos los establecimientos turísticos que posee un territorio.

Tabular: Presentación de resultados a través de tablas.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se refiere al diseño de un restaurante temático de primera categoría en Las Peñas, teniendo como producto estrella al cacao ecuatoriano, y sabiendo que Las Peñas carece de restaurantes que ofrezcan un servicio de calidad, se decidió crear este restaurante como una alternativa diferente en la zona, ya que siendo Las Peñas un lugar turístico, no cuenta con restaurantes de este tipo, lo que significa una oportunidad de negocio, y que a la vez dará un plus a la actividad turística del lugar.

El objetivo principal de éste proyecto es diseñar un restaurante temático de primera categoría, con el fin de ampliar la oferta gastronómica en el sector de Las Peñas.

La investigación de este proyecto se realizó mediante un estudio cuantitativo y cualitativo del mercado, utilizando fuentes primarias y secundarias.

Con este proyecto se pretende conseguir que el diseño de este restaurante sea innovador, de calidad y con buena rentabilidad.

CAPÍTULO I

APECTOS GENERALES

1.1 Antecedentes

La idea del proyecto sobre el Diseño de un Restaurante Temático de Primera categoría en Las Peñas, nos fue otorgada por medio de un sorteo dentro de la materia integradora de graduación, y vimos factible que el restaurante de primera categoría tenga una temática en base al cacao.

Un restaurante temático se caracteriza por ofrecer un tipo de comida específica de un país o cultura, en un ambiente y diseño únicos creados. Los restaurantes temáticos pueden referirse no sólo al tipo de comida sino también a temas como música, épocas, deportes, etc (1).

Las Peñas, ubicado en el Cerro Santa Ana, es un barrio simbólico de la ciudad de Guayaquil debido a que posee mucha historia porque fue aquí donde nació la ciudad, conservando aún fachadas de estilo colonial. El nombre le fue dado por la gran cantidad de peñascos que poseía cuando llegaron los españoles en el siglo XVI. En sus inicios era habitado por pescadores y artesanos pero cuando comenzó el auge cacaotero en los años 20 fue ocupado en su mayoría por familias adineradas y gran parte de las casas tomaron un estilo aristocrático que aún se conservan en el sitio, algunas de estas con más de 100 años de antigüedad, y debido a esto fue declarado patrimonio cultural del Ecuador en el año 1982 (2).

El malecón Simón Bolívar fue la primera imagen de la ciudad y sede del extinto mercado de la Orilla. El malecón es ideal para los paseos familiares y para disfrutar del paisaje fluvial que tiene la ciudad, cuenta con un sinnúmero de atractivos de los que se puede disfrutar. Fue declarado espacio público saludable por la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud. Actualmente arriban muchos cruceros al muelle de este malecón, trayendo consigo

a turistas extranjeros que aprovechan su corta visita para recorrer lugares aledaños al sector (3).

1.2 Información general del proyecto

1.2.1 Nombre del proyecto o negocio

El nombre del negocio será: Cacao Food.

1.2.2 Logotipo y slogan

A continuación se muestra el logo tentativo del proyecto:

IMAGEN 1. Logotipo del restaurante Cacao Food



Fuente: Elaboración propia

1.2.3 Visión, misión y objetivos

Visión

Ser reconocidos como el mejor restaurante temático de primera categoría de Guayaquil, líder en la prestación de un servicio de restauración de excelencia, en un período aproximado de 5 años.

Misión

Satisfacer y superar las necesidades y expectativas del cliente, ofreciendo un concepto innovador y exclusivo, haciéndole sentir al cliente la más grata experiencia, motivándolo a regresar, y contribuyendo así al crecimiento de la empresa.

Objetivo General

Diseñar un restaurante temático de primera categoría en Las Peñas, con el fin de ampliar la oferta gastronómica en ese sector.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos que se han determinado son los siguientes:

- Brindar calidad humana en el servicio.
- Satisfacer al cliente, brindándole un servicio personalizado motivándolo a regresar.

- Crear un ambiente temático único y acogedor.
- Generar plazas de empleo.
- Posicionar la marca en la mente del consumidor.

1.2.4 Especificar el sector de actividad, el subsector / rama

El sector de actividad, subsector y rama del proyecto se especifican a continuación:

Sector de la actividad: Servicio.

Subsector de la actividad: Turismo.

Rama: Alimentos y Bebidas (Restauración).

Los resultados

de los datos

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis de la demanda

En entrevistas realizadas a cinco restaurantes de la ciudad de Guayaquil, dos de ellos dijeron que en relación con años anteriores, han tenido una disminución de consumidores. Otros dos por el contrario, han visto un aumento de demanda. Y en uno de ellos se ha mantenido la demanda en relación a años anteriores.

Los restaurantes Lo Nuestro y El Chalán, que han experimentado una disminución en su demanda dijeron que es porque cada vez aumenta más la competencia.

Los restaurantes Tijuana y Cocolón, han aumentado sus consumidores porque ellos siempre tratan de innovar o dar un plus a su servicio.

Y finalmente el restaurante Red Crab que se mantiene a través de los años, es debido a que han fidelizado a sus clientes.

2.1.1 Metodología

Objetivo del proyecto: Poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, mediante la creación del diseño de un restaurante temático de primera categoría en Las Peñas, que aporte positivamente a las personas interesadas en el mismo.

Tipo de investigación: Será un estudio descriptivo cuantitativo, pues se tomarán variables para ser medidas numérica y cualitativamente.

Fuentes de datos e información: Para llevar a cabo el proyecto, iniciamos con la observación del lugar en el que se desarrollará el proyecto, luego continuamos con la búsqueda y recopilación de información que obtengamos de fuentes primarias relacionadas con la restauración tales como tesis, libros, encuestas, entrevistas. Y fuentes secundarias como papers y artículos web.

Para el análisis de la oferta o competencia, nos valdremos del catastro turístico de Guayaquil, de donde se analizará algunos restaurantes a los que se entrevistará.

Evaluación de la información: La sistematización de la información será a través de la tabulación de los datos recolectados en las encuestas, usando el programa de Excel para la obtención de resultados que serán de gran utilidad para la realización del proyecto. Y por estudios cualitativos en base a las entrevistas.

Para realizar nuestras encuestas, detallamos a continuación la muestra que se tomará en cuenta.

2.1.2 Población y muestra

Población

Para realizar las encuestas se ha determinado una población infinita.

Muestra

Nuestra muestra la determinamos en base a la siguiente fórmula:



Fórmula

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

(z) Determina el nivel de confianza con que se desea trabajar. Donde **Z**= 1.96 representa un 95% de confianza. El valor de **Z** se obtiene de la Tabla de Distribución normal.

(e) Es el margen de error de la estimación con la que se va a trabajar que es un 5%.

(p) Personas que poseen características relacionadas al proyecto (se determina un 50%).

(q) Personas que no poseen características relacionadas al proyecto (se determina un 50%).

Dónde:

Z es la confianza = 1.96 (95%)

E es el error = 0.05 (5%)

P= 0.5

Q=0.5

Determinar la Muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

Debemos encuestar a 384 personas.

2.1.3 Resultados

Se realizó entrevistas con 3 preguntas puntuales a agentes operadores, para saber datos con respecto a las preferencias de ellos a la hora de elegir restaurantes para llevar a sus turistas, sus opiniones sobre la idea del diseño del restaurante y si

estarían dispuestos a considerar a Cacao – Food como una opción. Dando como resultado respuestas positivas ante una posible apertura del restaurante.

Una vez realizadas las entrevistas, se procedió a hacer las encuestas físicas y en línea que, siguiendo una sistematización permitió analizar preferencias de la demanda.

Entrevistas

De acuerdo a las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas a operadores turísticos de la ciudad de Guayaquil, todos respondieron que no llevan a sus turistas a comer en Las Peñas porque no hay restaurantes que ofrezcan un servicio de calidad, pero estarían gustosos en llevar a sus clientes a un restaurante como Cacao-Food, ya que los haría identificarse con algo autóctono como el cacao.

2.1.4 Cantidad de demanda actual

Para calcular el valor aproximado de la demanda actual, se tomó como referencia el dato de la afluencia esperada que es 23,251 clientes anualmente (obtenido de las entrevistas realizadas a la competencia), multiplicada por el número de establecimientos de primera categoría que se consideraron, los cuales fueron 16. Dando como resultado la cantidad de 372,016 clientes como demanda actual al año.

Para la selección de estos 16 establecimientos de primera categoría se descartó del catastro turístico de Guayaquil establecimientos que no poseen características similares a las de Cacao Food, ya que dentro de la categoría de primera están incluidos establecimientos de alimentos y bebidas de todo tipo, como cadenas de comidas rápidas, bares, cafeterías, parrilladas, etc.

2.1.5 Afluencia esperada de consumidores

En base a las entrevistas realizadas a los restaurantes de la competencia, se pudo conocer valores aproximados de consumidores en los restaurantes.

Restaurante Lo Nuestro: sus consumidores oscilan de lunes a jueves entre 45 y 60 al día, y de viernes a domingo entre 120 y 150.

Restaurante Red Crab: de lunes a jueves la demanda oscila en 50 personas por día y de viernes a domingo en 100.

Restaurante Tijuana: 30 personas por día de lunes a jueves aproximadamente y 60 de viernes a domingo.

Restaurante El Chalán: Aproximadamente 6 personas al día de lunes a jueves y entre 15 y 20 de viernes a domingo.

Restaurante Cocolón: de lunes a jueves llegan al día aproximadamente 120 personas y de viernes a domingo 150 personas.

Todos estos restaurantes trabajan de lunes a domingo, y cruzando sus valores aproximados de consumidores de lunes a jueves y los fines de semana, se sacó un resultado tentativo por año de cada uno de ellos que posteriormente se sumó y dividió para 5 (restaurantes entrevistados), dando como resultado una media aproximada de consumidores por restaurante al año de 23,251 personas. Estimando este valor como la cantidad de afluencia esperada de consumidores.

Como puntos a favor, están las respuestas positivas obtenidas de las encuestas a diferentes personas que dijeron lo siguiente:

GRÁFICO 1. ¿Le gustaría ir a un restaurante de primera categoría con temática del cacao, que incluya en el menú platos de sal con chocolate amargo, ubicado en Las Peñas?



Fuente: Elaboración propia

Las encuestas dieron como resultado que de 384 personas, el 79%, es decir 303 personas si acudirían a un restaurante de primera categoría que ofrezca platos de sal con chocolate amargo como ingrediente. Entre los motivos más frecuentes por los que respondieron que si irían, las personas dijeron que sería por probar y experimentar algo nuevo que salga de lo cotidiano, porque somos exportadores de cacao y sería novedoso, ya que los platos de sal con cacao no se ofrecen aquí, y finalmente dijeron que les gustaría ir por curiosidad. Para el restante 21% que dijeron que no les gustaría, la mayoría de sus respuestas fueron: porque no les gusta el cacao.

GRÁFICO 2. ¿Con qué frecuencia suele ir a un restaurante de primera categoría?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 3. ¿En qué horarios usted visita este tipo de restaurante?



Fuente: Elaboración propia

2.1.6 Proyección de la demanda

Para calcular la proyección de la demanda a 10 años, se consideró la siguiente demanda actual aproximada:

- Demanda Actual: 372,016 clientes.
- Se usa un 10% para la proyección hasta el año 2024.

TABLA I. Proyección de la demanda

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
144,079	160,088	177,876	197,640	219,600	244,000	271,200	301,333	334,814	372,016

Fuente: Elaboración propia

El ejercicio se realizó al revés, es decir: el valor de la demanda actual que fue analizada en base a la competencia, se puso en el año 10 (2024) y no en el año en curso, debido a que por ser un nuevo restaurante no se puede considerar que Cacao Food tenga la misma demanda que la competencia tiene actualmente, y se fue restando un 10% año a año desde el 2024, para saber con qué valor se iniciaría en el 2015.

2.1.7 Estacionalidad de la demanda

No se puede considerar una estacionalidad en la demanda que sea exacta debido a que, Cacao Food es un servicio de restauración perenne durante todo el año. Pero según las entrevistas realizadas a la competencia, en determinadas épocas del año los restaurantes coinciden en que las ventas aumentan. Este aumento en la demanda se produce en julio, diciembre, enero; ya que en estos meses se celebran las fiestas julianas, navidad y fin de año, respectivamente. Además de fechas especiales como: el día de la madre, el día del padre, San Valentín, etc.

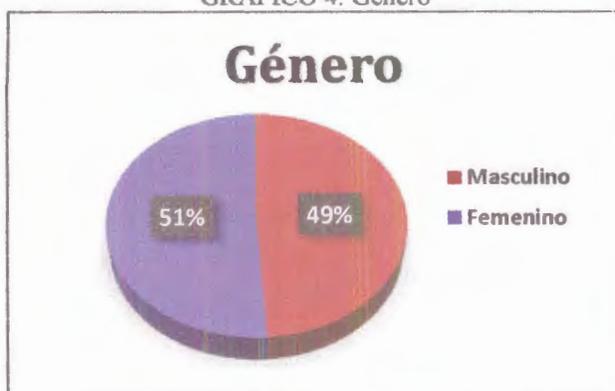
2.1.8 Perfil del cliente

Se ha definido el perfil de los consumidores, en base al resultado de las encuestas. Tomando en consideración todos los datos de los cuadros estadísticos que representen el mayor porcentaje para cada característica como: género, edad, procedencia, etc. A continuación se detallan dichas características.

- Hombres y mujeres.
- Rango de edad entre 18 y 40 años.

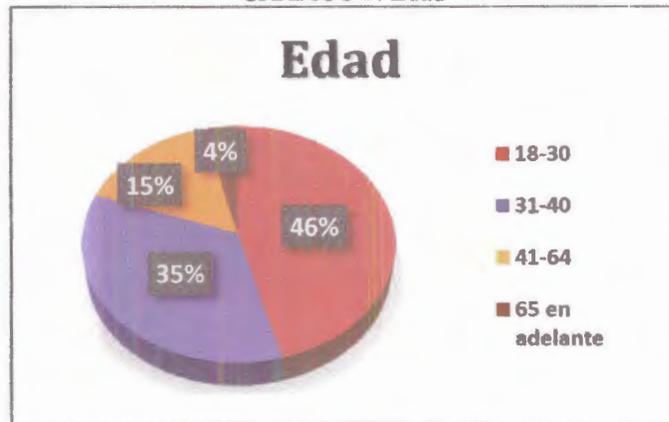
- De procedencia nacional e internacional.
- Con nivel de estudios secundarios y universitarios.
- Visitan Las Peñas por recreación.
- Prefieren comida nacional e internacional.
- Sus motivaciones principales al elegir un restaurante es la comida, servicio, calidad, precio y seguridad.
- Visitan restaurantes de primera categoría con amigos, pareja y familia.

GRÁFICO 4. Género



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5. Edad



Fuente: Elaboración propia

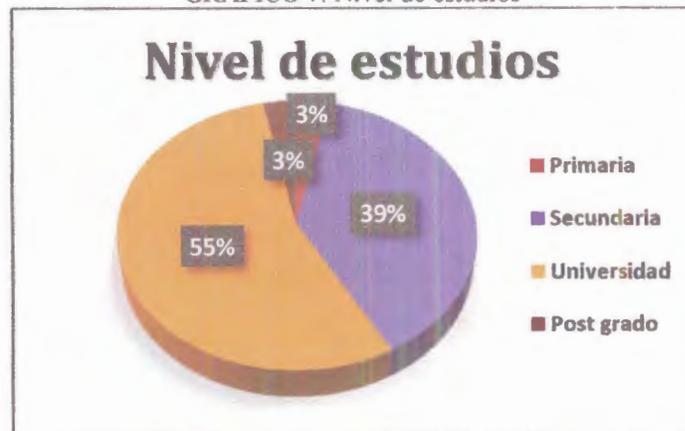
GRÁFICO 6. Procedencia



Fuente: Elaboración propia

Para el perfil del cliente se decide tomar en cuenta ambos rangos, personas con procedencia nacional y extranjera, debido a las previas investigaciones realizadas en la proyección de la demanda y a la respuesta positiva recibida en las entrevistas con algunos agentes de Operadoras.

GRÁFICO 7. Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia

Debido a que las personas con nivel de estudios secundarios y universitarios representan el mayor número de encuestas contestadas, con 39% y 55%, respectivamente. Se determinó que éste sea el rango que conste en el perfil del cliente, pero sin excluir a los rangos restantes dentro del nivel de estudios.

GRÁFICO 8. ¿Con qué frecuencia visita Las Peñas?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 9. ¿Cuál es el motivo de su visita a Las Peñas?



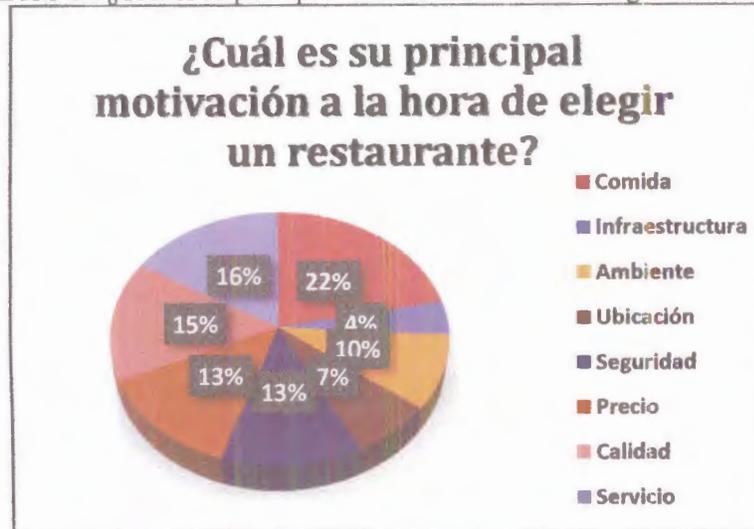
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 10. ¿Qué tipo de comida prefiere usted a la hora de elegir un restaurante?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 11. ¿Cuál es su principal motivación a la hora de elegir un restaurante?



Fuente: Elaboración propia

A la hora de elegir un restaurante, los encuestados toman en consideración varios motivos, siendo estos: comida, infraestructura, ambiente, ubicación, seguridad, precio, calidad y servicio. Todas estas opciones fueron seleccionadas, pero con mayor porcentaje destacan la comida con un 22%, servicio con 16%, calidad con 15%, precio con 13% y seguridad con 12%. Lo que ayudará a poner atención a estos puntos para que el restaurante sea preferido entre los consumidores.

GRÁFICO 12. ¿Con quién visita este tipo de restaurante?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 13. ¿Cuánto es su gasto mínimo por persona en un restaurante de primera categoría?



Fuente: Elaboración propia

2.1.9 Porcentaje de ocupación prevista

Para el cálculo de porcentaje de ocupación prevista del restaurante Cacao Food, se tomó como dato referencial el porcentaje de ocupación de la competencia, calculado con los datos de afluencia de consumidores y capacidad de los restaurantes, que se obtuvieron en las entrevistas realizadas a la competencia y con el catastro turístico de Guayaquil. Los datos fueron los siguientes:

Afluencia de consumidores

Restaurante Lo Nuestro: sus consumidores oscilan de lunes a jueves entre 45 y 60 al día, y de viernes a domingo entre 120 y 150.

Restaurante Red Crab: de lunes a jueves la demanda oscila en 50 personas por día y de viernes a domingo en 100.

Restaurante Tijuana: 30 personas por día de lunes a jueves aproximadamente y 60 de viernes a domingo.

Restaurante El Chalán: Aproximadamente 6 personas al día de lunes a jueves y entre 15 y 20 de viernes a domingo.

Restaurante Cocolón: de lunes a jueves llegan al día aproximadamente 120 personas y de viernes a domingo 150 personas.

Capacidad de los restaurantes

Restaurante Lo Nuestro: tiene una capacidad para 88 personas.

Restaurante Red Crab: tiene una capacidad para 120 personas.

Restaurante Tijuana: tiene una capacidad para 100 personas.

Restaurante El Chalán: tiene una capacidad para 72 personas.

Restaurante Cocolón: tiene una capacidad para 112 personas.

Con estos datos de los 5 restaurantes entrevistados, se sacó una media de todos los resultados para obtener un sólo valor aproximado del porcentaje de ocupación de la competencia, siendo la afluencia de consumidores de lunes a jueves de 52 personas, y de viernes a domingos de 93 personas, con una capacidad para 99 personas. Dando como porcentaje de ocupación de la competencia, lo siguiente: un 53% de ocupación de lunes a jueves, y un 94% de ocupación de viernes a domingos, aproximadamente.

Haciendo referencia al porcentaje de ocupación de la competencia y debido a que el restaurante Cacao Food será nuevo en el mercado, no se espera tener el mismo porcentaje de ocupación que tiene la competencia, porque a diferencia de Cacao Food, la competencia ya se encuentra posicionada en el mercado, por esta razón Cacao Food, estima tener sólo la mitad del porcentaje de ocupación de la competencia, como un valor aproximado para su porcentaje de ocupación prevista,

obteniendo un 26% de ocupación de lunes a jueves, y un 47% de ocupación de viernes a domingos, aproximadamente.

2.2 Análisis de la oferta sustitutiva y complementaria

2.2.1 Oferta sustitutiva

En base al catastro turístico de Guayaquil, se analizó los restaurantes de primera categoría que tienen características de servicio similares o alguna temática, pero con productos diferentes, y que pueden llegar a sustituirnos y abarcar parte de nuestro mercado. En total son 7 establecimientos que son: Restaurante Lo Nuestro, Red Crab, Tijuana, Cocolón, La Casa Di Carlo, Puerto Moro, El Chalán.

2.2.2 Oferta complementaria

Dentro de nuestra oferta complementaria consideramos a los locales que se encuentran a nuestro alrededor y que pueden ofrecer servicios y productos distintos a lo que nosotros ofertamos, pero que darían un valor agregado al negocio ya que de alguna manera se fusionan o son parte indirecta de la oferta del sitio donde

estamos ubicados, tales como bares, discotecas, museos, y demás lugares de interés turísticos dentro de la urbe guayaquileña.

2.3 Análisis de la competencia

2.3.1 Competidores actuales y potenciales

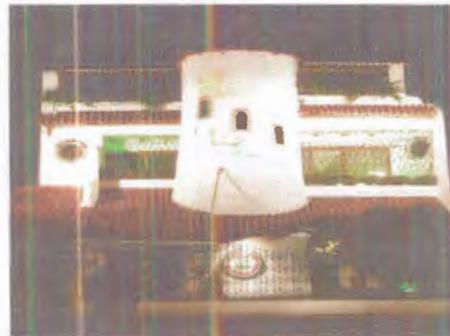
Luego de un estudio exhaustivo al catastro turístico de Guayaquil y a los restaurantes de primera categoría, se llegó a la conclusión de que a pesar de haber restaurantes con temática como el restaurante Cocolón, Tijuana y Red Crab, no tenemos competidores actuales debido a que ningún otro restaurante ha implementado el tema que Cacao Food ofrecerá.

2.3.2 Características físicas

A continuación se detalla el nombre, dirección, características y foto de la oferta sustitutiva en torno al proyecto.

TABLA II. Características físicas de la competencia

NOMBRE	DIRECCIÓN	CARACTERÍSTICAS	FOTO
RESTAURANTE TIJUANA MEXICAN FOOD	Avenida Víctor Emilio Estrada 1006 y Llanes	En este restaurante se puede disfrutar de comida mexicana y el lugar tiene un ambiente mexicano.	 <p data-bbox="1019 835 1468 919">Fuente: https://twitter.com/Rest_Tijuana/media Fecha consulta: 20/junio/2015</p>
RED CRAB RESTAURANTE	Ubicado en la avenida Víctor Emilio Estrada 1205 y Laureles.	Ideal para el disfrute de cangrejos y mariscos, en un ambiente agradable.	 <p data-bbox="1019 1239 1468 1367">Fuente: http://www.redcrab.com.ec/ubicacion.php Fecha consulta: 20/junio/2015</p>
RESTAURANTE COCOLÓN	*Pedro Carbo #531 - 533 y Nueve de Octubre *Cdl. Kennedy Norte - av. Fco. De Orellana, solar #5, mz. 105 - c.c. Plaza Orellana, local #18	El restaurante Cocolón se caracteriza por ofrecer la mejor comida típica ecuatoriana, con un excelente servicio de calidad, en un ambiente que combina lo tradicional con lo moderno.	 <p data-bbox="1019 1734 1468 1801">Fuente: http://www.cocolon.com.ec/ Fecha consulta: 20/junio/2015</p>

<p>RESTAURANTE ANTE LO NUESTRO</p>	<p>Victor Emilio Estrada 903 e higueras</p>	<p>El restaurante Lo Nuestro brinda un ambiente lleno de tradiciones, historia y costumbres culinarias de nuestro país. Se caracteriza por poseer una selecta variedad de mariscos y comida típica, ofreciendo lo mejor de nuestra gastronomía típica ecuatoriana desde el año 1993.</p>	 <p>Fuente: http://lonuestro.com.ec/ Fecha consulta: 20/junio/2015</p>
<p>RESTAURANTE EL CHALÁN</p>	<p>Victor Emilio estrada 1232 y Costanera</p>	<p>Ofrece cocina peruana e internacional</p>	 <p>Fuente: http://www.restaurantelchalan.com/index.php/ubicacion Fecha consulta: 20/junio/2015</p>
<p>RISTORANTE ITALIANO LA CASA DI CARLO</p>	<p>Cdla. Guayaquil, calle 1era entre Mz. 19 villa 9</p>	<p>El ristorante italiano La Casa Di Carlo abrió sus puertas en el año 1997, ofreciendo en su menú lo mejor de la comida italiana y mediterránea, destacándose además por su excelencia en la gastronomía y servicio.</p>	 <p>Fuente: http://www.lacasadicarlo.com/GALERIA.htm Fecha consulta: 20/junio/2015</p>



RESTAURANTE ANTE PUERTO MORO

*Cdla. Urdesa Central - Circunvalación Sur #320 y diagonal

El restaurante Puerto Moro se caracteriza por ofrecer diferentes variedades de mariscos, carnes nacionales e importadas, con sus tradicionales moritos, además de ofrecer una variedad de comida típica ecuatoriana.



Fuente: <http://www.puertomoro.com/>
Fecha consulta: 20/junio/2015

Fuente: Elaboración propia

2.3.3 Comparación con la competencia

A diferencia de la competencia que ya está establecida en el mercado, con su demanda y reconocimiento, el restaurante Cacao-Food es un negocio nuevo que recién empezará a promocionarse en el mercado, pero en la actualidad será el único restaurante que ofrecerá platos de sal que incluyan al cacao en sus preparaciones, ya que ningún otro restaurante en la ciudad de Guayaquil ha ofrecido esto.

2.3.4 Ventajas competitivas

Las ventajas competitivas son las siguientes:

- Estará en una buena ubicación, que cuenta con una excelente vista al Malecón y Las Peñas, además de tener facilidad de acceso al lugar.
- Será el único restaurante con temática del cacao, que incluirá al cacao como ingrediente en sus platos de sal.

2.4 Datos generales de operación

2.4.1 Determinación de las oportunidades cuantitativas del mercado

En base a los estudios previos se determina lo siguiente:

✓ Demanda actual: 372,016

✓ Oferta Actual:

Número de restaurantes de primera categoría: 16

Plazas promedio por establecimiento: 98

Duración del consumo por persona: 1 hora

Horarios de atención promedio de los restaurantes: 8 horas

Total oferta actual: 1,568

Total plazas ofertadas al año: $1,568(\text{total oferta actual}) * 8(\text{personas}) * 365(\text{días}) = 4'578,560$.

2.4.2 Cobertura cuantitativa del mercado (oferta vs. demanda)

Cruce de las brechas de oferta:

372,016	demanda actual/año
—	
<u>4'578,560</u>	plazas ofertadas al año
-4'206,544	plazas sin consumir al año.

Claramente existe una sobre oferta de servicios de restauración en comparación a la demanda existente, por lo que 4'206,544 es el número de plazas al año que no alcanzan a ser cubiertas por la demanda actual.

2.4.3 Análisis FODA

El análisis FODA del negocio es el siguiente:

Fortalezas

- Equipo y tecnología de primera.
- Precios competitivos.
- La ubicación es estratégica ya que se encuentra en un sector turístico.
- Constante mejoría en el servicio.

Oportunidades

- Hay gran cantidad de eventos y actividades en la zona y sus alrededores, generando gran concurrencia de personas.
- Crecimiento del turismo gastronómico.
- Apoyo gubernamental en la promoción y desarrollo turístico del país.

Debilidades

- Escasa experiencia.
- Poco reconocimiento en el mercado por ser un nuevo establecimiento.

- Limitada capacidad de modificación en la fachada por ser un edificio patrimonial.

Amenazas

- Inseguridad social.
- Conflictos políticos.

2.5 Estrategias de promoción y comercialización

Nuestros medios de promoción serán los siguientes:

- ✓ Hacer la gestión para estar en un stand de la feria “Guayaquil Gastronómico”, donde se obsequiarán muestras.
- ✓ Promocionarnos por medio de redes sociales (facebook, twitter e instagram), teniendo aquí toda la información necesaria para que las personas conozcan lo que ofrece el restaurante. Además de volantes, anuncios y tarjetas de presentación.
- ✓ Se invitará al restaurante a representantes de operadoras turísticas, donde se les ofrecerán muestras gratis, con el fin de incentivarlos a elegir a Cacao – Food para llevar a sus turistas.

- ✓ Cada año se sacará un plato nuevo para atraer la atención de los consumidores.
- ✓ Otra de las estrategias de marketing que vamos a implementar, es la estrategia de precio, en la cual vamos a ofrecer en primera instancia, precios que sean inferiores a los de la competencia, con la finalidad de lograr una rápida acogida en el mercado.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Ubicación (aspectos positivos y negativos)

El local se encuentra ubicado en el campus Espol “Las Peñas”, que ahora es un edificio patrimonial de la ciudad de Guayaquil, al final de la calle Malecón Simón Bolívar, antes de girar hacia el túnel del Cerro Santa Ana. Actualmente este local está siendo administrado por la Asociación de profesores de Espol (Apepol).

MAPA I. Ubicación del local



Fuente: Google Maps

Aspectos positivos

- Cercanía a lugares comerciales con movimiento social durante el día y la noche.
- El lugar cuenta con todos los servicios públicos
- Vías en buen estado.
- Facilidad de acceso.
- Visita masiva en los alrededores.
- Es un edificio patrimonial, que forma parte de la guía turística “Guayaquil es mi destino para conocer su patrimonio”.

Aspectos negativos

- Sobre - oferta de establecimientos de alimentos y bebidas.
- Inseguridad en el sector.
- Debido a que está dentro de un edificio patrimonial, no se puede transformar la fachada.

3.2 Descripción del producto

Cacao-Food será un restaurante temático que hace alusión al cacao ecuatoriano (producto estrella del Ecuador), tanto en aspecto visual del restaurante como en la elaboración de sus platos, en el cual se ofrecerán platos a la carta elaborados con este exótico ingrediente, ícono de nuestro país. Hoy en día el cacao es muy apetecido, especialmente por aquellos comensales que buscan experiencias culinarias únicas. Además todos los fines de semana habrá música en vivo en el restaurante. Una de las paredes tendrá forma de tableta de chocolate, los colores de las paredes del restaurante serán café y marfil, queriendo asemejar los colores del cacao, estas paredes además estarán decoradas con cuadros sobre el cacao.

- ✓ La atención será durante los doce meses del año, es decir 365 días del año.

- ✓ El horario de atención será de lunes a jueves de 12:00pm a 8:00pm y de viernes a domingo de 12:00pm a 12:00pm.
- ✓ Duración del consumo mínimo promedio por persona sería de 1 hora.
- ✓ Habrá 111 sillas en el establecimiento, incluidas las ubicadas en el bar.
- ✓ De lunes a jueves, 8 personas usarían una sola silla al día.
- ✓ De viernes a domingo, 12 personas usarían una sola silla al día.

Es decir de lunes a jueves:

$$8 \text{ (pax/silla al día)} * 111 \text{ (sillas)} = 888 \text{ (pax al día)}$$

$$888 * 365 \text{ (días/año)} = 324,120 \text{ plazas ofertadas.}$$

De viernes a domingo:

$$12 \text{ (pax/silla al día)} * 111 \text{ (sillas)} = 1,332 \text{ (pax al día)}$$

$$1,332 * 365 \text{ (días/año)} = 486,180 \text{ plazas ofertadas.}$$

En conclusión, sumando ambos resultados:

$$324,120 + 486,180 = 810,300 \text{ plazas ofertadas al año por Cacao – Food.}$$

A continuación se detallará brevemente los platos que se ofrecerán en la carta, los precios fueron escogidos en base a la competencia y a las preferencias de la demanda vistas en la tabulación de las encuestas.

TABLA III. Descripción de productos

Restaurante Cacao-Food	Descripción	Precios
<i>Rollitos de pollo con salsa de chocolate</i>	Deliciosos rollitos de pollo, con relleno de mozzarella, mermelada de tomate y frutos frescos, acompañados de una exquisita salsa de chocolate negro.	\$ 9,79



Fuente: <https://cookpad.com/ec/recetas/220629-rollitos-de-pollo-con-salsa-de-chocolate?ref=search>

Fecha consulta 25/junio/2015

Croquetas de pollo en aceite de cacao

Croquetas de pollo empanizadas y fritas en aceite de cacao, \$ 9,50 y acompañadas con mayonesa de cacao al gusto.



Fuente: <http://www.foxplay.com/co/lifestyle/recipes/14896-crocantes-de-pollo>

Fecha consulta 25/junio/2015

Tamal de cacao con almíbar de mango Delicado tamal hecho a base de cacao puro, relleno con salsa de mora, bañado con almíbar de mango. \$ 5,17



Fuente: <http://cocinaecuador.com/web/tamal-de-cacao-relleno-de-mora-con-almibar-de-mango/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Filete en salsa de chocolate y romero Jugoso filete de res, acompañado de papas y champiñones salteados en manteca de cacao, con salsa de chocolate amargo y romero \$ 14,55



Fuente: <http://www.lienzoculinario.com/2010/05/receta-filete-en-salsa-de-chocolate-y.html#.VW2axvCbLcw>
Fecha consulta 25/junio/2015

Costillas de cerdo caramelizadas al chocolate Deliciosas costillas de cerdo horneadas en una exótica salsa de chocolate negro y miel de romero. \$ 15,75



Fuente: <http://www.directoalpaladar.com/recetas-de-carnes-y-aves/costillas-de-cerdo-caramelizadas-al-chocolate-receta>
Fecha consulta 25/junio/2015

Langostinos al mojo de ajo y cacao Langostinos gratinados al ajo, servidas sobre nuestra exquisita salsa de chocolate, acompañadas de papas salteadas en aceite de cacao. \$ 19,05



Fuente: <http://www.foxplay.com/ni/lifestyle/recipes/14956-langostas-al-mojo-de-ajo-y-cacao>
Fecha consulta 25/junio/2015

Batido de coco y cacao Riquísimo batido de coco y cacao, con una inmensa bola de chocolate y un rocío de coco rallado y cacao en polvo. \$ 4,80



Fuente: <http://batido-de-coco-y-cacao.recetascomidas.com/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Smoothie de cacao de Delicioso batido de leche con pasta de cacao puro, con crema chantilly. \$ 5,40



Fuente: <http://batido-de-cacao.recetascomidas.com/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Whoopies de cacao y vainilla de Deliciosos bizcochitos de cacao y vainilla. \$ 6,49



Fuente: <http://whoopies-de-cacao-y-vainilla.recetascomidas.com/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Crema de Cacao Una suave y riquísima crema de cacao con avellanas casera. \$ 2,93



Fuente: <http://crema-de-cacao.recetascomidas.com/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Bizcocho de cacao Pastel de cacao en polvo con un ligero toque de canela. \$ 4,29
Queda muy bien si se lo acompaña con la crema de cacao



Fuente: <http://bizcocho-de-cacao-en-polvo.recetascomidas.com/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Yapingacho en cacao Típico plato nacional, con las siguientes variaciones: chorizo \$ 9,24
frito en aceite de cacao y papa bañada en dos salsas: la salsa tradicional de maní, más mayonesa de cacao.



Fuente: <https://ecuatorianosenelmundo.wordpress.com/ecuador-y-su-historia/gastronomia/189-2/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Vinos

El chocolate y el vino hacen una muy buena combinación, \$ 3,50 que todavía algunos no se atreven a probar. Tenemos 3 tipos de vinos con chocolate, entre ellos el Fabre Reserva Malbec, con chocolate con leche; el Saurus Pinot Tardío, con chocolate blanco; el Infinitus Barrel Selection Cabernet Suvignon.



Fuente: <http://www.winereport.com.ar/2013/03/27/vino-y-chocolate-una-combinacion-ideal-para-estas-pascuas/>
Fecha consulta 25/junio/2015

Jugos

Variedad de jugos naturales.

\$ 1,25



Fuente: <http://jugosnaturales.leoadame8.com/?hop=mazaldo>
Fecha consulta 25/junio/2015

Agua

\$ 1,00



Fuente: <http://yuliethmarketing.com/confiter%C3%ACa-y-bebidas/aguas>
 Fecha consulta 25/junio/2015

Gaseosas

\$ 1,20



Fuente: <http://restaurantes.pappas.pe/restaurante/lima/bebidas-el-polo/>
 Fecha consulta 25/junio/2015

Té Caliente-Frío

\$ 1,20



Fuente: <http://azafrazafrina.blogspot.com/2012/06/te-de-zafraan-caliente-o-frio.html>
 Fecha consulta 25/junio/2015

Café

\$1,50



Fuente: <http://www.tacanep.com/la-taza-perfecta>

Fecha consulta 25/junio/2015

Fuente: Elaboración propia

3.3 Programa arquitectónico y equipamiento

3.3.1 Programa arquitectónico

El programa arquitectónico se obtuvo gracias al aporte de Tatiana Torres Zhunio, estudiante de Arquitectura en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, quien hizo las debidas mediciones del lugar donde estaría ubicado el restaurante.

TABLA IV. Programa arquitectónico

PROGRAMA ARQUITECTÓNICO									
ESPACIO			USUARIOS		MOBILIARIO			DIMENSIÓN(m)	ÁREA(m ²)
NOMBRE	TIPO		TIPO	CANTIDAD(U)	NOMBRE	CANTIDAD(U)	MEDIDAS		
	PÚBLICO	PRIVADO							
Cocina		X	Chef, Segundo Chef, Ayudante de Cocina, Marmitón.	4	Cocina Industrial	1	1,5mx1,5m	5,2mx7,4m	38,48m ²
					Extractor	1			
					Congelador	2	0,75mx1,47m		
					Refrigerador	2	1,2mx0,63m		
					Mesa	1	1,6mx0,8		
					Microondas	2			
					Asador	1	1,2mx 0,56m		
					Freidora	1	0,8mx0,6m		
					Licudadora	1			
					Repisa	1	0,6mx3m		
Recibo	X		Recepcionista, Clientes	6	Muebles de Madera	4	0,6mx0,5m	5,79mx5,87m	34m ²
					Mesa	1	0,5mx0,5m		
SS.HH Chef		X	Personal de Cocina	1	Inodoro	1	0,65mx0,40mx0,7m	1,25mx2m	3,6m ²
					Lavabo	1	1mx0,60mx0,90m		
					Bidet	1	0,5mx0,4mx0,7m		
SS.HH Mujeres	X		Clientes	4	Inodoro	3	0,65mx0,40mx0,7m	2,66mx4,73m	12,6m ²
					Lavabo	3	1mx0,60mx0,90m		
AA.HH Hombres	X		Clientes	4	Inodoro	1	0,65mx0,40mx0,7m	2mx4,73m	9,6m ²
					Lavabo	3	1mx0,60mx0,90m		
					Bidet	2	0,5mx0,4mx0,7m		
Bar		X	Cajero, bartman, Clientes	7	Asientos para clientes, Cafetera, Microondas			3,5mx6,85m	9,3m ²
Comedor	X		Clientes	106	Mesas de 6	6	2,1mx2,1m	10,10mx23,86m	241m ²
					Mesas de 4	11	1,7mx1,7m		
					Mesas de 2	5	1,25m*0,75m		
					Mesas de 8 personas	2	2,7mx2m		
Hall								5,17mx3,21m	16,6m ²
Salida de Alimentos								1,5mx5,12m	7,68m ²

Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

3.3.2 Dimensionamiento y capacidad

El local tiene una dimensión de 36.87 metros de largo y 10.42 metros de ancho, con un total de 384.19m².

Los baños miden 5.60m x 4.73m.

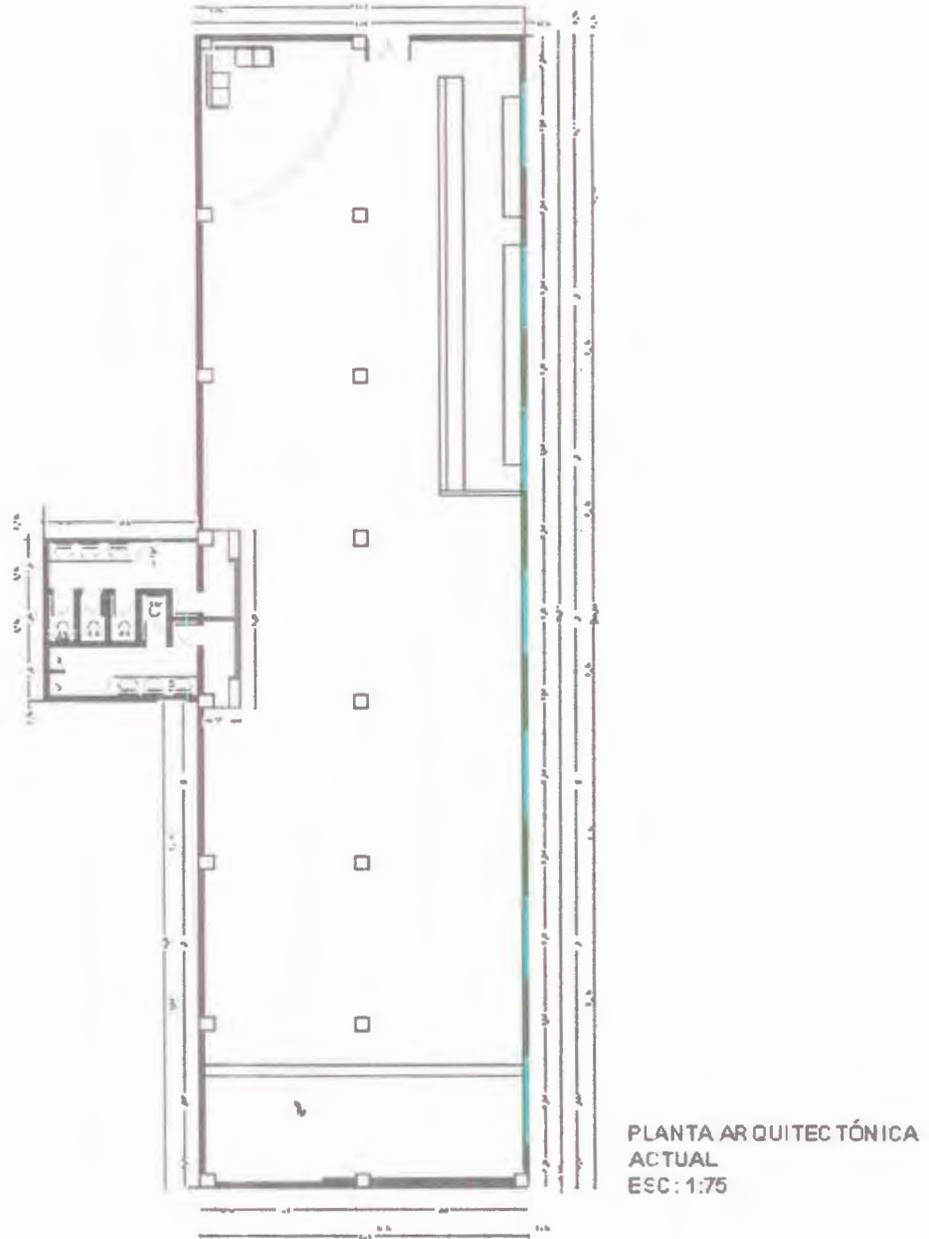
El local contará con 2 mesas para ocho personas, 6 mesas para seis personas, 11 mesas para cuatro personas, 5 mesas para dos personas y la barra del bar para 5 comensales. Que es un total de 111 plazas.

3.3.3 Diseño

El diseño también estuvo a cargo de Tatiana Torres Zhunio.

El siguiente plano es de cómo se encuentra actualmente el local:

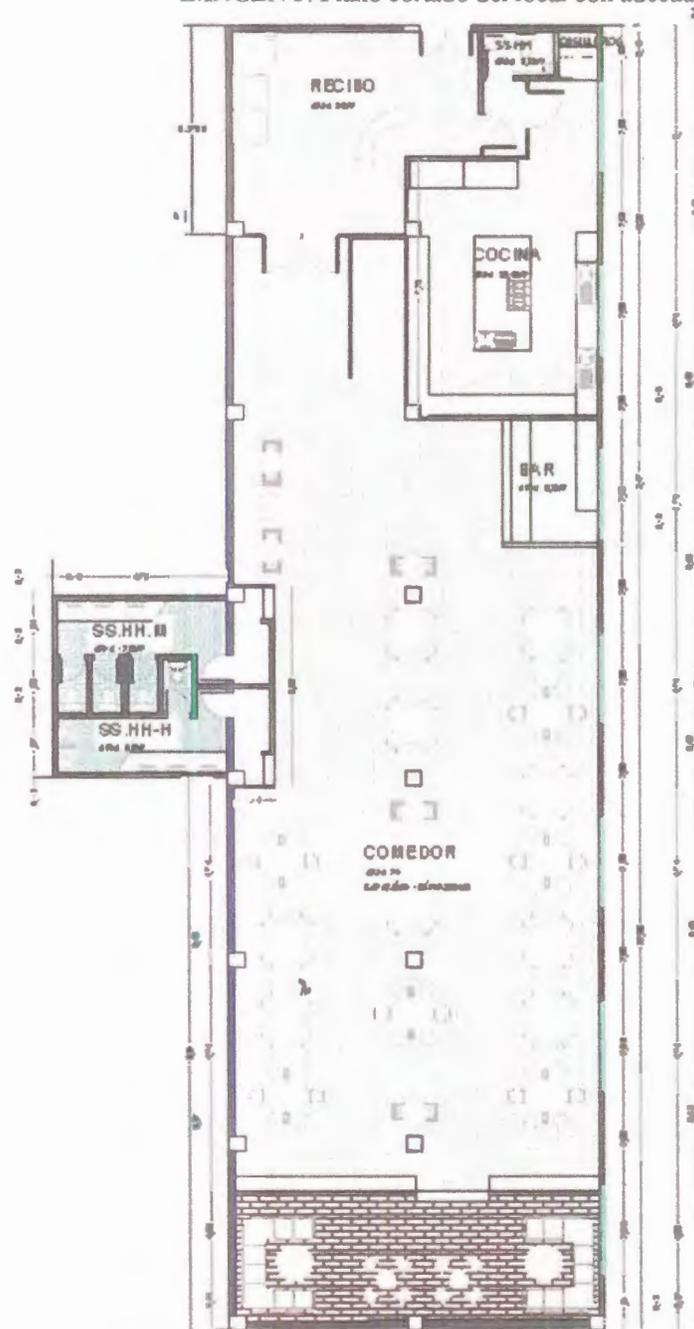
IMAGEN 2. Plano cortado del local sin adecuaciones



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

A continuación se muestra el diseño que se propone para el restaurante Cacao – Food, tanto el plano cortado como el diseño 3d.

IMAGEN 3. Plano cortado del local con adecuaciones



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 4. Diseño del restaurante en 3D-1



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 5. Diseño del restaurante en 3D-2



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 6. Diseño del restaurante en 3D-3



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 7. Diseño del restaurante en 3D-4



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 8. Diseño del restaurante en 3D-5



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 9. Diseño del restaurante en 3D-6



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 10. Diseño del restaurante en 3D-7



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 11. Diseño del restaurante en 3D-8



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 12. Diseño del restaurante en 3D-9



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

IMAGEN 13. Diseño del restaurante en 3D-10



Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

3.3.4 Costeo de obra

El costeo de la obra fue elaborado por Tatiana Torres, estudiante de arquitectura en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

TABLA V. Costeo de obra

ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
1	TRABAJOS PRELIMINARES				
1	Desarmado de encofrados y armaduras	GL	1,00	912,00	912,00
2	Demolición de estructura de hormigón	GL	1,00	148,00	148,00
3	Apertura canaletas s/medianeras p/estructura	GL	1,00	380,00	380,00
4	Retiro de escombros	GL	1,00	1.142,00	1.142,00
5	Cartel de Obra	GL	1,00	1.051,38	1.051,38
6	Losas cerámicas	M2	5,00	120,61	603,05
7	Mampostería de LC esp 0,30	M3	2,00	150,00	300,00
8	Interior aplicado de yeso incl. Aristas	M2	2,00	124,00	248,00
9	Accesorios p/baños	Nº	3,00	41,00	123,00

10	Accesorios p/toilette	Nº	2,00	22,00	44,00
11	Accesorios p/cocina	Nº	2,00	8,00	16,00
12	Conductos de ventilación	Nº	5,00	70,00	350,00
13	Rejillas de ventilación	Nº	3,00	35,00	105,00
14	Bocas de electricidad	Nº	8,00	89,55	716,40
15	Bocas de iluminación de emergencia	Nº	2,00	79,09	158,18
16	Equipo de luz de emergencia	GL	1,00	297,50	297,50
17	Medidores de electricidad	Nº	1,00	285,00	285,00
18	Instalación de 3 picos por UF s/artef	Nº	1,00	363,40	363,40
19	Cocinas	Nº	1,00	402,00	402,00
20	Medidores de gas	Nº	1,00	120,00	120,00
21	Cañerías de agua fría y caliente	VIV	1,00	709,40	709,40
22	Colectores	U	1,00	500,00	500,00
23	Desagües cloacales y pluviales	U	1,00	707,50	707,50
24	Artefactos	U	1,00	344,69	344,69
25	Griferías	U	1,00	220,00	220,00
26	Toilettes	U	1,00	527,82	527,82
27	Matafuego de polvo químico 5 kg	Nº	1,00	65,00	65,00
28	Pintura Reveal en muros exteriores nuevos	M2	1,00	68,60	68,60
29	Látex en muros interiores	M2	2,00	260,00	520,00
30	Látex en cielorrasos	M2	2,00	131,53	263,06
31	Limpieza periódica y final de obra	MES	3,00	228,00	684,00
SUBTOTAL					12.374,98
IVA			%	10,50	1.299,37
TOTAL					13.674,35

Fuente: Elaborado por Tatiana Torres

3.3.5 Calendario de inversión de activos fijos

Los activos fijos que necesitará la empresa para su posterior funcionamiento son los siguientes:

TABLA VI. Calendario de inversión de activos fijos

Activos Fijos	Tiempo de depreciación	Mes 1 Antes de apertura
Área de recepción:		
Escritorio	10 años	\$ 240,00
Mueble	10 años	\$ 400,00
Teléfono	10 años	\$ 86,74
Silla Ejecutiva	10 años	\$ 80,00
Computadora	3 años	\$ 900,00
Área del comedor:		
Mesas	10 años	\$ 4.357,00
Sillas	10 años	\$ 5.550,00
Manteles	5 años	\$ 1.000,00
Lámparas	5 años	\$ 1.000,00
Equipos de música	10 años	\$ 1.500,00
Muebles	10 años	\$ 2.500,00
Área de la cocina:		
Cristalería (vasos, copas)	5 años	\$ 1.292,21
Vajilla	3 años	\$ 1.080,80
Cubiertos	3 años	\$ 522,88
Utensilios de cocina	3 años	\$ 632,60
Licuadora	5 años	\$ 52,09
Microondas	5 años	\$ 198,97
Batidora	5 años	\$ 43,33
Cafetera	5 años	\$ 65,10
Horno	10 años	\$ 600,00
Cocina Industrial	10 años	\$ 1.750,00
Extractor	10 años	\$ 255,27
Freidora	10 años	\$ 990,00
Parrillas	10 años	\$ 900,00
Refrigeradora	10 años	\$ 842,49
Congelador	10 años	\$ 787,30
Otros:		
Utensilios de limpieza y mantenimiento	1 año	\$ 75,12
Materiales de higiene	1 año	\$ 347,97
Extintores	1 año	\$ 175,00
Botiquín	1 año	\$ 20,00
Caja registradora	6 años	\$ 200,00
Decoración	3 años	\$ 4.650,00
Terreno	No se deprecia	
TOTAL		\$ 33.094,87

Fuente: Elaboración propia

3.4 Procesos

3.4.1 Mapa de procesos

El mapa de procesos de la empresa es el siguiente:

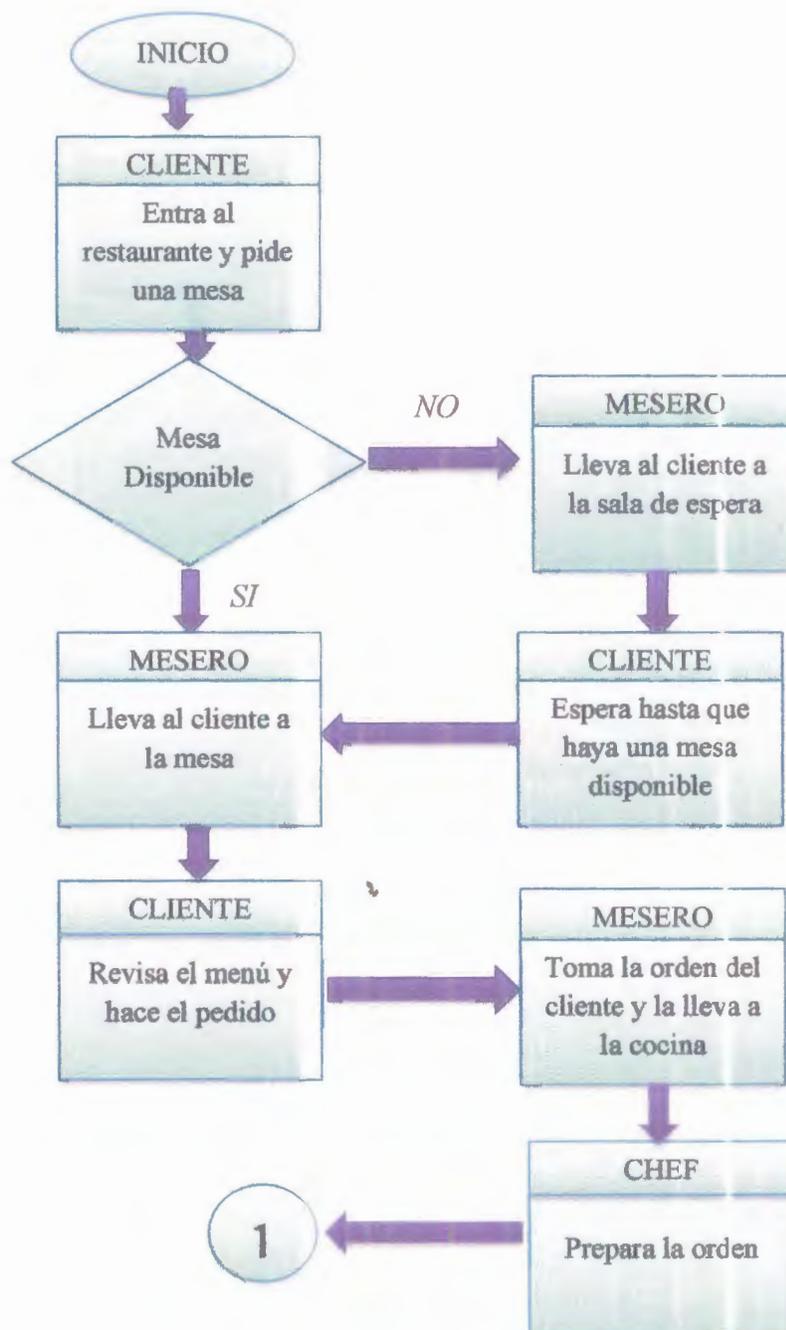


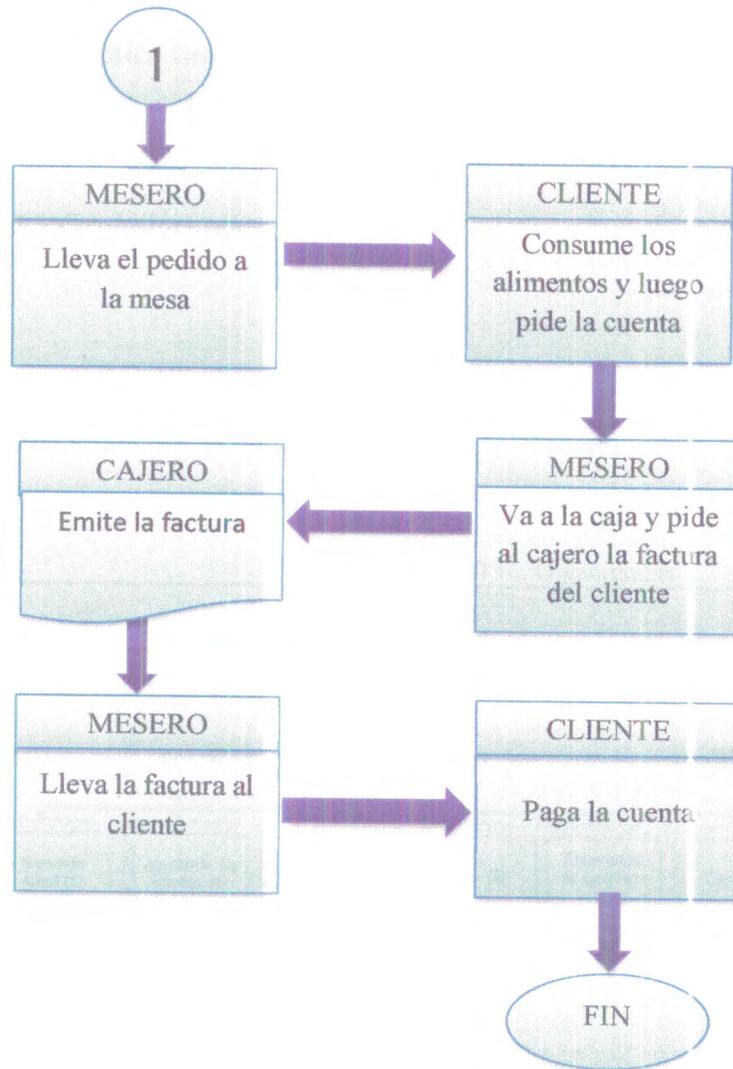
Fuente: Elaboración propia

3.4.2 Flujograma

A continuación se detalla el Flujograma con el que contará la empresa:

GRÁFICO 15. Flujograma





Fuente: Elaboración propia

3.5 Orgánico funcional

3.5.1 Organigrama

La estructura organizacional con la que contará la empresa, estará conformada por los siguientes puestos de trabajo:



3.5.2 Inventario de puestos de trabajo

El personal de trabajo con el que iniciará Cacao-Food es el siguiente:

TABLA VII. Inventario de puestos de trabajo

Puesto	Nº personas	Sueldo base	Salario total mensual
Gerente General	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Chef	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Maître o Capitán	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Segundo Chef	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Ayudante de cocina	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Marmitón	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Mesero	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00
Encargado de Limpieza	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Cajero	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Bartender	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Músicos	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Guardia de seguridad	1	\$ 450,00	\$ 450,00
TOTAL			\$ 10.150,00

↳ Fuente: Elaboración propia

3.5.3 Descripción de funciones y perfiles

Los requerimientos que deberá cumplir el personal de trabajo para su posterior contratación es el siguiente:

TABLA VIII. Descripción de funciones y perfil del Gerente General

<p>GERENTE GENERAL ROL DEL PUESTO: Administrativo -FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y supervisar el buen funcionamiento del restaurante en general. • Elabora planes, presupuestos, reportes y sistemas de control. • Establecer la planificación de ventas. • Elaborar estrategias y planes operativos, funciones financieras, comerciales y de talento humano. • Supervisa el cierre de caja y las ventas diarias. • Efectúa análisis de costos. • Investiga satisfacción del cliente sobre productos y servicios. • Desarrolla acciones motivadoras para su equipo. • Verificar que el personal de trabajo cumpla con sus funciones. • Toma decisiones en base a información real y garantizada. • Sanciona al personal de trabajo si el caso lo amerita y vela por la seguridad y bienestar del mismo. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título universitario en áreas de administración, economía y finanzas. • Dominio del idioma inglés. • Experiencia entre 3 y 5 años. • Debe orientarse al orden, calidad, iniciativa, compromiso con la organización, capacidades analíticas, dotes de líder, dirección de personas y trabajo en equipo.
--

Fuente: Elaboración propia

TABLA IX. Descripción de funciones y perfil del Chef

<p>CHEF -FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirige la cocina y se responsabiliza del buen funcionamiento del servicio. • Cuida que los platos elaborados cumplan con el recetario. • Distribución del trabajo en la cocina. • Supervisa la higiene, instalación, y grado de rendimiento del personal de cocina. • Propone al gerente: ascensos, ampliación o reducción del personal, gratificaciones, etc. • Realiza la lista de compras.
--

- Cuida de la administración de los gastos generales de la cocina.
- Supervisa el mantenimiento de los implementos de cocina.

-PERFIL

- Título de Chef o Licenciado en Turismo o Técnico en Hotelería, con especialidad en cocina o alimentos y bebidas.
- Conocimiento del idioma inglés en un 60% como mínimo.
- Experiencia en el área 5 años.
- Experiencia en el puesto 3 años.
- Conocimientos en preparación de alta cocina, conservación de alimentos y costos.
- Actitudes: Amable, responsable, organizado, iniciativa honestidad y liderazgo.

Fuente: Elaboración propia

TABLA X. Descripción de funciones y perfil del Segundo Chef

SEGUNDO CHEF

-FUNCIONES

- Supervisa la llegada de mercadería.
- Propone al jefe de cocina la reposición de alimentos consumidos.
- Despieza carne y pescado tratando de conseguir el máximo rendimiento.
- Refuerza la jornada más recargada.
- Anuncia o transmite con voz clara y alta el contenido de las comandas.

-PERFIL

- Licenciatura en Gastronomía.
- Experiencia: 2 años en adelante.
- Conocimientos: Técnicas culinarias avanzadas, manejo de servicio en línea caliente y cocina fría en restaurantes.
- Habilidades: manejo correcto y conocimiento de la materia prima, servicio al cliente, trabajar bajo presión.

Fuente: Elaboración propia

TABLA XI. Descripción de funciones y perfil del Auxiliar de Cocina

<p>AUXILIAR DE COCINA</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparar fogones, planchas, etc. • Cuidar el orden y limpieza de los utensilios. • Despejar las mesas de trabajo. • Facilitar la labor del chef. • Guardar alimentos crudos o cocinados en sus respectivos lugares. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria, Licenciado en Turismo o Técnico en Hotelería, con especialidad en cocina o alimentos y bebidas. • Experiencia: 2 años en adelante como cocinero. • Conocimientos: técnicas culinarias de cocina caliente y fría, diferentes cocciones, manejo de diferentes carnes, etc. • Habilidades: manejo y conocimiento adecuado en materia prima.

Fuente: Elaboración propia

TABLA XII. Descripción de funciones y perfil del Marmitón

<p>MARMITÓN</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la limpieza general de la cocina: vajillas, cubiertos, electrodomésticos, etc. • Responsable de la conservación y orden de los insumos de cocina en general. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria. • Experiencia: No necesaria. • Habilidades: Activo, honesto.
--

Fuente: Elaboración propia

TABLA XIII. Descripción de funciones y perfil de Maître o Capitán

<p>MAÎTRE O CAPITÁN</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibe al cliente, lo acompaña a la mesa, da sugerencias, toma la orden, entrega el pedido al mesero y supervisa que sea surtida la cocina o bar a la mayor brevedad posible, recibe y despide amablemente al cliente. • Soluciona quejas y las reporta. • Revisa las dotaciones en salsas y suministros generales • Capacita al personal a su cargo. • Auxilia a los meseros cuando es necesario. • Es responsable de la toma de órdenes. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria. • Experiencia: Mínima de 2 años. • Imagen: Excelente presentación, facilidad de palabra y organización.

Fuente: Elaboración propia

TABLA XIV. Descripción de funciones y perfil del Mesero

<p>MESERO</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el uso del material y equipo del restaurante. • Limpieza y montaje de mesas. • Ayuda a organizar a los clientes en las mesas. • Conoce el manejo adecuado de la cristalería. • Conoce los ingredientes y la elaboración de los platos y bebidas. • Sugiere al cliente platos y bebidas de la carta. • Presenta al cliente la lista de vinos y lo ayuda en su elección. • Conoce las formas de abrir y servir los vinos. • Sirve los platos y bebidas a la mesas. • Solicita las cuentas al cajero, y las presenta al cliente, paga al cajero la cuenta y despide al cliente. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria • Conocimiento del idioma inglés en un 50% como mínimo. • Experiencia: Mínima de 6 meses. • Buena presencia, responsable, dinámico, iniciativa, trabajo en equipo.
--

Fuente: Elaboración propia

TABLA XV. Descripción de funciones y perfil del Cajero

<p>CAJERO</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar con exactitud y claridad la entrada y salida de dinero. • Presentar informe de cuadre de caja diario. • Controlar que la caja tenga suficiente cambio. • Buena atención al cliente. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria • Conocimiento del idioma inglés en un 50% como mínimo. • Experiencia: Mínima de 6 meses. • Honesto, responsable, dinámico, iniciativa.

Fuente: Elaboración propia

TABLA XVI. Descripción de funciones y perfil del Encargado de Limpieza

<p>ENCARGADO DE LIMPIEZA</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arrojar la basura. • Limpieza en general del restaurante. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria. • Experiencia: No necesaria. • Aseado, responsable, dinámico.

Fuente: Elaboración propia

TABLA XVII. Descripción de funciones y perfil del Guardia de Seguridad

<p>GUARDIA DE SEGURIDAD</p> <p>-FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuidar de los bienes existentes dentro de la empresa. • Ofrecer seguridad a los clientes y al personal. • Mantener un trato amable y cordial con los clientes y el personal. • Mantener el control y el orden. • Conocer y aplicar los conocimientos para riesgos y emergencias. <p>-PERFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción: Mínima secundaria. • Experiencia: No necesaria. • Responsable, dinámico, iniciativa.
--

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.1 Presupuesto de inversiones

La siguiente tabla detalla los recursos necesarios para el monto de la inversión.

TABLA XVIII. Presupuesto de inversiones

Recurso	Monto
Arreglos local (costeo de obra)	\$ 13.674,35
Equipamiento	\$ 33.094,87
Servicios básicos	\$ 2.370,00
Sueldos de trabajadores	\$ 37.049,18
Alquiler	\$ 2.400,00
Publicidad	\$ 1.500,00
Constitución de la compañía	\$ 350,00
Permisos de funcionamiento	\$ 450,00
Certificado del Instituto de Propiedad intelectual	\$ 116,00
Costos de diseño plano arquitectónico	\$ 350,00
Total inversión	\$ 91.354,40

Fuente: Elaboración propia

4.2 Pronóstico de ingresos

Se realizó el pronóstico de ingresos a 10 años para cada plato, mediante un porcentaje de incremento anual para calcular las cantidades y con una inflación de 4,87% para el cálculo del precio, porcentaje tomado de la página del Banco Central. La tabla completa se encuentra en ANEXO AAA y ANEXO BBB (4).

TABLA XIX. Incremento anual e inflación

	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INCREMENTO ANUAL	10%	8%	6%	7%	5%	4%	3%	6%	7%
INFLACIÓN (Banco Central)	4,87%								

Fuente: Elaboración propia

4.3 Pronóstico de costos operacionales

4.3.1 Proyección de costos fijos y variables

Para la proyección de costos se usó la misma la tabla de incremento anual e inflación presentada en el punto concerniente al pronóstico de ingresos. En la proyección de costos fijos y variables se consideró nuevamente 10 años. La tabla completa se encuentra en ANEXO CCC y ANEXO DDD.

4.3.2 Detalle gastos de personal

En detalles de gastos de personal se enlistan los puestos y números de personas para desarrollar sus funciones en el negocio, se especifica también su respectivo sueldo, aportaciones y remuneraciones conforme a la ley. La tabla de este detalle se puede observar en el ANEXO EEE.

4.4 Análisis de la posición financiera esperada

4.4.1 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias muestra en un período de 10 años, que en los dos primeros años habrá pérdidas, pero en el tercero se tendrá beneficios, por lo que será posible pagar las utilidades a los empleados desde el año 3. El estado de pérdidas y ganancias se encuentra a detalle en el ANEXO FFF.

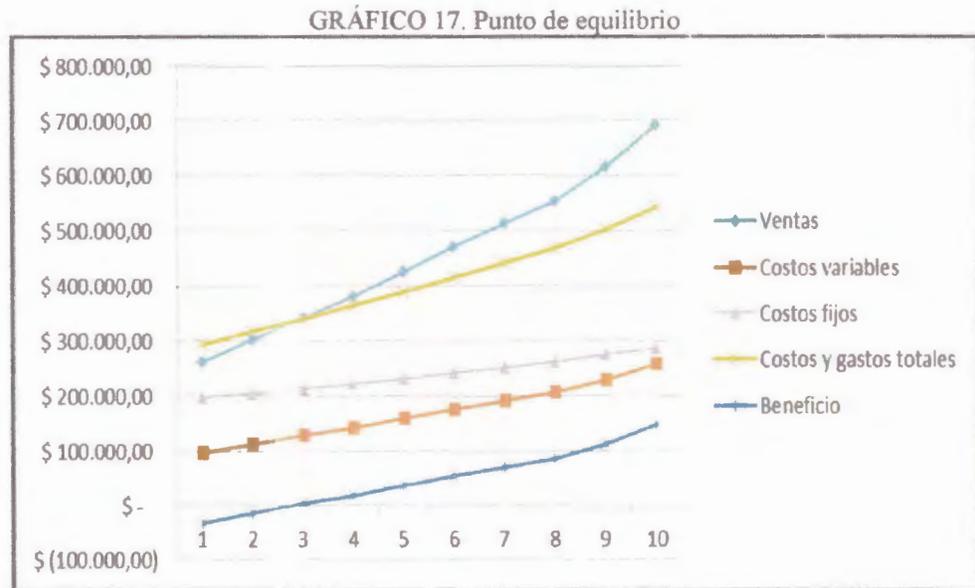
4.4.2 Flujo de caja

Aquí se observa la diferencia entre los ingresos y egresos de dinero, usando para esta causa, la utilidad neta (tomada del estado de pérdidas y ganancias) y la depreciación. Y el cuadro de flujo de caja refleja que a partir del tercer año el negocio empieza a tener beneficios.

La tabla del flujo de caja se la puede encontrar en el ANEXO GGG.

4.4.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es de \$312.611,89 el cual es alcanzado en el tercer año, con un valor de \$340.703,06 generado en ventas y con un beneficio de \$2.411,21 en el año tres.



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN DE FACTIBILIDAD

5.1 Factibilidad financiera

5.1.1 TIR

La tasa interna de retorno del proyecto es de 17%, esto quiere decir que el negocio es rentable, ya que este porcentaje es mayor que la tasa anual que el banco ofrece.

TABLA XX. Tasa interna de retorno

TIR	17%
------------	------------

Fuente: Elaboración propia

5.1.2 VAN

El Valor actual neto es positivo y representa que el negocio generará beneficios mayores al de la inversión inicial. Mientras el valor sea mayor a cero, la inversión se recupera y existen ganancias.

TABLA XXI. Valor actual neto

VAN	\$ 142.523,72
------------	----------------------

Fuente: Elaboración propia

5.2 Consideraciones socioeconómicas y culturales

Dentro de los beneficios socioeconómicos y culturales que posee el proyecto, están:

- **La generación de empleo directo**, para ocupar los cargos que solicita el negocio. El proyecto contará con 15 plazas de trabajo, que se detallan a continuación:
 - 1 Gerente General
 - 1 Chef

- 1 Maître o Capitán
 - 1 Segundo Chef
 - 1 Ayudante de Cocina
 - 1 Marmitón
 - 5 Meseros
 - 1 Encargado de Limpieza
 - 1 Cajero
 - 1 Bartender
 - 1 Guardia de Seguridad
- **Empleo Indirecto:** Se generará empleo indirecto ya que tendremos proveedores locales que nos surtirán la materia.
 - **Empleo Inducido:** Se prevé que la implementación del negocio, generará algunos empleos, entre ellos transporte hacia el sitio y otros.

5.3 Consideraciones ambientales

Para realizar la tabla de la matriz de Leopold, se tomó como referencia los siguientes valores para la graduación de los impactos que se generan con la implementación del proyecto.

TABLA XXII. Valoración para la matriz de Leopold

Calificación	Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	-1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	-2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	-3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	-4	Temporal	Local
5	Media	Media	-5	Media	Local
6	Media	Alta	-6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	-7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	-8	Media	Regional
9	Alta	Alta	-9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	-10	Permanente	Nacional

Fuente: Elaboración propia, en base a la materia Impacto Ambiental, del profesor José Quinteros, dictada en el año 2014.

De este modo, la matriz de Leopold del proyecto queda de la siguiente manera:

TABLA XXIII. Matriz de Leopold

MATRIZ DE LEOPOLD								
ACCIONES REALIZADAS		TIPO DE IMPACTO	PREPARACIÓN DE ALIMENTOS	MANEJO DE DESECHOS SÓLIDOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	MANEJO DE OLORES	TRÁNSITO DE PERSONAS	TOTAL
FACTORES AMBIENTALES								
ASPECTOS FÍSICOS	ATMÓSFERA	CALIDAD DE AIRE	-3/4	-4/2	-1/5	9/9	-1/1	55
		RUIDO	-2/2	-3/5	/	/	-6/4	-43
		VIBRACIONES	-1/2	-1/1	/	-1/7	-2/1	-12
		OLORES	5/3	-5/7	-4/5	8/8	-1/3	21
		LUMINOSIDAD	-1/2	/	/	/	/	-2
	SUELO	CONTAMINACIÓN	-3/4	-2/4	-1/3	/	-4/3	-35
		RESIDUOS	-2/5	-1/6	-5/2	/	-1/2	-28
ASPECTO BIOLÓGICO	AGUAS	SUBTERRÁNEAS	-3/2	-5/8	-5/5	/	-2/4	-79
		SUPERFICIALES	-3/3	-2/7	-6/5	/	-4/3	-65
		CALIDAD	/	-5/8	7/9	/	-3/3	14
	VEGETACIÓN	ARBUSTOS	/	-2/5	/	-1/1	-1/3	-14
		ÁRBOLES	/	-2/5	/	-1/1	-1/3	-14
SEGURIDAD	ACCIDENTES	EXPLOSIONES	-2/6	/	/	/	/	-12
		INCENDIOS	-5/9	/	/	/	/	-45
		DERRAMES	-1/2	-3/2	-2/3	/	/	-14
		FUGAS Y ESCAPES	-2/4	-3/5	-1/1	-1/2	/	-26
		FALLOS OPERATIVOS	-2/2	-2/1	-2/8	-1/5	/	-27
TOTAL			-113	-210	-53	129	-79	-326

Fuente: Elaboración propia

5.4 Consideraciones legales

Para poner en marcha el restaurante, es necesario tener los siguientes permisos:

- Registro del establecimiento en el RUC.
- Certificado de uso de suelo del Municipio de Guayaquil.
- Permiso de funcionamiento otorgado por Cuerpo de bomberos.
- Registro en el Ministerio de Turismo.
- Permiso de funcionamiento otorgado por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
- Patente municipal otorgada por el Municipio de Guayaquil.
- Certificado de trampa de grasa obtenido en Interagua.
- Tasa y Habilitación y Control concedido por el Municipio de Guayaquil.
- Permiso de Comunicación Pública de la Sociedad de Autores del Ecuador (Sayce) (5).
- Autorización del Instituto de Patrimonio Cultural del Ecuador (6).

CONCLUSIONES

A través de la realización de este proyecto, se pudo concluir en el estudio financiero, que la implementación de este restaurante es factible, gracias a los resultados positivos que tendría como negocio, los cuales se pueden observar en el TIR y el VAN.

La creación de este restaurante le daría un valor agregado a la actual oferta de restauración en Las Peñas, ya que a través de las encuestas realizadas en el área de influencia, se pudo constatar que el producto genera expectativas en las personas, y tendría muy buena acogida, debido a que se trata de un producto nuevo en el mercado, usando al cacao ecuatoriano (producto estrella en nuestro país), en la elaboración de platos de sal.

El restaurante Cacao Food será un lugar acogedor donde se destaque el cacao, producto emblemático del Ecuador, ofreciendo no solamente platos elaborados con este producto, sino también un ambiente alusivo a éste.

Para cumplir a cabalidad con la entrega de un servicio de calidad, es necesario que el personal de trabajo esté adecuadamente capacitado, con el fin de lograr que los clientes se sientan totalmente satisfechos, cumpliendo sus necesidades y superando sus expectativas.

RECOMENDACIONES

Buscar el financiamiento adecuado para poner en marcha el negocio, con alguna entidad que sea confiable, y que de las facilidades necesarias para el préstamo.

Crear alianzas con las operadoras turísticas para que lleven a sus clientes al restaurante y lo recomienden.

Poner mucho énfasis en el diseño y ambientación del lugar, ya que ésta es la esencia de un restaurante temático.

Al tratarse de un restaurante de esta categoría, es necesario que el chef que se contrate, tenga un alto conocimiento y arte culinarios.

Puesto a que el producto es nuevo, debe hacerse una buena promoción para lograr atraer clientes y posicionarse en la mente del consumidor.

ANEXOS

ANEXO A. Formato de Entrevista

Entrevista a Operadores Turísticos

Preguntas:

- 1.- ¿Actualmente a qué restaurantes de primera categoría ubicados en las Peñas lleva a sus turistas?, Y ¿Por qué?
- 2.- ¿Qué le parece la idea de implementar un nuevo restaurante en las Peñas con temática del cacao, donde se incluya en el menú platos de sal elaborados con cacao?
- 3.- ¿Llevaría a sus turistas a éste restaurante con temática del cacao?

Fuente: Elaboración propia

ANEXO B. Primera entrevista realizada

Entrevista #1

Planeta Tour Operador

Dirección: Rocafuerte #648 entre Tomás Martínez y Mendiburo

Entrevistado: Amada Carabajo

1.- ¿Actualmente a qué restaurantes de primera categoría ubicados en las Peñas lleva a sus turistas?, Y ¿Por qué?

Nosotros llevamos a nuestros turistas a Frutabar, al restaurante del Wyndham, y a La Culata. Porque son restaurantes que ofrecen comida típica, y es lo que la mayoría de turistas prefiere.

2.- ¿Qué le parece la idea de implementar un nuevo restaurante en las Peñas con temática del cacao, donde se incluya en el menú platos de sal elaborados con cacao?

Si hay un restaurante que brinde esas facilidades y que ofrezcan algo típico sí sería interesante.

3.- ¿Llevaría a sus turistas a éste restaurante con temática del cacao?

Claro, si hay un restaurante así, sí los llevaría.

Fuente: Elaboración propia

ANEXO C. Segunda entrevista realizada

Entrevista #2

Galasam

Dirección: 9 de Octubre 424 y Córdova, Edificio Gran Pasaje, planta baja

Entrevistado: Yamil Saman Cabrera, Gerente

1.- ¿Actualmente a qué restaurantes de primera categoría ubicados en las Peñas lleva a sus turistas?, Y ¿Por qué?

Actualmente al restaurante que me puse Yo, La Cacerola Típica. Porque existe una carencia de comidas típicas, y si lo hay no son de calidad, y los restaurantes con comida de calidad como el restaurante Lo Nuestro y los demás restaurantes, son fuera de precio para los extranjeros y por lo general de lo que el pasajero quiere deleitarse es de comidas autóctonas, típicas pero que no sean caras, entonces Yo



LECTUR - BIBLIOTECA

que estoy en el turismo , hace seis meses, se me ocurrió ponerme un restaurante que viene a ser como un pequeño lugar cómodo y acogedor, limpio, porque la higiene es importante en este tema de servicio gastronómico, y básicamente es este lugar que se llama La Cacerola típica, que está ubicado en las calles Pedro Carbo entre Junín y Urdaneta. En Las Peñas sé que hay lugares en las escalinatas, que hay restaurantes, lugares de esparcimiento, y más que todo Las Peñas lo ven como un lugar de entretenimiento en la noche, porque históricamente es un lugar donde nace Guayaquil, y en cuanto a restauración, es muy escasa la información que tenemos de un buen restaurante en las Peñas, que yo sepa no, y si es que lo hay, pues la difusión o la información es muy escasa y no nos llega aquí.

2.- ¿Qué le parece la idea de implementar un nuevo restaurante en las Peñas con temática del cacao, donde se incluya en el menú platos de sal elaborados con cacao?

Sería extraordinario porque el extranjero o el nacional, más que todo el extranjero quiere identificarse con algo tan autóctono como el chocolate “el cacao”, y si es con chocolate pues bienvenido sea, sería muy conveniente, algo idóneo.

3.- ¿Llevaría a sus turistas a éste restaurante con temática del cacao?

Por supuesto, por qué no, que ofrezcan esa gama de gastronomía variada, que incluyan al cacao y que vaya con una decoración autóctona.

Fuente: Elaboración propia

Entrevista #3

Manglar Rojo

Dirección: Los Ríos 818 entre 9 de Octubre y Hurtado, local 1 planta baja

Entrevistado: Diana Zambrano, Agente de Counter Receptivo

1.- ¿Actualmente a qué restaurantes de primera categoría ubicados en las Peñas lleva a sus turistas?, Y ¿Por qué?

La verdad nosotros no recomendamos a nuestros turistas a ir restaurantes en el centro, porque no hay restaurantes de primera categoría, entonces nosotros lo que hacemos es enviarlos a Urdesa o de repente a Samborondón, son con los que más trabajamos porque hay restaurantes de primera categoría. En el centro hay muchos lugares agachaditos, comida deliciosa, espectacular, pero no como para llevar a nuestros turistas, peor en Las Peñas, puede ser riquísimo, pero hay clientes de alta categoría que no los podemos llevar ahí, entonces los llevamos al Aguacate, a Lo Nuestro. En Las Peñas sí los llevamos a hacer los recorridos, pero a comer no, porque no hay restaurantes de primera categoría, confiables, que me garanticen que no le va a hacer daño la comida a los turistas.

2.- ¿Qué le parece la idea de implementar un nuevo restaurante en las Peñas con temática del cacao, donde se incluya en el menú platos de sal elaborados con cacao?

Sería excelente la verdad, porque a los turistas les encanta bastante venir y probar la comida ecuatoriana, siempre quieren terminar los recorridos comiendo algo típico de Guayaquil y sería chévere que haya un restaurante cerca de Las Peñas o en Las Peñas, ya que después de hacer el recorrido esté ahí mismo el lugar, y no tener que trasladarnos a otra parte sino ahí mismo, sería súper chévere.

3.- ¿Llevaría a sus turistas a éste restaurante con temática del cacao?

Claro, podríamos trabajar con ustedes, por qué no, si, sería una idea súper chévere.

Fuente: Elaboración propia



FORMATO DE ENCUESTAS FÍSICAS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL FIMCBOR LICENCIATURA EN TURISMO

Diseño de un restaurante temático de primera categoría en Las Peñas

Objetivo: Determinar la demanda potencial

1.- Edad:

18 - 30
31 - 40
41 - 64
65 en adelante

2.- Género:

Masculino
Femenino

3.- Nivel de estudios:

Primaria
Secundaria
Universidad
Post grado

4.- Procedencia:

Nacional
Extranjera

5.- ¿Con qué frecuencia visita Las Peñas?

Una o dos veces a la semana Una o dos veces al mes
Más de tres veces al mes Casi nunca

6.- ¿Cuál es el motivo de su visita a Las Peñas?

Recreación Alimentación Diversión nocturna
Otros _____

7.- ¿Con que frecuencia suele ir a un restaurante de primera categoría?

Una vez a la semana Una o dos veces al mes
Una vez cada dos meses Una vez al año

8.- ¿Cuál es su principal motivación a la hora de elegir un restaurante?

Comida Infraestructura Ambiente Ubicación
Seguridad Precio Calidad Servicio

9.- ¿Le gustaría ir a un restaurante de primera categoría con temática del cacao, que incluya en el menú platos de sal con chocolate amargo, ubicado en Las Peñas?

Si

No

¿Por qué? _____

10.- ¿Qué tipo de comida prefiere usted a la hora de elegir un restaurante?

Nacional

Internacional

Nacional e Internacional

11.- ¿Cuánto es su gasto mínimo por persona en un restaurante de primera categoría?

\$10.00 – \$20.00

\$21.00 – \$30.00

\$31.00 – \$40.00

\$41.00 – \$50.00

Más de \$50.00

12.- ¿Con quién visita este tipo de restaurante?

Familia

Pareja

Amigos

Solo

Otros

13.- ¿En qué horarios usted visita este tipo de restaurante?

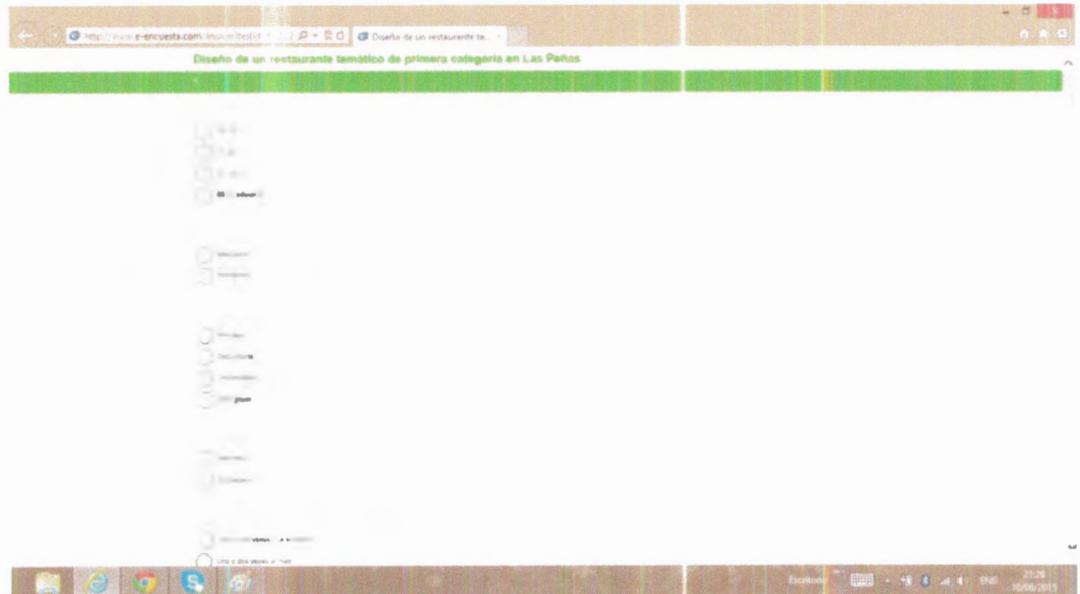
De 6:00 a 12:00

De 12:00 a 18:00

De 18:00 a 24:00

Fuente: Elaboración propia

ANEXO F. Encuesta online parte 1



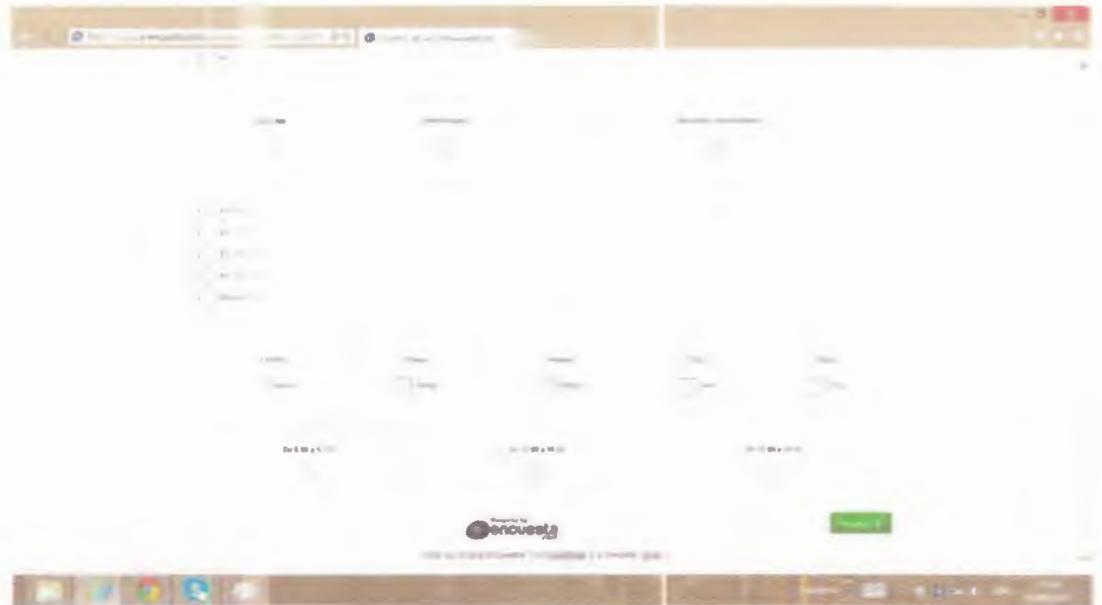
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO G. Encuesta online parte 2



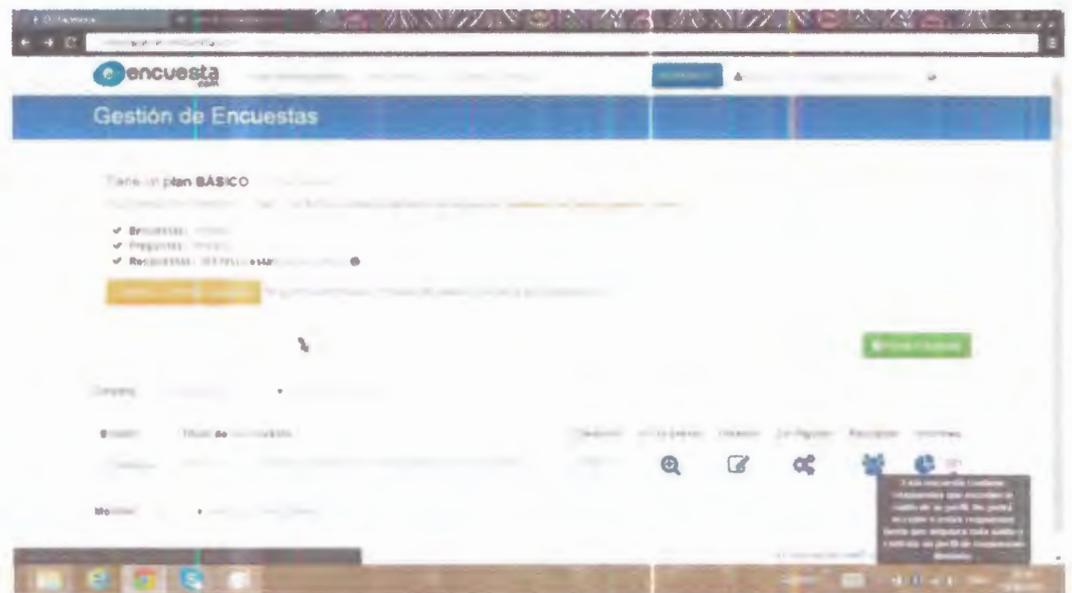
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO H. Encuesta online parte 3



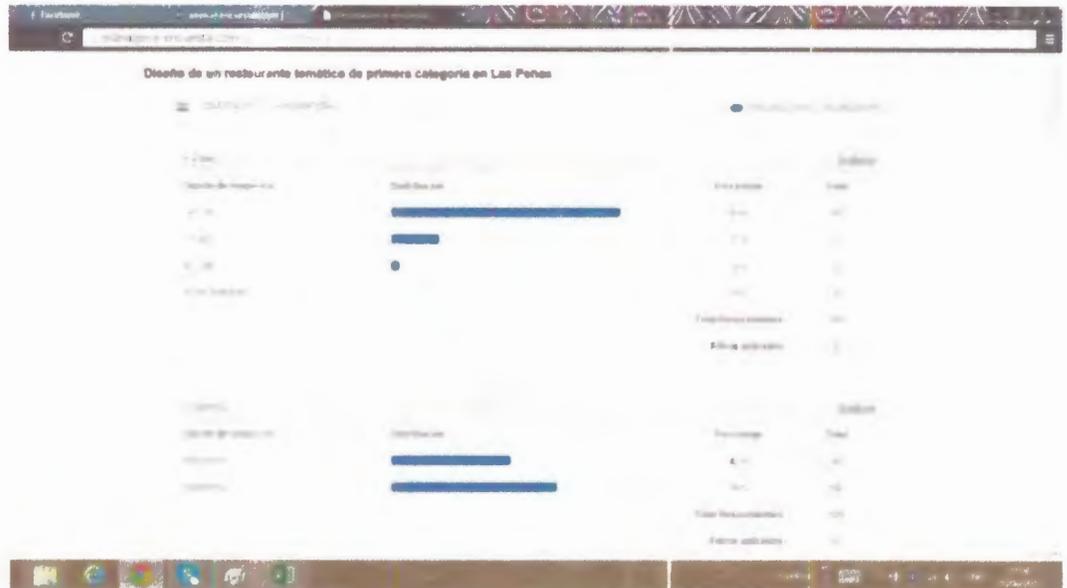
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO I. Encuesta online parte 4



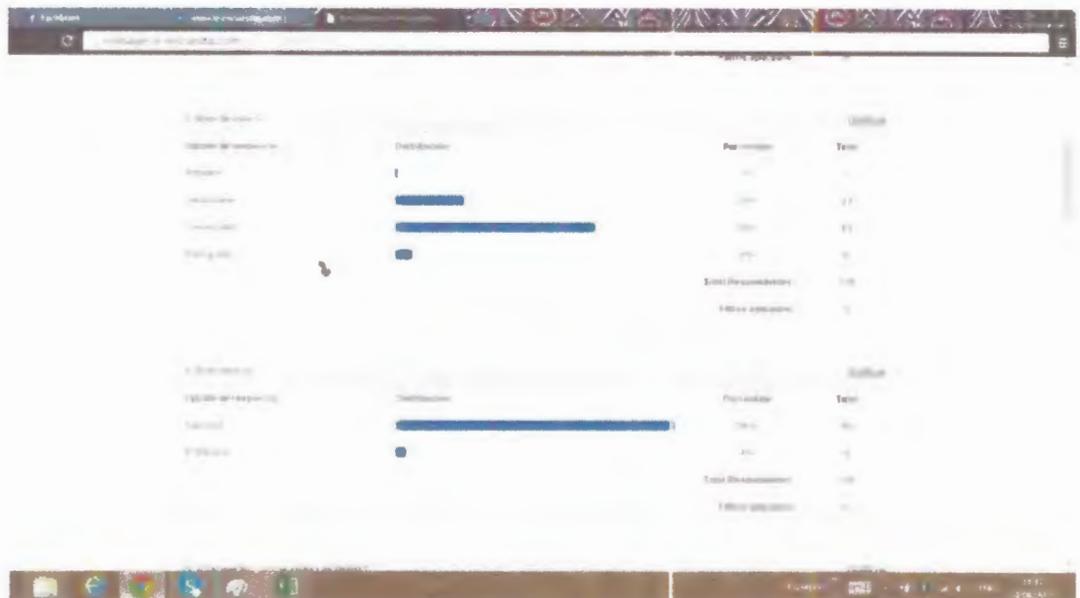
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO J. Encuesta online parte 5



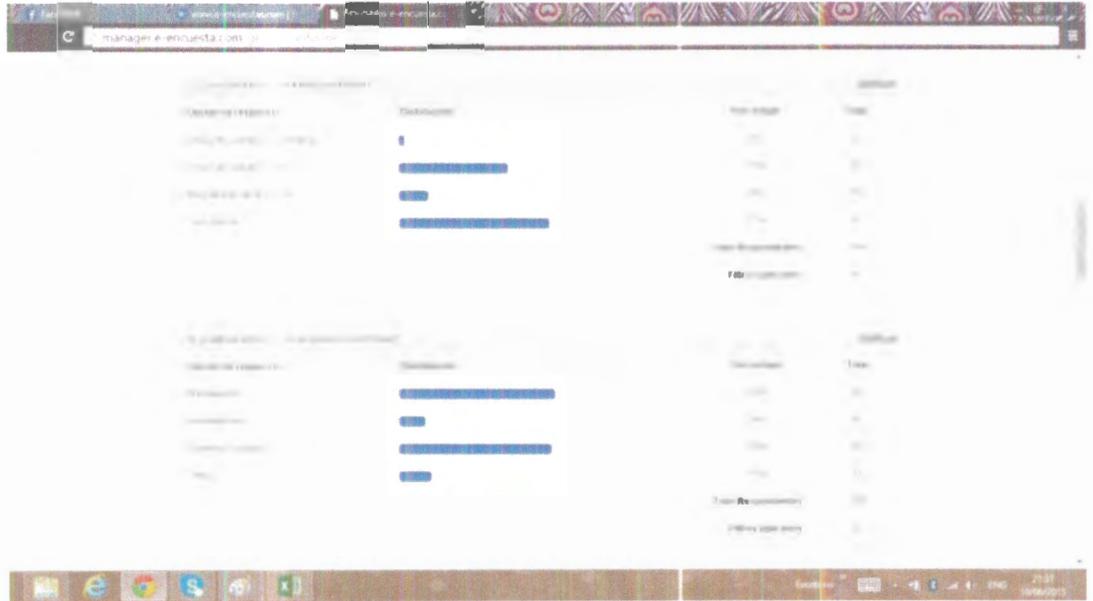
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO K. Encuesta online parte 6



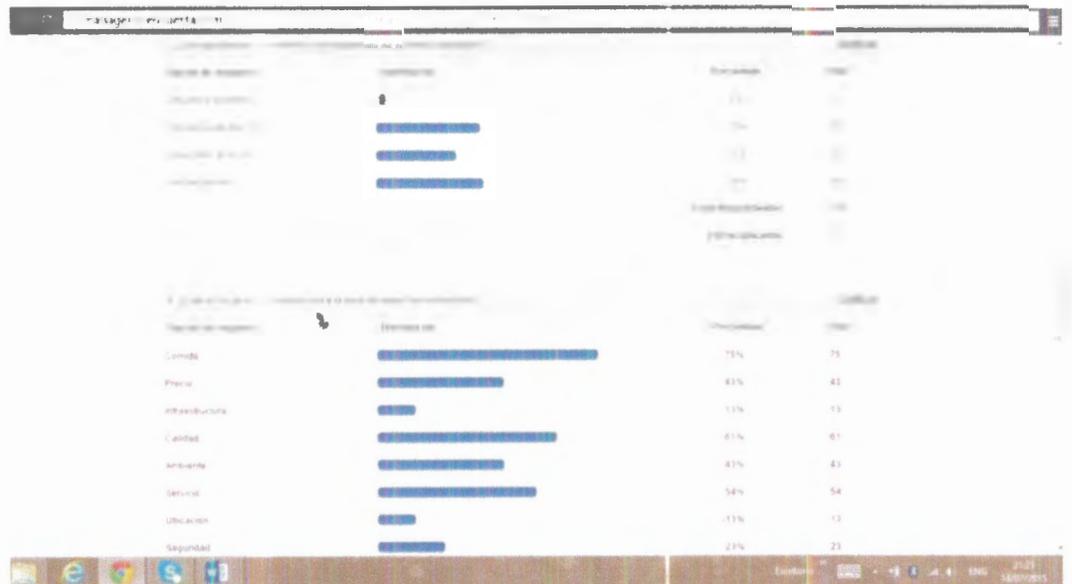
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO L. Encuesta online parte 7



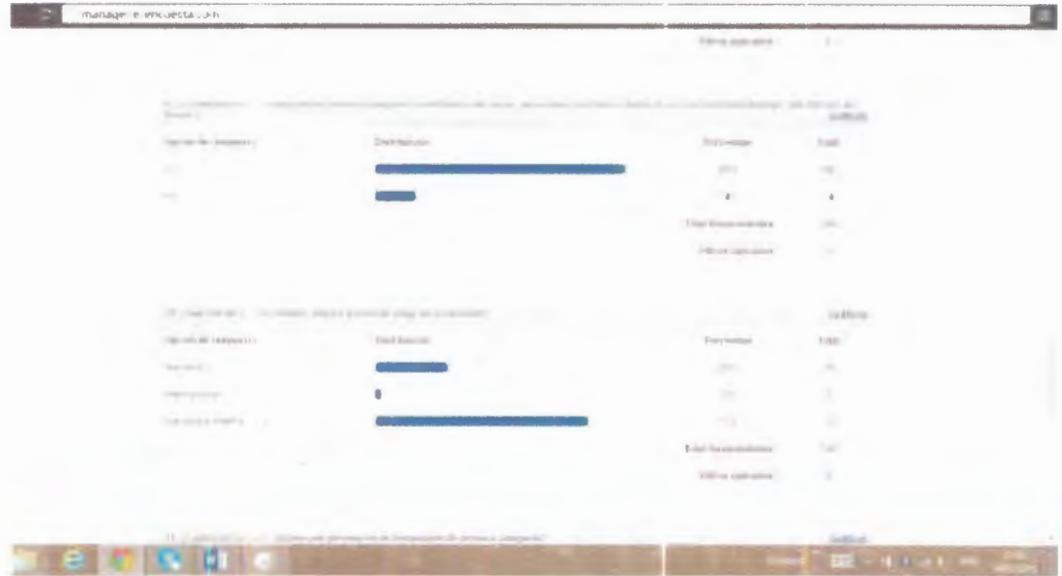
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO M. Encuesta online parte 8



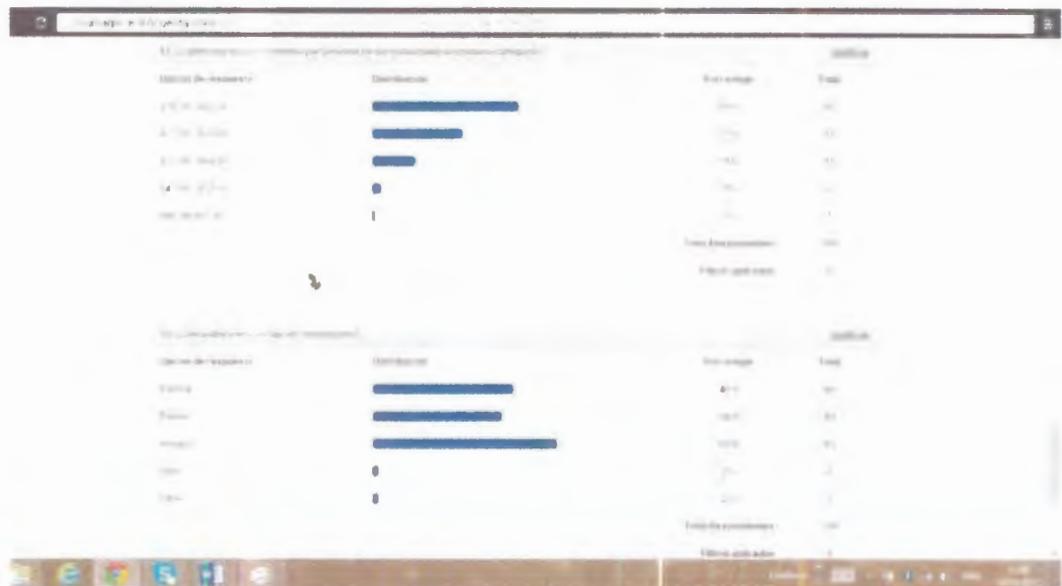
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO N. Encuesta online parte 9



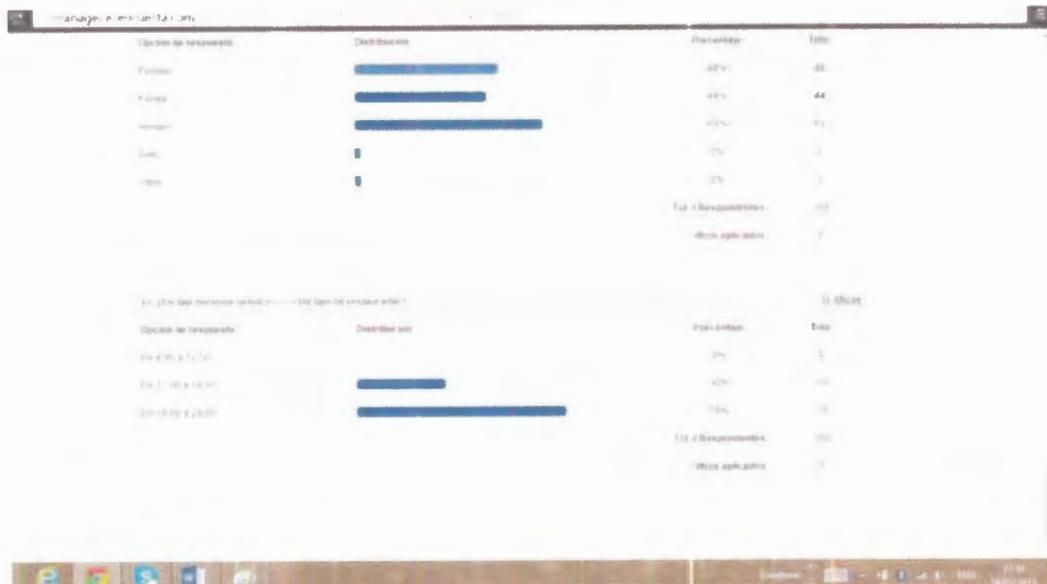
Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO O. Encuesta online parte 10



Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO P. Encuesta online parte 11



Fuente: <http://www.e-encuesta.com/inicio/>

ANEXO Q. ¿Le gustaría ir a un restaurante de primera categoría con temática del cacao, que incluya en el menú platos de sal con chocolate amargo, ubicado en Las Peñas?

¿Le gustaría ir a un restaurante de primera categoría con temática del cacao, que incluya en el menú platos de sal con chocolate amargo, ubicado en Las Peñas?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Si	303	79%
No	81	21%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO R. ¿Con qué frecuencia suele ir a un restaurante de primera categoría?

¿Con qué frecuencia suele ir a un restaurante de primera categoría?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Una vez a la semana	19	5%
Una o dos veces al mes	82	21%
Una vez cada dos meses	112	29%
Una vez al año	171	45%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO S. ¿En qué horarios usted visita este tipo de restaurante?

¿En qué horarios usted visita este tipo de restaurante?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
De 6:00 a 12:00	9	2%
De 12:00 a 18:00	152	40%
De 18:00 a 24:00	223	58%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO T. Género

Género

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	188	49%
Femenino	196	51%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO U. Edad

Edad

Rango	Frecuencia	Porcentaje
18 – 30	176	46%
31 – 40	133	35%
41 – 64	60	15%
65 en adelante	15	4%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO V. Procedencia

Procedencia

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	362	94%
Extranjera	22	6%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO W. Nivel de estudios

Nivel de estudios		
Rango	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	13	3%
Secundaria	148	39%
Universidad	211	55%
Post grado	12	3%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO X. ¿Con qué frecuencia visita Las Peñas?

¿Con qué frecuencia visita Las Peñas?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Una o dos veces a la semana	29	8%
Una o dos veces al mes	127	33%
Más de tres veces al mes	31	8%
Casi nunca	197	51%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Y. ¿Cuál es el motivo de su visita a Las Peñas?

¿Cuál es el motivo de su visita a Las Peñas?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	259	57%
Alimentación	27	6%
Diversión nocturna	139	30%
Otros	30	7%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Z. ¿Qué tipo de comida prefiere usted a la hora de elegir un restaurante?

¿Qué tipo de comida prefiere usted a la hora de elegir un restaurante?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	115	30%
Internacional	15	4%
Nacional e Internacional	254	66%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO AA. ¿Cuál es su principal motivación a la hora de elegir un restaurante?

¿Cuál es su principal motivación a la hora de elegir un restaurante?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Comida	254	22%
Infraestructura	21	4%
Ambiente	111	9%
Ubicación	83	7%
Seguridad	145	12%
Precio	155	13%
Calidad	180	15%
Servicio	191	16%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO BB. ¿Con quién visita este tipo de restaurante?

¿Con quién visita este tipo de restaurante?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Familia	113	26%
Pareja	121	27%
Amigos	185	42%
Solo	20	5%
Otros	3	1%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO CC. ¿Cuánto es su gasto mínimo por persona en un restaurante de primera categoría?

¿Cuánto es su gasto mínimo por persona en un restaurante de primera categoría?

Rango	Frecuencia	Porcentaje
10 – 20	163	42%
21 – 30	152	40%
31 – 40	51	13%
41 – 50	9	2%
Más de 50	9	2%
TOTAL		100%

Fuente: Elaboración propia

ANEXO DD. Visita a las instalaciones del local - 1



Fuente: Elaboración propia

ANEXO EE. Visita a las instalaciones del local - 2



Fuente: Elaboración propia

ANEXO FF. Visita a las instalaciones del local - 3



Fuente: Elaboración propia

ANEXO GG. Visita a las instalaciones del local - 4



Fuente: Elaboración propia

ANEXO HH. Visita a las instalaciones del local - 5



Fuente: Elaboración propia

ANEXO II. Visita a las instalaciones del local - 6



Fuente: Elaboración propia

ANEXO JJ. Visita a las instalaciones del local - 7



Fuente: Elaboración propia

ANEXO KK. Visita a las instalaciones del local - 8



Fuente: Elaboración propia

ANEXO LL. Visita a las instalaciones del local - 9



Fuente: Elaboración propia

ANEXO MM. Visita a las instalaciones del local - 10



Fuente: Elaboración propia

ANEXO NN. Visita a las instalaciones del local - 11



Fuente: Elaboración propia

ANEXO OO. Visita a las instalaciones del local - 12



Fuente: Elaboración propia

ANEXO PP. Visita a las instalaciones del local - 13



Fuente: Elaboración propia

ANEXO QQ. Visita a las instalaciones del local - 14



Fuente: Elaboración propia

ANEXO RR. Visita a las instalaciones del local - 15



Fuente: Elaboración propia

ANEXO SS. Visita a las instalaciones del local - 16



Fuente: Elaboración propia

ANEXO TT. Visita a las instalaciones del local - 17



Fuente: Elaboración propia

ANEXO UU. Visita a las instalaciones del local - 18



Fuente: Elaboración propia

ANEXO VV. Visita a las instalaciones del local - 19



Fuente: Elaboración propia

ANEXO WW. Visita a las instalaciones del local - 20



Fuente: Elaboración propia

ANEXO XX. Visita a las instalaciones del local - 21



Fuente: Elaboración propia

ANEXO YY. Visita a las instalaciones del local - 22



Fuente: Elaboración propia

ANEXO ZZ. Pronóstico de Ingresos del año 1 al año 5

PRODUCTO	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	UNIDADES	PRECIO	TOTAL												
CAPACIDAD	31602														
Rollitos de pollo con salsa de chocolate	2528	\$ 9,79	\$ 24.750,45	2781	\$ 10,27	\$ 28.551,38	3003	\$ 10,77	\$ 32.337,18	3184	\$ 11,29	\$ 35.946,72	3406	\$ 11,84	\$ 40.336,13
Croquetas de pollo en aceite de cacao	2528	\$ 9,50	\$ 24.027,40	2781	\$ 9,97	\$ 27.717,29	3003	\$ 10,45	\$ 31.392,50	3184	\$ 10,96	\$ 34.896,59	3406	\$ 11,50	\$ 39.157,78
Tamal de cacao con almibar de mango	1580	\$ 5,17	\$ 8.169,04	1738	\$ 5,42	\$ 9.423,56	1877	\$ 5,69	\$ 10.673,09	1990	\$ 5,96	\$ 11.864,44	2129	\$ 6,25	\$ 13.313,19
Filete en salsa de chocolate y romero	2844	\$ 14,55	\$ 41.382,43	3129	\$ 15,26	\$ 47.737,53	3379	\$ 16,00	\$ 54.067,33	3582	\$ 16,78	\$ 60.102,43	3832	\$ 17,60	\$ 67.441,48
Costillas de cerdo caramelizadas al chocolate	3160	\$ 15,75	\$ 49.772,68	3476	\$ 16,52	\$ 57.416,27	3754	\$ 17,32	\$ 65.029,44	3980	\$ 18,16	\$ 72.288,15	4258	\$ 19,05	\$ 81.115,18
Langostinos al mojo de ajo y cacao	2528	\$ 19,05	\$ 48.160,99	2781	\$ 19,98	\$ 55.557,07	3003	\$ 20,95	\$ 62.923,72	3184	\$ 21,97	\$ 69.947,39	3406	\$ 23,04	\$ 78.488,60
Batido de coco y cacao	1264	\$ 4,80	\$ 6.067,53	1390	\$ 5,03	\$ 6.999,32	1502	\$ 5,28	\$ 7.927,40	1592	\$ 5,54	\$ 8.812,27	1703	\$ 5,81	\$ 9.888,33
Smoothie de cacao	1264	\$ 5,40	\$ 6.825,97	1390	\$ 5,66	\$ 7.874,23	1502	\$ 5,94	\$ 8.918,32	1592	\$ 6,23	\$ 9.913,80	1703	\$ 6,53	\$ 11.124,37
Whoopis de cacao y vainilla	948	\$ 6,49	\$ 6.152,85	1043	\$ 6,81	\$ 7.097,74	1126	\$ 7,14	\$ 8.038,88	1194	\$ 7,49	\$ 8.936,19	1277	\$ 7,85	\$ 10.027,38
Crema de cacao	948	\$ 2,93	\$ 2.774,00	1043	\$ 3,07	\$ 3.200,00	1126	\$ 3,22	\$ 3.624,31	1194	\$ 3,37	\$ 4.028,86	1277	\$ 3,54	\$ 4.520,82
Biscocho de cacao	1264	\$ 4,29	\$ 5.422,85	1390	\$ 4,50	\$ 6.255,64	1502	\$ 4,72	\$ 7.085,11	1592	\$ 4,95	\$ 7.875,97	1703	\$ 5,19	\$ 8.837,69
Yapingacho en cacao	2844	\$ 9,24	\$ 26.279,97	3129	\$ 9,69	\$ 30.315,79	3379	\$ 10,16	\$ 34.335,54	3582	\$ 10,66	\$ 38.168,14	3832	\$ 11,18	\$ 42.828,82
Vinos	1264	\$ 3,50	\$ 4.424,24	1390	\$ 3,67	\$ 5.103,67	1502	\$ 3,85	\$ 5.780,39	1592	\$ 4,04	\$ 6.425,61	1703	\$ 4,23	\$ 7.210,24
Jugos naturales	1264	\$ 1,25	\$ 1.580,09	1390	\$ 1,31	\$ 1.822,74	1502	\$ 1,37	\$ 2.064,43	1592	\$ 1,44	\$ 2.294,86	1703	\$ 1,51	\$ 2.575,09
Agua	1580	\$ 1,00	\$ 1.580,09	1738	\$ 1,05	\$ 1.822,74	1877	\$ 1,10	\$ 2.064,43	1990	\$ 1,15	\$ 2.294,86	2129	\$ 1,21	\$ 2.575,09
Gaseosas	1580	\$ 1,20	\$ 1.896,10	1738	\$ 1,26	\$ 2.187,29	1877	\$ 1,32	\$ 2.477,31	1990	\$ 1,38	\$ 2.753,83	2129	\$ 1,45	\$ 3.090,10
Té caliente/ frío	948	\$ 1,20	\$ 1.137,66	1043	\$ 1,26	\$ 1.312,37	1126	\$ 1,32	\$ 1.486,39	1194	\$ 1,38	\$ 1.652,30	1277	\$ 1,45	\$ 1.854,06
café	1264	\$ 1,50	\$ 1.896,10	1390	\$ 1,57	\$ 2.187,29	1502	\$ 1,65	\$ 2.477,31	1592	\$ 1,73	\$ 2.753,83	1703	\$ 1,81	\$ 3.090,10
TOTAL DE INGRESOS			\$ 363.309,43			\$ 392.581,91			\$ 421.703,06			\$ 450.954,26			\$ 487.474,15

Fuente: Elaboración propia

ANEXO AAA. Pronóstico de ingresos del año 6 al año 10

AÑO 6			AÑO 7			AÑO 8			AÑO 9			AÑO 10		
UNIDADES	PRECIO	TOTAL												
3577	\$ 12,42	\$ 44.415,53	3720	\$ 13,02	\$ 48.441,71	3831	\$ 13,66	\$ 52.324,84	4061	\$ 14,32	\$ 58.165,45	4346	\$ 15,02	\$ 65.267,97
3577	\$ 12,05	\$ 43.118,00	3720	\$ 12,64	\$ 47.026,56	3831	\$ 13,26	\$ 50.796,25	4061	\$ 13,90	\$ 56.466,23	4346	\$ 14,58	\$ 63.361,27
2236	\$ 6,56	\$ 14.659,62	2325	\$ 6,88	\$ 15.988,49	2395	\$ 7,21	\$ 17.270,14	2538	\$ 7,56	\$ 19.197,87	2716	\$ 7,93	\$ 21.542,10
4024	\$ 18,46	\$ 74.262,18	4185	\$ 19,35	\$ 80.993,89	4310	\$ 20,30	\$ 87.486,45	4569	\$ 21,28	\$ 97.251,86	4889	\$ 22,32	\$ 109.127,18
4471	\$ 19,98	\$ 89.318,77	4650	\$ 20,95	\$ 97.415,34	4789	\$ 21,97	\$ 105.224,25	5077	\$ 23,04	\$ 116.969,59	5432	\$ 24,16	\$ 131.252,63
3577	\$ 24,16	\$ 86.426,54	3720	\$ 25,34	\$ 94.260,93	3831	\$ 26,57	\$ 101.816,99	4061	\$ 27,87	\$ 113.182,00	4346	\$ 29,23	\$ 127.002,54
1788	\$ 6,09	\$ 10.888,38	1860	\$ 6,38	\$ 11.875,39	1916	\$ 6,70	\$ 12.827,34	2031	\$ 7,02	\$ 14.259,15	2173	\$ 7,36	\$ 16.000,32
1788	\$ 6,85	\$ 12.249,43	1860	\$ 7,18	\$ 13.359,82	1916	\$ 7,53	\$ 14.430,75	2031	\$ 7,90	\$ 16.041,54	2173	\$ 8,28	\$ 18.000,36
1341	\$ 8,23	\$ 11.041,50	1395	\$ 8,63	\$ 12.042,39	1437	\$ 9,05	\$ 13.007,72	1523	\$ 9,49	\$ 14.459,67	1630	\$ 9,96	\$ 16.225,32
1341	\$ 3,71	\$ 4.978,03	1395	\$ 3,89	\$ 5.429,28	1437	\$ 4,08	\$ 5.864,50	1523	\$ 4,28	\$ 6.519,11	1630	\$ 4,49	\$ 7.315,15
1788	\$ 5,44	\$ 9.731,49	1860	\$ 5,71	\$ 10.613,63	1916	\$ 5,98	\$ 11.464,43	2031	\$ 6,28	\$ 12.744,12	2173	\$ 6,58	\$ 14.300,29
4024	\$ 11,72	\$ 47.160,31	4185	\$ 12,29	\$ 51.435,30	4310	\$ 12,89	\$ 55.558,40	4569	\$ 13,52	\$ 61.759,94	4889	\$ 14,18	\$ 69.301,39
1788	\$ 4,41	\$ 7.939,45	1860	\$ 4,66	\$ 8.659,14	1916	\$ 4,88	\$ 9.353,27	2031	\$ 5,12	\$ 10.397,30	2173	\$ 5,37	\$ 11.666,90
1788	\$ 1,59	\$ 2.835,52	1860	\$ 1,66	\$ 3.092,55	1916	\$ 1,74	\$ 3.340,45	2031	\$ 1,83	\$ 3.713,32	2173	\$ 1,92	\$ 4.166,75
2236	\$ 1,27	\$ 2.835,52	2325	\$ 1,33	\$ 3.092,55	2395	\$ 1,39	\$ 3.340,45	2538	\$ 1,46	\$ 3.713,32	2716	\$ 1,53	\$ 4.166,75
2236	\$ 1,52	\$ 3.402,62	2325	\$ 1,60	\$ 3.711,06	2395	\$ 1,67	\$ 4.008,54	2538	\$ 1,76	\$ 4.455,98	2716	\$ 1,84	\$ 5.000,10
1341	\$ 1,52	\$ 2.041,57	1395	\$ 1,60	\$ 2.226,64	1437	\$ 1,67	\$ 2.405,13	1523	\$ 1,76	\$ 2.673,59	1630	\$ 1,84	\$ 3.000,06
1788	\$ 1,90	\$ 3.402,62	1860	\$ 2,00	\$ 3.711,06	1916	\$ 2,09	\$ 4.008,54	2031	\$ 2,19	\$ 4.455,98	2173	\$ 2,30	\$ 5.000,10
		\$ 470.707,07			\$ 513.375,73			\$ 554.528,44			\$ 616.426,02			\$ 691.697,18

Fuente: Elaboración propia

ANEXO BBB. Proyección de Costos Fijos y Variables del año 1 al año 5

RUBROS	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Q	COSTO USD	TOTAL												
COSTOS VARIABLES															
Rollitos de pollo con salsa de chocolate	2528	\$ 4,45	\$ 11.250,21	2781	\$ 4,67	\$ 12.977,90	3003	\$ 4,89	\$ 14.698,72	3184	\$ 5,13	\$ 16.339,42	3406	\$ 5,38	\$ 18.334,61
Croquetas de pollo en aceite de cacao	2528	\$ 4,32	\$ 10.921,55	2781	\$ 4,53	\$ 12.598,77	3003	\$ 4,75	\$ 14.269,32	3184	\$ 4,98	\$ 15.862,09	3406	\$ 5,23	\$ 17.798,99
Tamal de cacao con almíbar de mango	1580	\$ 2,35	\$ 3.713,20	1738	\$ 2,46	\$ 4.283,44	1877	\$ 2,58	\$ 4.851,40	1990	\$ 2,71	\$ 5.392,93	2129	\$ 2,84	\$ 6.051,45
Filete en salsa de chocolate y romero	2844	\$ 4,85	\$ 13.794,14	3129	\$ 5,09	\$ 15.912,51	3379	\$ 5,33	\$ 18.022,44	3582	\$ 5,59	\$ 20.034,14	3832	\$ 5,87	\$ 22.480,49
Costillas de cerdo caramelizadas al chocolate	3160	\$ 5,25	\$ 16.590,89	3476	\$ 5,51	\$ 19.138,76	3754	\$ 5,77	\$ 21.676,48	3980	\$ 6,05	\$ 24.096,05	4258	\$ 6,35	\$ 27.038,39
Langostinos al mojo de ajo y cacao	2528	\$ 6,35	\$ 16.053,66	2781	\$ 6,66	\$ 18.519,02	3003	\$ 6,98	\$ 20.974,57	3184	\$ 7,32	\$ 23.315,80	3406	\$ 7,68	\$ 26.162,87
Batido de coco y cacao	1264	\$ 1,60	\$ 2.022,51	1390	\$ 1,68	\$ 2.333,11	1502	\$ 1,76	\$ 2.642,47	1592	\$ 1,85	\$ 2.937,42	1703	\$ 1,94	\$ 3.296,11
Smoothie de cacao	1264	\$ 1,80	\$ 2.275,32	1390	\$ 1,89	\$ 2.624,74	1502	\$ 1,98	\$ 2.972,77	1592	\$ 2,08	\$ 3.304,60	1703	\$ 2,18	\$ 3.708,12
Whoopies de cacao y vainilla	948	\$ 2,95	\$ 2.796,75	1043	\$ 3,09	\$ 3.226,25	1126	\$ 3,24	\$ 3.654,03	1194	\$ 3,40	\$ 4.061,91	1277	\$ 3,57	\$ 4.557,90
Crema de cacao	948	\$ 1,33	\$ 1.260,91	1043	\$ 1,39	\$ 1.454,55	1126	\$ 1,46	\$ 1.647,41	1194	\$ 1,53	\$ 1.831,30	1277	\$ 1,61	\$ 2.054,92
Biscocho de cacao	1264	\$ 1,43	\$ 1.807,62	1390	\$ 1,50	\$ 2.085,21	1502	\$ 1,57	\$ 2.361,70	1592	\$ 1,65	\$ 2.625,32	1703	\$ 1,73	\$ 2.945,90
Yapingacho en cacao	2844	\$ 3,08	\$ 8.759,99	3129	\$ 3,23	\$ 10.105,26	3379	\$ 3,39	\$ 11.445,18	3582	\$ 3,55	\$ 12.722,71	3832	\$ 3,73	\$ 14.276,27
Vinos	1264	\$ 2,00	\$ 2.528,14	1390	\$ 2,10	\$ 2.916,38	1502	\$ 2,20	\$ 3.303,08	1592	\$ 2,31	\$ 3.671,78	1703	\$ 2,42	\$ 4.120,14
Jugos naturales	1264	\$ 0,75	\$ 948,05	1390	\$ 0,79	\$ 1.093,64	1502	\$ 0,82	\$ 1.238,66	1592	\$ 0,86	\$ 1.376,92	1703	\$ 0,91	\$ 1.545,05
Agua	1580	\$ 0,25	\$ 395,02	1738	\$ 0,26	\$ 455,68	1877	\$ 0,27	\$ 516,11	1990	\$ 0,29	\$ 573,72	2129	\$ 0,30	\$ 643,77
Cascosas	1580	\$ 0,80	\$ 1.264,07	1738	\$ 0,84	\$ 1.458,19	1877	\$ 0,88	\$ 1.651,54	1990	\$ 0,92	\$ 1.835,89	2129	\$ 0,97	\$ 2.060,07
Té caliente/frío	948	\$ 0,30	\$ 284,42	1043	\$ 0,31	\$ 328,09	1126	\$ 0,33	\$ 371,60	1194	\$ 0,35	\$ 413,08	1277	\$ 0,36	\$ 463,52
café	1264	\$ 0,50	\$ 632,03	1390	\$ 0,52	\$ 729,10	1502	\$ 0,55	\$ 825,77	1592	\$ 0,58	\$ 917,94	1703	\$ 0,60	\$ 1.030,03
Sub-total costos variables			\$ 97.298,47			\$ 112.240,60			\$ 127.123,26			\$ 141.313,01			\$ 158.568,60
COSTOS FIJOS															
Licencias y permisos	1	\$ 900,00	\$ 900,00	1	\$ 943,83	\$ 943,83	1	\$ 989,79	\$ 989,79	1	\$ 1.038,00	\$ 1.038,00	1	\$ 1.088,55	\$ 1.088,55
Sueldos			\$ 122.009,70			\$ 127.951,57			\$ 134.182,81			\$ 140.717,52			\$ 147.570,46
Seguro social	1	\$ 26.187,00	\$ 26.187,00	1	\$ 27.462,31	\$ 27.462,31	1	\$ 28.799,72	\$ 28.799,72	1	\$ 30.202,27	\$ 30.202,27	1	\$ 31.673,12	\$ 31.673,12
Servicios básicos			\$ 9.480,00			\$ 9.941,68			\$ 10.425,84			\$ 10.933,57			\$ 11.466,04
Gastos de mantenimiento			\$ 2.040,00			\$ 2.139,35			\$ 2.243,53			\$ 2.352,79			\$ 2.467,28
Préstamo	1	\$ 14.979,08	\$ 14.979,08	1	\$ 14.175,16	\$ 14.175,16	1	\$ 13.371,24	\$ 13.371,24	1	\$ 12.567,32	\$ 12.567,32	1	\$ 11.763,40	\$ 11.763,40
Alquiler			\$ 9.600,00			\$ 10.067,52			\$ 10.557,81			\$ 11.071,97			\$ 11.611,18
Promoción y publicidad			\$ 6.000,00			\$ 6.292,20			\$ 6.598,63			\$ 6.919,98			\$ 7.256,99
Depreciación	1	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	1	\$ 5.720,62	\$ 5.720,62	1	\$ 5.999,21	\$ 5.999,21	1	\$ 6.291,38	\$ 6.291,38	1	\$ 6.597,77	\$ 6.597,77
Sub-total costos fijos			\$ 196.650,74			\$ 204.694,23			\$ 213.168,59			\$ 222.094,80			\$ 231.494,87
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES			\$ 293.949,21			\$ 316.934,83			\$ 340.291,85			\$ 363.407,81			\$ 390.063,47

Fuente: Elaboración propia

ANEXO CCC. Proyección de Costos Fijos y Variables del año 6 al año 10

Año 6			Año 7			Año 8			Año 9			Año 10		
Q	COSTO USD	TOTAL	Q	COSTO USD	TOTAL									
3577	\$ 5,64	\$ 20.188,88	3720	\$ 5,92	\$ 22.018,96	3831	\$ 6,21	\$ 23.784,02	4061	\$ 6,51	\$ 26.438,84	4346	\$ 6,83	\$ 29.667,26
3577	\$ 5,48	\$ 19.399,09	3720	\$ 5,75	\$ 21.375,71	3831	\$ 6,03	\$ 23.089,21	4061	\$ 6,32	\$ 25.666,47	4346	\$ 6,63	\$ 28.800,58
2236	\$ 2,98	\$ 6.663,46	2325	\$ 3,13	\$ 7.267,49	2395	\$ 3,28	\$ 7.850,06	2538	\$ 3,44	\$ 8.726,30	2716	\$ 3,61	\$ 9.791,86
4024	\$ 6,15	\$ 24.754,06	4185	\$ 6,45	\$ 26.997,96	4310	\$ 6,77	\$ 29.162,15	4569	\$ 7,09	\$ 32.417,29	4889	\$ 7,44	\$ 36.375,73
4471	\$ 6,66	\$ 29.772,92	4650	\$ 6,98	\$ 32.471,78	4789	\$ 7,32	\$ 35.074,75	5077	\$ 7,68	\$ 38.989,86	5432	\$ 8,05	\$ 43.750,88
3577	\$ 8,05	\$ 28.808,85	3720	\$ 8,45	\$ 31.420,31	3831	\$ 8,86	\$ 33.939,00	4061	\$ 9,29	\$ 37.727,33	4346	\$ 9,74	\$ 42.334,18
1788	\$ 2,03	\$ 3.629,46	1860	\$ 2,13	\$ 3.958,46	1916	\$ 2,23	\$ 4.275,78	2031	\$ 2,34	\$ 4.753,05	2173	\$ 2,45	\$ 5.333,44
1788	\$ 2,28	\$ 4.083,14	1860	\$ 2,39	\$ 4.453,27	1916	\$ 2,51	\$ 4.810,25	2031	\$ 2,63	\$ 5.347,18	2173	\$ 2,76	\$ 6.000,12
1341	\$ 3,74	\$ 5.018,86	1399	\$ 3,92	\$ 5.473,81	1437	\$ 4,12	\$ 5.912,60	1523	\$ 4,32	\$ 6.572,58	1630	\$ 4,53	\$ 7.375,15
1341	\$ 1,69	\$ 2.262,74	1395	\$ 1,77	\$ 2.467,86	1437	\$ 1,86	\$ 2.665,68	1523	\$ 1,95	\$ 2.963,23	1630	\$ 2,04	\$ 3.325,07
1788	\$ 1,81	\$ 3.243,83	1860	\$ 1,90	\$ 3.537,88	1916	\$ 1,99	\$ 3.821,48	2031	\$ 2,09	\$ 4.248,04	2173	\$ 2,19	\$ 4.766,76
4024	\$ 3,91	\$ 15.720,10	4185	\$ 4,10	\$ 17.145,10	4310	\$ 4,30	\$ 18.519,47	4569	\$ 4,51	\$ 20.586,65	4889	\$ 4,73	\$ 23.100,46
1788	\$ 2,54	\$ 4.536,83	1860	\$ 2,66	\$ 4.948,08	1916	\$ 2,79	\$ 5.344,72	2031	\$ 2,93	\$ 5.941,31	2173	\$ 3,07	\$ 6.666,80
1788	\$ 0,95	\$ 1.701,31	1860	\$ 1,00	\$ 1.855,53	1916	\$ 1,05	\$ 2.004,27	2031	\$ 1,10	\$ 2.227,99	2173	\$ 1,15	\$ 2.500,05
2236	\$ 0,32	\$ 708,88	2325	\$ 0,33	\$ 773,14	2395	\$ 0,35	\$ 835,11	2538	\$ 0,37	\$ 928,33	2716	\$ 0,38	\$ 1.041,69
2236	\$ 1,01	\$ 2.268,41	2325	\$ 1,06	\$ 2.474,04	2395	\$ 1,12	\$ 2.672,36	2538	\$ 1,17	\$ 2.970,66	2716	\$ 1,23	\$ 3.333,40
1341	\$ 0,38	\$ 510,39	1395	\$ 0,40	\$ 556,66	1437	\$ 0,42	\$ 601,28	1523	\$ 0,44	\$ 668,40	1630	\$ 0,46	\$ 750,02
1788	\$ 0,63	\$ 1.134,21	1860	\$ 0,67	\$ 1.237,02	1916	\$ 0,70	\$ 1.336,18	2031	\$ 0,73	\$ 1.485,33	2173	\$ 0,77	\$ 1.666,70
		\$ 174.605,43			\$ 190.433,07			\$ 205.698,37			\$ 228.658,83			\$ 256.580,14
1	\$ 1.141,56	\$ 1.141,56	1	\$ 1.197,15	\$ 1.197,15	1	\$ 1.255,46	\$ 1.255,46	1	\$ 1.316,60	\$ 1.316,60	1	\$ 1.380,71	\$ 1.380,71
		\$ 154.757,14			\$ 162.293,81			\$ 170.197,52			\$ 178.480,14			\$ 187.178,42
1	\$ 33.215,60	\$ 33.215,60	1	\$ 34.833,20	\$ 34.833,20	1	\$ 36.529,58	\$ 36.529,58	1	\$ 38.308,57	\$ 38.308,57	1	\$ 40.174,19	\$ 40.174,19
		\$ 12.024,43			\$ 12.610,02			\$ 13.224,13			\$ 13.868,15			\$ 14.543,53
		\$ 2.587,54			\$ 2.713,55			\$ 2.845,70			\$ 2.984,29			\$ 3.129,62
1	\$ 10.959,48	\$ 10.959,48	1	\$ 10.155,56	\$ 10.155,56	1	\$ 9.351,64	\$ 9.351,64	1	\$ 8.547,73	\$ 8.547,73	1	\$ 7.743,81	\$ 7.743,81
		\$ 12.176,64			\$ 12.769,65			\$ 13.391,53			\$ 14.043,69			\$ 14.727,62
		\$ 7.610,40			\$ 7.981,03			\$ 8.369,70			\$ 8.777,31			\$ 9.204,76
1	\$ 6.919,08	\$ 6.919,08	1	\$ 7.256,04	\$ 7.256,04	1	\$ 7.609,40	\$ 7.609,40	1	\$ 7.979,98	\$ 7.979,98	1	\$ 8.368,61	\$ 8.368,61
		\$ 241.391,88			\$ 251.810,02			\$ 262.774,67			\$ 274.312,45			\$ 286.451,27
		\$ 415.997,31			\$ 442.343,08			\$ 468.473,04			\$ 503.971,29			\$ 543.931,41

Fuente: Elaboración propia

ANEXO DDD. Detalle de gastos de personal

Puesto	Nº personas	Sueldo base	Salario total mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte personal	Total sueldos y salarios	IESS Aporte personal (9,35%)	IESS aporte patronal (11,15%)	IECE y Secap (1%)	Total seguridad social
Gerente General	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 354,00	\$ 112,20	\$ 14.607,60	\$ 112,20	\$ 133,80	\$ 12,00	\$ 3.096,00
Chef	1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 354,00	\$ 84,15	\$ 11.044,20	\$ 84,15	\$ 100,35	\$ 9,00	\$ 2.322,00
Maître o Capitán	1	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 354,00	\$ 70,13	\$ 9.262,50	\$ 70,13	\$ 83,63	\$ 7,50	\$ 1.935,00
Segundo Chef	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 354,00	\$ 65,45	\$ 8.668,60	\$ 65,45	\$ 78,05	\$ 7,00	\$ 1.806,00
Ayudante de cocina	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 46,75	\$ 6.293,00	\$ 46,75	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 1.290,00
Mamitón	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 354,00	\$ 42,08	\$ 5.699,10	\$ 42,08	\$ 50,18	\$ 4,50	\$ 1.161,00
Mesero	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00	\$ 450,00	\$ 354,00	\$ 210,38	\$ 25.279,50	\$ 210,38	\$ 250,88	\$ 22,50	\$ 5.805,00
Encargado de Limpieza	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 354,00	\$ 42,08	\$ 5.699,10	\$ 42,08	\$ 50,18	\$ 4,50	\$ 1.161,00
Cajero	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 46,75	\$ 6.293,00	\$ 46,75	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 1.290,00
Bartender	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 46,75	\$ 6.293,00	\$ 46,75	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 1.290,00
Músicos	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 140,25	\$ 17.171,00	\$ 140,25	\$ 167,25	\$ 15,00	\$ 3.870,00
Guardia de seguridad	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 354,00	\$ 42,08	\$ 5.699,10	\$ 42,08	\$ 50,18	\$ 4,50	\$ 1.161,00
TOTAL			\$ 10.150,00				\$ 122.009,70				\$ 26.187,00
							Mensual \$ 10.167,48				Mensual \$ 2.182,25

Fuente: Elaboración propia

ANEXO EEE. Estado de pérdidas y ganancias

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$ 262.300,43	\$ 302.581,91	\$ 342.703,06	\$ 380.956,26	\$ 427.474,45	\$ 470.707,07	\$ 513.375,73	\$ 554.528,44	\$ 616.426,02	\$ 691.697,18
Costos variables	\$ 97.298,47	\$ 112.240,60	\$ 127.123,26	\$ 141.313,01	\$ 158.568,60	\$ 174.605,43	\$ 190.433,07	\$ 205.698,37	\$ 228.658,83	\$ 256.580,14
Margen de contribución	\$ 165.001,96	\$ 190.341,31	\$ 215.579,80	\$ 239.643,25	\$ 268.905,85	\$ 296.101,64	\$ 322.942,66	\$ 348.830,07	\$ 387.767,18	\$ 435.117,04
Gastos fijos	\$ 196.690,74	\$ 204.694,23	\$ 213.168,59	\$ 222.094,80	\$ 231.494,87	\$ 241.391,88	\$ 251.810,02	\$ 262.774,67	\$ 274.312,45	\$ 286.451,27
Beneficio antes de participación de empleados	\$ (31.648,78)	\$ (14.352,92)	\$ 2.411,21	\$ 17.548,45	\$ 37.410,98	\$ 54.709,77	\$ 71.132,65	\$ 86.055,40	\$ 113.454,73	\$ 148.665,77
Participación de empleados (15%)			\$ 361,68	\$ 2.632,27	\$ 5.611,65	\$ 8.206,46	\$ 10.669,90	\$ 12.908,31	\$ 17.018,21	\$ 22.299,87
Base imponible	\$ (31.648,78)	\$ (14.352,92)	\$ 2.049,53	\$ 14.916,18	\$ 31.799,33	\$ 46.503,30	\$ 60.462,75	\$ 73.147,09	\$ 96.436,52	\$ 126.365,90
Impuesto IR (25%)			\$ 512,38	\$ 3.579,88	\$ 7.631,84	\$ 11.160,79	\$ 14.511,06	\$ 17.555,30	\$ 23.144,76	\$ 30.327,82
Beneficio después de impuestos o beneficio neto	\$ (31.648,78)	\$ (14.352,92)	\$ 1.537,15	\$ 11.336,30	\$ 24.167,49	\$ 35.342,51	\$ 45.951,69	\$ 55.591,79	\$ 73.291,76	\$ 96.038,09

Fuente: Elaboración propia

ANEXO FFF. Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad neta		\$ (31.648,78)	\$ (14.352,92)	\$ 1.537,15	\$ 11.336,30	\$ 24.167,49	\$ 35.342,51	\$ 45.951,69	\$ 55.591,79	\$ 73.291,76	\$ 96.038,09
inversión inicial	\$ 91.354,40										
Reinversión											
Depreciación		\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96	\$ 5.454,96
Saldo de caja	\$ (91.354,40)	\$ (26.193,82)	\$ (8.897,96)	\$ 6.992,11	\$ 16.791,26	\$ 29.622,45	\$ 40.797,47	\$ 51.406,65	\$ 61.046,75	\$ 78.746,72	\$ 101.493,05

Fuente: Elaboración propia

ANEXO GGG. Punto de equilibrio

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas	\$ 262.300,43	\$ 302.581,91	\$ 342.703,06	\$ 380.956,26	\$ 427.474,45	\$ 470.707,07	\$ 513.375,73	\$ 554.528,44	\$ 616.426,02	\$ 691.697,18
Costos variables	\$ 97.298,47	\$ 112.240,60	\$ 127.123,26	\$ 141.313,01	\$ 158.568,60	\$ 174.605,43	\$ 190.433,07	\$ 205.698,37	\$ 228.658,83	\$ 256.580,14
Costos fijos	\$ 196.650,74	\$ 204.694,23	\$ 213.168,59	\$ 222.094,80	\$ 231.494,87	\$ 241.391,88	\$ 251.810,02	\$ 262.774,67	\$ 274.312,45	\$ 286.451,27
Costos y gastos totales	\$ 293.949,21	\$ 316.934,83	\$ 340.291,85	\$ 363.407,81	\$ 390.063,47	\$ 415.997,31	\$ 442.243,08	\$ 468.473,04	\$ 502.971,29	\$ 543.031,41
Beneficio	\$ (31.648,78)	\$ (14.352,92)	\$ 2.411,21	\$ 17.548,45	\$ 37.410,98	\$ 54.709,77	\$ 71.132,65	\$ 86.055,40	\$ 113.454,73	\$ 148.665,77
PUNTO DE EQUILIBRIO:	\$ 312.611,89									

Fuente: Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- (1) BLOG RESTAURANTE TEMÁTICO. “Restaurante temático” [En línea] Disponible en: <http://restaurantematico.blogspot.com/2010/07/que-es-un-restaurant-tematico.html> (Consultado el 25 de mayo del 2015).
- (2) DIARIO EL UNIVERSO. “Las Peñas, un barrio con reminiscencia” [En línea] Disponible en: <http://www.eluniverso.com/2012/07/29/1/1380/las-penas-barrio-reminiscencia.html> (Consultado el 25 de mayo del 2015).
- (3) GUAYAQUIL ES MI DESTINO. “Malecón Simón Bolívar” [En línea] Disponible en: <http://turismo.guayaquil.gob.ec/es/malecones/malecones-urbanos/malecon-simon-bolivar> (Consultado el 25 de mayo del 2015).
- (4) BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. “Tasa de inflación anual” [En línea] Disponible en: (Consultado el 13 de agosto del 2015).
- (5) CAPTUR. “Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario” [En línea] Disponible en: http://www.captur.travel/web2011/informacion_juridica/documentos/salud/ReglamentoPermisoControlSanitario.pdf (Consultado el 25 de mayo del 2015).
- (6) UNESCO. “Ley de Patrimonio Cultural, Codificación” [En línea] Disponible en: http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec_codificacion_27_ley_de_patrimonio_cultural_spaorof.pdf (Consultado el 25 de agosto del 2015).