



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE ALTA COCINA ESPECIALIZADO EN COMIDA EXÓTICA

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el título de Ingeniero Comercial con mención en Negocios Internacionales.

PROFESOR GUÍA: DR. MANUEL MARIA HERRERA PEÑA.

AUTORA: PAULINA ELIZABETH GAIBOR MORETA.

2010

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Atentamente

Dr. Manuel María Herrera Peña

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Yo Paulina Elizabeth Gaibor Moreta con número de matrícula 104814 y número de cédula 171930592-0: Declaro que este trabajo es original de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Atentamente

Paulina Elizabeth Gaibor Moreta
171930592-0

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mis padres por el apoyo incondicional a lo largo de mi vida, a mi hermano por haber aportado con ideas para la realización de este plan de negocios y principalmente por creer en mí.

Le agradezco enormemente al Dr. Manuel María Herrera Peña por la paciencia, los consejos, el apoyo y el conocimiento brindado.

A la Universidad de las Américas, por haberme formado profesionalmente y donde disfruté de los mejores años de mi vida, a mis profesores por haber transmitido todos sus conocimientos, por incentivar me a ser siempre una emprendedora y dar el máximo en cada paso.

A mis amigos que siempre estuvieron ahí para ayudarme a resolver cualquier inquietud y por darme fuerza cuando más lo necesitaba.

A TODOS GRACIAS

DEDICATORIA

A Dios luz de mi vida,

A mis padres,

A mi hermano,

A mis sobrinos,

A mis amigos

MUCHAS GRACIAS

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de la posible creación de un restaurante de alta cocina especializado en comida exótica nace a partir de los conocimientos adquiridos en la etapa universitaria, sumada a las aspiraciones de realizar un emprendimiento y de esta manera lograr independencia laboral y económica. La idea radica en ofrecer al público de Quito una experiencia gastronómica única e inolvidable, en un ambiente cálido, atractivo y elegante. Acompañado de un menú de incuestionable calidad que refleja la interminable diversidad de olores, sabores y colores del arte culinario mundial.

El sector alimentos y bebidas ha tenido repercusión dentro de la economía nacional ya que representa gran porcentaje de la producción nacional, dentro de este sector se encuentra la industria de hoteles y restaurantes que mantiene un crecimiento constante desde hace años atrás según datos proporcionados por el Banco Central, esta industria genera miles de plazas de trabajo y ofrece oportunidades tanto para el empleador como para el trabajador, como podemos observar en la tabla a continuación.

ENCUESTA ANUAL DE HOTELES, RESTAURANTES Y SERVICIOS SERIE HISTÓRICA (2000-2008)

Años	Número de establecimientos	Personal ocupado	Remuneraciones	Producción total
2000	724	44.940	156.307.484	1.311.773.204
2001	748	48.855	240.673.627	1.763.462.057
2002	817	56.893	324.872.657	2.022.004.257
2003	911	65.614	385.450.363	2.299.064.726
2004	1.005	74.355	431.004.180	2.475.049.756
2005	1.083	79.266	500.312.590	2.860.238.502
2006	1.172	85.708	540.973.324	3.092.689.344
2007	1.260	92.200	581.949.648	3.326.947.310
2008	1.354	99.115	625.595.871	3.578.797.221

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaboración: Autora

Para poder cumplir los objetivos de este plan de negocios se utilizaron dos herramientas de investigación. La primera fue la investigación descriptiva cualitativa que aplica técnicas como grupos focales y entrevistas a expertos. La segunda fue la investigación descriptiva cuantitativa, con esta herramienta se pudo definir el mercado objetivo al que el restaurante está dirigido, las características del mismo, las necesidades que poseen los consumidores, sus gustos y preferencias. Donde se pudo concluir que el 85% de público encuestado estaría dispuesto a asistir al restaurante y probarían 7 de los 9 platillos propuestos.

Platillo	Si Comería	No Comería
Pétalos acaramelados acompañados de helado de frutas.	312	88
Serpiente frita en salsa de ciruelas.	294	106
Gusano de maguey a las finas hierbas.	99	301
Ensalada de verdes y frambuesa con crujientes de larvas de hormiga y bruscheta con queso Brie.	125	275
Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón.	312	88
Biscocho de fruta de chonta.	288	112
Hormigas de limón a la piedra.	275	125
Lomo de canguro a los tres vinos.	297	103
Ancas de rana al ajillo.	315	85

Fuente: Encuestas realizadas

n: 400

Elaboración: Autora

“Ecuador Exótico Restaurant” poseerá una estructura organizacional enfocada hacia el cumplimiento de los objetivos a mediano y corto plazo, donde el ambiente organizacional será el ideal para poder desarrollar una planeación estratégica exitosa y de esta forma llegar a ser reconocido en un plazo de 3 años como el mejor restaurante de alta cocina exótica en la ciudad de Quito.

Se elaboró un plan de Marketing para realizar la introducción y posicionamiento del restaurante en el mercado meta, se enfocará en la estrategia por diferenciación de producto y campaña en medios de comunicación como lo son: vallas publicitarias, publicidad en revistas de moda, negocios y estilo, banners, cuñas de radio, hojas volantes, página web del restaurante, alianzas estratégicas con entidades bancarias que emitan estados de cuenta con nuestra publicidad a sus tarjetahabientes y envió de e-mails. Se desarrollarán de manera constante las estrategias de posicionamiento para alcanzar la penetración y fidelización del mercado.

El análisis financiero de la empresa se proyectó con dos alternativas de financiamiento con apalancamiento y sin apalancamiento y estos para tres escenarios respectivamente normal, optimista y pesimista. Se calculó el costo de oportunidad, el VAN, la TIR y se concluyó que la implantación de este plan de negocios en el mercado de Quito es rentable como se puede observar en el siguiente cuadro.

	PROYECTO			
	NO APALANCADO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
NORMAL	\$ 49.732,93	39,12%	\$ 72.924,59	61,41%
OPTIMISTA	\$ 63.612,31	42,69%	\$ 86.803,97	67,00%
PESIMISTA	\$ 20.439,15	31,32%	\$ 49.688,07	52,57%

Fuente: Capítulo sexto

Elaboración: Autora

EXECUTIVE SUMMARY

The idea of the possible creation of an haute cuisine restaurant specializing in exotic food comes from the knowledge acquired in university period coupled with aspirations to make a venture and thereby achieve employment and financial independence. The idea is to offer the public of Quito, a unique and unforgettable dining experience in a warm, inviting and elegant. With a menu of unquestionable quality that reflects the endless variety of scents, flavors and colors of the culinary art that have not yet been explored in full, you want to include Ecuador in the list of countries that have ceased to delight in the art of the exotic cuisine. Additionally there will be a spectacle such as that offered in major cities worldwide, where consumers directly appreciate the chef using his culinary skills and preparing dishes to satisfy the most demanding palates.

The food and beverage sector has had an impact within the national economy as it represents a large percentage of domestic production within this sector is the hotel and catering industry maintained steady growth for years ago as reported by the Bank Central, the industry generates thousands of jobs, and offers opportunities for both the employer and the employer, as can be seen in the table below.

ANNUAL SURVEY OF HOTELS, RESTAURANTS AND SERVICES HISTORICAL SERIES (2000-2008)

Year	Number of establishment	Personnel	Remuneration	Total Production
2000	724	44.940	156.307.484	1.311.773.204
2001	748	48.855	240.673.627	1.763.462.057
2002	817	56.893	324.872.657	2.022.004.257
2003	911	65.614	385.450.363	2.299.064.726
2004	1.005	74.355	431.004.180	2.475.049.756
2005	1.083	79.266	500.312.590	2.860.238.502
2006	1.172	85.708	540.973.324	3.092.689.344
2007	1.260	92.200	581.949.648	3.326.947.310
2008	1.354	99.115	625.595.871	3.578.797.221

Information of: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaboration: Author

To meet the objectives of this business plan using two research tools, the first qualitative descriptive research that applies techniques as focus groups and interviews with experts. The second was a quantitative descriptive research, this tool could define the target market that the restaurant is targeted, the characteristics, needs consumers have, tastes and preferences. Where we may conclude that 85% of public surveyed would be willing to attend the restaurant and prove 7 of the 9 dishes offered.

Dishes	Yes	No
Sweet petals accompanied of ice cream of fruits.	312	88
Fried snake with plum sauce.	294	106
Maguey worm to the thin grasses.	99	301
Green salad and raspberry with creaking ants and bruscheta with cheese Brie.	125	275
Anguilla with potatoes foam and gelatine of paprika.	312	88
Cake of chonta fruit.	288	112
Ants of lemon to the stone.	275	125
Kangaroo loin to the three wines.	297	103
Frog haunches to the chopped garlic.	315	85

Information of: Surveys

n: 400

Elaboration: Author

"Ecuador Exotic Restaurant" will have an organizational structure focused on meeting the objectives in the medium and short run, where the organizational environment will be ideal to develop successful strategic planning and thus become recognized within 3 years as the best exotic cuisine restaurant in the city of Quito.

Developed a marketing plan for the introduction and positioning of the restaurant in the target market through billboards, magazine fashion, business and style, banners, radio spots, flyers, website of the restaurant, strategic alliances with banks to issue statements on how much our advertising to their cardholders and sent e-mails. Additionally steadily develop positioning strategies to achieve market penetration and customer loyalty.

The financial analysis of the company with two alternative project financing and leveraged and unleveraged these three scenarios respectively for normal, optimistic and pessimistic. We calculated the opportunity cost, the NPV, IRR, and concluded that implementing the business plan on the market in Quito is profitable as can be seen in the table below

	PROYECT			
	UNLEVERAGE		LEVERAGE	
	VNA	IRR	VNA	IRR
NORMAL	\$ 49.732,93	39,12%	\$ 72.924,59	61,41%
OPTIMIST	\$ 63.612,31	42,69%	\$ 86.803,97	67,00%
PESSIMIST	\$ 20.439,15	31,32%	\$ 49.688,07	52,57%

Information of: Capter 6th

Elaboration: Author

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

1.1. Formación del negocio	1
1.2. Objetivos.....	2
1.2.1 Objetivo General.....	2
1.2.2 Objetivos Específicos.....	2
1.3 Hipótesis.....	2

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Sector Alimento y Bebidas.....	4
2.1.1 Antecedentes.....	4
2.1.2 Situación Actual.....	5
2.1.3 Proyección.....	5
2.2 Industria de Hoteles y Restaurantes.....	6
2.2.1 Antecedentes.....	6
2.2.2 Situación Actual.....	8
2.2.3 Proyección.....	8
2.3 Negocio.....	9
2.4 Análisis del Macro entorno.....	9
2.4.1 Variables que afectan el negocio.....	9
2.4.1.1 Factores Económicos.....	9
2.4.1.1.1 Inflación.....	9

2.4.1.1.2 Poder Adquisitivo.....	10
2.4.1.2 Factores Socio Culturales.....	11
2.4.1.2.1 Estilo de Vida.....	11
2.4.1.2.2 Tradiciones.....	12
2.5 Análisis del Micro entorno.....	12
2.5.1 Fuerzas de Porter.....	12
2.5.1.1 Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores.....	13
2.5.1.2 Rivalidad entre Competidores.....	13
2.5.1.3 Poder de Negociación de los Proveedores.....	13
2.5.1.4 Poder de Negociación de los Compradores.....	13
2.5.1.5 Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos.....	14

CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1 Planteamiento.....	15
3.1.1 Problema Gerencial.....	15
3.1.2 Problemas de Investigación de Mercado.....	15
3.1.2.1 Preguntas, Hipótesis y Objetivos de Investigación de Mercados.....	15
3.2 Diseño de la Investigación.....	16
3.2.1 Investigación Descriptiva Cualitativa.....	17
3.3 Grupos de Enfoque.....	17
3.3.1 Objetivo General.....	17
3.3.2 Objetivos Específicos.....	17
3.3.3 Metodología.....	18
3.3.4 Resultados.....	18
3.3.5 Conclusiones.....	19

3.4	Entrevista con Expertos.....	19
3.4.1	Objetivo General.....	20
3.4.2	Objetivos Específicos.....	20
3.4.3	Metodología.....	20
3.4.4	Resultados.....	21
3.4.5	Conclusiones.....	21
3.5	Público Objetivo.....	22
3.6	Investigación Descriptiva Cuantitativa.....	22
3.6.1	Encuestas Personales.....	22
3.6.2	Objetivo General.....	22
3.6.3	Objetivos Específicos.....	22
3.6.4	Metodología.....	23
3.7	Cálculo de la Muestra.....	23
3.8	Resultados.....	24
3.9	Conclusiones.....	28
3.10	Oportunidades del Negocio.....	29

CAPÍTULO IV: LA EMPRESA

4.1	Estructura Orgánica.....	30
4.1.1	Nombre de la Empresa.....	30
4.1.2	Organigrama.....	30
4.1.3	Funciones por área.....	31
4.1.3.1	Finanzas y Contabilidad.....	31
4.1.3.2	Administrativa y Talento Humano.....	31
4.1.3.3	Producción y Cocina.....	32

4.1.3.4	Marketing y Ventas.....	32
4.2	Objetivos, Estrategias y Políticas por Área.....	32
4.3	Misión.....	36
4.4	Visión.....	36
4.5	Localización del restaurante.....	37
4.6	Ubicación.....	37
4.7	Diagrama de cadena de valor.....	38
4.8	Escala estratégica.....	39

CAPÍTULO V: PLAN DE MARKETING

5.1	Situación.....	40
5.2	Objetivos del Plan de Marketing.....	41
5.2.1	Objetivo General.....	41
5.2.2	Objetivos Específicos.....	41
5.3	Marketing Estratégico.....	42
5.3.1	Consumidor.....	42
5.3.1.1	Perfil.....	42
5.3.1.2	Hábitos y actitudes.....	42
5.3.1.3	Deseos y necesidades.....	42
5.3.2	Mercado.....	42
5.3.2.1	Competidores.....	42
5.3.2.2	Segmentación.....	43
5.4	Estrategias de Posicionamiento.....	44
5.4.1	Posicionamiento Basado en las características del Producto.....	44

5.4.2	Diferenciación en el Producto.....	44
5.4.3	Estrategias de Promoción.....	45
5.4.4	Estrategias de Comunicación.....	45
5.4.5	Marca Comercial.....	46
5.5	Marketing Mix (Táctico).....	46
5.5.1	Producto.....	46
5.5.2	Precio.....	47
5.5.3	Plaza.....	49
5.5.4	Publicidad y Promoción.....	49
5.6	Proyección de ventas.....	50
5.7	Control de Plan de Marketing.....	52

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS FINANCIERO

6.1	Supuestos Financieros.....	53
6.2	Evaluación Financiera.....	55
6.2.1	TIR y VAN.....	55

CAPÍTULO VII: PLAN DE CONTINGENCIA

7.1	Posibles Riesgos.....	57
7.1.1	Nivel de Ventas inferior al Planificado.....	57
7.1.2	Nivel de Ventas superior al Planificado.....	57
7.1.3	Aumento de aranceles a las importaciones.....	58

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1	Conclusiones.....	59
8.2	Recomendaciones.....	60
	BIBLIOGRAFÍA.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 2.1 PIB Sectorial.....	4
TABLA 2.2 PIB Sectorial año 2009.....	5
TABLA 2.3 Proyección del sector de elaboración de productos alimenticios y bebidas.....	5
TABLA 2.4 Encuesta anual de hoteles, restaurantes y servicios.....	7
TABLA 2.5 Encuesta anual de Hoteles y Restaurantes y Servicios 2009.....	8
TABLA 2.6 Proyección del sector de Hoteles, restaurantes y servicios.....	8
TABLA 2.7 Ingresos y Egresos mensuales de los hogares por quintiles a nivel nacional.....	11
TABLA 3.1 Preguntas hipótesis y objetivos de la investigación de mercados.....	16
TABLA 3.2 Metodología para la realización de grupos focales.....	18
TABLA 4.1 Área de Finanzas y Contabilidad.....	32

TABLA 4.2 Área de Desarrollo del Talento Humano.....	33
TABLA 4.3 Área operativa.....	34
TABLA 4.4 Área de Marketing y Publicidad.....	35
TABLA 4.5 Localización por el método cualitativo por puntos.....	37
TABLA 4.6 Cadena de Valor de la Empresa.....	38
TABLA 5.1 Competencia Indirecta.....	43
TABLA 5.2 Segmentación de mercado.....	43
TABLA 5.3 Menú de platillos.....	48
TABLA 5.4 Costo de publicidad.....	49
TABLA 6.1 TIR Y VAN del proyecto.....	55

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 2 .1 Clasificación Internacional industrial Uniforme.....	3
GRÁFICO 2.2 Elaboración de productos alimenticios y bebidas.....	4
GRÁFICO 2.3 Producto Interno Bruto “Hoteles y Restaurantes”.....	6
GRÁFICO 2.4 Inflación Año 2009.....	10
GRÁFICO 2.5 Ingresos y egresos mensuales a nivel nacional.....	11
GRÁFICO 2.6 Fuerzas de Porter.....	12
GRÁFICO 3. Nivel de aceptación por nuevas alternativas culinarias.....	24
GRÁFICO 3.2 Nivel de conocimiento sobre restaurantes de comida exótica.....	25
GRÁFICO 3. Conocimiento sobre restaurantes con espectáculo en vivo.....	25
GRÁFICO 3.4 Precio por persona de una cena de comida exótica.....	26
GRÁFICO 3.5 Preferencias de platillos de comida exótica.....	27
GRÁFICO 4.1 Organigrama empresarial.....	30

GRÁFICO 4.2 Escala estratégica de la empresa.....	39
GRÁFICO 5.1 Evaluación de la industria de restaurantes.....	40
GRÁFICO 5.1 Producto, Precio, Plaza y Promoción.....	47
GRÁFICO 5.3 Plaza.....	49
GRÁFICO 5.2 Tasa de variación del PIB de la industria de Hoteles y Restaurantes.....	50

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 4.1 Ciudad de Quito, Ubicación del restaurante.....	37
--	----

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 FORMACIÓN DEL NEGOCIO

La idea de la posible creación de un restaurante de alta cocina especializado en comida exótica, nació a partir de los conocimientos adquiridos en la etapa universitaria sumada a la aspiración de obtener independencia laboral y económica a través de la realización de un emprendimiento.

La diversidad cultural en el mundo muestra tantos gustos culinarios como las mezclas, preparaciones e ingredientes que componen los platos.

Los gustos exóticos en ciertos lugares del mundo son muy comunes, deliciosos y típicos, por lo general son combinaciones muy simples, pero en países del tercer mundo no estamos acostumbrados a ellas.

La idea básica está en ofrecer al mercado una experiencia gastronómica única e inolvidable, en un ambiente cálido, atractivo y elegante. Con un menú de incuestionable calidad que refleja la interminable diversidad de olores, sabores y colores del arte culinario mundial, existen infinidad de sabores aún no explorados por nuestra cultura y se desea incluir al Ecuador en la lista de países que se han dejado deleitar por el arte de la gastronomía exótica. Adicionalmente se presentará un espectáculo como el que se brinda en las grandes ciudades del mundo, donde el consumidor apreciará de forma directa como el chef usando sus habilidades y conocimientos culinarios prepara los platillos en vivo para satisfacer a los paladares más exigentes.

El restaurante estará enfocado en el cliente brindando un servicio pre y post venta, donde la satisfacción del mismo sea la principal recompensa y este es un punto crucial para el negocio.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar un plan de negocios para determinar la posibilidad de creación de un restaurante de alta cocina exótica con espectáculo en vivo en el sector norte de la ciudad de Quito enfocado a personas de entre 18 y 55 años de clase económica media, media alta y alta.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los factores del macro y micro entorno para determinar cómo estos contribuyen a la formación del negocio.
- Analizar los posibles competidores directos e indirectos del restaurante.
- Conocer las características del consumidor y del mercado para una mejor viabilidad del proyecto.
- Determinar las mejores estrategias en cuanto a marketing y planificación para la introducción y posicionamiento del restaurante.
- Estudiar una posible estructura organizacional que permita cumplir con los objetivos propuestos.
- Realizar un análisis y evaluación financiera para la creación del restaurante.
- Establecer un plan de contingencia para determinar los posibles problemas y posibles soluciones que se puedan presentar.

1.3 HIPÓTESIS

Sí, es viable la creación de un restaurante de alta cocina especializado en comida exótica en la ciudad de Quito

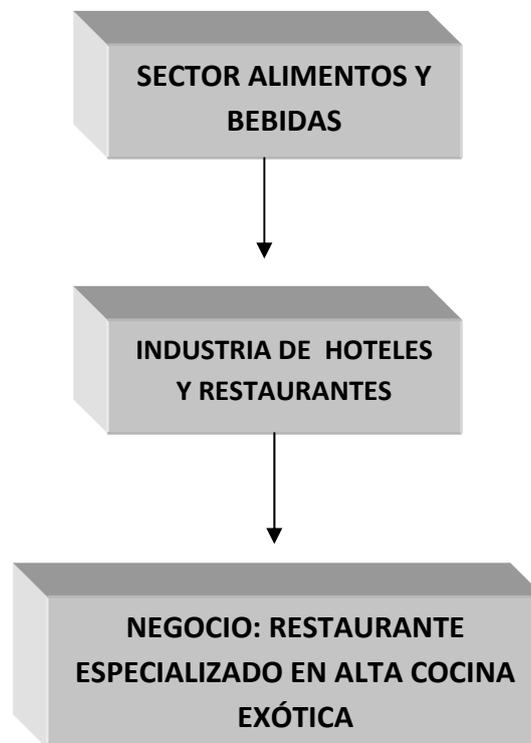
CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO

En el presente capítulo se realizará un análisis del macro y micro entorno en el que se encuentra ubicado el posible negocio de comida exótica.

Conforme a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), el posible negocio se encuentra clasificado de la siguiente manera. Ver gráfico 2.1

GRÁFICO 2.1 Clasificación Internacional industrial Uniforme.



Fuente: Dan Thomas (2000) El sentido de los negocios, Esquema de análisis.

Elaborado por: Autora.

2.1 SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS

2.1.1 ANTECEDENTES

Según datos del Ministerio de Industria y Competitividad, el crecimiento promedio desde el año 2000 al 2008 del sector alimentos y bebidas ha sido del 7,84%.

TABLA 2.1 PIB Sectorial

PIB sectorial - (miles de dólares)

Año	TOTAL PIB	TOTAL MANUFACTURAS	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y DE BEBIDAS
2000	15.933.666	2.169.792	1.057.706
2001	21.249.577	2.483.706	1.133.735
2002	24.899.481	2.593.049	1.157.931
2003	28.635.909	2.734.904	1.255.145
2004	32.642.225	2.881.168	1.308.809
2005	37.186.942	3.295.962	1.483.192
2006	41.763.230	3.697.641	1.656.629
2007	45.789.374	4.081.430	1.786.508
2008	54.685.881	5.003.894	1.926.570

Fuente: Ministerios de Industria y Competitividad

Elaborado por: Autora

GRÁFICO 2.2 Elaboración de productos alimenticios y bebidas



Fuente: Ministerio de Industria y Competitividad

Elaborado por: Autora

2.1.2 SITUACIÓN ACTUAL

Según el Banco Central en el año 2009 el crecimiento de la industria se ubicó en el 3.90%.

TABLA 2.2 PIB Sectorial año 2009

PIB sectorial - (miles de dólares)

Año	TOTAL PIB	TOTAL MANUFACTURAS	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y DE BEBIDAS
2009	51.385.555	5.235.143	2.001.898

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

2.1.3 PROYECCIÓN

En base a una proyección realizada a través del método de promedios móviles de Render Heizer, con los datos del Banco Central del Ecuador se puede establecer que existe un crecimiento constante.

$$^1\text{Promedio Móvil} = \frac{\sum \text{demanda de los } n \text{ periodos anteriores}}{n}$$

TABLA 2.3 Elaboración de productos alimenticios y de bebidas

Año	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y DE BEBIDAS
2009	2.001.898
2010	2.159.247
2011	2.328.964
2012	2.512.021
2013	2.709.465
2014	2.922.429

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

¹ Render Heizer (2004), Principios de Administración de Operaciones, Fórmula promedios móviles Pág # 109

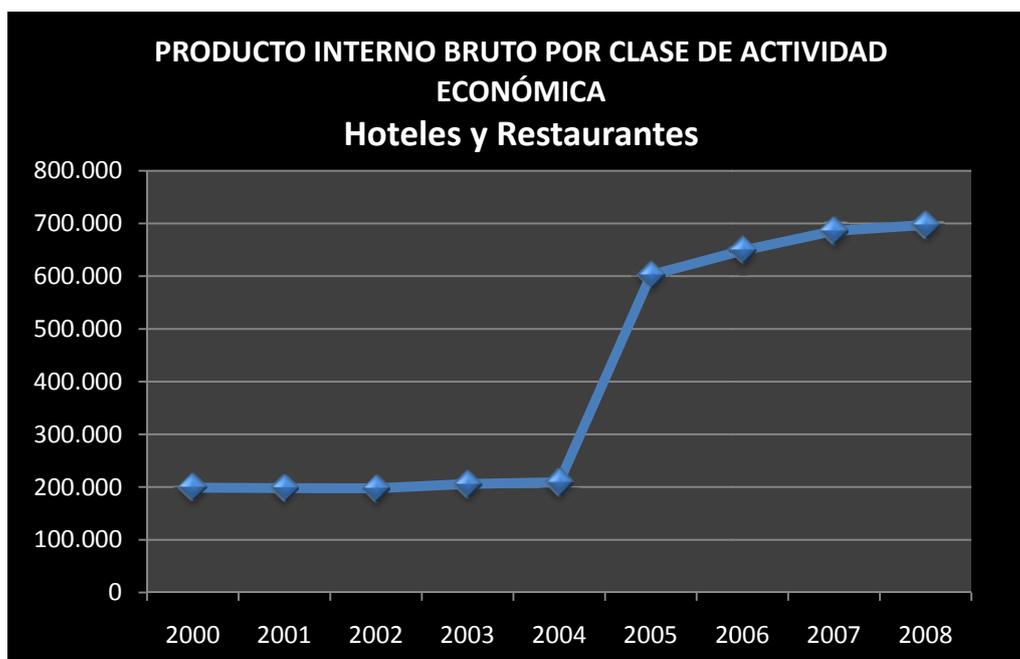
2.2 INDUSTRIA DE HOTELES Y RESTAURANTES

2.2.1 ANTECEDENTES

La industria de Hoteles y Restaurantes se encuentra en un auge sostenido desde hace años atrás según datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, otorga miles de plazas de trabajo y ofrece oportunidades tanto para el trabajador como para el empleador.

En el siguiente gráfico se puede observar la evolución que presenta la industria en los últimos 8 años.

GRÁFICO 2.3 Producto Interno Bruto “Hoteles y Restaurantes”



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

La industria Nacional de restaurantes está clasificada según la Ley de desarrollo turístico en:

- Lujo
- Primera
- Segunda
- Tercera
- Cuarta

“Restaurantes de todas categorías existen en el país y según el catastro de 1997 al 2001 (otorgado por el Ministerio de Turismo debido a que el siguiente se lo realizará en el año 2010) en el Ministerio de turismo existe un incremento de 5714 a 6102, sin embargo pocos de estos son restaurantes de lujo, ya que gran número de estos son locales pequeños con capacidad reducida que están enfocados hacia el mercado de los almuerzos ejecutivos”.²

“A nivel de la provincia de Pichincha donde se encuentra nuestro mercado objetivo para la apertura del negocio en el año 2008 se registraron 1354 establecimientos, 99.115 personal ocupado y la producción total fue de 3.576.468”.³

TABLA 2.4 Encuesta anual de hoteles, restaurantes y servicios.

**ENCUESTA ANUAL DE HOTELES, RESTAURANTES Y SERVICIOS
SERIE HISTÓRICA (2000-2008)**

Años	Número de establecimientos	Personal ocupado	Remuneraciones	Producción total
2000	724	44.940	156.307.484	1.311.773.204
2001	748	48.855	240.673.627	1.763.462.057
2002	817	56.893	324.872.657	2.022.004.257
2003	911	65.614	385.450.363	2.299.064.726
2004	1.005	74.355	431.004.180	2.475.049.756
2005	1.083	79.266	500.312.590	2.860.238.502
2006	1.172	85.708	540.973.324	3.092.689.344
2007	1.260	92.200	581.949.648	3.326.947.310
2008	1.354	99.115	625.595.871	3.578.797.221

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Autora

² Ministerio de Turismo (2007), Principales indicadores turísticos Ecuador

³ Instituto Nacional de Estadística y Censo (2009), Encuesta anual de hoteles, restaurantes y servicios.

2.2.2 SITUACIÓN ACTUAL

Según el Banco Central en el año 2009 el crecimiento de la industria se ubicó en el 1.67%, los siguientes datos fueron otorgados por el INEC.

TABLA 2.5 Encuesta anual de Hoteles y Restaurantes y Servicios “2009”

ENCUESTA ANUAL DE HOTELES, RESTAURANTES Y SERVICIOS

Años	Número de establecimientos	Personal ocupado	Remuneraciones	Producción total
2009	1.455	106.618	672.953	3.849.712.171

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Autora

2.2.3 PROYECCIÓN

Las proyecciones se realizaron en base a los datos obtenidos en el INEC y por el método de promedios móviles de Render Heizer de tres años a una tasa de crecimiento constante del 7.57%.

$${}^4\text{Promedio Móvil} = \frac{\sum \text{demanda de los } n \text{ periodos anteriores}}{n}$$

TABLA 2.6 Hoteles, restaurantes y servicios

HOTELES, RSTAURANTES Y SERVICIOS

Años	Número de establecimientos	Personal ocupado	Remuneraciones	Producción total
2009	1.455	106.618	582.839.614	3.849.712.171
2010	1.564	114.688	596.795.044	3.332.811.292
2011	1.681	123.369	601.743.510	3.585.152.234
2012	1.807	132.708	593.792.723	3.589.225.232
2013	1.942	142.753	597.443.759	3.502.396.253
2014	2.087	153.559	597.659.997	3.558.924.573

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaboración: Autora

⁴ Render Heizer (2004), Principios de Administración de Operaciones, Fórmula promedios móviles Pág # 109

2.3 NEGOCIO

El negocio a implantarse será un restaurante especializado en alta cocina exótica con espectáculo en vivo, la idea básica es ofrecer al mercado de Quito una alternativa culinaria diferente, donde el consumidor apreciará de forma directa como el chef utilizando sus conocimientos y habilidades culinarias prepara los platillos para los paladares más exigentes. De esta forma los comensales podrán palpar los alimentos que van a consumir, la frescura y calidad de los mismos.

El mercado objetivo será la clase media, media alta y alta ya que el establecimiento se encontrará a la altura de los restaurantes más reconocidos de la ciudad, el valor agregado que aportará este restaurante será el espectáculo en vivo y la variedad de platillos nuevos.

2.4 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO:

2.4.1 VARIABLES QUE AFECTAN EL NEGOCIO

2.4.1.1 FACTORES ECONÓMICOS

2.4.1.1.1 INFLACIÓN

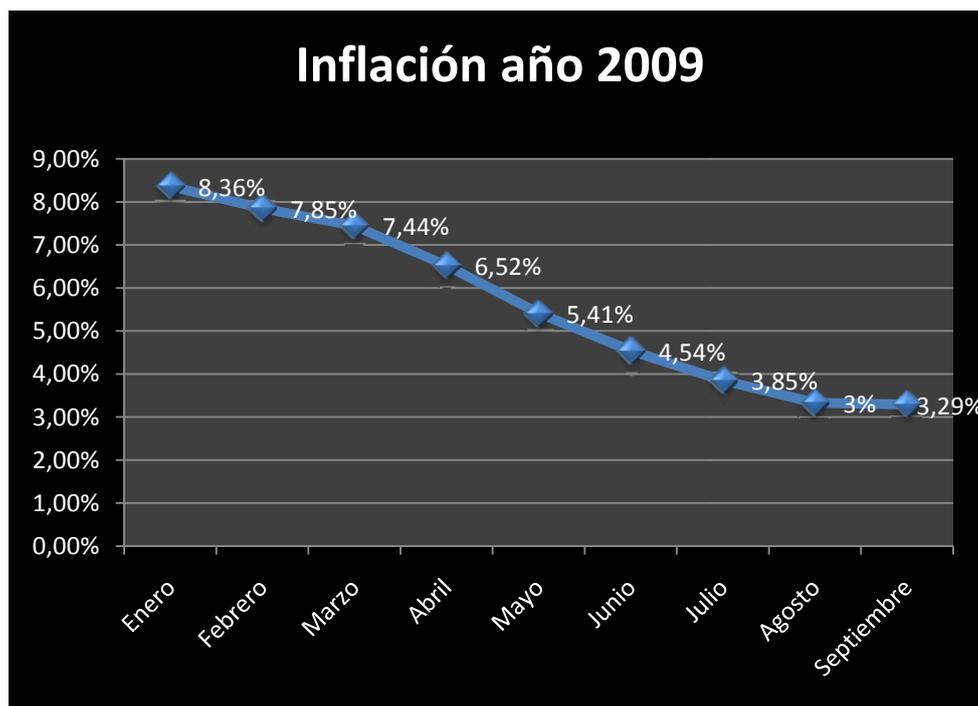
Se debe tomar en cuenta el factor inflacionario debido a que este, no incide en los salarios pero incrementa los precios de los bienes de consumo, limitando así el poder de compra de los consumidores y estableciendo una barrera al momento de adquirir el producto.

La inflación de enero de 2009 en Ecuador se situó en 8.36% y bajo con respecto a la registrada el mes de diciembre del año 2008 que cerró con un 8.83%.⁵

⁵ Informe mensual de inflación, Banco Central del Ecuador URL: www.bce.fin.ec Descargado 09/03/09

Los productos y servicios con mayor incidencia en el aumento de precios de enero fueron los alimentos y bebidas no alcohólicas, las consultas de salud, los restaurantes, hoteles y el transporte.⁶

GRÁFICO 2.4 Inflación Año 2009



Fuente: Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec

Elaborado por: Autora

2.4.1.1.2 PODER ADQUISITIVO

El mercado objetivo para el posible negocio son los quintiles 3,4 y 5 según el Instituto de Estadística y Censo en estos casos los ingresos siempre son mayores a los gastos, por lo cual este sector destina parte de su ingreso para actividades de recreación entre ellas la asistencia a restaurantes.

TABLA 2.7 Ingresos y egresos mensuales de los hogares

⁶ Indicadores económicos- inflación URL: www.soitu.es Descargado 09/03/09

**Ingresos y Egresos mensuales de los hogares por quintiles a nivel nacional
(miles de dólares)**

Ingreso de los hogares	Nacional	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
Ingreso total	2.287.565	145.688	256.639	350.609	488.835	1.045.895
Gasto de consumo	2.120.163	203.826	282.977	350.199	457.931	825.231

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Autora

GRÁFICO 2.5 Ingresos y egresos mensuales a nivel nacional



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Autora

2.4.1.2 FACTORES SOCIO CULTURALES

2.4.1.2.1 ESTILO DE VIDA

El cuidado de la salud está ligado a productos denominados light y hacia nuevas tendencias de cuidado, el deporte, el vegetarianismo, sin duda las personas buscan nuevas formas de alimentación para mantenerse sanas tanto dentro como por fuera, por esta razón encontrarán en nuestros productos algo diferente, y que además aportará mayor número de componentes nutricionales que la comida tradicional.

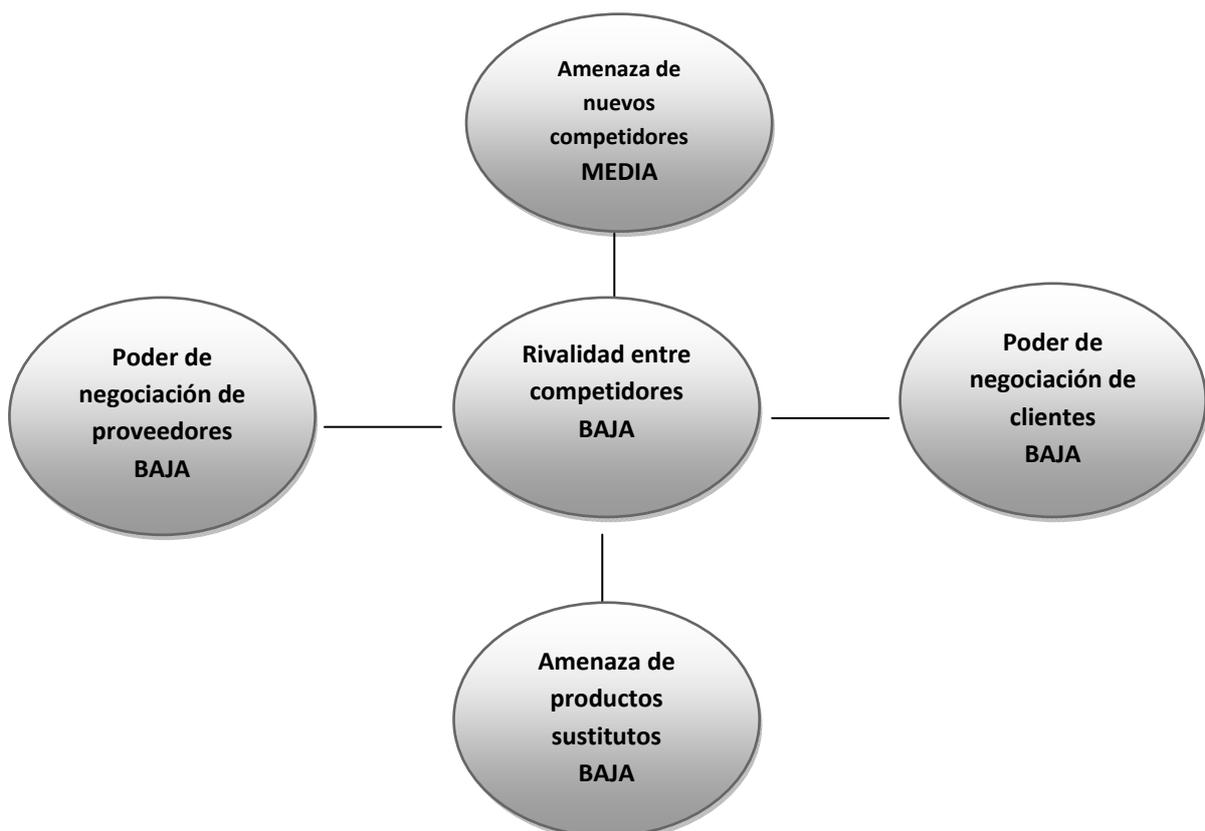
2.4.1.2.2 TRADICIONES

Gran porcentaje de la población ecuatoriana es tradicionalista en cuanto a sus costumbres y alimentación pero en la actualidad se está viviendo un fenómeno de cambio de tendencias especialmente en las nuevas generaciones, ya que el crecimiento de nuevos productos y servicios es evidente. La comida exótica es poco conocida en nuestro medio motivo por el cual se busca incentivar el gusto por la misma y posicionar el restaurante en la mente del consumidor como un concepto totalmente innovador que además brinda opciones saludables.

2.5 ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO:

2.5.1 FUERZAS DE PORTER

GRÁFICO 2.6 Fuerzas de Porter



Fuente: Michael Porter (2002) Estrategia competitiva, 5 Fuerzas de Porter.

Elaborado por: Autora

2.5.1.1 AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.

Para que este tipo de negocio pueda implantarse se deben tomar en cuenta factores como la inversión y la diferenciación en el producto ya que se considera como una barrera protectora contra la competencia. Obligaremos a nuestros potenciales competidores a imitarnos en todo o a no hacer nada. Por este motivo la entrada de nuevos competidores podrá existir pero no a gran escala.

2.5.1.2 RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.

Al ser este un producto introductorio en el mercado, no existen competidores directos en su especialidad, lo que se considera competencia son todos los restaurantes que ofrezcan alta cocina y espectáculo en vivo por este motivo es baja.

2.5.1.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

La materia prima para el funcionamiento de este potencial negocio, será originaria de la Amazonía ecuatoriana y además importada de países como México, Australia y China donde se encuentran nuestros principales proveedores, cabe recalcar que en los países anteriormente mencionados, el término comida exótica es bastante conocido y desarrollado, motivo por el cual existen mercados especializados que se dedican a esta labor y en ellas existen varios proveedores.

2.5.1.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.

El restaurante está dirigido a un mercado grande ávido de nuevas tendencias que cada día adopta más y más seguidores, este producto posee características diferenciadoras y valor agregado por el cual los compradores no contarán con más opciones de elección ya que el restaurante será pionero en este tipo de gastronomía.

2.5.1.5 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Al ser este un producto tan diferenciado por sus componentes y su concepto en sí, los clientes podrán ver en él algo saludable y difícil de reemplazar por este motivo la amenaza es baja.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En este capítulo se recolectará información del mercado y del consumidor para conocer si existe oportunidad de implantar un restaurante de alta cocina especializado en comida exótica.

3.1. PLANTEAMIENTO

3.1.1. PROBLEMA GERENCIAL

Cómo crear un restaurante gourmet especializado en comida exótica, pionero en la ciudad de Quito, que logre abrir las expectativas y opciones culinarias del medio en que vivimos.

3.1.2. PROBLEMAS DE INVESTIGACION DE MERCADO

Recolectar información del consumidor y del mercado que permita analizar y determinar si se puede implantar un restaurante de alta cocina especializado en comida exótica con espectáculo en vivo en la ciudad de Quito.

3.1.2.1 PREGUNTAS, HIPÓTESIS Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TABLA 3.1 Preguntas hipótesis y objetivos de la investigación de mercados.

Preguntas de investigación	Hipótesis	Objetivo
¿El consumidor está dispuesto a vivir experiencias nuevas?	Sí, está dispuesto a tener experiencias nuevas.	Determinar el tamaño de nuestro mercado.
¿Con qué frecuencia el consumidor acude a restaurantes?	Una vez por semana.	Conocer la frecuencia de visitas al posible restaurante.
¿Cuáles son las características que el consumidor valora en un restaurante?	Precio, Ubicación, Calidad, Servicio	Saber las características que el potencial cliente prefiere.
¿Le gustaría acudir a un restaurante con espectáculo gastronómico en vivo?	Sí asistiría a un restaurante con espectáculo en vivo	Conocer gustos y preferencias del posible cliente.
¿Sería de su agrado contar con más opciones culinarias en el mercado?	Sí sería de su agrado	Determinar número de personas que buscan productos y servicios nuevos.
¿Le gustaría probar distintos tipos de carne?	Sí consumiría carne distinta a la de res, pollo y cerdo	Determinar el número de simpatizantes de carne de animales silvestres
¿Conoce algún restaurante de comida exótica en la ciudad de Quito?	No conoce	Conocer si existen competidores en el mercado

Elaborado por: Autora

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptiva cualitativa.- por medio de tres grupos de enfoque y tres entrevistas con expertos.

Descriptiva cuantitativa.- se elaborarán encuestas personales dirigidas al mercado objetivo.

3.2.1. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA CUALITATIVA

*“La investigación descriptiva cualitativa no se limita únicamente a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables”.*⁷

3.3 GRUPOS DE ENFOQUE

“Consiste en una entrevista, de forma no estructurada y natural, que un moderador capacitado realiza a un pequeño grupo de encuestados. El principal propósito de las sesiones de grupo consiste en obtener información al escuchar a un grupo de personas del mercado meta apropiada hablar sobre temas de interés para el investigador”.⁸

3.3.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer las características del consumidor, del mercado y la percepción que tienen con respecto a los posibles productos.

3.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los gustos y preferencias de los consumidores.
- Conocer los hábitos de consumo.
- Determinar la frecuencia de visitas a restaurantes.
- Establecer los alimentos exóticos que estarían interesados en consumir.
- Conocer la ubicación ideal del restaurante.
- Saber si las características del posible restaurante suplirán las necesidades del consumidor.
- Considerar la posible decoración para el restaurante.

⁷ Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer (1974), Manual de técnica de la investigación educacional.

⁸ Naresh K. Malhotra (2008), Investigación de mercados, Entrevistas mediante sesiones de grupo.

3.3.3. METODOLOGÍA

TABLA 3.2 Metodología para la realización de grupos focales.

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Participantes:	Diez personas entre 23 y 50 años	Nueve personas entre 25 y 45 años	Ocho personas entre 25 y 33 años
Moderador:	Paulina Gaibor	Paulina Gaibor	Paulina Gaibor
Asistente:	Carmen Valdospinos	Susana Moreta	Carolina Proaño
Camarógrafo:	Luis Alexander Mejía	Sofía Mosquera	Álvaro Gaibor
Lugar:	Cdla. Andrade Marín O55-44	Cdla. Andrade Marín O55-44	Urb. California Alta E7-213
Fecha:	25 de abril 2009	26 de abril 2009	26 de abril 2009
Hora:	19h00	10h00	18h00
Duración:	1 hora 35 minutos	2 horas 24 minutos	1 hora 3 minutos

Elaborado por: Autora

3.3.4. RESULTADOS

- Existió buena aceptación de los productos.
- Los posibles consumidores consideran que este tipo de alimento exótico y diferente es una alternativa para cuidar la salud.
- Creen que si el servicio es excelente y la comida buena el precio es relativo.
- Muy buena iniciativa ya que no existe en el mercado un restaurante de comida exótica y espectáculo gastronómico en vivo.
- Consideran que es determinante la decoración de los platos, ya que es la primera impresión que se tiene de la comida que se va a degustar.
- Asistirían tres veces por mes al restaurante, en ocasiones especiales.
- Según los entrevistados con la creación de este restaurante se aportará a la gastronomía del futuro.

- Creen que a través de la investigación de nuevas tendencias alimenticias se logrará reducir la crisis alimenticia.

3.3.5 CONCLUSIONES

- Al constatar la aceptación por el producto se puede concluir que después de pasar la barrera del temor hacia lo desconocido, las personas tienden a consumir un platillo si cuenta con una decoración excelente.
- La comida exótica es una alternativa para salud ya que sus componentes son totalmente naturales y son más nutritivos que los alimentos tradicionales. Hoy en día las personas valoran las alternativas que brinden calidad de vida y salud.
- La diferenciación de los productos, espectáculo gastronómico en vivo, decoración y excelente servicio son la combinación ideal para el éxito del restaurante.
- La exploración de nuevos productos comestibles como las raíces y flores, generaran una alternativa muy atractiva, para el consumo masivo.

3.4. ENTREVISTA CON EXPERTOS

“Las entrevistas con los expertos en el ramo, ayudan a plantear el problema de investigación de mercados. La información de los expertos en cuestiones técnicas específicas, se obtiene mediante entrevistas personales no estructuradas, es decir, sin la aplicación de un cuestionario formal. No obstante, resulta útil preparar una lista de los temas que deberían tratarse durante la entrevista”.⁹

⁹ Naresh K. Malhotra (2008), Investigación de mercados, Entrevista con expertos en el sector.

3.4.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer a través de la experiencia y conocimiento de los expertos, todo lo que a comida exótica se refiere y su opinión sobre la creación de un restaurante gourmet especializado.

3.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las razones por las cuales la comida exótica posee elevada demanda en países del mundo.
- Conocer la opinión de los expertos acerca de los posibles platos e ingredientes que se planea introducir en el mercado ecuatoriano.
- Saber cuáles son los platillos exóticos más aceptados en el mundo.
- Conocer las ventajas y desventajas de la apertura de un posible restaurante con las características propuestas.
- Conocer su capacitación y experiencia en mercados asiáticos.
- Saber su opinión acerca de la industria y las proyecciones de crecimiento.
- Conocer si en el país existen restaurantes con características similares.

3.4.3. METODOLOGÍA

Se realizaron tres entrevistas a las siguientes personas:

- Chef Osami Funita principal del restaurante Tanoshi del Swissotel Quito
- Ing. Pablo Dávila administrador del restaurante Happy Panda especializado en comida china.
- Chef Víctor Medina sub chef del hotel Sheraton four points y profesor de la materia cocina Europea y Asiática en la Universidad Tecnológica Equinoccial.

3.4.4. RESULTADOS

- Se dice que en la cocina hay que probar todo y no despreciar nada.
- La globalización está llegando poco a poco a nuestras mesas.
- La comida exótica y la entomofagia¹⁰ se viene dando en el mundo desde hace miles de años, casi todas las civilizaciones han incluido en su alimentación algunos de los tipos de insectos.
- Algunos insectos no poseen casi ningún nutriente como las cucarachas y las lombrices.
- Gran número de insectos comestibles aportan tanto carbohidratos, como grasas y tienen un alto contenido de proteínas de las cuales son en un 50% más digerible y 60% más asimilable que las de la carne.
- La entomofagia es una buena opción de alimentación, sin embargo los tabúes de la sociedad son muy grandes.
- En los últimos tiempos una de las carnes más demandadas en el mundo es la carne de canguro, este animal está considerado como una plaga en Australia donde se realizan batidas para paliar los daños que generan a la naturaleza.

3.4.5 CONCLUSIONES

- La carne de canguro de gran demanda a nivel mundial, es una oportunidad de crear un plato estrella en el posible restaurante.
- Para introducir los insectos en la opción de compra de las personas es trascendental poner a su conocimiento el valor nutricional y todos los beneficios que contienen.
- La presentación de los platos es esencial al momento de ofrecer algo no tradicional.

¹⁰ Se refiere la ingesta de insectos y arácnidos, o artrópodos en general, como alimento para los humanos y los animales, se trata de un hábito alimenticio muy extendido en algunas culturas de la Tierra. URL: www.entomología.net Descargado 12/12/2008

3.5 PÚBLICO OBJETIVO

Serán personas económicamente activas, de entre 18 y 55 años, dispuestas a vivir una experiencia culinaria diferente, de nivel socioeconómico medio medio, medio alto y alto de la ciudad de Quito.

3.6. INVESTIGACION DESCRIPTIVA CUANTITATIVA

“El objetivo de este tipo de investigación es el estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera de establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente. La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales”.¹¹

3.6.1. ENCUESTAS PERSONALES

“Esta técnica se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida. Estas preguntas se pueden hacer, verbalmente, por escrito o mediante una computadora”.¹²

3.6.2. OBJETIVO GENERAL

Conocer los gustos y preferencias de los posibles consumidores, analizar la competencia y determinar si la comida exótica será aceptada por el público.

3.6.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer las características que los consumidores valoran en un restaurante.
- Determinar la frecuencia de asistencia a restaurantes.

¹¹Eladio Zacarías Ortiz.(1990) Así se Investiga, Pasos para hacer una Investigación`

¹² Naresh K. Malhotra (2008), Investigación de mercados, Diseño de la investigación descriptiva encuestas y observación.

- Conocer el presupuesto mensual que destinan para acudir a restaurantes.
- Determinar el precio que estarían dispuestos a pagar por un producto y servicio como el que ofrecerá el posible restaurante.
- Estipular que platillos serían del agrado del consumidor.
- Investigar la competencia.
- Conocer quien toma la decisión de compra en los hogares a los que nos enfocamos.
- Identificar las características de los posibles consumidores.

3.6.4. METODOLOGÍA

“La población en el año 2009 en la ciudad de Quito es de 2.036.260 habitantes de los cuales 1.839.853 pertenece a la zona urbana. De estos el 44.20% son personas de 18 a 55 años es decir 813.215; el 33.2% de la población pertenece al nivel socioeconómico medio medio, medio alto, y alto es decir 269.987”.¹³

3.7. CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se utilizó el método de muestreo aleatorio simple, el cual es aplicado en investigaciones de mercado, se trabajó con una población de 269.987 personas con un nivel de confianza del 95% y un error de 5% y una proporción muestral de 0.5 es decir partiendo del supuesto de que un 50% acepte el producto y el otro 50% lo rechace.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N * E^2) + (Z^2 * p * q)} \quad (14)$$

¹³ Folleto de índices sociales y población URL: www.inec.gov.ec Descargado: 19/04/09

¹⁴ Edwin Galindo (2006) Estadística Métodos y Aplicaciones, Fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{4*269987*0,5*0,5}{269987*(0,05)^2+(4*0,5*0,5)}$$

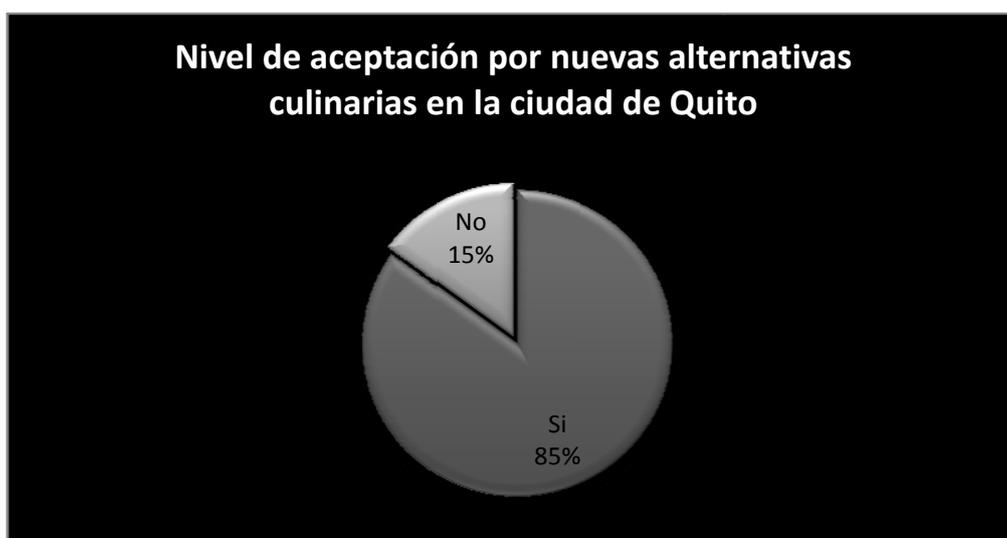
$n = 399.4$ (399) encuestas personales a realizarse

El resultado de la muestra es de 399 encuestas las mismas que se distribuirán equitativamente para los tres estratos socioeconómicos de la ciudad de Quito entre hombres y mujeres.

3.8. RESULTADOS

Se presentan los resultados más sobresalientes. La totalidad de resultados se pueden observar en el anexo A5.

GRÁFICO 3.1 Nivel de Aceptación Culinario



Fuente: Encuestas realizadas

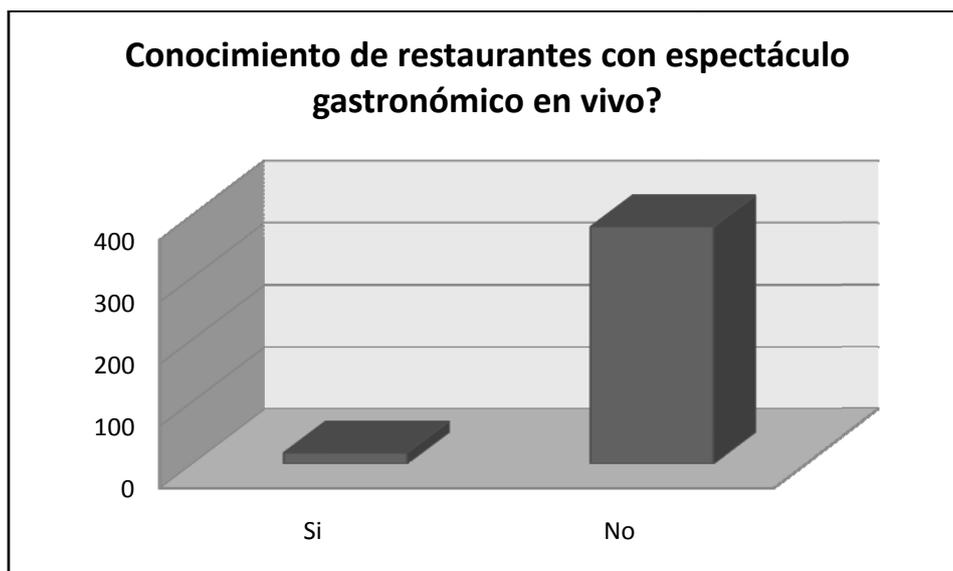
Elaborado por: Autora

El gráfico anterior hace referencia a la pregunta número 10 de la encuesta realizada donde se pregunta si a las personas les gustaría encontrar más restaurantes con alternativas culinarias diferentes, el 85% contestó que si le gustaría, contra un 15% que no le gustaría.

GRÁFICO 3.2 Restaurantes de comida exótica

Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: Autora

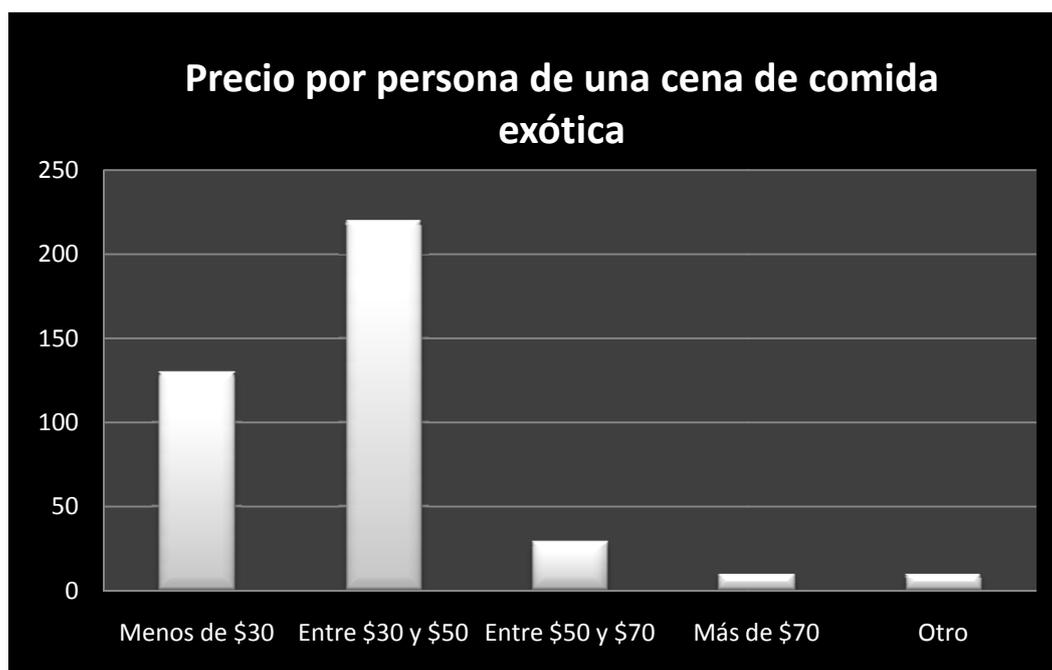
La pregunta trece nos decía que si las personas encuestadas conocen restaurantes de comida exótica y la respuesta se tabuló de la siguiente manera el 21% dijo que si lo conocía y el 79% dijo que no conocían.

GRÁFICO 3.3 Conocimiento sobre restaurantes con espectáculo en vivo.

Fuente: Encuestas realizadas
Elaborado por: La Autora

El 95% de personas encuestadas manifestaron que no conocen un restaurante que brinde un espectáculo gastronómico en la capital, mientras el 5% de las personas encuestadas si lo conoce.

GRÁFICO 3.4 Precios por persona de una cena de comida exótica.

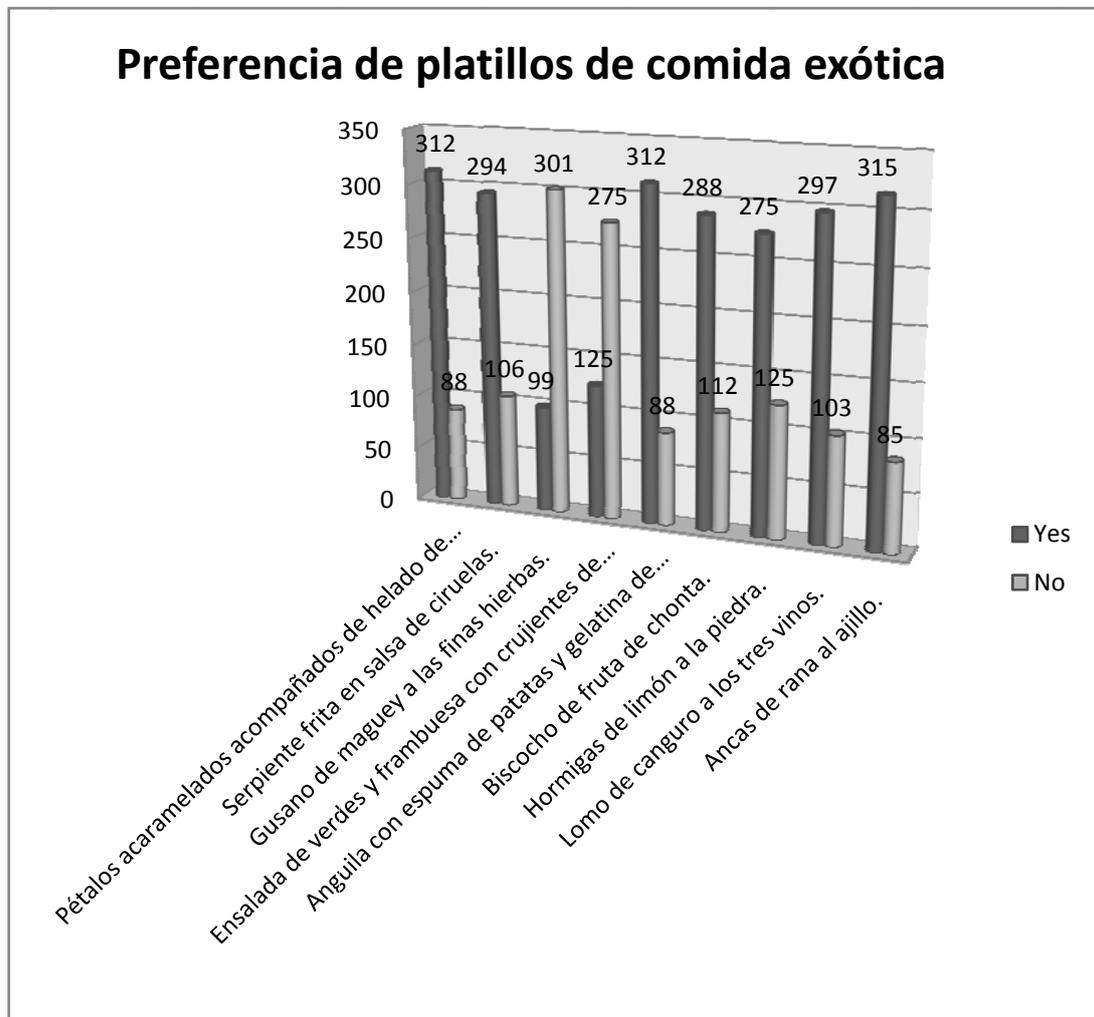


Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Autora

La pregunta 16 que nos hace referencia del valor que las personas están dispuestas a gastar en una comida exótica, las de mayor tendencia es entre \$30 y \$50 con un 54%, mientras que menos de \$30 tuvo menor tendencia más alta con un 33% y los de menor tendencia son con 3% más de \$70 y otro respectivamente.

GRÁFICO 3.5 Preferencias de platillos de comida exótica



Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado por: Autora

Al ser comida exótica y no muy popularizada la respuesta del público fue favorable ya que de los 9 platos propuestos, el público estaría dispuesto a probar 7, contra 2 donde la tendencia fue negativa.

3.9 CONCLUSIONES

Después de realizarse el estudio pertinente con cada una de las herramientas otorgadas por la investigación de mercados llegamos a concluir lo siguientes:

- La respuesta de las encuestas fue positiva respecto a la implantación del restaurante y el deseo del público, que en el mercado exista mayor número de opciones a la hora de elegir un lugar.
- El grupo de personas entrevistadas se mostraron fuertemente atraídos, su aceptación fue evidente y se mostraron entusiasmados con la idea de probar platillos exóticos poco conocidos.
- Se obtuvieron ideas del público con respecto al manejo e introducción de este tipo de restaurante, como lo es generar una campaña de expectativa en los medios para atraer la atención del público.
- Se conoce las preferencias, gustos, aceptación de precios, requerimientos específicos en cuanto a servicio, decoración e infraestructura de los potenciales consumidores.
- La idea de espectáculo gastronómico en vivo llamo su atención y fue de gran aceptación.
- Las carnes de animales silvestres como el canguro, la serpiente y las flores comestibles fueron los de mayor aceptación, motivo por el cual estos platillos se convertirían en platos estrella en el menú.
- La idea de presentar en la carta insectos no fue de mucha acogida, se necesita realizar una campaña informativa de los componentes nutricionales que contiene cada uno, sumado a la excelente presentación del plato, el público podría probarlos.
- Se pudo apreciar que en el mercado no poseemos competidores directos en cuanto a este tipo de comida, cabe recalcar que existen competidores indirectos por el espectáculo en vivo.

3.10 OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO

El entorno favorable del Ecuador debido a la evolución del PIB en todos sus componentes y especialmente en el sector alimentos y bebidas, nos demuestra que este, a través de los años ha tenido un crecimiento promedio del 7.84% y ha ido aumentando su producción de manera sostenida.

La Industria de Hoteles y Restaurantes se ha mantenido durante los últimos años y ha demostrado un crecimiento constante, esto se ve reflejado en el número de nuevos restaurantes que se implantan en la ciudad, alrededor de 80 anualmente, y 6780 plazas de empleo que otorga cada año.

La investigación de mercados realizada demostró que en el medio existe un creciente interés por las nuevas tendencias, el estilo de vida saludable y la búsqueda que los consumidores tienen por encontrar un mayor número de opciones a la hora de elegir.

El arte de la gastronomía exótica en el mundo está en auge, muchos países cuentan con restaurantes de estas características, el Ecuador debe deleitarse por sabores y colores nuevos que sus paladares aun no han experimentado.

El mercado no tiene el suficiente conocimiento en cuanto a comida exótica y espectáculo en vivo, esta es una oportunidad clara ya que al ofrecer una novedosa opción culinaria se estará satisfaciendo necesidades existentes.

El restaurante será pionero en esta rama de la gastronomía y con la debida introducción, publicidad y otros factores, se puede concluir que existe una gran oportunidad de negocio con la plena seguridad que no contará con competencia directa ni productos sustitutos.

CAPÍTULO IV

LA EMPRESA

Con un entorno y una investigación de mercado favorable se presenta una oportunidad de negocio que permite en este capítulo detallar y crear la estructura orgánica, sus objetivos y estrategias para el restaurante de alta cocina exótica.

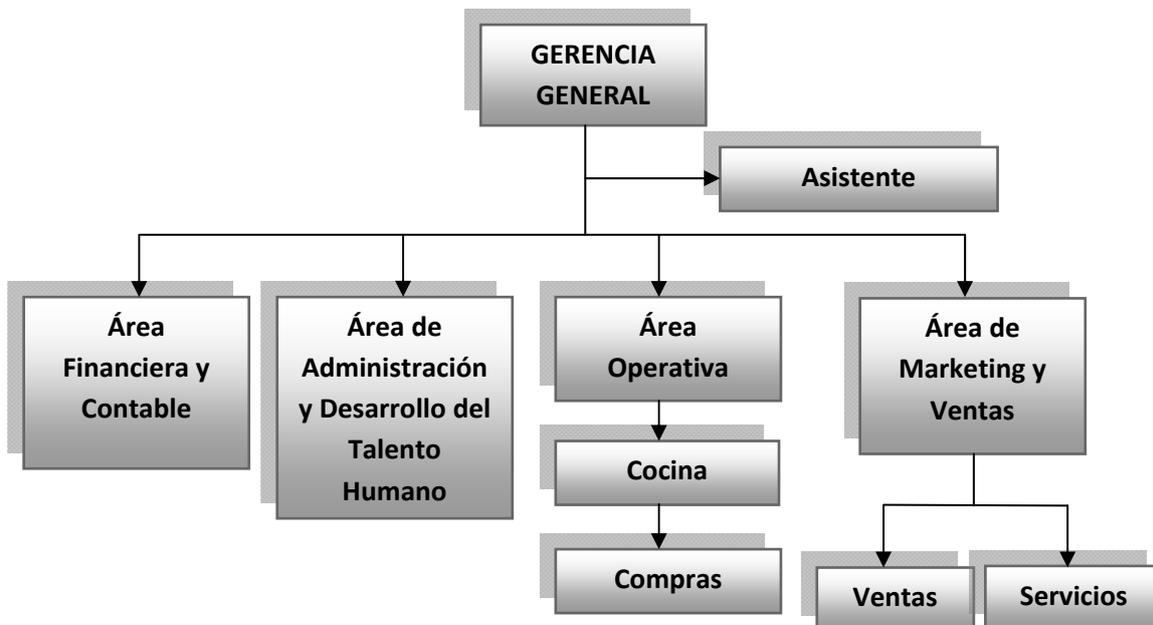
4.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

4.1.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

Por decisión de la autora la empresa tomará el nombre de “Ecuador Exótico Restaurant”, para llevar en alto el nombre del país e incluirlo en la lista de países que se han dejado cautivar por la gastronomía exótica mundial.

4.1.2 ORGANIGRAMA

GRÁFICO 4.1 Organigrama empresarial



Fuente: Fred David, Miguel Ángel Sánchez (2003) Conceptos de administración estratégica.
Elaboración: Autora

4.1.3 FUNCIONES POR ÁREAS

4.1.3.1 Finanzas y Contabilidad.-

- Elaborar balances con base a la información contable y financiera.
- Determinación de la estructura de activos de la empresa.
- Controlar costos operativos.
- Fijación de la estructura de capital.
- Generar valor a la empresa a través de la utilización de recursos.
- Aumentar la rentabilidad sobre la inversión cada año.¹⁵
- Análisis y estudio de control interno administrativo y operativo.
- Evaluación de proyectos de inversión de crecimiento de nuevas líneas en la empresa.

4.1.3.2 Administrativa y Talento Humano.-

- Dirigir, supervisar y controlar el reclutamiento, la selección y la contratación del personal, capacitarlo y velar por su bienestar económico o social.¹⁶
- Establecer el perfil y diseño de puestos
- Planificar o programar con su equipo, la capacitación del personal a través de cursos, seminarios u otros.
- Desarrollo de programas, cursos y toda actividad que vaya en función del mejoramiento.
- Mantener y mejorar las relaciones humanas y laborales entre la Dirección y el Personal.
- Realizar programas de recreación laboral con la finalidad de integrar a los colaboradores y a sus familiares.
- Controlar se cumplan los diversos aspectos legales y requisitos establecidos por la ley.
- Establecer una cultura organizacional.
- Nómina, pago de salarios y prestaciones.

¹⁵ Edmundo Maldonado (2009) Curso de Finanzas Corporativas.

¹⁶ Juan Carlos Rodríguez Serrano (2004) Gestión de Recursos Humanos, Descripción de cargos

4.1.3.3 Producción y Cocina.-

- La coordinación de los tiempos de preparación de cada platillo y la correcta distribución de actividades en la cocina.
- Realizará la selección de proveedores.
- Se asegurará de que todos los pedidos se lleven a cabo de manera eficiente.
- Control de la producción y de los inventarios.
- Solicitará y controlará la materia prima.
- Desarrollo y análisis de métodos de producción.
- Elaborar un producto de calidad oportunamente y teniendo un control de los costos.

4.1.3.4 Marketing y Ventas.-

- Elaborar planes programas y proyectos de venta a corto y largo plazo.
- Dirigir y coordinar los estudios de mercadeo.
- Definir medidas para captar y mantener nuevos clientes.
- Constante realización de investigación y desarrollo de mercados y evaluación de la competencia.
- Realización e implementación de estrategias para el incremento de ventas.
- Realizar modelos de servicio al cliente.

4.2 OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y POLITICAS POR ÁREA

TABLA 4.1 Área de Finanzas y Contabilidad

Objetivo	Periodo	Estrategias	Políticas
Lograr un margen de utilidad del 30%	Anual	Realizar campañas publicitarias.	Contratar empresa para la realización de campaña publicitaria.

		Alianzas estratégicas con proveedores para disminuir costos.	Selección de proveedores mediante concurso.
Reinvertir el 20% de la utilidad en mejoras y mantenimiento de equipo y maquinaria	2 años	Constante publicidad y promoción del Restaurante para mantener las ventas.	Realizar auditorías de procesos internos.
Disminuir los gastos administrativos en un 20%	2 años	Mejorar procesos apoyados en medios tecnológicos.	Realización de campaña cero papel internamente
		Correcta distribución de tareas en la empresa.	Concientizar a los empleados a través de charlas motivadoras
Disminuir los costos de producción en un 10%	Anual	Comprar directamente a los productores para disminuir costos.	Realizar concursos para elección de mejores proveedores
			Realizar análisis de productores nacionales

Elaborado por: Autora

TABLA 4.2 Área de Desarrollo del Talento Humano

Objetivo	Periodo	Estrategias	Políticas
Lograr un servicio al cliente eficiente	Semestral	Realizar capacitaciones de atención y servicio al cliente.	Capacitaciones trimestrales en servicio al cliente.
		Implementar un modelo de atención al cliente.	El modelo estará acorde con los objetivos de la empresa.
Motivación del personal.	Anual	Realizar programas recreativos dentro y fuera de la ciudad.	Proceso de inducción para cada empleado.

		Incentivos monetarios y no monetarios.	Capacitaciones semestrales en su área.
Establecer un sistema de comunicación productiva en la empresa.	Semestral	Identificar alternativas de comunicación y desarrollo de la empresa.	Realizar sesiones semanales para verificar problemas y sugerencias por parte de empleados.
Tener un agradable ambiente organizacional.	Semestral	Reuniones semestrales con todo el personal para recibir ideas e iniciativas acerca del ambiente laboral	Observación continua del personal
			Terapia semestral con psicólogos calificados
Mejorar el servicio pre venta y post venta	Mensual	Lograr un compromiso del cliente interno con el cliente externo	Capacitación mensual a los empleados de esta área
		Contratar personal que cumpla con un perfil para servicio al cliente	Entregar encuestas con respecto al servicio a los clientes con la cuenta

Elaborado por: Autora

TABLA 4.3 Área operativa

Objetivo	Periodo	Estrategias	Políticas
Crear nuevos platos estrella en el menú	semestral	Análisis de las preferencias de los consumidores	Recolección de sugerencias del público
		Capacitación al personal de cocina	Realizar capacitaciones cada 6 meses
Incrementar la producción anualmente en un 10%	Anual	Optimizar los tiempos de preparación en cada platillo y la maquinaria	Mantenimiento de equipos cada 6 meses

		Implementación de técnicas para optimizar recursos.	Capacitaciones de incremento de productividad.
Mejorar el proceso de compra de materia prima	Semestral	Impulsar y desarrollar un proceso de mejora continua al interior de los proveedores, para que sean más competitivos	Realizar análisis de precios y calidad
		Optimizar la cantidad por receta	
Crear política de disminución de desperdicios.	Mensual	Porcionar cada uno de los insumos para la preparación de cada platillo.	Manuales de peso y cantidad de ingredientes por plato.

Elaborado por: Autora

TABLA 4.4 Área de Marketing y Publicidad

Objetivo	Periodo	Estrategias	Políticas
Lograr un incremento anual de ventas en un 25%	Anual	Realizar una campaña publicitaria, en los medios más vistos por nuestro target	Contratar una agencia de publicidad
		Llenar las expectativas de nuestros clientes para tener el mejor marketing de boca a boca	Realizar sondeos de opinión
		Realizar promociones	Realizar investigación de mercados
		Apoyo en la página web y envío de e-mails a nuestros clientes registrados	
Lanzamiento de nuevos platillos estrella.	2 años	Benchmarking de restaurantes internacionales posicionados	Analizar restaurantes extranjeros de esta rama

		Analizar gustos y preferencias de nuestros posibles clientes	Realizar encuestas y un buzón de sugerencias
Lograr participación en el mercado de restaurantes de alta cocina de la ciudad en un 10%	3 años	Aprovechar el ser pioneros en el mercado y el espectáculo en vivo que ofrecemos	Realizar campañas agresivas de publicidad, promociones y vender un concepto
		Posicionarnos en la mente del consumidor	

Elaborado por: Autora

4.3 MISIÓN

Somos un restaurante de alta cocina especializado en comida exótica y nuestro principal objetivo es brindar a todos y cada uno de nuestros clientes una experiencia gastronómica única e inolvidable, en un ambiente cálido, atractivo y elegante. Hemos desarrollado un menú de incuestionable calidad que refleja la interminable diversidad de olores, sabores y colores del arte culinario mundial, estamos comprometidos con el medio ambiente, por esta razón recurrimos a proveedores especializados enfocándonos también en su bienestar y el de nuestros accionistas.

4.4 VISIÓN

Ser el mejor restaurante de comida exótica con espectáculo gastronómico en vivo en la ciudad de Quito y posteriormente a nivel nacional a un plazo de 8 años.

4.5 LOCALIZACIÓN

TABLA 4.5 Localización por el método cualitativo por puntos

FACTOR	PESO	Coruña y Gangotena		Cumbayá		Sector de la Mariscal	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía mercado	0,20	6	1,20	4	0,80	5	1,00
Clima	0,10	3	0,30	2	0,20	2	0,20
Costo de transporte	0,30	7	2,10	3	0,90	6	1,80
MO disponible	0,15	6	0,90	5	0,75	5	0,75
Costo de arriendo	0,25	5	1,25	2	0,50	3	0,75
Total	1,00		5,75		3,15		4,50

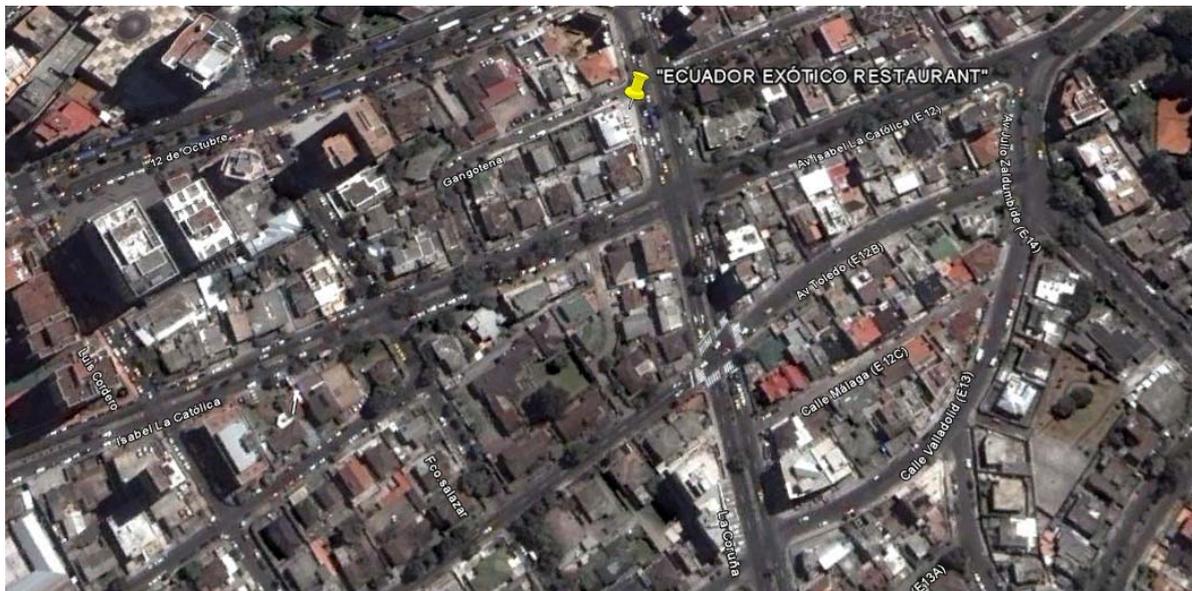
Fuente: Nassir Sapag Chain y Reinaldo Sapag Chain (1995) Preparación y Evaluación de proyectos, Decisiones de localización.

Elaboración: Autora

Se tomaron en cuenta las tres ubicaciones ya que estas fueron propuestas por los participantes de los grupos focales.

4.6 Ubicación

“Ecuador Exótico Restaurant” se encontrará ubicado en las calles Coruña y Gangotena como podemos observar a continuación:

MAPA 4.1 Ciudad de Quito, Ubicación del restaurante

Fuente: Google Earth

Ubicación: Ecuador, ciudad de Quito, calles La Coruña y Gangotena.

4.6 DIAGRAMA DE CADENA DE VALOR DEL NEGOCIO

TABLA 4.6 Cadena de valor del negocio

Logística de entrada	Operaciones	Logística de salida y distribución	Marketing y Ventas	Servicio al Cliente
<p>Abastecimiento Selección de proveedores, control de cantidad y calidad de insumos utilizados en la preparación de los platos.</p> <p>Compra Se realiza la compra de los insumos necesarios.</p> <p>Recepción e Inspección La recepción de materia prima se realizará por la puerta del área de producción, en donde se realizará verificación de estado cantidad y calidad.</p> <p>Almacenamiento Los insumos se almacenan en bodegas, congeladoras y neveras.</p>	<p>Recepción de los clientes El administrador se encargará de darles una cordial bienvenida designarles una ubicación y acompañarlos a la mesa.</p> <p>Captación del pedido De forma rápida donde los asistentes de mesa estarán en la capacidad de brindar información al comensal.</p> <p>Entrega de la orden El asistente de mesa lo realizará de forma inmediata a la cocina o al bar.</p> <p>Producción de los platos y bebidas El chef en jefe y los sub chefs se encargan del porcionamiento y preparación de cada uno de los platillos con celeridad y cumpliendo con normas de calidad.</p> <p>Planificación Organización, dirección y control de eventos y espectáculo</p>	<p>Entrega del pedido a las mesas El pedido lo entrega en el menor tiempo posible un sub chef en donde se realiza parte del espectáculo en vivo.</p> <p>Seguimiento Seguimiento por parte del mesero a la mesa que atendió siempre teniendo presente la satisfacción del cliente</p> <p>Retiro de los servicios Ágil y ordenadamente de manera que la mesa quede lista en el menor tiempo posible para otros clientes.</p> <p>Cobranza Entrega de la cuenta a los clientes</p>	<p>Ecuador Exótico Restaurant está enfocado en un segmento de clase media, media alta y alta, se enfocará en la realización de publicidad en las revistas mas vistas por estos segmentos, anuncios comerciales en televisión, radio y prensa. Se realizarán alianzas estratégicas con tarjetas de crédito para poder publicitar el restaurante en la entrega de los estados de cuenta de sus clientes. Además se empleará publicidad alternativa en el internet y vía e-mail a los clientes y se apoyará también en la página web del restaurante. Se realizarán promociones con cupones y descuentos para clientes frecuentes.</p>	<p>El servicio al cliente será una prioridad del restaurante, apartir de la llegada de los mismos al establecimiento se le dará la bienvenida y se le asignará una mesa, acompañados siempre por el administrador ya que en el caso de no haber sitio su espera sea amena.</p> <p>El asistente de mesa estará pendiente de la captación del pedido, la entrega inmediata del mismo y estará siempre pendiente que el cliente este totalmente satisfecho.</p> <p>Se contará con un buzón de sugerencias para la captación de acerca del servicio, calidad, ambiente y demás.</p>

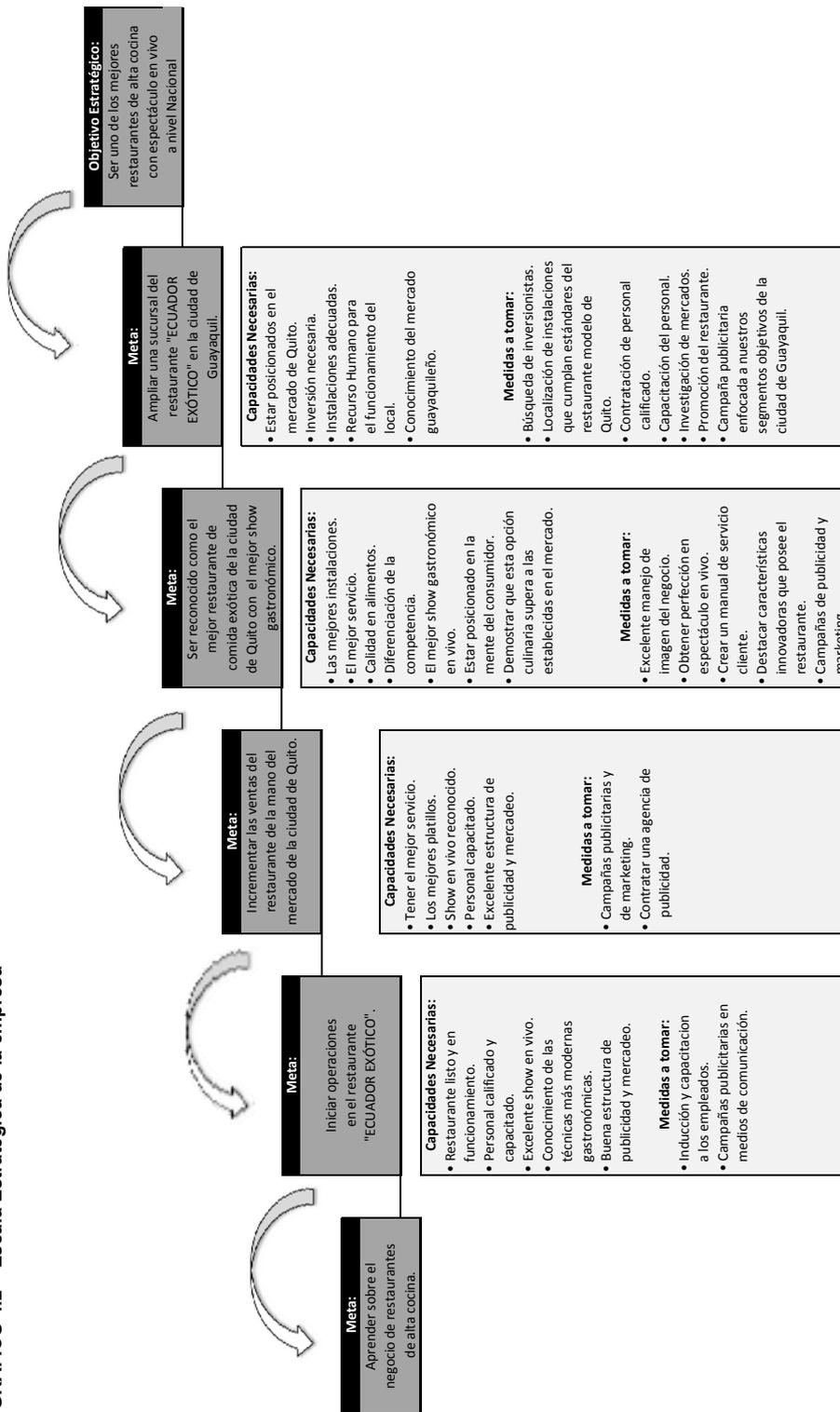
Actividades de apoyo:

Recursos Humanos: Reclutamiento de personal idóneo, motivación y capacitación constante
Finanzas y Contabilidad: Proyecciones de ventas, eficiencia en administración de recursos, análisis de estados financieros
Investigación y Desarrollo: Realizar estudios de mercado, lanzamiento de nuevos platillos

Fuente: Ruiz- Canela José (2003) La gestión por calidad total.

Elaborado por: Autora

4.7 ESCALA ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA
 GRÁFICO 4.2 Escala Estratégica de la empresa



CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

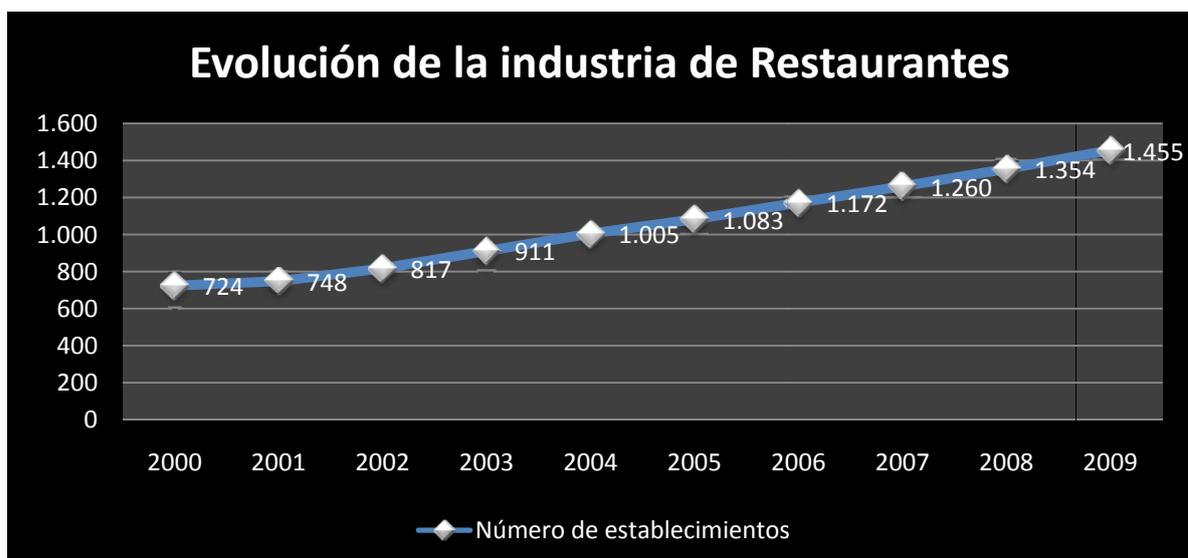
De acuerdo al análisis realizado hasta el momento y con la estructura organizacional de la empresa ya desarrollada, en este capítulo se ejecutará el lanzamiento del restaurante “ECUADOR EXÓTICO”.

5.1. SITUACIÓN

Para realizar el análisis de la situación actual en la que se encuentra Ecuador Exótico Restaurant se realizó el análisis de las variables micro y macroeconómicas de la industria (Ver capítulo 2).

Se tomo en cuenta la evolución de la industria de restaurantes como se puede apreciar en la siguiente gráfica.

GRÁFICO 5.1 Evaluación de la industria de restaurantes



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaborado por: Autora

El restaurante a implantarse, tuvo excelente aceptación en la investigación de mercado realizada en el capítulo tercero, en donde se pudo observar que el 85% de los encuestados asistiría a un restaurante que ofrece alternativas culinarias diferentes con servicios nuevos. Por tal motivo se creará “ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT” especializado en alta cocina exótica con espectáculo en vivo.

Al existir una oportunidad de negocio, se crearon las bases de la nueva empresa y en este capítulo se requiere realizar un lanzamiento y posicionar el restaurante.

5.2 OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

5.2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de marketing para realizar el lanzamiento del restaurante “Ecuador Exótico”, al mercado de la ciudad de Quito.

5.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Posicionar al restaurante en la mente del consumidor en la categoría de restaurantes gourmet en la ciudad de Quito.
- Lograr un nivel de satisfacción de nuestros potenciales clientes en un 85% para el segundo año.
- Incrementar las ventas en un 25% en el primer año.
- Ampliar la cobertura del mercado en un 5% mensualmente.
- Ser reconocido como el mejor restaurante de comida exótica en la ciudad de Quito con el mejor espectáculo en vivo en un plazo de 3 años.
- Investigación del mercado de Guayaquil para implantar una sucursal en esta ciudad en 4 años.
- Lograr que el restaurante sea reconocido como uno de los mejores a nivel nacional.

5.3 MARKETING ESTRATÉGICO

“El marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados”.¹⁷

5.3.1 CONSUMIDOR

5.3.1.1 PERFIL

Los potenciales consumidores del restaurante son, hombres y mujeres entre 18 y 55 años, dispuestas a vivir una experiencia culinaria diferente, de nivel socioeconómico medio medio, medio alto y alto.

5.3.1.2 HÁBITOS Y ACTITUDES

De acuerdo con la investigación de mercados realizada, los clientes potenciales toman en cuenta factores como: calidad de la comida, servicio, ubicación, decoración e innovación de la carta y la frecuencia con que asisten a restaurantes es de tres veces a la semana.

5.3.1.3 DESEOS Y NECESIDADES

Las personas que acudirían al restaurante de comida exótica lo harían por tener una experiencia diferente, recalcan que en el mercado de Quito no existen muchas opciones a la hora de elegir un restaurante, llama mucho su atención el espectáculo gastronómico en vivo y los valores nutricionales que posee este tipo de alimento.

5.3.2 MERCADO

5.3.2.1 COMPETIDORES

En la ciudad de Quito no existe un lugar especializado en comida exótica pero hay establecimientos que brindan espectáculo gastronómico en vivo y que

¹⁷ Rafael Muñiz (2008), Marketing en el siglo XXI, Capítulo 2

comparten conceptos de alta cocina entre los cuales se pueden citar los siguientes restaurantes y su precio promedio por persona:

TABLA 5.1 COMPETENCIA INDIRECTA

Restaurante	Tipo	Precio
Entenza	Mediterránea , Mariscos , Carnes	\$ 20
Tanoshi	Japonesa	\$ 25
ZAZU	Internacional, Nueva latina	\$ 22
Segundo Muelle	Peruana	\$ 20
Elsass Bistro y Vinos	Fusión	\$ 15
Gioia Cucina Creativa	Fusión	\$ 25
Sake	Japonesa, Fusión	\$ 23
Kanpai	Fusión Asiática	\$ 15

Fuente: www.travalaecuador.com

Elaborado por: Autora

Como consecuencia de esto “ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT” se enfrentaría a diversos competidores en lo que a restaurantes gourmet con espectáculo en vivo se refiere, pero no posee un competidor directo en cuanto a su menú.

5.3.2.2 SEGMENTACIÓN

TABLA 5.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Perfil Geográfico	
País:	Ecuador
Ciudad:	Quito
Densidad:	Urbana y Valles

Perfil Demográfico	
Edad:	18 a 55 años
Género:	Masculino y femenino
Estado Civil:	Todas
Ocupación:	Todas
Educación:	Secundaria, Bachillerato, Universidad, Postgrado

Perfil Social:	
Clase Social:	Media, media alta, alta
Ingresos:	Personas con ingresos mayores a \$240

Perfil Psicológico	
Motivaciones de compra:	Personas amantes de las experiencias nuevas, de la buena cocina y de tendencia por la comida sana y nutritiva
Actitudes de compra:	Se guían por el espectáculo en vivo y la carta innovadora

Fuente: Kotler, Armstrong (2007), Fundamentos de Marketing

Elaborado por: La Autora

5.4 ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

5.4.1 POSICIONAMIENTO BASADO EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

“Ecuador Exótico Restaurant” será posicionado en la mente de los consumidores como el primer restaurante de alta cocina especializado en comida exótica de la ciudad de Quito, donde se presentará el mejor espectáculo gastronómico en vivo, en el cual los clientes podrán deleitarse de las habilidades del chef al momento de la preparación de los platos, además de disfrutar y conocer su menú tan innovador.

Este posicionamiento se logrará a través de una publicidad llamativa e innovadora acorde a las características del producto de esta manera crear un recuerdo del restaurante en la mente del consumidor.

5.4.2. DIFERENCIACIÓN EN EL PRODUCTO

En la actualidad la ciudad de Quito no cuenta con un restaurante especializado en comida exótica, por esta razón se desea introducir en el mercado a “Ecuador Exótico Restaurant”. Este restaurante contará con una diferenciación apoyada en su menú que contiene opciones de comida totalmente diferente, ambientación original y creativa, excelencia en el servicio acompañado de espectáculo gastronómico en vivo. La idea será crear un sistema de negocio totalmente integrando en todas las actividades que lo componen, en donde forzará a sus potenciales competidores a imitarlo en todo o no hacer nada.

5.4.3 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Se utilizará una estrategia de penetración en el mercado de manera que se pueda alcanzar el punto de equilibrio en el menor tiempo posible a través de promociones que ayuden a promover y recordar a nuestros potenciales clientes que ya existe en el mercado una nueva alternativa culinaria.

Paralelamente se desarrollará un programa de fidelización y difusión de los productos y servicios a través de los clientes que ya hayan vivido una experiencia en el lugar.

5.4.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

La difusión del concepto del negocio se realizará a través de una pauta que involucre una red de medios que permita establecer comunicación con los clientes finales:

- El primer paso a seguir será crear una campaña de expectativa por el lapso de un mes, donde se provocará curiosidad, ansiedad y la atención del público objetivo.
- Se realizarán avisos en revistas especializadas en negocios, moda y estilo.
- Se ejecutarán alianzas estratégicas con entidades bancarias que posean tarjetas de crédito para publicitar mensualmente el restaurante junto a los estados de cuenta de su base de clientes.
- La colocación de banners y avisos publicitarios en eventos públicos importantes como conciertos, lanzamiento de productos, inauguraciones siempre enfocadas a nuestro target.
- Se efectuarán acuerdos con hoteles de la ciudad que puedan aconsejar a su clientela el servicio que ofrece el restaurante.
- Campaña publicitaria en prensa escrita, televisión y radio.
- Sin embargo la mejor publicidad que pueda tener el restaurante será la que puedan realizar los clientes que hayan tenido la experiencia de probar sus servicios.

5.4.5 MARCA COMERCIAL

*"Ya sea que se trate de un nombre, una marca comercial, un logotipo u otro símbolo, una **marca** es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios"*¹⁸

Es por esto que el nombre de la empresa como marca comercial será "ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT".

El negocio tendrá un logotipo único que fue realizado por la autora de este plan de negocios, el mismo que se puede observar en el (anexo C1).

El slogan adoptado para identificar al restaurante será:

"LA COMIDA QUE NUNCA PENSASTE ATRAPAR".

5.5 MARKETING MIX (TÁCTICO)

*"La mezcla del marketing, es el conjunto de herramientas del marketing que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado meta".*¹⁹

El restaurante "ECUADOR EXOTICO" enfocará sus estrategias en el producto diferenciado y el servicio, siendo el marketing relacional el más importante caracterizándose por diferenciarse de la competencia con su relación y seguimiento al cliente.

5.5.1 PRODUCTO

"ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT" especializado en alta cocina exótica con espectáculo en vivo, ofrecerá al mercado de Quito una alternativa culinaria diferente, donde el consumidor apreciará de forma directa como el chef utilizando sus conocimientos y habilidades culinarias prepara los platillos para los paladares más exigentes.

¹⁸ Kotler Philip (2002) Dirección de Marketing Conceptos Esenciales.

¹⁹ Kotler Philip (2002) Dirección de Marketing Conceptos Esenciales.

Adicionalmente los clientes podrán acceder a un espacio donde podrán conocer los beneficios nutricionales y los lugares de donde proviene la comida que van a ingerir y en que culturas del mundo los consumen.

GRÁFICO 5.1 Producto, Precio, Plaza y Promoción.



Elaborado por: Autora

5.5.2 PRECIO

Para poder definir el precio del producto se tomó en cuenta el análisis de la competencia, la investigación de mercados en las encuestas realizadas en donde los consumidores potenciales definieron cuanto estarían dispuestos a pagar por persona en el restaurante, además se tomó en cuenta los costos por plato (Ver anexo D14.).

El precio promedio por plato es de \$11,21 el precio de la competencia oscila entre \$15 y \$25 (ver tabla 5.1).

TABLA 5.3 Lista de platillos

MENÚ	
	PVP
PLATOS FUERTES	
Ancas de rana al ajillo	\$ 16,51
Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón	\$ 17,57
Avestruz con pesto al limón	\$ 13,85
Capeletti de conejo en salsa de hongos	\$ 14,40
Codorniz en costra picante	\$ 7,20
Consomé asiático	\$ 12,36
Crema de pangora	\$ 7,63
Crujiente gusano de maguey a las finas hierbas	\$ 10,10
Cuy con pancotto de papa chaucha	\$ 3,77
Ensalada de pangora, salsa aiöli de mandarina, aguacate y lechugas	\$ 18,24
Ensalada de verdes y frambuesas con crujientes de larvas de hormiga y queso de cabra	\$ 9,98
Hormigas de limón a la piedra	\$ 14,64
Lomo de armadillo con tausi	\$ 13,68
Lomo de canguro al vino blanco y oporto	\$ 14,54
Lomo de guanta a la Quark	\$ 7,87
Magret de pato al vino	\$ 9,60
Mejillones con coco y genjibre	\$ 14,90
Scallops grillados	\$ 13,42

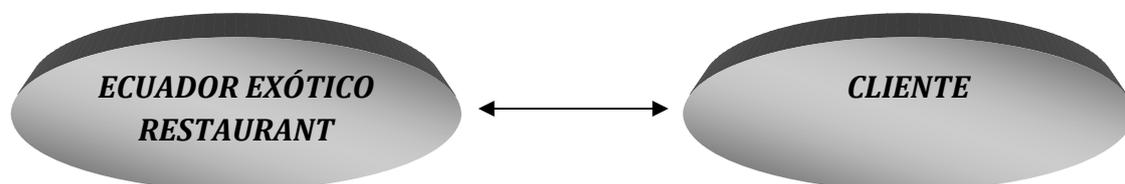
Serpiente frita en salsa de ciruelas	\$ 14,93
Tagliatelle con langosta de agua dulce	\$ 18,74
POSTRES	
Biscocho de fruta de chonta	\$ 4,34
Baileys brownie	\$ 11,09
Exotic crumble	\$ 5,76
Oritos crocantes en salsa de manzana	\$ 3,46
Panna Cotta de vainilla sobre crumble de canela y ensalda de frutilla, frambuesa y kiwie	\$ 8,11
Pétalos acaramelados, acompañado de helado de frutas	\$ 9,65
Sorbete de frutas exóticas	\$ 6,36
Precio de venta promedio	\$ 11,21

Fuente: Autora

Elaboración: Autora

5.5.3 PLAZA

Gráfico 5.3 Plaza



Elaborado por: La Autora

El producto será distribuido desde el restaurante hacia el cliente de forma directa.

5.5.4 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Para la campaña de expectativa se alquilará:

- Vallas publicitarias con el eslogan **“LA COMIDA QUE NUNCA PENSASTE ATRAPAR”** junto al anuncio publicitario. (ver anexo C2).

Para la inauguración y mantenimiento se realizará

- Publicidad en las mejores revistas de negocios, moda y estilo.
- Colocación de banners en eventos públicos.
- Anuncios comerciales en radio.
- Hojas volantes
- Página web

TABLA 5.4 Costo de publicidad

MEDIOS PUBLICITARIOS	COSTO
Alquiler de vallas publicitarias	\$ 1.200,00
Publicidad en revistas	\$ 2.000,00
Banners x 5u	\$ 105,00
Cuñas de radio	\$ 1.500,00
Hojas Volantes	\$ 150,00
Página web	\$ 300,00
Total	\$ 5.255,00

Fuente: Induvallas, Grupo K publicidad

Elaborado por: Autora

5.6 PROYECCIÓN DE VENTAS

Supuestos:

- Para la realización de la proyección de ventas de este plan de negocios se tomó como base cero el 23% de las ventas anuales de un restaurante posicionado en el mercado y considerado como uno de los mejores de Sudamérica, que corresponden a \$1.007.600. (El nombre del restaurante se mantendrá en anonimato por petición del administrador del mismo).

- Tomando en cuenta el comportamiento de la industria de Hoteles y Restaurantes para proyectar los escenarios de la siguiente forma:

GRÁFICO 5.2 Tasa de variación del PIB de la industria de Hoteles y Restaurantes



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Autora

- Se determinaron tres escenarios, para el escenario normal se utilizó el promedio ponderado de las tasas de variación del PIB de la industria de Hoteles y Restaurantes, es decir 5,34%. (ver anexo C5).
- Para el escenario pesimista la tasa de 3,24%.
- Para el escenario optimista 7,26%.

5.6 PROYECCIÓN DE VENTAS

Base cero:			
Valor referencial de un restaurante posicionado en el mercado ventas correspondientes el año 2008	\$ 1.007.600,00	23% del valor referencial	\$ 231.748,00

Proyección de ventas	Años			
	2010	2011	2012	2014
Escenario Pesimista	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
	\$ 239.163,94	\$ 246.817,18	\$ 254.715,33	\$ 271.277,94
TOTAL	\$ 239.163,94	\$ 246.817,18	\$ 254.715,33	\$ 271.277,94

Proyección de ventas	Años			
	2010	2011	2012	2014
Escenario Normal	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
	\$ 244.030,64	\$ 256.964,27	\$ 270.583,37	\$ 300.025,28
TOTAL	\$ 244.030,64	\$ 256.964,27	\$ 270.583,37	\$ 300.025,28

Proyección de ventas	Años			
	2010	2011	2012	2014
Escenario Optimista	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
	\$ 248.665,60	\$ 266.818,19	\$ 286.295,92	\$ 329.620,80
TOTAL	\$ 248.665,60	\$ 266.818,19	\$ 286.295,92	\$ 329.620,80

Nota: El ingreso total se determinó con el 23% de el valor referencial de ventas anuales de un restaurante posicionado en el mercado y considerado como uno de los mejores de Sudamérica, esta cifra se la obtuvo por parte del administrador del restaurante y se mantendrá anónimo el nombre por pedido del mismo.

Para el escenario normal	\$ 231.748,00 * 103,20%	\$ 239.163,94
Escenario pesimista	\$ 201.748,00 * 105,30%	\$ 244.030,64
Escenario optimista	\$ 201.748,00 * 107,30%	\$ 248.665,60

5.7 CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

- La finalidad es controlar que los objetivos propuestos se estén cumpliendo, se lo realizará a través de un análisis de la participación en el mercado, las ventas comparándolas año a año y realizando un seguimiento al cliente a través de encuestas.
- El plan de marketing se verá reflejado en los estados financieros de la empresa por este motivo se realizará un control de rentabilidad ya que gracias a este plan las ventas crecerán o decrecerán.
- Se realizará un control estratégico para saber si el negocio está aprovechando las oportunidades en cuanto a mercado, producto y consumidor.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS FINANCIERO

Este capítulo determinará la viabilidad financiera del Restaurante “Ecuador Exótico” sociedad de responsabilidad limitada.

6.1 SUPUESTOS FINANCIEROS

La empresa “Ecuador Exótico Restaurant” se implantará dentro del distrito metropolitano de Quito.

El estudio se realizará para un periodo de evaluación de 5 años en dólares americanos y a precios constantes.

- La inversión inicial será de \$ 134.780 contiene inversiones necesarias en cuanto a maquinaria, muebles y enseres, vehículos, equipos de computación, adecuaciones del restaurante, constitución de la compañía y capital de trabajo. (Ver anexo D1).
- Para la proyección de ventas se plantearon tres escenarios: optimista, pesimista y normal. (Ver anexo D14).
- El capital de trabajo es de \$ 27.963 para dos meses. (Ver anexo D4)
- La estructura de capital será:
 - Primera alternativa.- la inversión será asumida en el 100% por los socios.

- Segunda alternativa.- el 50% con recursos propios de los socios y el 50% con crédito de Corporación Financiera Nacional. (Ver anexo D3).
- El rol de pagos representa los beneficios de ley de los empleados según el código de trabajo (Ver anexo D5).
- Las depreciaciones se realizarán por el método de la línea recta (Ver anexo D9).
- La amortización de diferidos de gastos de constitución y adecuaciones de la empresa serán a 5 años (Ver anexo D9).
- La amortización de la deuda se hará con la Corporación Financiera Nacional Crédito Socio Empresa a un plazo de 5 años al 11% de interés (Ver anexo D11).
- Para la elaboración del flujo de efectivo se utilizaron escenarios optimistas, pesimistas y normales cada uno con financiamiento y sin financiamiento. (Ver anexo D16-D17).
- El costo de oportunidad estimado es de 24,56% (Ver anexo D19).
- El precio promedio de venta de cada plato \$11,31 y el costo variable promedio por plato \$4,67 (Ver anexo D13).
- El costo de producción y su cálculo para los tres escenarios se lo puede ver en los anexos D15-1, D15-2, D15-3.
- En el cuarto año se realiza inversión en equipo de computación por \$5080,00.

- El presupuesto en maquinaria se elaboró en base a cotizaciones presentadas por la empresa TERMALIMEX S.A en la ciudad de Quito (Ver anexo D23).
- El presupuesto para muebles y enseres se cotizó en ALMACENES ATU (Ver anexo D24).

6.2 Evaluación financiera

De acuerdo con los supuestos detallados anteriormente, se realizaron los flujos de efectivo en los escenarios normal, pesimista y optimista obteniendo los siguientes resultados:

6.2.1 TIR Y VAN

TABLA 6.1 TIR Y VAN DEL PROYECTO

	PROYECTO			
	NO APALANCADO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
NORMAL	\$ 49.732,93	39,12%	\$ 72.924,59	61,41%
OPTIMISTA	\$ 63.612,31	42,69%	\$ 86.803,97	67,00%
PESIMISTA	\$ 20.439,15	31,32%	\$ 49.688,07	52,57%

Fuente: Análisis y cuadros financieros desarrollados por la Autora

Elaborado por: Autora

En el cuadro anterior se puede observar que el proyecto es rentable en todos los escenarios.

El plan de negocios presenta una opción mayormente favorable con apalancamiento ya que muestra un valor actual neto y una tasa interna de retorno más altos, incluso en el escenario pesimista, esto es consecuente con la ventaja que otorga el endeudamiento al crear escudos fiscales.

El VAN es la diferencia entre el valor de mercado y su costo²⁰, el VAN de la empresa es positivo, lo que contribuye al aumento de patrimonio de la misma y conlleva a la creación de valor para el accionista.

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que hace que el VAN de una inversión sea cero.²¹ El proyecto es aceptable ya que excede el rendimiento requerido.

Los flujos fueron descontados al costo promedio ponderado de capital que incluye el riesgo país, los valores reflejados en el análisis son alentadores ya que todos son positivos y mayores a cero.

Se puede concluir que la implantación de este plan de negocios es viable ya que a pesar de tener una alta inversión genera flujos positivos desde su primer año, en un escenario normal consigue una tasa interna de retorno del 61,41% lo que lo vuelve más atractivo a sus accionistas, ya que este plan de negocios resultará rentable.

²⁰ Ross Westerfield y Jordan (2008) Fundamentos de finanzas corporativas, Valor actual neto

²¹ Ross Westerfield y Jordan (2008) Fundamentos de finanzas corporativas, Tasa Interna de retorno.

CAPÍTULO VII

PLAN DE CONTINGENCIA

El siguiente plan de contingencia se lo realiza analizando los potenciales riesgos que se pueden presentar y las respectivas soluciones.

7.1 POSIBLES RIESGOS

7.1.1 Nivel de ventas inferior al planificado

El nivel pronosticado de ventas no se puede dar ya que en los primeros meses el producto se encontrará en etapa introductoria bajo estas circunstancias la empresa deberá:

- Intensificar los recursos para publicidad y realización de campañas atractivas para nuestro público objetivo.
- Búsqueda de clientes potenciales a través de la incursión en nuevos segmentos como lo son el servicio a domicilio y servicio a hoteles.
- Realizar una nueva investigación de mercados para determinar las causas y para mejorar el posicionamiento del producto.

7.1.2 Nivel de ventas superior al planificado

Si el nivel de ventas es mayor al esperado debido a una demanda mayor que la proyectada en este caso:

- Aumentar los recursos en cuanto a maquinaria y personal.
- Mejorar infraestructura del restaurante.
- Mejora e incremento de los servicios existentes.
- Conseguir un crédito para ampliar la capacidad.
- Aumentar la nómina.

7.1.3 Aumento de aranceles a las importaciones

Actualmente hemos venido observando una serie de medidas proteccionistas que ha tomado el gobierno para proteger la industria nacional, como el aumento de aranceles a las importaciones.

El restaurante Ecuador Exótico por su especialización deberá importar ciertos productos para la elaboración de sus platillos. Para prever este posible impacto las acciones a tomarse serán:

- Se puede contrarrestar el alza del precio en nuestros platillos ya que los demás ingredientes de los platos serán de industria nacional.
- El margen de utilidad por plato es 140% un margen alto el cual se puede reducir para que nuestros precios no se vean afectados y las ventas no decaigan.

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- La industria de Hoteles y Restaurantes ha tenido un crecimiento constante en los últimos años, el número de establecimientos está en ascenso y el mercado objetivo de estos también se ha ido incrementando, hoy por hoy las personas que acuden a estos sitios son más exigentes que en épocas anteriores y los establecimientos actuales no cumplen con los deseos y necesidades que el público demanda.
- En la actualidad se vive un fenómeno de cambio de tendencias, las personas buscan opciones más saludables y naturales, esto otorga un panorama positivo para la implantación del negocio ya que logrando la correcta difusión de los componentes nutricionales de la comida que ofreceremos cada día el restaurante tendrá más seguidores.
- En la investigación de mercados se dedujo que el perfil de los potenciales consumidores, corresponde a personas de clase media, media alta y alta de entre 18 y 55 años de edad.
- Se pudo concluir que el 85% de encuestados estaría dispuesto a vivir una experiencia culinaria diferente y probarían 7 de los 9 platillos exóticos propuestos y que estos estarían dispuestos a pagar hasta \$35 dólares por persona en el restaurante.
- El mercado no presenta competidores directos, sin embargo existen competidores indirectos en cuanto a los servicios que se ofrecerá como lo es el espectáculo gastronómico en vivo.

- Teniendo un favorable entorno y la investigación de mercados se puede establecer que existe una oportunidad de negocio, que permite la creación de una estructura empresarial con diseño y ejecución de estrategias que permitan tener éxito en la implantación del plan de negocios. Se tomó en cuenta el diseño de una cultura organizacional y ambiente laboral para el mejor desenvolvimiento de sus trabajadores.
- El público coincide en que el método más efectivo de publicidad es el que un cliente puede transmitir a otros.
- Mediante el análisis financiero realizado se pudo establecer que el plan de negocios es rentable ya que excede el rendimiento requerido, en un escenario normal apalancado el VAN fue de \$ 72.924,59y la TIR de 61,41%.
- Los resultados financieros arrojados en todos los escenarios fueron positivos.
- Con base en este plan la empresa logrará introducirse en el mercado y conseguir sus objetivos.

8.2 RECOMENDACIONES

- Implantar el restaurante lo antes posible en la ciudad de Quito para ser los pioneros en ofrecer alta cocina exótica con espectáculo gastronómico en vivo.
- Realizar investigaciones para incrementar el número de platillos exóticos en el menú.
- Ejecutar evaluaciones constantes en cuanto a objetivos y estrategias para determinar si están siendo cumplidas.

- Investigar si se puede introducir el restaurante en otros segmentos como lo son en hoteles y el servicio a domicilio.

- Efectuar la implantación del negocio con la opción de apalancamiento ya que los beneficios que otorgan los escudos fiscales son favorables.

BIBLIOGRAFÍA

- DAN Thomas, El sentido de los negocios, Compañía Editorial Continental, 2000.
- RENDER Heizer, Principios de administración de operaciones, Pearson Education, 2004.
- PORTER Michael, Estrategia competitiva, Editorial Continental, 2002.
- VAN DALEN Deobold B. y William J. Meyer , Manual de técnica de la investigación educacional , Paidós 1974.
- NARESH K. Malhotra, Investigación de mercados, Pearson Education, 2008.
- ORTIZ Eladio Zacarías, Pasos para hacer una Investigación, Clásicos Roxsil, 1998.
- GALINDO Edwin, Estadística Métodos y Aplicaciones, Prociencia Editores, 2006.
- FRED David, Miguel Ángel Sánchez , Conceptos de administración estratégica, Prentice-Hall, 2001.
- RODRIGUEZ Juan Carlos , Gestión de Recursos Humanos, Editorial UOC, 2004.
- SAPAG Chain Nassir y Reinaldo Sapag Chain , Preparación y Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, 1995.
- RUIZ Canela José , La gestión por calidad total en la empresa moderna, Editorial Ra-Ma, 2003.
- CONSTANTINOS Markides, En la estrategia está el éxito, Grupo editorial Norma, 2002.
- MUÑIZ Rafael, Marketing del siglo XXI, Edición 1. Editorial Deusto, 2008.
- ROSS Westerfield Jaffe, Finanzas Corporativas, Mc Graw Hill, 2007.
- ROSS Westerfield Jordan, Fundamentos de finanzas corporativas, Mc Graw Hill, 2008.

- THOMAS Bateman, Scott A. Snell, Administración una ventaja comparativa, Editorial Mc Graw Hill, 2003.
- VARIOS autores. El libro de la cocina exótica, Editorial Altair, 2001

ENTIDADES:

- Banco Central del Ecuador.
- Ministerio de Industria y Competitividad.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo.
- Ministerio de Comercio Exterior.
- Corporación Financiera Nacional.

INTERNET:

- www.bce.fin.ec
- www.inec.gov.ec
- www.superba.gov.ec
- www.cfn.fin.ec
- www.alimentacion-sana.com.ar/.../insectos%20comestibles.htm
- www.cocinaexotica.com
- <http://www.alimentacionsana.com.ar/informaciones/Chef/flores%20organicas%20comestibles.html>
- www.slideshare.net/.../insectos-comestibles
- www.taringa.net/.../Para-los-que-les-gusta-la-comida-exotica____.html
- www.soitu.es
- : www.entomología.net
- www.eco-finanzas.com/marketing/marketingtactico.html

ANEXOS



restaurant

ANEXO A1: GRUPO DE ENFOQUE No 1.

Buenas noches mi nombre es Paulina Gaibor y seré moderadora en esta sesión focal, para empezar quiero darles la bienvenida y agradecerles a todos por su presencia en este focus group que tiene fines académicos, esta sesión será filmada para poder extraer la información que posteriormente servirá para el desarrollo de esta investigación.

(Se realizó un preámbulo donde los participantes se presentaron y se hizo una dinámica para de esta forma romper el hielo)

En esta noche nos hemos reunido para hablar un poco de restaurantes y sobre nuevas tendencias alimenticias.

Para empezar quiero que me cuenten en la semana cuantas veces asisten a restaurantes?

Edgar : Bueno yo asisto 3 veces por semana por lo regular me gusta comer súper bien cuando como fuera.

Ronald: Cinco veces por semana por mi trabajo como todos los días fuera, pero comida muy tradicional los fines de semana o en ocasiones especiales asisto a otro tipo de restaurantes.

Julia: Igualmente por el trabajo como 5 veces a la semana fuera y los sábados por darme un gustito extra.

Los demás integrantes añadieron que asisten 5 veces por semana todos por motivo de trabajo.

Ahora ¿A qué tipo de restaurantes asisten en sus ocasiones especiales?

Julia: Me encanta el sushi y acudo a lugares como Sake, Noe o Tanoshi

Ronald: Yo la verdad me enfoco mas por lo diferente que tenga tintes exóticos (risas) por ejemplo me gusta ir con mi pareja al Cañón la comida es diferente y tiene un aire de romanticismo.

Gissela: En general a mi me gusta la comida internacional, mexicana, francesa, italiana donde sea que haya esa comida yo voy.

Raquel: Bueno a mi me gustó mucho un lugar que por cierto se los recomiendo llamado ZAZU un poco de comida peruana y mezclas me encanto el lugar y sin duda regresaría en una ocasión especial.

Edgar: La comida mediterránea me gusta y los mariscos yo suelo asistir con frecuencia a un restaurante llamado Entenca.

Cuando deciden a que restaurante acudir que factores son los que toman en cuenta a la hora de elegir?

Edgar: Como te dije anteriormente me gusta la comida mediterránea, indú bueno lo que yo busco sinceramente es variedad, he recurrido a este tipo de sitios ya que en la ciudad no hay más opciones.

Ronald: Comparto contigo Edgar pero yo añadiría que me dejo llevar mucho por el ambiente, el sitio en general obviamente el menú es lo esencial.

Raquel: La calidad de comida ante todo, la comida debe ser buena, te pongo como ejemplo conozco un lugar de comida indú bueno el lugar que te diré, nada de lujos de hecho es muy sencillo pero la comida es sin igual, y sigo acudiendo allá porque la comida me encanta.

Klever: Para mí lo ideal es ir a un lugar donde el servicio sea bueno, la comida excelente pero donde te tratan bien siempre regresas.

Ma. Eliza: De que serviría que un lugar sea hermoso, la comida deliciosa y buen servicio si no esta bien ubicado, por ejemplo si es tan bueno yo igual no iría si no esta cerca, o sea bien ubicado.

Ahora díganme ¿Cuándo yo les digo comida exótica en que piensan?

Raquel: Para mí algo fuera de lo común.

Edgar: Algo no tradicional ahora que lo mencionas recordé haber visto en esta semana un programa que hablaba de la nueva gastronomía, es muy interesante, en la actualidad se comen cosas nunca antes imaginables.

Julia: Yo pienso en el oriente al escuchar este término cuando he viajado allá pues he probado la llamada comida exótica.

Piensan en la Amazonía ¿Ustedes creen que este tipo de comida únicamente se la consigue en el Oriente?

Gissela: No la verdad no creo aquí en la ciudad también debe existir este tipo de comida.

Kevin: Existen restaurantes que ofrecen algo de comida exótica por ejemplo para mí, exótico son las ancas de rana y una vez vi en un menú.

¿Conocen algún lugar en la ciudad de Quito que ofrezca esta comida en su menú?

Todos respondieron que no

Ronald: En nuestro medio no he escuchado esa variedad la verdad, en el extranjero puedo decirte que he visto pero aquí nada parecido.

¿Para ustedes qué tipo de alimento puede ser exótico?

Raquel: Serpiente

Kevin: Ancas de rana

Julia: Carne de tortuga y de mono

Edgar: Bueno como te dije antes yo sí conozco del tema te podría enumerar un sinfín de alimentos, los que se me vienen a la mente ahora son: armadillo, avestruz, insectos, sesos, cebra, lagarto y bueno todo lo que sea raro para mí es exótico (risas)

Ma. Elena: La verdad si he escuchado pero el tema realmente es nuevo para mí, no se mucho.

¿Alguno de ustedes ha escuchado sobre las bondades en cuanto a nutrición que posee este tipo de alimento?

Ronald: Yo creo que por la forma de alimentación debe ser mucho más sano, por ejemplo pienso en los gusanos de palma solo se benefician de eso la palma y nada más son completamente sanos, creo que al ingerirlos nos estamos beneficiando. Esta opción de alimento es más sana y no te digo solo por los gusanos también por las ancas de rana, la culebra, son mucho más sanos que por ejemplo una vaca o sea la carne o el pollo que tiene muchos químicos.

Julia: La verdad si es más sano y todo pero no existe la costumbre de ingerir esos alimentos, por eso no conozco y se me hace un poco raro pensar en esa opción, pero te digo la verdad despertaste mi curiosidad y me gustaría probar. (risas)

Klever: Me pongo a pensar un poco en los nativos de la Amazonía son personas que se alimentan de esta comida y son gente totalmente sana, no se enferman y tiene una vida plena, a diferencia de nosotros que no nos alimentamos bien.

Hablamos de los insectos también ¿Quisiera saber si ustedes estaría dispuestos a probar alguno, obviamente si se los prepara un chef especializado y con todas las garantías del caso?

Ma Elena: Bueno que te diré para mí si esta bien presentado el plato pues si me lo como.

Raquel: Si es el caso que me lo prepare un chef especializado si me lo como

Edgar: Yo si de hecho me encantaría probar alguna vez

Klever: Yo ya los he comido en Colombia y puedo dar fé que son muy ricos, bueno yo comí hormigas culonas, saltamontes, y escarabajos son como tostado (risas)

Ronald: Si me da curiosidad si me los comería para ver a que saben.

Ahora quiero que por favor me digan ¿si conocen lo que es espectáculo gastronómico en vivo?

Julia: Claro a mi que me gusta la comida japonesa puedo decir que es espectáculo cuando el chef prepara los alimentos ante tus ojos el fuego y esas cosas, es muy interesante.

Edgar: En México he visto eso aquí no

Si en la ciudad de Quito existiría un lugar que ofrezca espectáculo en vivo sumado a una comida exótica ustedes asistirían?

Todos los asistentes dicen que sí.

Kevin: Si me da mucha curiosidad es más si existiese saldría de aquí directo para allá (risas)

Edgar: Yo igual a mi que me gustan las experiencias diferentes estaría ahí gustoso.

Julia: Sin duda alguna ahí estaría me llama muchísimo la atención.

Gissela: Sabes que si me gustaría ir yo acudiría en ocasiones especiales la verdad, se me viene la imagen como para sorprender a mi pareja acudiría

Ma Elena: Me encantaría ir con mis amigos es que no se la cara que pondrían y sería una experiencia nueva.

Klever: Se me ocurre ir con alguno de mis socios extranjeros, algo así creo que el restaurante se prestaría para que el conozco también sobre nuestra cultura.

Edgar: Es muy novedoso yo la verdad iría hasta para almorzar (risas) iría siempre.

Bueno ahora quiero proceder con la degustación del producto, les voy a presentar tres platillos y quiero que me den sus opiniones

Primeramente quiero que me digan ¿cuál fue su percepción al ver los platillos?

Edgar: Para mi se veían apetitosos

Ronald: Me llamo la atención los gusanos te soy franco

Raquel: Me gusto mucho la decoración las flores acompaña a la decoración me gusto mucho ver los platillos, pero los gusanos no me dio ganas de probarlos (risas)

Julia: A mi me encanto como estaban los platos por eso dicen que la comida entra por los ojos y eso me paso, sinceramente no me importo saber que era me los quería comer y punto (risas)

Ma Elena: Linda la presentación, si me daba curiosidad pero no quería saber que era (risas)

Ma Eliza: Me gustó todo a excepción de los gusanitos.

Gissela: Te puedo decir que todo fue de mi agrado me llamo la atención los meseros no pensé encontrarme con esto aquí en tu casa y la comida pues creo que sería un lujo comer eso más seguido.

Kevin: La presentación estuvo chévere al instante que vi los platos me dio ganas de comerlos.

Klever: Creo que todo lo que pueda añadir esta demás, todos ya lo han dicho todo.

Ahora por favor quiero que den sus opiniones acerca del sabor?

Julia: Debo decir que la serpiente me fascino (risas) estuvo exquisita un sabor totalmente diferente y la salsa que la acompañaba era única, la guanta estuvo deliciosa se parece un poco a pollo y los gusanos algo diferente pero estuvieron muy bien.

Ronald: A mi lo que mas me gusto fueron los gusanos, tienen una textura diferente un sabor único y la serpiente estuvo deliciosa.

Edgar: Yo me quedo con los tres platillos es más quiero repetir (risas)

Ma. Elena: Me gusto mucho la guanta estuvo excelente, la serpiente igual es un sabor diferente pero para que todo todo estuvo muy rico, de buen gusto.

Klever: Para mi es una de las comidas más deliciosas que he probado en mucho tiempo, diferente, innovadora, por un momento imagine como sería esto con espectáculo en vivo, es decir el servicio completo, créeme que si decides implantar la idea yo seré tu socio (risas) y principal cliente.

Ma Elena: De todo lo que nos diste que fue lo más nutritivo?

Lo más nutritivo fueron los gusanos, contiene mayor número de nutrientes que la carne de res y el pollo, al ser los primeros beneficiados de la cadena alimenticia son los que mejor se alimentan.

En segundo lugar está la carne de serpiente posee vitaminas y la guanta de igual forma esta comida en si no posee químicos es totalmente sana.

Ahora ustedes ¿Qué le cambiarían al producto? O que le adicionarían?

Edgar: Yo no le cambiaría nada sinceramente lo que si me gustaría probar mayor número de platillos.

Julia: Tal vez cambiaria bueno dejaría esta opción pero me agradaría por ejemplo probar una serpiente al vapor con vegetales.

¿Qué otras carnes exóticas les gustaría probar?

Julia: Ya pensando en estos temas pues lo que me des probaría (risas) Un sajino ahumado me gustaría probar (risas).

Ronald: Alguna vez probé mono y si me gusto, pero estaba preparado bien artesanalmente me gustaría probar si está preparado por un chef de primera.

Ahora en cuanto a la decoración del restaurante ¿Cómo les gustaría que fuese?

Algo innovador, relacionado con lo exótico, rústico, elegante, jugar con la iluminación, ambiente moderno.

Adicionalmente al restaurante se planea que exista una galería cultural informativa donde ustedes podrían conocer de donde viene esta costumbre, donde se originó, fotos y demás ¿Qué opinan acerca de esto?

Edgar: Excelente idea para complementar la comida y el espectáculo

Ma Elena: Sería también como llevarse un recuerdo a casa.

Klever: Ayuda a la cultura, después de hoy creo que todos vamos a salir a averiguar un poco más.

Ma. Elisa: A mi me encantaría saber los nutrientes que posee cada plato yo me compraría un libro si tu lo vendes ahí.

Bueno quiero agradecer su presencia y colaboración hemos terminado, han ayudado mucho para poder responder dudas acerca del tema y poder llevar a cabo este proyecto a implantarse en la ciudad de Quito.

Buenas Noches.

ANEXO A2: GRUPO DE ENFOQUE No 2.

Buenos días mi nombre es Paulina Gaibor y seré moderadora en esta sesión focal, para empezar quiero darles la bienvenida y agradecerles a todos por su presencia en este focus group que tiene fines académicos, esta sesión será filmada para poder extraer la información que posteriormente servirá para el desarrollo de esta investigación.

(Se realizó un preámbulo donde los participantes se presentaron y se hizo una dinámica para de esta forma romper el hielo)

En esta mañana nos hemos reunido para hablar un poco de restaurantes y sobre nuevas tendencias alimenticias.

Para empezar quiero que me cuenten en la semana cuantas veces asisten a restaurantes?

Stalin: Bueno yo por mi trabajo acudo a restaurantes 3 veces a la semana por reuniones y cosas así..

Andrea: Yo acudo el sábado y el domingo, para mi entre semana no cuenta porque acudo a donde una señora que prepara la comida de casa en un restaurante pero eso es muy normal.

Lorena: Por trabajo todos los días voy a restaurantes de comida tradicional y una vez a la semana acudo a restaurantes más elegantes.

Omar: Bueno yo acudo los fines de semana y me gustan los mariscos casi siempre como eso.

Cinthia: Por trabajo todos los días como fuera.

Álvaro: Bueno yo como vivo solo voy siete veces a restaurantes.

Silvio: Por trabajo no alcanzo a regresar a la casa y como 5 veces fuera de casa.

Ahora quiero que me comenten a ¿Qué tipo de restaurantes son los que más frecuentan?

Stalin: Bueno por mi trabajo, mis socios y clientes suelo acudir a restaurantes gourmet, de carnes asados, lugares temáticos también siempre y cuando sean elegantes obviamente.

Andrea: Bueno yo amo la carne por eso acudo a las parrilladas con mucha frecuencia.

Susana: Marisquería y parrilladas.

Lorena: Parrilladas, Comida japonesa, china y mariscos.

Omar: A mi me encantan los mariscos.

Cinthia: Comida típica y china.

Victor: Sin duda alguna marisquería,

Álvaro: Bueno yo como siempre fuera entonces vario mucho, marisquería, comida china, japonesa, thai, indú, italiana bueno de todo lo que hay en Quito.

Silvio: Comida tradicional y mariscos

Cuando yo digo restaurante temático ¿Qué es lo que piensan?

Stalin: Esta basado en un tema específico.

Cinthia: Para mi temático por ejemplo son los libaneses, italianos, minimalistas etc.

Lorena: En el centro pude apreciar un restaurante temático enfocado a la religión con lo de semana santa enfocado al catolicismo, cucuruchos y eso, interesante la idea.

Andrea: Tuve una experiencia en la carretera y me llamo la atención un letrero que decía rincón amazónico es un lugar muy rústico y acogedor, totalmente diferente

las mesas son de los troncos de los árboles al igual que las sillas, es bastante interesante ya que explota el nombre Amazónico te traslada al oriente.

¿Si digo comida exótica en que piensan?

Silvio: Fuera de lo común, pienso en animales silvestres algo que no se come normalmente.

Stalin: Es algo no tradicional, algo que no lo consigues con facilidad

En la ciudad de Quito ustedes ¿pueden acceder a este tipo de comida?

Stalin: Si he visto pero muy esporádicamente por ejemplo hay un lugar en el que encuentras anguila, ancas de rana también

Omar: Yo he visto comida exótica extranjera más que nacional.

Lorena: Bueno en comida exótica también están las frutas exóticas como el kiwi, la pitahaya el mamey frutas que no son tan comunes no.

¿Qué tipo de alimento ustedes creen que puede ser exótico?

Víctor: Animales silvestres como el lagarto, la manta raya, lo que no vemos en ningún lado eso me parece algo exótico.

Stalin: Yo he visto por ejemplo también programas de televisión en donde se comen los insectos por ejemplo, ese me parece algo verdaderamente interesante.
(risas)

Silvio: Te cuento una anécdota conocí un Sr. En el Antisana el vive en el páramo tenía un ranchito, cuando trabajaba en la tierra para sacar la paja, pues obtenía las lombrices, las lavaba y las asaba, esa era su dieta, para mi exótico es lo no común, en ese entonces me admire pero ahora creo que todo va siendo más normal.

Álvaro: Sabes que para mi también podría ser los tubérculos que se utilizan como ensaladas

Stalin: Sabes lo que también es exótico pero más tradicional también es el cuy y el conejo que en otros países es exótico muy raro.

Bueno ahora les pregunto si en la ciudad de Quito se creará un restaurante que ofrezca este tipo de comida ¿creen que acudirían?

Stalin: Sin duda que asistiría, pienso que es algo innovador, diferente a mí personalmente me encantaría variar de la rutina en cuanto a comida y los mismos restaurantes, incluso se vuelve costumbre, si no tienes más opciones acudes siempre al mismo al lugar porque no tienes más opciones.

Andrea: En mi caso me gusta la variedad, tal es el caso del Rincón Amazónico que te comentaba, me llamó mucho la atención porque es algo que te traslada a otro lugar. La comida me pareció llamativa y aunque no sabía que eran los ayampacos los comí, ya te digo porque el lugar me traslado y no podía dejar de probar y vivir una experiencia diferente.

Silvio: Yo acudí a Macas y ahí probé un poco de esta comida pero te soy franco no me agrado mucho la preparación, obviamente si hablamos de una preparación más gourmet me parece interesante la idea.

Ahora les pregunto cuando deciden un restaurante al cual acudir que factores toman en cuenta para acudir a ese restaurante.

Álvaro: La variedad es importante para mi sin duda el lugar que sea presentable.

Susana: La calidad de comida es importante para mí, si es rico regreso.

Stalin: Calidad en el producto sin duda, por ejemplo a mi me encanta un restaurante que está medio lejos pero hay un plato excelente llamado "borrego zamarrudo" la calidad en ese platillo es sin igual, bueno el servicio también puedo decirte que me gusta y por estos dos factores yo regreso siempre.

Silvio: Para mí el lugar debe ser pulcro y bonito.

Andrea: Yo me dejo llevar por la decoración del local también, esta bien que sea buena comida buen servicio pero si la decoración llama la atención entro sin duda.

Stalin: Estoy de acuerdo creo que todo debe estar relacionado la decoración es importante del restaurante que te hablaba anteriormente se basa en el páramo y en esos temas algo diferentes no es a lo que estamos acostumbrados a ver.

Víctor: Uno de los puntos que es esencial y que te hace regresar a un lugar las veces que uno quiera y no le importa el precio es donde te atienden bien, esto complementado con un buen lugar, y la calidad en la comida, creo que son los factores de éxito en un restaurante, para que yo en lo personal vuelva y con eso tendrán un cliente frecuente.

Omar: Sabes yo por los mariscos doy la vida pero no los comería en cualquier lugar, me gusta frecuentar un lugar llamado "Manabiche" no es que el servicio sea el mejor, hay que hacer cola y todo pero por esa comida, por su sabor hago la cola que sea necesaria.

Víctor: Estoy de acuerdo muchas veces no importa lo que cueste, pero donde tú te sientes bien atendido vas, pero yo en lo personal jamás hago cola, yo me voy a otro lado donde me traten como me merezco (risas). Es justamente una de las alternativas me parece tu proyecto, ver y crear lo que el público demanda, que exista buena comida, donde me digan que le bajo, que le pongo, que es lo que le hago, que le sirvo, que le adiciono, con una buena comida y el ambiente bueno, sin duda yo asisto.

Perfecto ahora si digo el término "Alta cocina" en que piensan?

Stalin: Que este de un octavo piso para arriba (risas) no estoy bromeando, creo que tiene que ver con comida gourmet, preparada por chefs de reconocida trayectoria especializados.

Andrea: Comparto con Stalin lo que prepara un chef especializado.

Susana: Para mí es comida internacional

Stalin: No necesariamente porque también puede existir comida internacional mal preparada y eso ya no es alta cocina, para mí es preparada con calidad por un experto.

Álvaro: El chef debe tener trayectoria y reconocimiento.

Continuando en el tema ustedes saben lo que es espectáculo gastronómico en vivo?

Stalin: En esos términos no he escuchado pero pienso que es cocina en vivo, donde el chef cocina en frente de los clientes, donde el chef interactúa con las personas

Alguien desea añadir algo más? Ok entonces continuemos.

Bueno la idea de implantar este restaurante es complementar todos estos factores, comida exótica, espectáculo en vivo, excelente servicio y el lugar llamativo ustedes asistirían?

Víctor: Sabes esto yo lo vi en Cancún en el año 1997, obviamente estamos hablando de "EL" restaurante con clientes exclusivos, está bastante cerca de Miami pero no te alcanzas a imaginar el espectáculo es verdaderamente increíble, en ese entonces es lo mejor que había visto, bueno cabe recalcar que Cancún se enfoca al turismo y escuchaba que armaban los paquetes turísticos con visita a este restaurante una de las tres comidas no, porque de hecho es bastante caro, pero aun así no te imaginas la cantidad de gente que había deseosa por entrar a este restaurante

Sin duda que yo asistiría, volver a ver semejante maravilla y en mi país por supuesto, yo creo que funcionaría aquí en nuestro medio pero con bastante publicidad.

Andrea: Yo voy de ley (risas) no existe nada igual yo acudiría sin pensarlo

Stalin: Como te digo a mi me gustan las experiencias nuevas yo acudiría solo con el hecho de saber que hay comida exótica y con sus toques gourmet pues imagínate.

Bueno hablando de publicidad ustedes ¿Cómo creen que se debería realizar la publicidad para la introducción de este restaurante?

Stalin: Sabes el medio perfecto creo que es el de boca a boca, yo voy y si me siento bien sin duda lo recomendaría a todos mis amigos, mi familia, mis socios, mis empleados a todos.

Cynthia: Yo creo que llegarías al público a través de la televisión, la radio los medios más vistos no.

Víctor: Desde mi punto de vista, es una campaña de expectativa, que se llegue a escuchar que va a existir en la ciudad de Quito un restaurante de comida exótica y con todos los factores que me comentas el boom sería grande y la gente estaría a la espera de ver de que se trata. Creo también que una buena opción sería las degustaciones que la gente pruebe, sienta el sabor yo creo que fijo regresan.

Stalin: Otra idea también son los programas de señoras no (risas) ellos como necesitan ideas frescas para aumentar su rating les llamaría mucho la atención tu idea, si invitaras a uno o a todos estos programas sería una publicidad bastante interesante.

Lorena: Yo creo que lo esencial en una gran inauguración, ahí llamas a los medios, a todos una vez que la gente vea lo que ofreces woow irían sin pensarlo.

Omar: En cuestión de comida yo casi no he visto en la televisión este tipo de publicidad.

Stalin: No, mira recientemente vi la publicidad de un restaurante de lomos argentinos, en uno de estos programas que te comento, me despertó tanto la curiosidad que fui a buscar hasta que encontré.

Omar: Osea que para ustedes el éxito está en la exageración, que el cliente quede totalmente satisfecho y pasa la voz.

Stalin: Mira en los platos que son comunes creo que es necesaria la exageración pero en alta cocina y en algo novedoso no creo que sea necesaria la exageración ya que el platillo por su concepto se vendería solo. Además hoy en día está de moda todo lo alternativo lo diferente, todos quieren ser originales y diferenciarse como lo sería el restaurante que propones.

Ahora ¿Cómo creen que serían las personas que acudirían a este tipo de restaurante?

Stalin: Sabes que yo creo que de todo, es como aquí en este focus estamos de todo, de diferente medio de trabajo, y absolutamente todos estamos interesados en asistir no creo que haya diferencias o un perfil todos iríamos, jóvenes, adolescentes, ancianos, adultos, mujeres todo.

Omar: Sin duda yo creo que para este tipo de restaurantes asistiría la gente de clase media hacia arriba, básicamente por los conceptos, las personas de este segmento saben apreciar, la elegancia, el espectáculo y todo.

Silvio: Yo pienso que puede dar buena acogida al turismo, ya que la gente extranjera es bien alternativa.

Stalin: Y es más nosotros copiamos las culturas extranjeras, siempre somos así lamentablemente no tenemos identidad.

Víctor: Yo pienso que existiría dos tipos de restaurantes, enfocados a dos segmentos, uno para clase alta a precios acordes por lo que ofreces no, y otro para el consumo masivo porque la gente si va a comer aquí, yo pienso eso uno

para la clase alta y otro para el pueblo, porque no se podría combinar las dos cosas, cada restaurante debe mantener la idea original pero necesariamente tiene que haber dos.

Stalin: Sabes que yo creo que la gente del pueblo si apreciaría el espectáculo en vivo, porque es novelera y se dejaría deslumbrar.

Cinthia: Mas que eso yo creo que no pegaría en un segmento bajo, ya que al ver el espectáculo pensarían que es muy caro y no lo podrían pagar.

Stalin: Tienes razón a veces la gente se deja llevar por eso, pero no toma en cuenta que cuando vas a un lugar barato, no te atienden bien, te estresas y hasta te puede dar una indigestión (risas) a diferencia de un lugar más carito que te atienden bien, sales relajado y a lo que fuiste que es a comer a deleitar el paladar y a pasar un rato agradable.

Lorena: Sabes que también creo que debes enfocarte en la gente que cuida su salud, ahora las personas nos cuidamos mas y buscamos alternativas más sanas para estar siempre mejor.

Perfecto ahora quiero proceder con la degustación del producto, les voy a presentar tres platillos y quiero que me den sus opiniones

Primeramente quiero que me digan ¿cuál fue su percepción al ver los platillos?

Víctor: Sabes que a simple vista si te pone a pensar especialmente los gusanos pero lo extraño a mi me atrae (risas)

Stalin: A mi me paso lo mismo antes de probar el primer gusano lo pensé dos veces, pero lo pruebas y te complace y el segundo viene solo, y el tercero y el cuarto (risas)

Silvio: Se veían muy apetitosos, como dicen la comida entra por los ojos.

Lorena: Me gusto la decoración

Andrea: A simple vista no se ve nada extraño, bueno a excepción de los gusanos todo lo demás da ganas de comerlo de inmediato.

Ahora por favor quiero que den sus opiniones acerca del sabor?

Stalin: Debo decir que mi favorita fue la serpiente, tiene un sabor único la comería miles de veces, la guanta también me gustó estuvo deliciosa y los gusanos serían una excelente entrada.

Víctor: Lo que más me gustó fueron los gusanos, tienen una textura diferente un sabor único y como soy amante de lo extraño pues tuve lo mío y la serpiente estuvo deliciosa.

Omar: A mí me gustaron los tres platos no tengo nada que decir, he probado por primera vez algo diferente y totalmente delicioso.

Lorena: Me gustó mucho la guanta estuvo excelente, la serpiente tiene un sabor diferente, no me atreví a comer gusanos (risas) pero me pareció una experiencia inolvidable.

Silvio: Sin duda fue una experiencia diferente, créeme que comería todo si está bien presentado como lo hiciste esta vez, tenía un cierto grado de temor pero lo supere a la primera probada, estuvo delicioso y quisiera repetir (risas)

Andrea: Me encanto la presentación y mi favorita sin duda es la serpiente.

Cinthia: Todo para mi estuvo espectacular y mira a mis hijas les encanto la guanta creo que eso habla por si solo, yo iría con ellas encantada al restaurante porque se que les encanto.

Álvaro: Debo decir que me consideraba un escéptico creí que esta comida estaba bien para el Oriente y eso (risas) pero me dejaste callado el sabor es increíble, imagine como seria tu restaurante y tengo ganas de asistir.

Perfecto ahora ¿Qué otros tipos de comida exótica les gustaría probar?

Stalin: Insectos (risas) me imagino que debe ser delicioso, el canguro también como nos comentaste debe ser excelente, después de esto has abierto mi paladar y la curiosidad por probar gastronomía diferente.

Víctor: Todo lo que me des comeré (risas)

Álvaro: Y

a en este punto lo que sea me como (risas)

Stalin: Sabes Pauly yo creo que esta idea que se te ha ocurrido está excelente, a mi forma de ver las cosas estas aportando a la gastronomía del futuro, si te pones a pensar en momentos de crisis sería una alternativa bastante interesante, creo que la seguirían masas, pienso en las guerras y en todo donde esta opción de alimentación sería bastante idónea. Te felicito y espero sigas adelante y hagas realidad tu proyecto.

Muchísimas gracias por tus palabras esa es la idea hacer realidad este futuro restaurante que es mi sueño y he venido trabajando por cumplirlo.

Habiendo finalizado quiero agradecer su presencia y colaboración, han ayudado mucho para poder responder dudas acerca del tema y poder llevar a cabo este proyecto a implantarse en la ciudad de Quito.

Buenas Días.

ANEXO A3: GRUPO DE ENFOQUE No 3.

Buenas noches mi nombre es Paulina Gaibor y seré moderadora en esta sesión focal, para empezar quiero darles la bienvenida y agradecerles a todos por su presencia en este focus group que tiene fines académicos, esta sesión será filmada para poder extraer la información que posteriormente servirá para el desarrollo de esta investigación.

(Se realizó un preámbulo donde los participantes se presentaron y se hizo una dinámica para de esta forma romper el hielo)

En esta noche nos hemos reunido para hablar un poco de restaurantes y sobre nuevas tendencias alimenticias.

Para empezar quiero que me cuenten en la semana cuantas veces asisten a restaurantes?

Karina: Por trabajo 5 veces a la semana pero en fines de semana también salgo

Carlos: Igualmente por trabajo 5 veces por semana, a veces prefiero los fines de semana cocinar en casa.

Verónica: Yo los fines de semana especialmente

Carmen: Unas tres veces por semana voy a restaurantes.

Javier: Por trabajo también 5 veces por semana

Rafaela: Unas 3 veces por semana

Cristian: Unas tres veces por semana

Jenny: Unas 3 veces a la semana igual

Andrés: Por trabajo acudo 5 veces y en ocasiones especiales o cuando salgo con mi novia o mis amigos.

Perfecto ahora quiero que me cuenten ¿A qué tipo de restaurantes acuden?

Karina: Bueno yo acudo a restaurantes tradicionales los días normales, los fines de semana o en ocasiones especiales acudo a restaurantes de comida japonesa, me gusta el sushi, la comida china, thai, y los mariscos.

Carlos: Bueno yo suelo ir a pizzerías, me gusta la comida rápida.

Verónica: Me gusta comer mariscos, carnes, comida italiana también

Carmen: Bueno a mi me gustan los mariscos, las carnes, y la comida china.

Javier: A veces me identifico con la comida vegetariana, pero no he dejado de comer pollo ni mariscos.

Rafaela: Me gusta la cocina fusión, nuevas tendencias y si es light por mi está bien (risas)

Cristian: La carne y los mariscos, la comida peruana también es buena al igual que la típica.

Jenny: Personalmente me encanta la pizza, solo que engorda mucho pero como al menos unas dos veces al mes, también acudo a restaurantes de comida libanesa, e internacional.

Andrés: Yo como de todo la verdad donde me agrada el lugar me acerco y veo las opciones me gusta variar siempre.

Perfecto ahora quiero que me comenten ¿Qué factores son los que toman en cuenta al momento de elegir un restaurante?

Andrés: Bueno para mí es importante la calidad del producto, el servicio y la cantidad.

Verónica: Yo el tipo de comida y especialmente que tengas área para niños.

Carlos: El servicio para mi es básico yo voy a donde me tratan bien y regreso.

Alguien desea añadir algo más, no, entonces prosigamos

¿Cuándo digo alta cocina que piensan?

Carlos: Caro

Andrés: Comida gourmet

Carmen: Comparto comida gourmet

Carlos: Poca comida

Jenny: Preparada por un chef especializado

Rafaela: Buena comida

Y cuando digo espectáculo gastronómico en vivo ¿En qué piensan?

Cristian: Cocina en vivo

Carlos: Que preparan lo que pides en frente tuyo

Carmen: Como la cocina japonesa, tú ves como preparan tu plato

En la ciudad de Quito ustedes conocen algún lugar que ofrezca espectáculo?

Verónica: En los hoteles de cinco estrellas he visto, pero en restaurantes no he visto nunca.

Karina: No he visto aquí nada parecido.

Alguien desea añadir algo, Ok entonces prosigamos

Cuando digo comida exótica ¿Qué es lo que piensan?

Carlos: Mundial Japón Corea (risas)

Karina: Comida diferente

Jenny: Algo fuera de lo normal

¿Qué alimento para ustedes podría ser exótico?

Carmen: Ancas de rana

Karina: Cocodrilo

Verónica: Serpiente

Jenny: Insectos también podría ser

Hablando de insectos habían escuchado antes sobre insectos comestibles?

Todos responden que sí

Ahora díganme que opinan al respecto

Karina: Yo sí la verdad, si están bien preparados si me atrevo.

Andrés: Si los probaría pero siempre y cuando estén bien preparados y no estén en su forma natural (risas)

Carlos: como tostado (risas)

Si en la ciudad de Quito existiría un restaurante especializado en comida exótica con espectáculo en vivo ustedes asistirían?

Todos responden que sí

Cristian: A mí me gustaría asistir para salir de la rutina y tener una experiencia diferente.

Rafaela: Me llama la atención el tipo de comida y si está preparada por un chef especializado iría gustosa.

Karina: El espectáculo en vivo sería el ingrediente principal yo iría por eso.

Verónica: Yo acudiría en ocasiones especiales por ejemplo para el cumpleaños de mi marido, para darle de comer ahí un bichito (risas).

Perfecto ahora quiero proceder con la degustación del producto, les voy a presentar tres platillos y quiero que me den sus opiniones

Primeramente quiero que me digan ¿cuál fue su percepción al ver los platillos?

Javier: Están llamativos me gusta la decoración.

Karina: Bastante atractivos, apetitosos ya me da ganas de probarlos.

Carlos: Se ven bastante agradables a simple vista.

Verónica: Están bonitos y se ven ricos.

Ahora hablemos del sabor:

Carmen: Me gustó mucho la serpiente, la guanta y el jugo pero los gusanos la verdad no me gusto mucho, preferiría que no tengan esa formita. (risas)

Karina: Me encanto la serpiente te juro estuvo buenísima, los gusanos comparto con Carmita si le cambias la apariencia creo que sería más fácil que alguien coma eso.

Carlos: Me gustó absolutamente todo, se puede repetir (risas)

Javier: La guanta y la serpiente estuvieron riquísimas los gusanos no me gustó mucho.

Cristian: Si los bañas en una salsa yo creo que serían más ricos, o rellenos de algo sería interesante, mi favorita fue la serpiente.

Karina: Yo creo que el punto es que si no tiene la forma de gusano creo que se vería más atractivo.

Verónica: Necesito que me des la receta de la guanta mi hija casi se la come toda (risas) y la chicha de chonta estuvo muy buena, se sentía súper nutritiva.

Bueno les comento que alrededor del mundo existen carnes que son muy demandadas si yo les ofrezco carne de canguro y de otros animales ustedes accederían a probarla?

Cristian: Yo comería cualquier carne lo que si no me atrevo es a comer insectos.

Karina: Me daría pena la verdad comerme un canguro, te pregunto algo y esos animales no están en peligro de extinción?

Bueno sabes que al menos los canguros son considerados plagas en Australia y una vez al año hacen desinfecciones y los matan porque se da una sobre población de estos animales.

Rafaela: Siempre y cuando sea una carne saludable yo si la comería y más si por ejemplo me dices que es bueno para la piel y más cosas yo voy corriendo a comer (risas)

Verónica: Yo comería cualquier cosa que no esté en peligro de extinción.

Carmen: Yo no comería jamás mono

En cuanto a los insectos se atreverían a probarlos?

Rafaela: he comido hormigas y son ricas saben a limón

Karina: Yo comería todo si le quitas la forma la verdad y si le cambias el nombre en general si no se lo que estoy comiendo.

Carlos: Yo si me comería todo lo que des (risas)

Bueno Karina la idea central del negocio es alta cocina exótica, me gustaría que las personas sepan lo que están comiendo para que de esta forma puedan abrir

sus mentes y ampliar sus opciones y puedan deleitarse por una infinidad de sabores aún no explorados.

Alrededor del mundo esta gastronomía está bien explorada y cada día tiene más seguidores, quisiera sumar al Ecuador en esa lista de países.

Bueno continuando con el tema la decoración del restaurante como les gustaría que fuese?

Verónica: Me gustaría que sea rústico que tenga no se, se me viene a la mente unas máscaras indígenas.

Javier: Yo lo prefiero moderno con nuevas tendencias.

Karina: Algo que te haga entrar en ese ambiente, pero a la vez elegante.

En cuanto a la ubicación en donde les gustaría que este ubicado?

Cristian: Me gustaría que este por la Foch.

Carlos: Por la Coruña por la Plaza Artigas seria chévere

Karina: Concuero contigo Carlos es que en esa zona están los restaurantes "IN" de la ciudad.

Rafaela: Por la República del Salvador también podría ser.

La publicidad ustedes cual creen que sería la más adecuada para introducir el restaurante en el mercado?

Carmen: Sin duda alguna la mejor publicidad son los mismos clientes, ya que si a me recomiendan un restaurante yo voy gustosa pero si me dicen que es malo pues no voy.

Cristian: Me parece interesante cuando te envían la publicidad en los estados de cuenta, si te despiertan la curiosidad.

Verónica: Un buen lanzamiento es importante en un restaurante, porque ahí están enfocada a tu segmento, ahí saben lo que vendes y como lo vendes, entonces volvemos a la publicidad de boca a boca es importante. También en el internet por ejemplo restaurantes.com

Carmen: Los correos electrónicos también es buena idea

Habiendo finalizado quiero agradecer su presencia y colaboración, han ayudado mucho para poder responder dudas acerca del tema y poder llevar a cabo este proyecto a implantarse en la ciudad de Quito.

Buenas Días.

ANEXO A4: MODELO DE ENCUESTA

Por favor, dedique un momento a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para un posible proyecto. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación académica.

1. ¿Con qué frecuencia asiste a restaurantes?

- Una vez por semana
- Dos veces por semana
- Más de tres veces por semana
- Una vez cada mes
- Dos veces al mes
- Otra

Cuál _____

2. ¿Cuánto gasta por persona cuando sale a comer fuera?

- Entre \$5 y \$10
- Entre \$11 y 20
- Entre \$21 y \$30
- Entre \$31 y \$40
- Entre \$41 y \$50
- Más de \$50

3. ¿Con qué frecuencia gasta más de \$50,00 en una cena con su familia o amigos?

- Menos de una vez por mes
- Una vez por mes
- Dos veces por mes
- Tres veces por mes
- Más de tres veces por mes
- Otro

Cuál _____

8. ¿Valore de acuerdo a sus preferencias el tipo de comida?

	Ninguno	Muy poco	Poco	Mucho
Cocina tradicional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cocina Temática (Japonesa, Indú, Libanesa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cocina Gourmet (Moderna)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cuál _____

9. ¿Terminada la cena bebería algo como?

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> Martini | <input type="radio"/> Jack Daniel´s |
| <input type="radio"/> Whisky | <input type="radio"/> Champagne |
| <input type="radio"/> Cognac | <input type="radio"/> Margarita |
| <input type="radio"/> Una crema suave | <input type="radio"/> Mojito |
| <input type="radio"/> Otro | <input type="radio"/> Ninguno |

Cuál _____

10. ¿Le gustaría encontrar en la ciudad de Quito un restaurante que ofrezca alternativas culinarias diferentes?

- Si
- No

11. ¿Conoce restaurantes de comida exótica?

- Si
- No

12. En caso afirmativo, ¿detalle cuáles?

1. _____

2. _____

13. De los siguientes platillos cuales estaría dispuesto a probar y cuáles no?

	SI		NO	
Pétalos acaramelados acompañados de helado de frutas	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
Serpiente frita en salsa de ciruelas	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
Gusano de maguey asado a las finas hierbas	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
Ensalada de verdes y frambuesas con crujientes de larvas de hormiga y bruscheta con queso Brie.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
Biscocho de fruta de chonta	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
Hormigas de limón a la piedra	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>
Lomo de canguro a los tres vinos	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
Ancas de rana al ajillo	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿Conoce algún restaurante en la ciudad de Quito que brinde a su público espectáculo gastronómico en vivo?

- Si
- No

15. En caso afirmativo, ¿detalle cuáles?

1. _____
2. _____
3. _____

16. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una cena de comida exótica compuesta por entrada, plato fuerte y postre, acompañada de espectáculo en vivo y servicio personalizado?

- Menos de \$30
- Entre \$30 y \$50
- Entre \$50 y \$70
- Más de \$70
- Otro

Cuál _____

17. ¿Cuál es su edad?

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- Otro

Cuál _____

18. Sexo

- Masculino
- Femenino

19. ¿Cuáles son sus ingresos anuales brutos?

- Menos de \$10.000
- Entre \$10.000 y \$20.000
- Entre \$20.000 y \$30.000
- Entre \$30.000 y \$50.000
- Más \$50.000

20. Estado Civil

- Soltero
- Casado
- Otro

Cuál _____

21. Ocupación

- Administrativo
- Ejecutivo
- Académico
- Directivo
- Otro

Cuál _____

22. Nacionalidad

- Ecuatoriana
- Colombiana
- Norteamericana
- Otra
- Italiana
- Francesa
- Chilena

Cuál _____

23. ¿En qué parte de la ciudad reside?

- Norte
- Centro
- Sur
- Otro
- Valle de los Chillos
- Cumbayá
- Tumbaco

Cuál _____

La encuesta ha concluido
Muchas gracias por su colaboración

ANEXO B1: CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA

COMPAÑIAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Requisitos: ¹

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América.

actividad industrial es necesario que se obtenga la afiliación a la Cámara de Industriales respectiva o a la Cámara de la Pequeña Industria que corresponda

El origen de la inversión:

Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional.

¹ Pasos a seguir para la constitución de una empresa URL: www.pequenaindustria.com.ec Descargado 10/11/09

Trámites legales:

1. Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías.
2. Presentar a la Superintendencia de Compañías la minuta de la escritura pública que contenga el contrato social, los estatutos y la integración de capital.
3. Depósito en la cuenta de integración de capital del dinero que haya sido suscrito o pagado.
4. Afiliación a la Cámara correspondiente al objeto social, en este caso a la Cámara de Turismo de Pichincha maneado por el Ministerio de Turismo, Aprobación del nombre en el Instituto de Propiedad Intelectual y las autorizaciones que se requieren en los casos especiales que serán tratados más detenidamente cuando se refiera a lo que exige el Ministerio de Turismo.
5. Otorgamiento de la Escritura Pública.
6. Solicitud de aprobación de la Escritura Pública de Constitución a la Superintendencia de Compañías.
7. Protocolización de la Resolución.
8. Publicación de un extracto en un diario de mayor circulación.
9. Inscripción en el Registro Mercantil, en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías y en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).
10. Celebración de la primera Junta General nombrando al Gerente General y al Presidente.
11. Inscripción de los nombramientos en el Registro Mercantil.
12. Solicitud a la Superintendencia de Compañías para retirar los fondos de la Cuenta de Integración de Capital.

Obligaciones:

Las obligaciones de los socios consistirán en:

- Pagar la participación suscrita.
- Cumplir con los deberes impuestos en los estatutos.
- No realizar actos de interferencia en la administración.
- Responder en forma solidaria por la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato.

La Junta General es el órgano máximo de la compañía y se forma con los socios legalmente convocados y reunidos. La convocatoria en la compañía limitada no requiere publicación por la prensa. Esta junta puede ser de carácter Ordinaria, Extraordinaria o Universal.

ANEXO C1: LOGOTIPO



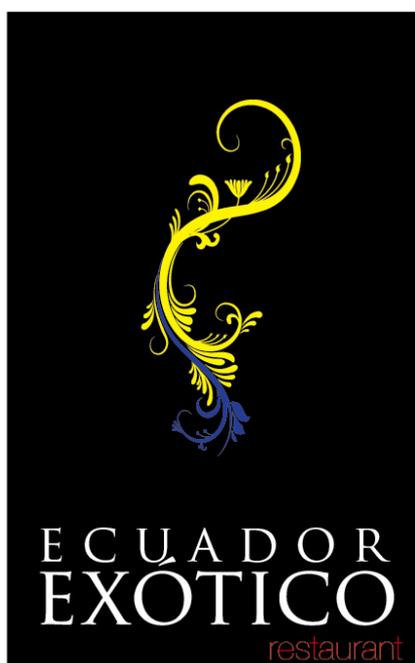
restaurant

ANEXO C2: PUBLICIDAD PARA MEDIOS ESCRITOS



ANEXO C3: TARJETAS DE PRESENTACIÓN

TIRO



RETIRO



ANEXO C4: MENÚ



MENÚ	
	PVP
PLATOS FUERTES	
Ancas de rana al ajillo	\$ 16,51
Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón	\$ 17,57
Avestruz con pesto al limón	\$ 13,85
Capeletti de conejo en salsa de hongos	\$ 14,40
Codorniz en costra picante	\$ 7,20
Consomé asiático	\$ 12,36
Crema de pangora	\$ 7,63
Crujiente gusano de maguey a las finas hierbas	\$ 10,10
Cuy con pancotto de papa chaucha	\$ 3,77
Ensalada de pangora, salsa aiöli de mandarina, aguacate y lechugas	\$ 18,24
Ensalada de verdes y frambuesas con crujientes de larvas de hormiga y queso de cabra	\$ 9,98

Hormigas de limón a la piedra	\$ 14,64
Lomo de armadillo con tausi	\$ 13,68
Lomo de canguro al vino blanco y oporto	\$ 14,54
Lomo de guanta a la Quark	\$ 7,87
Magret de pato al vino	\$ 9,60
Mejillones con coco y genjibre	\$ 14,90
Scallops grillados	\$ 13,42
Serpiente frita en salsa de ciruelas	\$ 14,93
Tagliatelle con langosta de agua dulce	\$ 18,74
POSTRES	
Biscocho de fruta de chonta	\$ 4,34
Baileys brownie	\$ 11,09
Exotic crumble	\$ 5,76
Oritos crocantes en salsa de manzana	\$ 3,46
Panna Cotta de vainilla sobre crumble de canela y ensalda de frutilla, frambuesa y kiwie	\$ 8,11
Pétalos acaramelados, acompañado de helado de frutas	\$ 9,65
Sorbete de frutas exóticas	\$ 6,36
Precio de venta promedio	\$ 11,21

Fuente: Autora

Elaboración: Autora

ANEXO C5: CÁLCULO DE LOS PROMEDIOS PONDERADOS SEGÚN LA TASA DE VARIACIÓN DE LA INDUSTRIA.

- **X=** 5,3420 este resultado se obtuvo de la media aritmética de la tasa de variación de la industria.
- **S=** 1,595520117 (Desviación estándar)
- **Escenario Optimista =** $5,34\% + 2(1,5955) = 7,26\%$
- **Escenario Pesimista=** $5,34\% + 2(1,5955) = 3,24\%$

Se utilizó el método de construcción de intervalos, en donde se suma y se resta dos veces la desviación estándar.²

² GALINDO Edwin (2006). Estadística métodos y aplicaciones

ANEXO A5: TABULACIÓN DE ENCUESTAS

Diseño

- Recolección de datos realizada en la ciudad de Quito en extractos de clase media en adelante
- Organizada por la persona suscrita en el presente trabajo
- Presentación, Análisis e Interpretación se realiza por medio de la persona antes mencionada
- **Objetivo** Determinar la tendencia de las personas a visitar restaurantes en la ciudad y su relación con los costos, ingresos, tendencias de alimentación, ubicación, nacionalidad
- **Variables** Las variables representan los aspectos que relacionan la tendencia de visita de restaurantes y todos lo que guía dicha tendencia

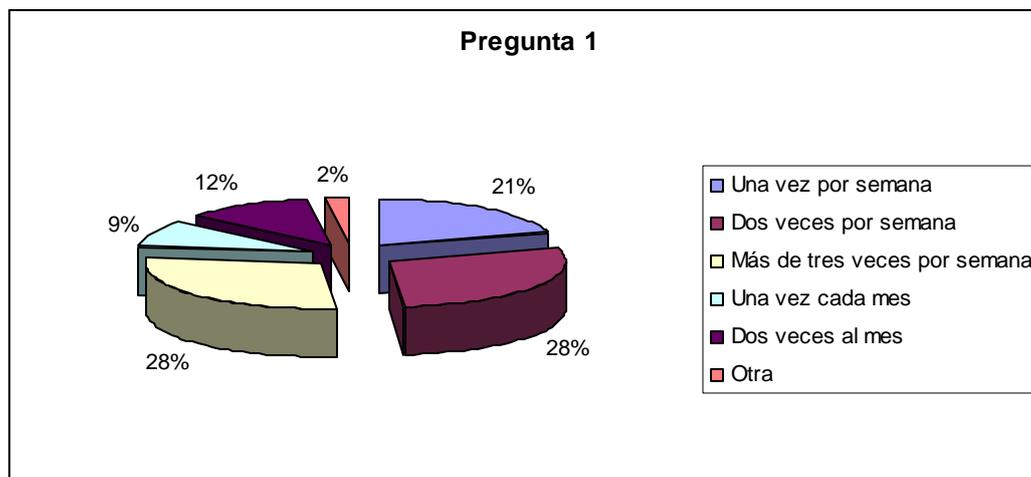
Respuesta Se refiere a la tabulación de todos los datos presentados

El número realizado de encuestas es de 400 encuestas

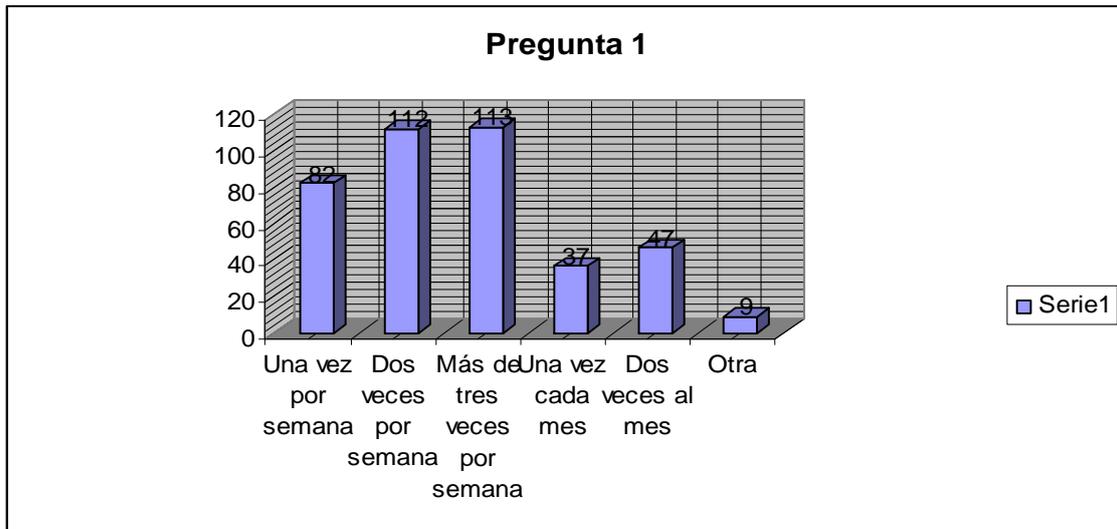
1.- ¿Con qué frecuencia asiste a restaurantes?

Una vez por semana	82
Dos veces por semana	112
Más de tres veces por semana	113
Una vez cada mes	37
Dos veces al mes	47
Otra	9

GRÁFICO



HISTOGRAMA

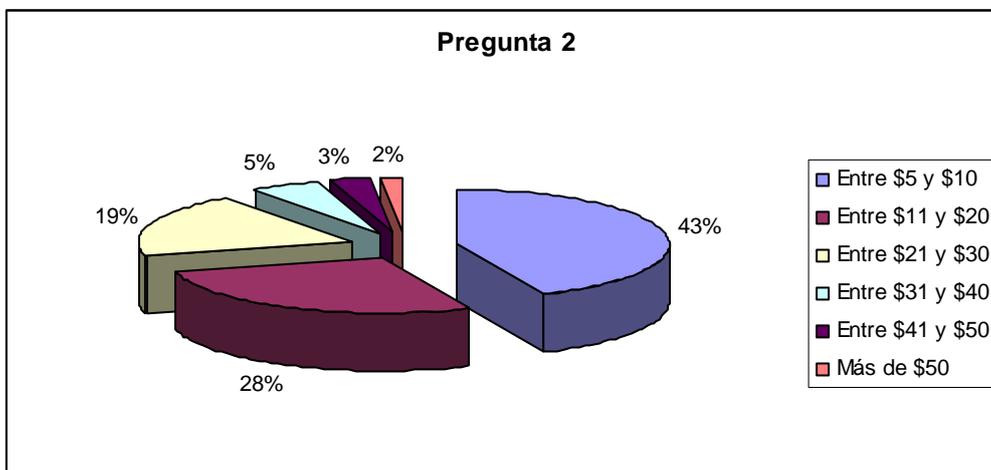


La primera pregunta nos indica que de 2 veces por semana a 3 tres veces por semana es la tendencia en que las personas asisten a un restaurante, esta porcentualmente es del 28% para cada caso, la frecuencia en su minoría es otra con un 2% únicamente

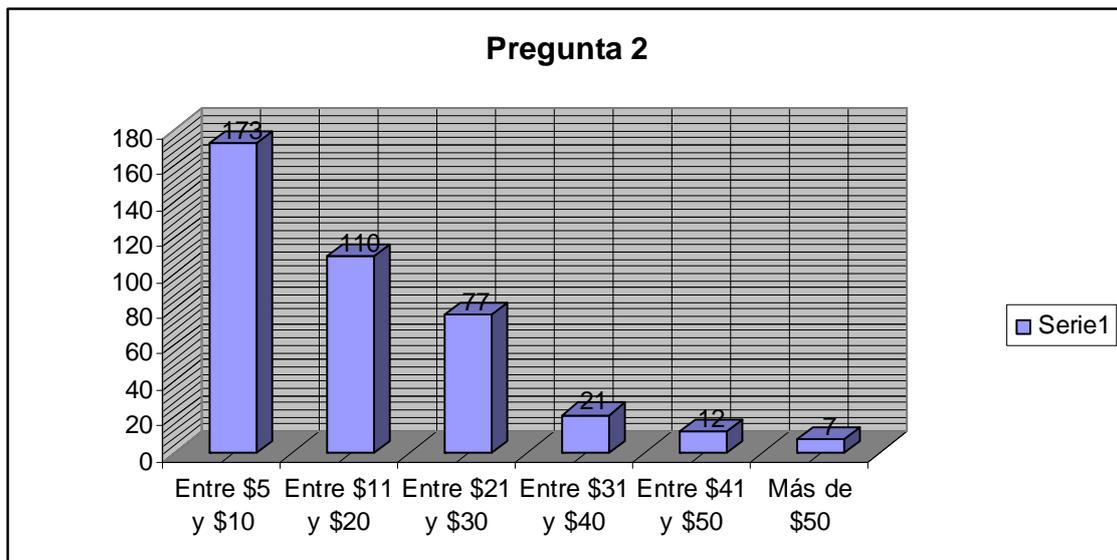
2.- ¿Cuánto gasta por persona cuando sale a comer fuera?

Entre \$5 y \$10	173
Entre \$11 y \$20	110
Entre \$21 y \$30	77
Entre \$31 y \$40	21
Entre \$41 y \$50	12
Más de \$50	7

GRÁFICO



HISTOGRAMA

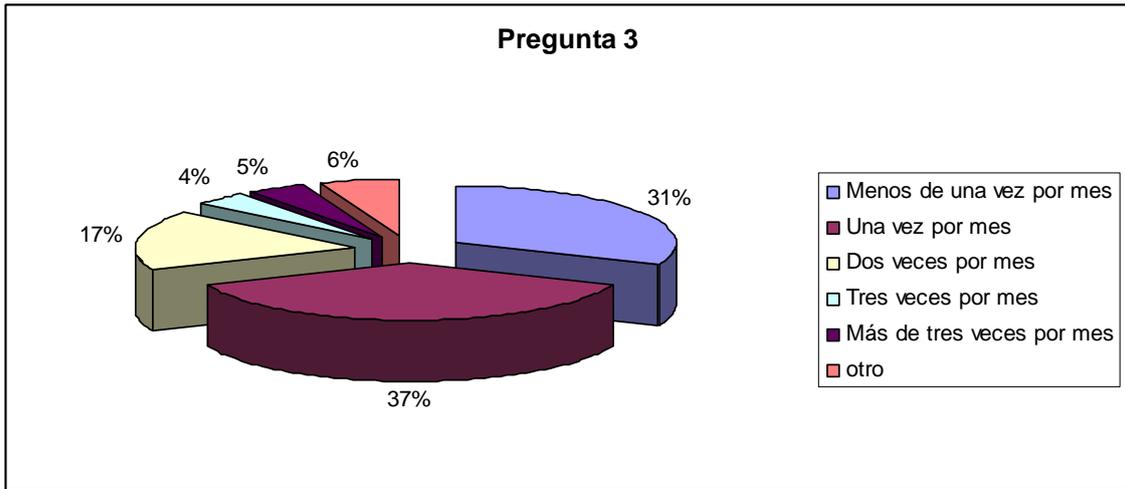


En la segunda pregunta tenemos en su mayoría que las personas que asisten a un restaurante en su mayoría gasta de \$5 a \$10 en una de dichas salidas esta tuvo un 43% de la aceptación de los encuestado, de \$11 a \$20 en su mayoría tuvo un 28% y el que menos aceptación tuvo es que se gasta más de \$50 en una de estas salidas, con un 2%

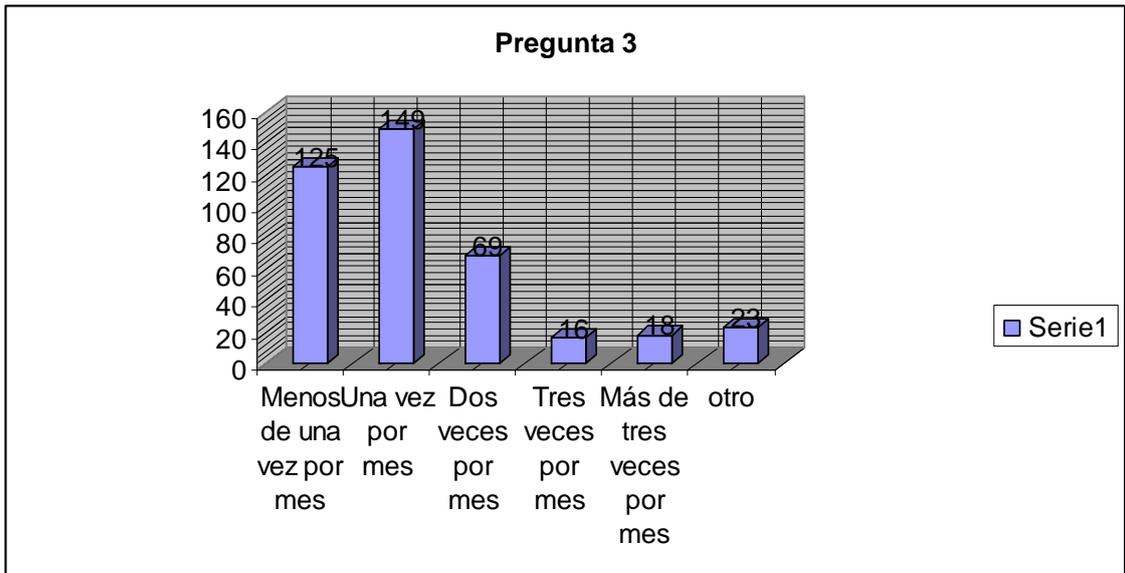
3.- ¿Con qué frecuencia gasta más de \$50.00 en una cena con su familia o amigos?

Menos de una vez por mes	125
Una vez por mes	149
Dos veces por mes	69
Tres veces por mes	16
Más de tres veces por mes	18
Otro	23

GRÁFICO



HISTOGRAMA

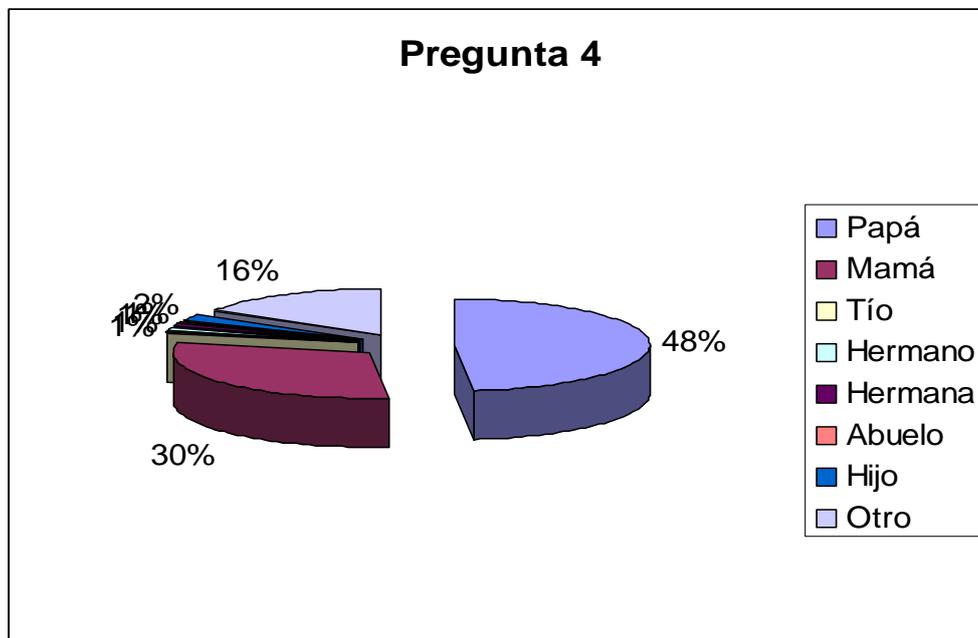


En la tercera pregunta tenemos que las personas que gastan más de \$50 en una salida a un restaurante en su mayor tendencia lo hacen una vez al mes con un 37%, las que lo hacen menos de una vez por mes es un 31%, y la tendencia de menor valor fue la de 3 veces por mes que tuvo un 4% de la muestra realizada

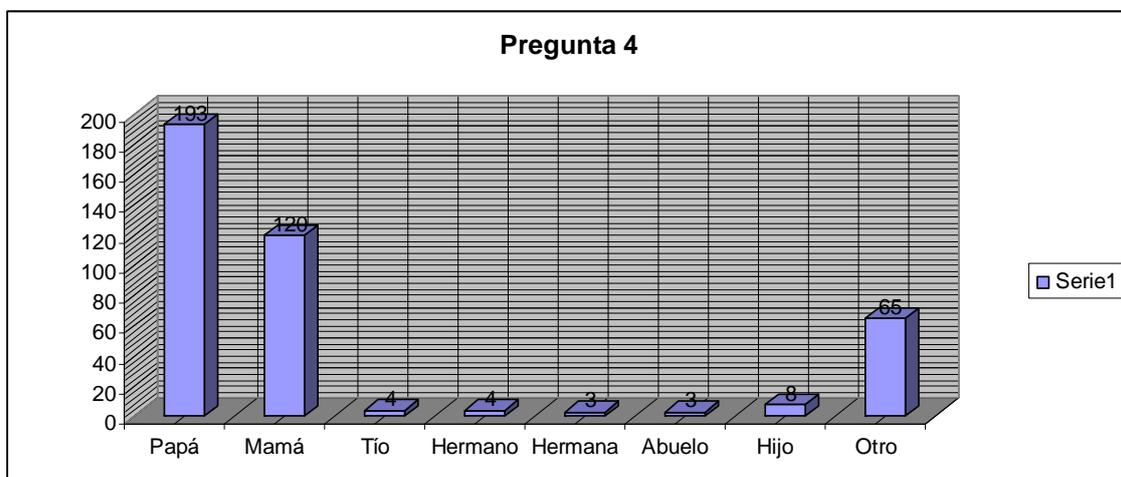
4.- En su hogar ¿quién toma la decisión de compra?

Papá	193
Mamá	120
Tío	4
Hermano	4
Hermana	3
Abuelo	3
Hijo	8
Otro	65

GRÁFICO



HISTOGRAMA

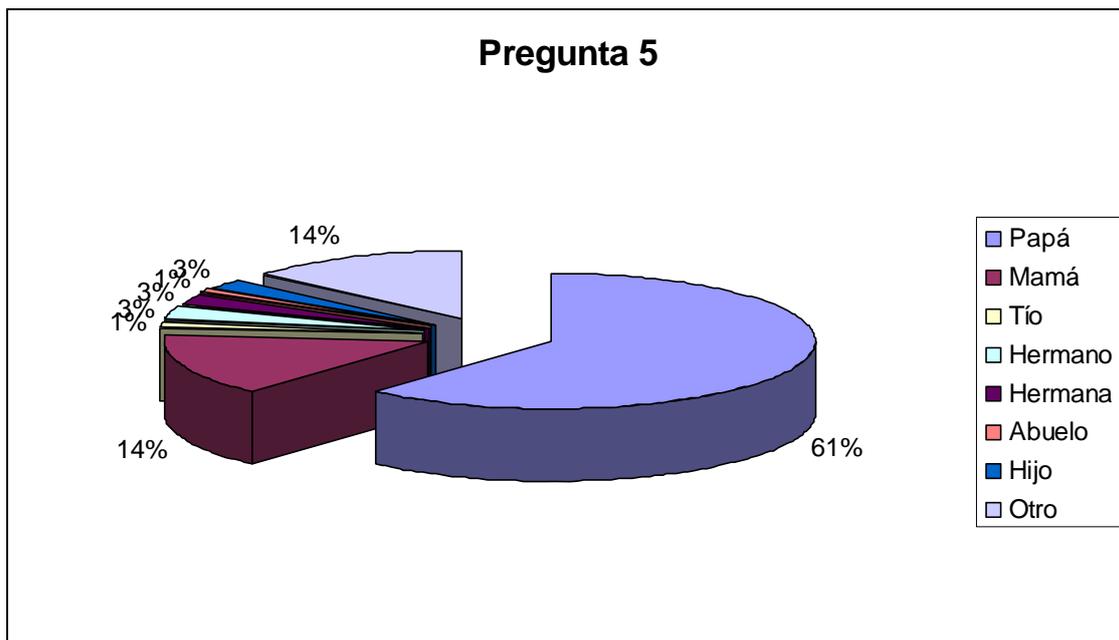


Tenemos que la decisión de compra en el hogar de los encuestados en un 48% es del padre, en un 30% es de la madre, y el de tendencia menor es que sea una hermana o el abuelo.

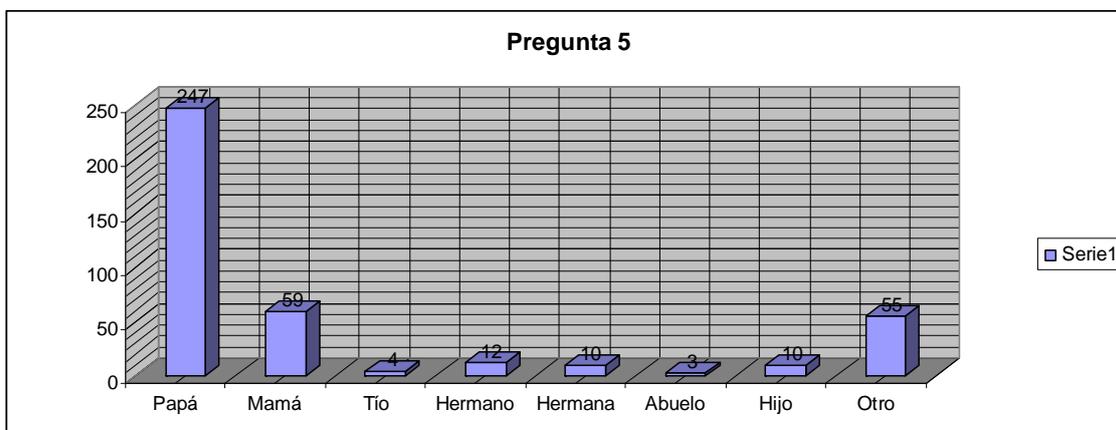
5.- ¿Qué miembro de su familia paga la cuenta en los restaurantes a los que asiste?

Papá	247
Mamá	59
Tío	4
Hermano	12
Hermana	10
Abuelo	3
Hijo	10
Otro	55

GRÁFICO



HISTOGRAMA

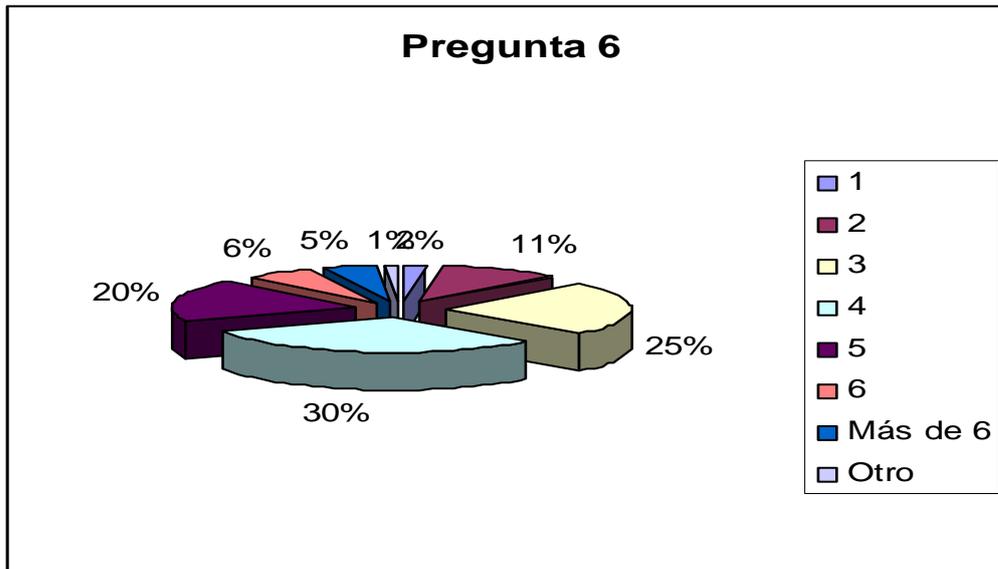


El miembro de la familia que paga cuando el encuestado y su familia sale a un restaurante con un 61% es el padre, la mamá otro que en general fue contestado con esposo fue del 14% y los de menor tendencia fue Tío o Abuelo con un 1%

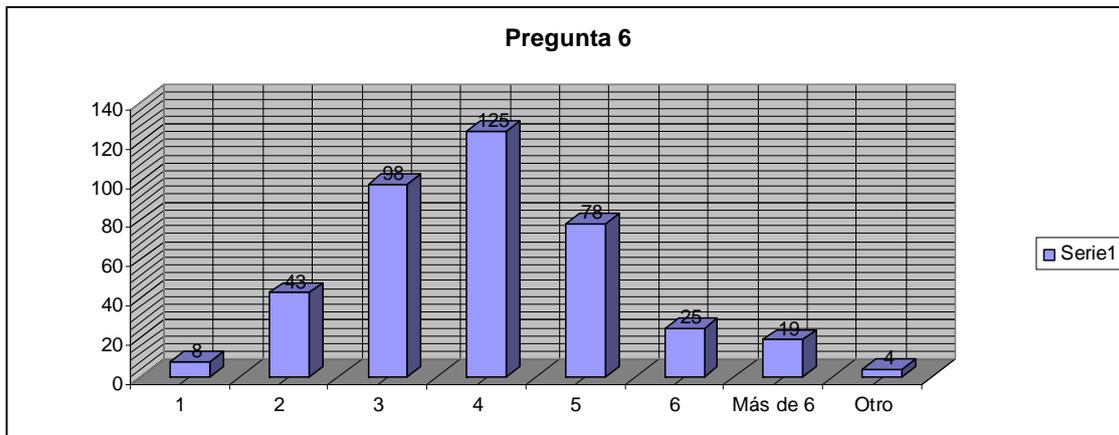
6.- Con ¿Cuántas personas sale a comer?

1	8
2	43
3	98
4	125
5	78
6	25
Más de 6	19
Otro	4

GRÁFICO



HISTOGRAMA

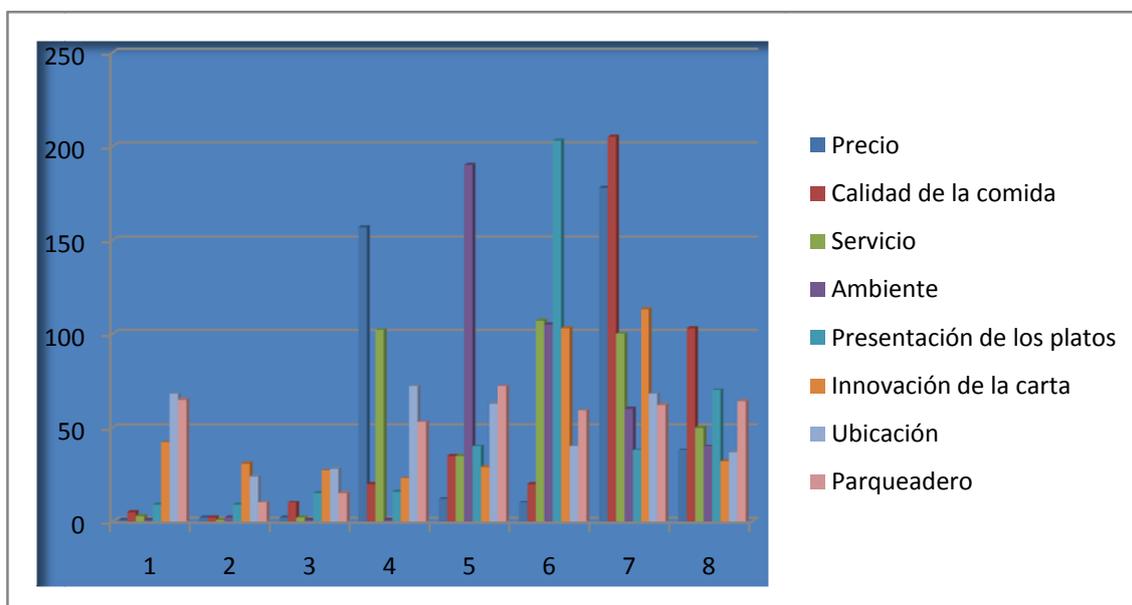


El número de personas con las que el encuestado sale a comer aparte de la tendencia mayor y la menor tiene muy pequeñas variaciones en general, la de mayor tendencia es 4 personas con un 30%, la que sale con 3 personas es del 25%, la de menor tendencia es de otro, con un 1%

**7.- ¿Cuáles son los criterios que considera para elegir un restaurante
Califique sus opciones con 1 lo menos importante y 8 lo más importante?**

	1	2	3	4	5	6	7	8
Precio	1	2	2	157	12	10	178	38
Calidad de la comida	5	2	10	20	35	20	205	103
Servicio	3	1	2	102	35	107	100	50
Ambiente	1	2	1	1	190	105	60	40
Presentación de los platos	9	9	15	16	40	203	38	70
Innovación de la carta	42	31	27	23	29	103	113	32
Ubicación	68	24	28	72	63	40	68	37
Parqueadero	65	10	15	53	72	59	62	64

GRÁFICO COMPARATIVO PREGUNTA 7

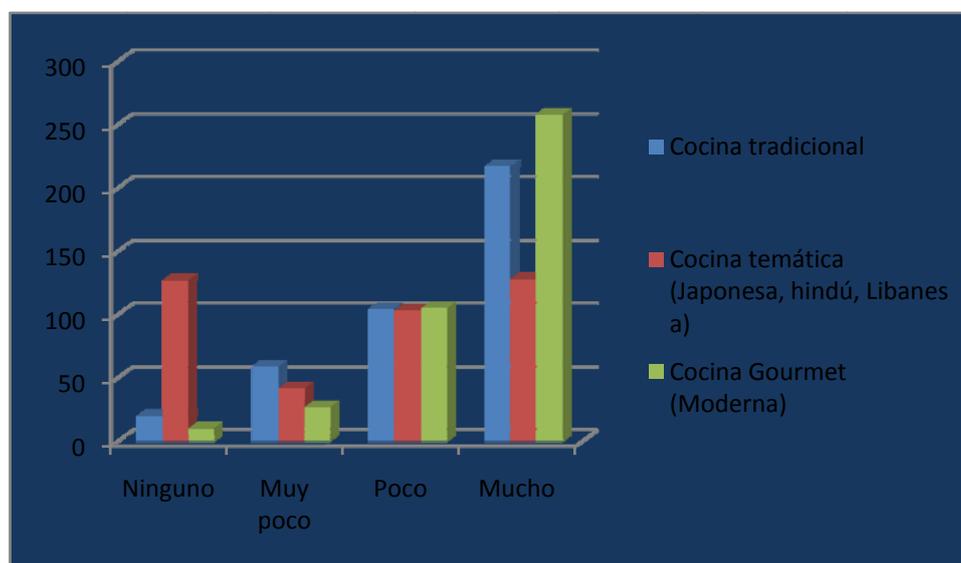


Como observamos en la gráfica las personas en su mayoría califican con las más altas calificaciones a la calidad de la comida y con un pequeño margen menor a el precio de dicha comida, y califica con las menores calificaciones a la ubicación, o que tenga o no parqueadero y la innovación en la carta que ofrecen.

8.- Valore de acuerdo a sus preferencias el tipo de comida

	Ninguno	Muy poco	Poco	Mucho
Cocina tradicional	20	59	104	217
Cocina temática (Japonesa, hindú, Libanesa)	127	42	103	128
Cocina Gourmet (Moderna)	10	27	105	258

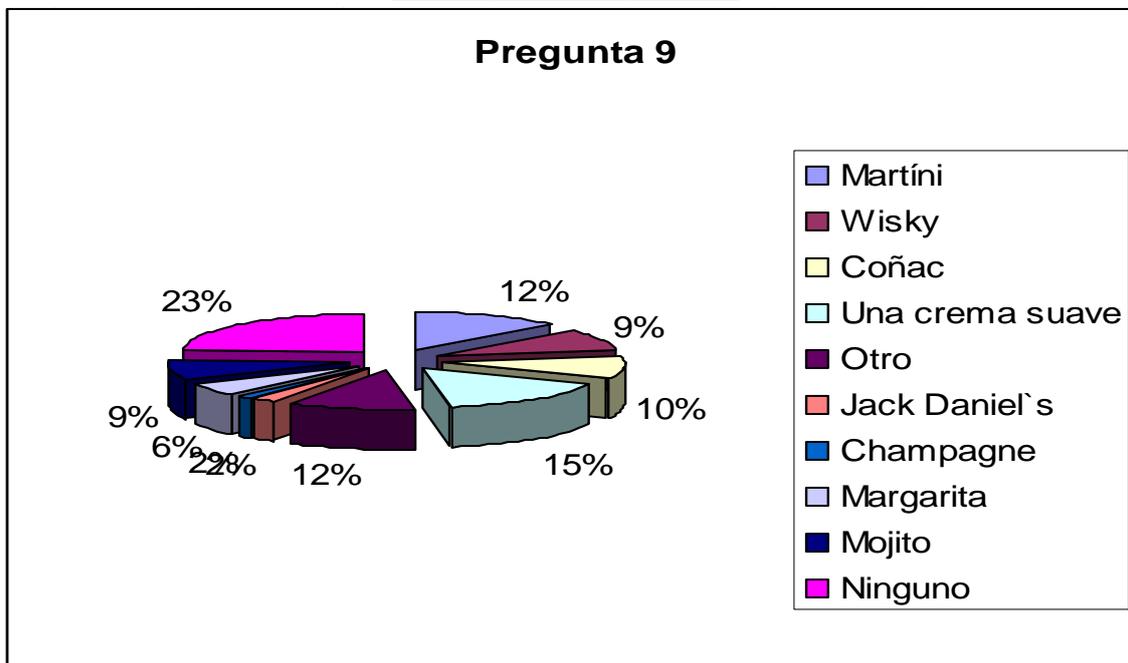
GRÁFICO COMPARATIVO PREGUNTA 8



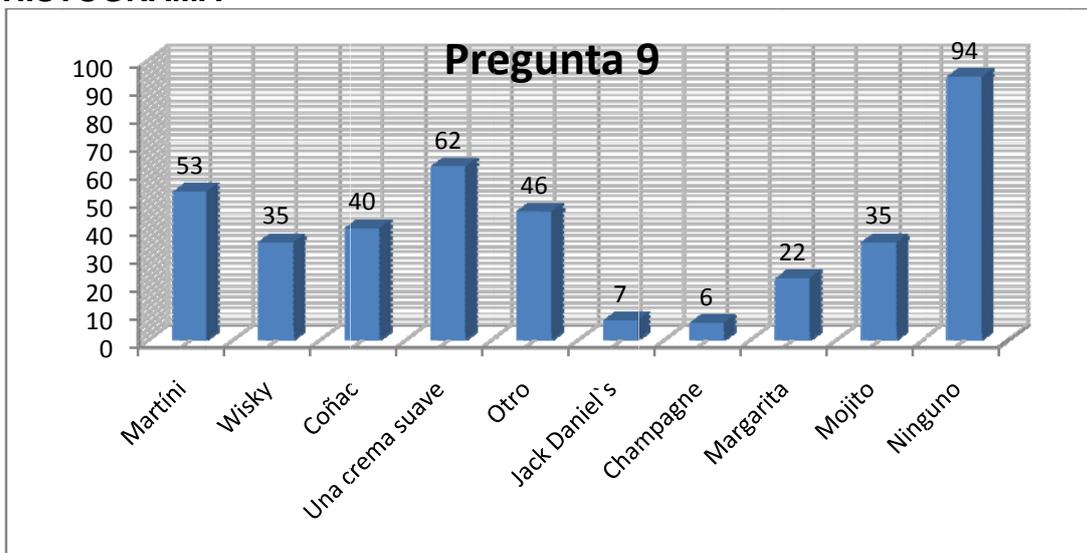
Como podemos observar en el gráfico comparativo que la gente prefiere la cocina gourmet que la que podríamos decir está de moda, la cocina tradicional es la que está en segundo lugar y la temática es la que tiene la menor valoración entre los gustos de las persona, y en los disgustos de las personas esta misma tendencia se repite de la misma forma solo de manera invertida.

9.- ¿Terminada la cena bebería algo cómo?

Martíni	53
Wisky	35
Coñac	40
Una crema suave	62
Otro	46
Jack Daniel`s	7
Champagne	6
Margarita	22
Mojito	35
Ninguno	94



HISTOGRAMA

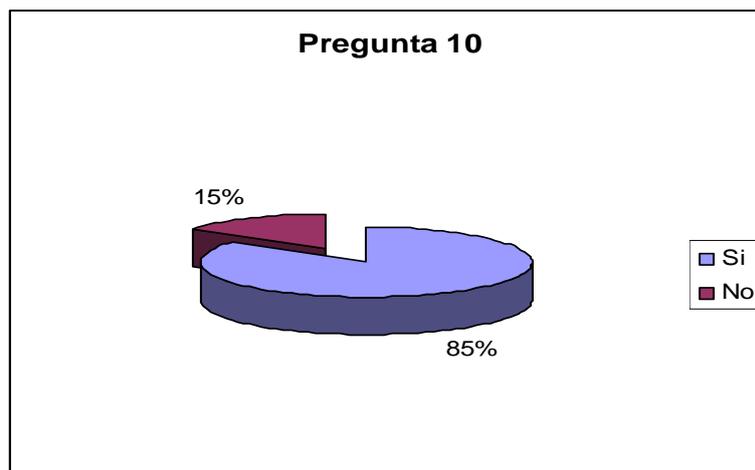


Referente a la pregunta 7 que se refiere a los bajativos, que son los líquidos que se consumen después de comer, la mayor tendencia la tiene ninguno, y el que no tuvo casi nada de votación fue el tomar Jack Daniel's con un 2%, de ahí en general podríamos decir que el resto de opciones de la encuesta tienen una tendencia constante

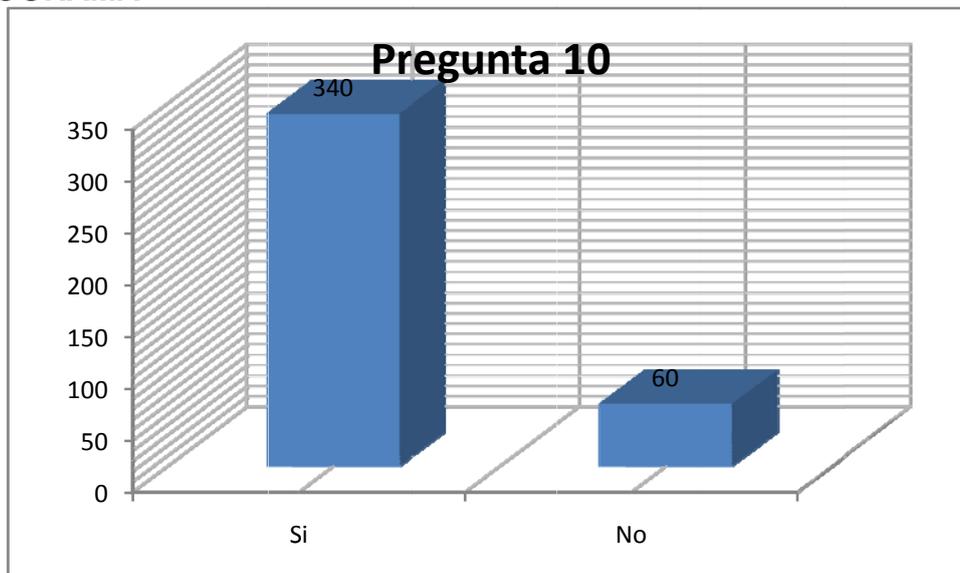
10.- ¿Le gustaría encontrar en la ciudad de Quito un restaurante que ofrezca alternativas culinarias diferentes?

Si	340
No	60

GRÁFICO



HISTOGRAMA

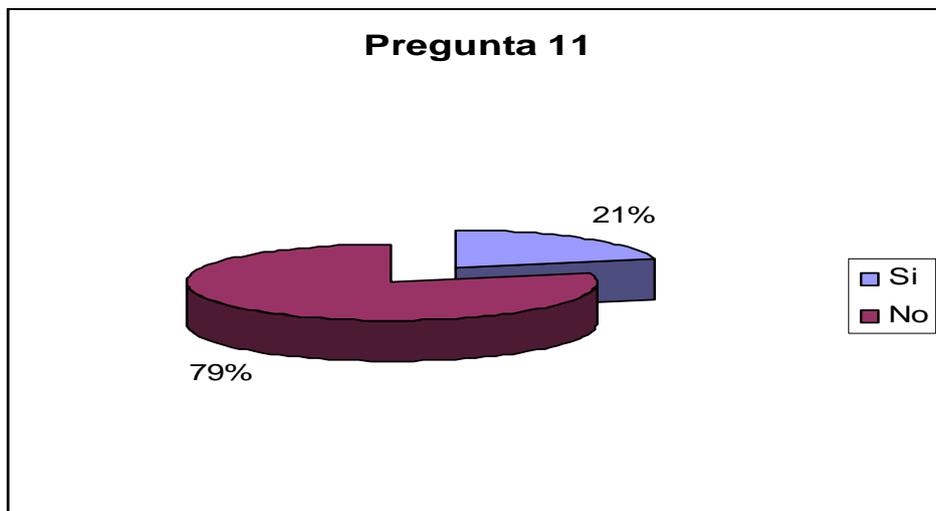


La pregunta 10 hace referencia a si a las personas les gustaría encontrar más restaurantes con alternativas culinarias diferentes, el 85% contestó que si le gustaría, contra un 15% que no le gustaría

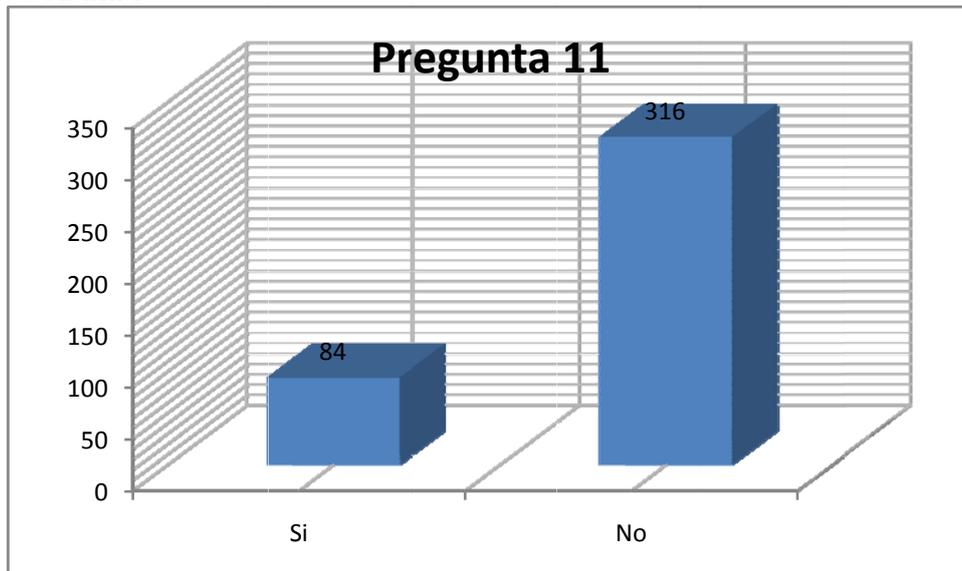
11.- Conoce restaurantes de comida exótica

Si	84
No	316

GRÁFICO



HISTOGRAMA

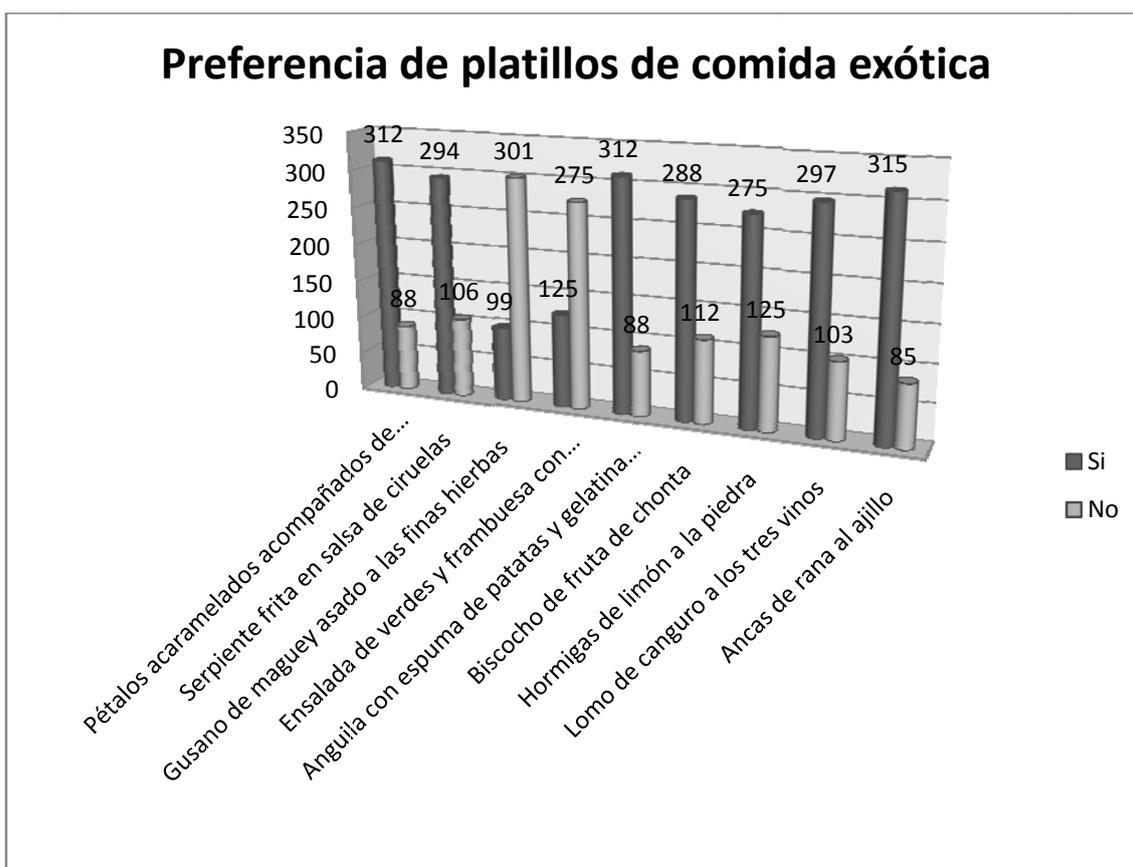


La pregunta once nos decía que si las personas encuestadas conocen restaurantes de comida exótica y la respuesta se tabuló de la siguiente manera el 21% dijo que si lo conocía y el 79% dijo que no conocían.

13.- ¿De los siguientes platillos cuales estaría dispuesto a probar y cuáles no?

	Si	No
Pétalos acaramelados acompañados de helado de frutas	312	88
Serpiente frita en salsa de ciruelas	294	106
Gusano de maguey asado a las finas hierbas	99	301
Ensalada de verdes y frambuesa con crujientes de larvas de hormiga y bruscheta con queso Brie	125	275
Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón	312	88
Biscocho de fruta de chonta	288	112
Hormigas de limón a la piedra	275	125
Lomo de canguro a los tres vinos	297	103
Ancas de rana al ajillo	315	85

GRAFICO COMPARATIVO PREGUNTA 13

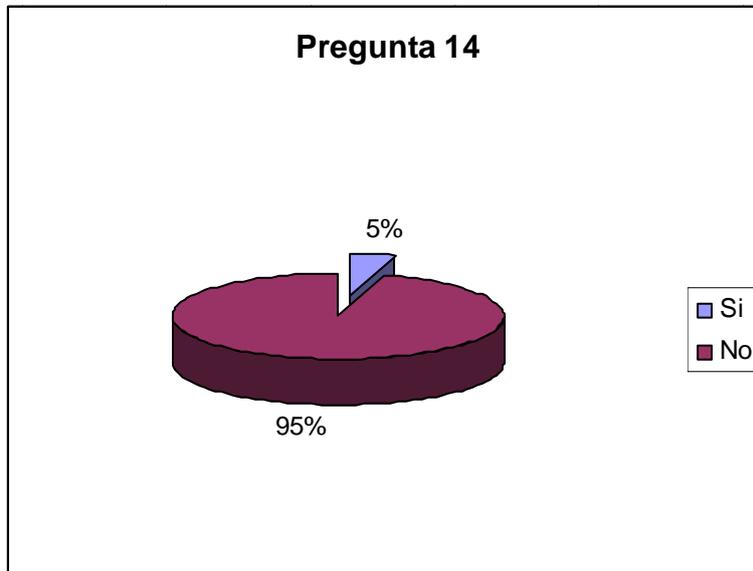


Al ser comida exótica y no muy popularizada la respuesta del público fue favorable ya que de los 9 platos propuestos, el público estaría dispuesto a probar 7, contra 2 donde la tendencia fue negativa.

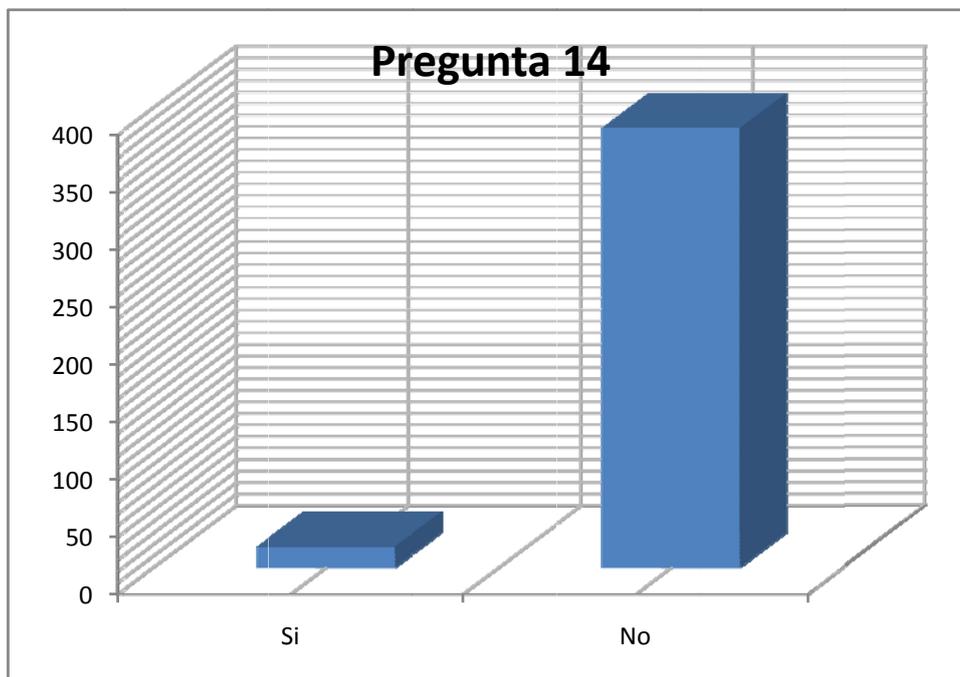
14.- Conoce algún restaurante en la ciudad de Quito que brinde a su público espectáculo gastronómico en vivo?

Si	18
No	382

GRÁFICO



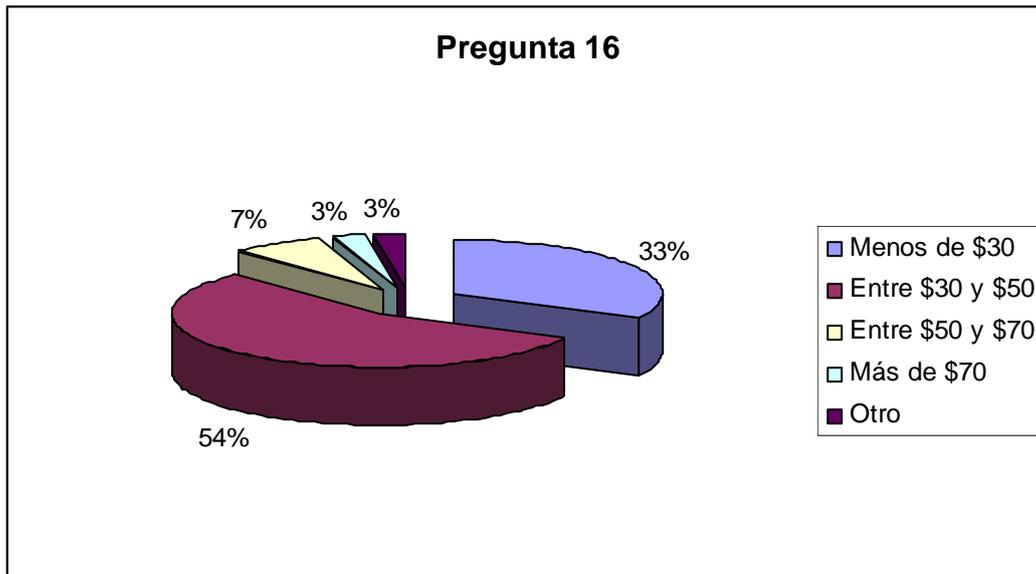
HISTOGRAMA



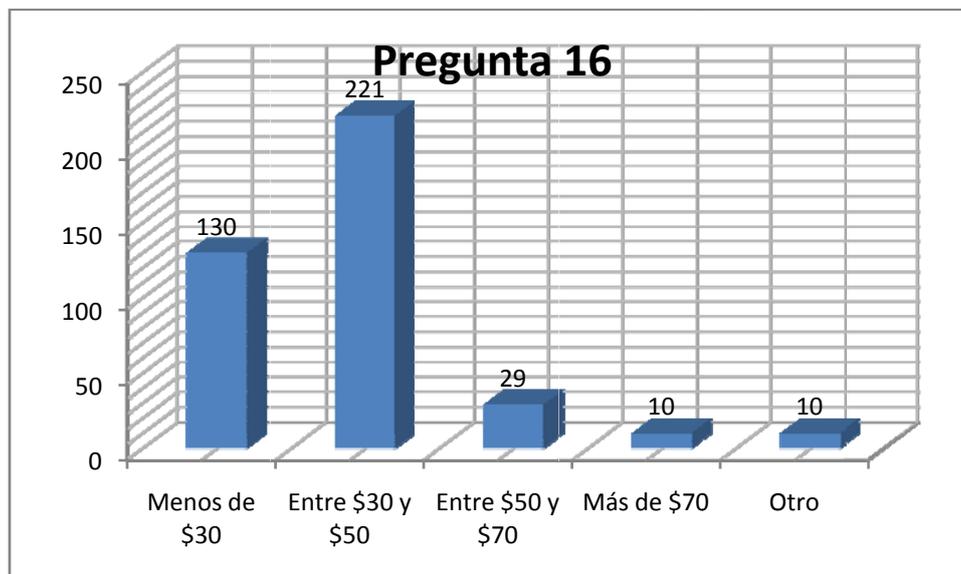
El 95% de personas encuestadas manifestaron que no conocen un restaurante que brinde un espectáculo gastronómico en la capital, mientras el 5% de las personas encuestadas no lo conoce

16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cena de comida exótica compuesta por entrada, plato fuerte y postre, acompañada de espectáculo en vivo y servicio personalizado?

Menos de \$30	130
Entre \$30 y \$50	221
Entre \$50 y \$70	29
Más de \$70	10
Otro	10



HISTOGRAMA

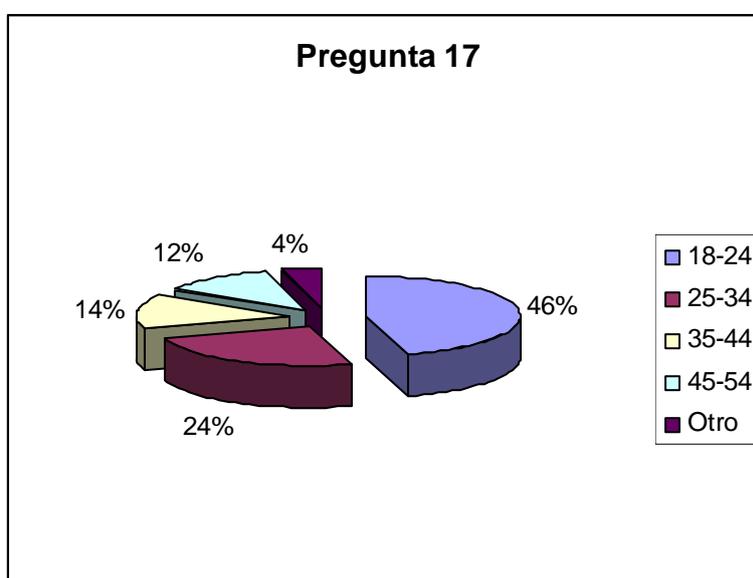


La pregunta 16 que nos hace referencia del valor que las personas están dispuestas a gastar en una comida exótica, las de mayor tendencia es entre

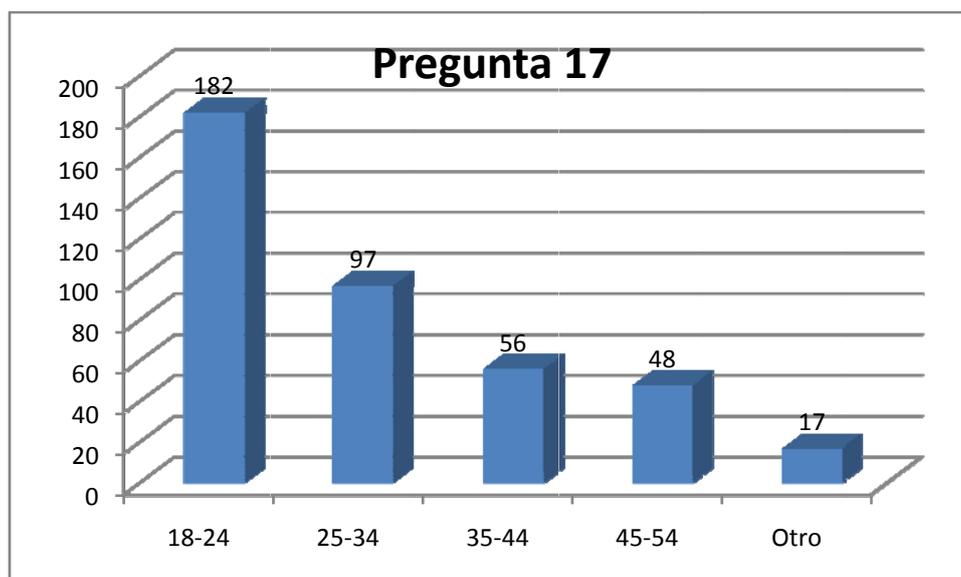
\$30 y \$50 con un 54%, mientras que menos de \$30 tuvo menor tendencia más alta con un 33% y los de menor tendencia son con 3% más de \$70 y otro respectivamente.

17.- ¿Cuál es su edad?

18-24	182
25-34	97
35-44	56
45-54	48
Otro	17



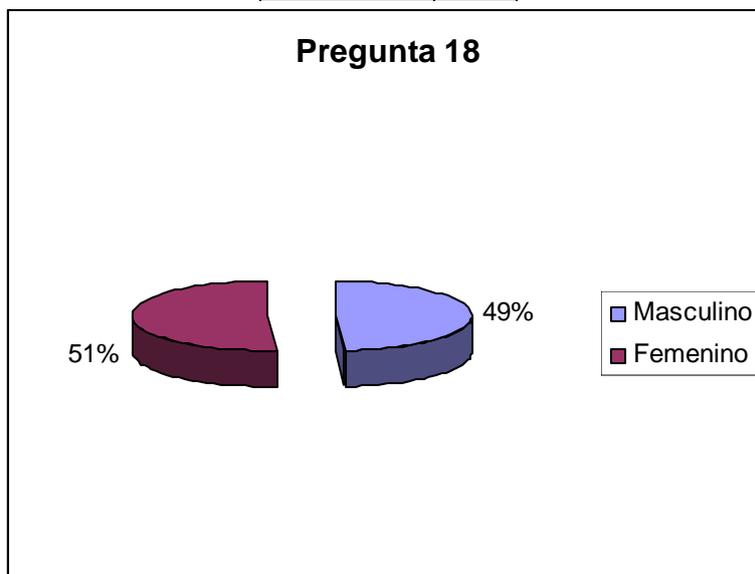
HISTOGRAMA



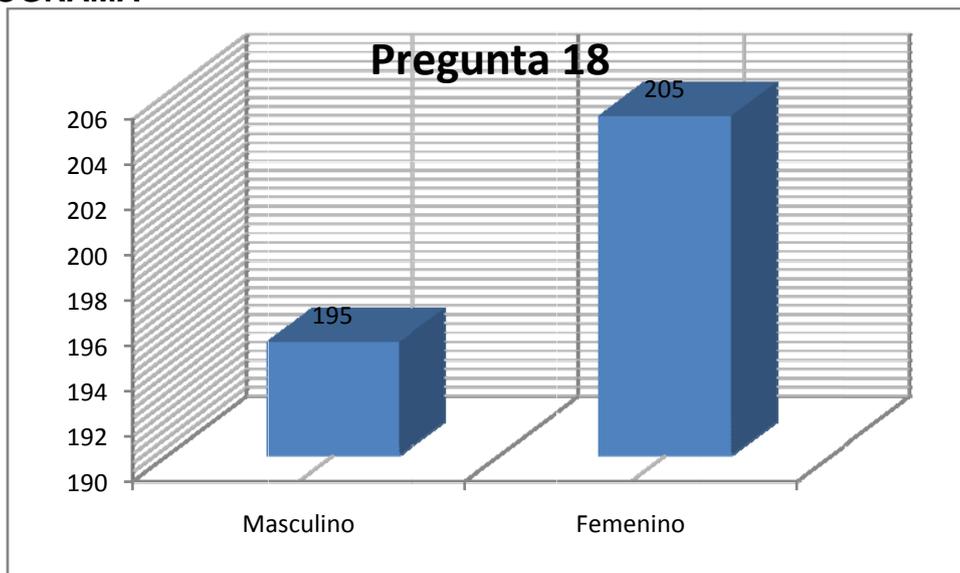
En la encuesta en su mayoría se escogió a personas jóvenes para entrevistar, si observamos el gráfico de barras las edades van decayendo con su tendencia en una manera casi constante y proporcional lo de mayor tendencia son de 18 a 24 años y de 25 a 34 años respectivamente con el 46% y 24% en su orden y el de menor tendencia es el de otro con un 4%

18.- Sexo

Masculino	195
Femenino	205



HISTOGRAMA

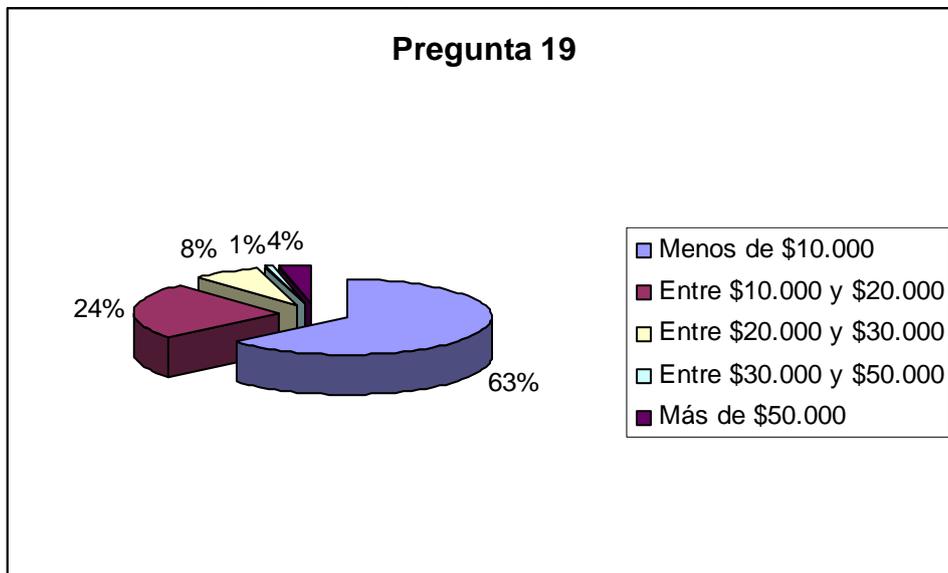


En la encuesta se trato de buscar simetría y por ello casi es exactamente el número de mujeres y hombres encuestados es casi el mismo, con un 49% de

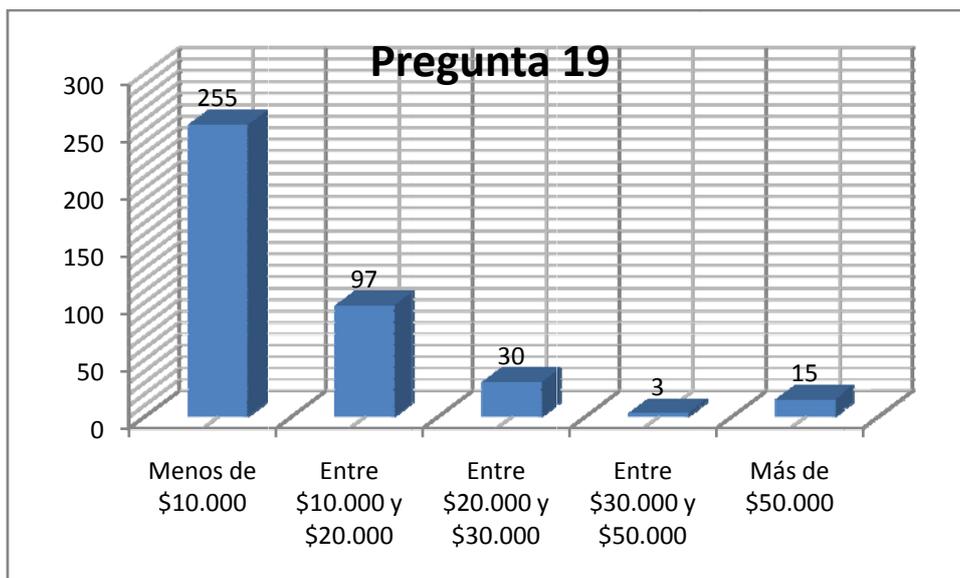
los encuestados son hombres, y un 51% de las personas encuestados son mujeres

19.- ¿Cuáles son sus ingresos anuales brutos?

Menos de \$10.000	255
Entre \$10.000 y \$20.000	97
Entre \$20.000 y \$30.000	30
Entre \$30.000 y \$50.000	3
Más de \$50.000	15



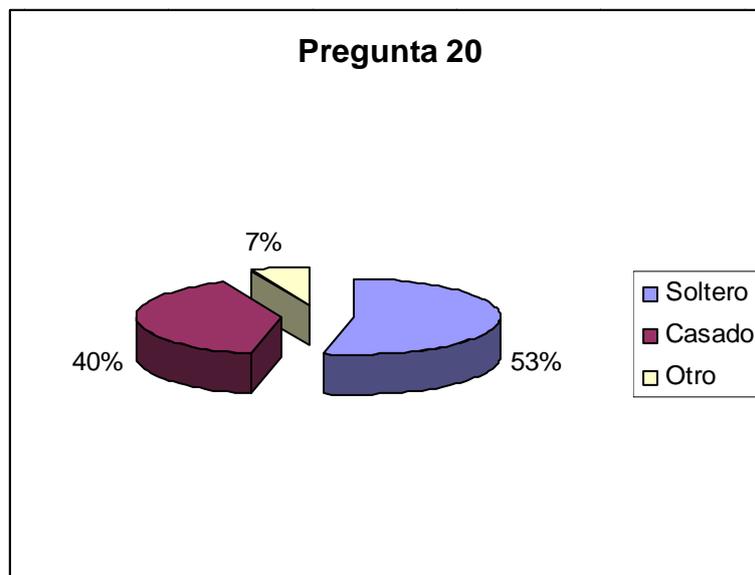
HISTOGRAMA



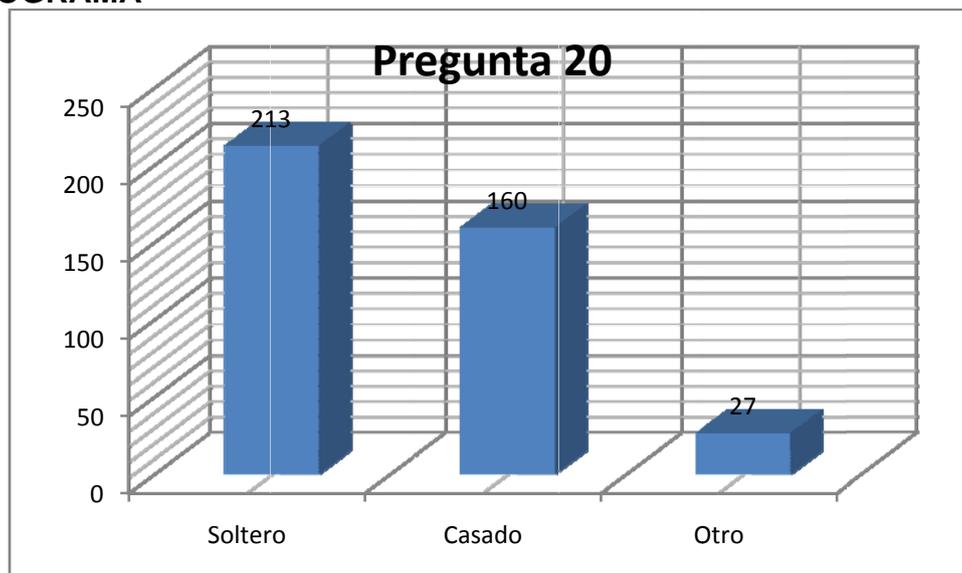
La tendencia nos indica que las personas encuestadas anualmente como ingresos brutos es de menos de \$10.000 con un 63% y la tendencia de menor valor es de 1% con las personas que tienen ingresos brutos entre \$30.000 y \$50.000

20.- Estado civil

Soltero	213
Casado	160
Otro	27



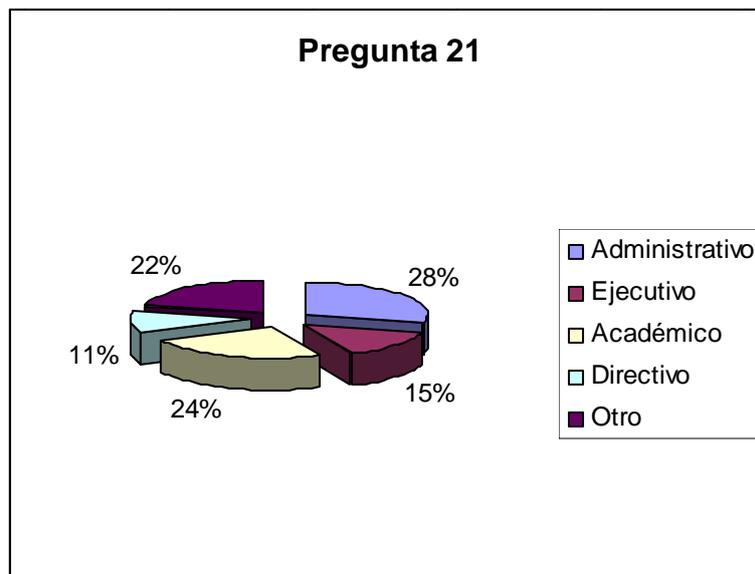
HISTOGRAMA



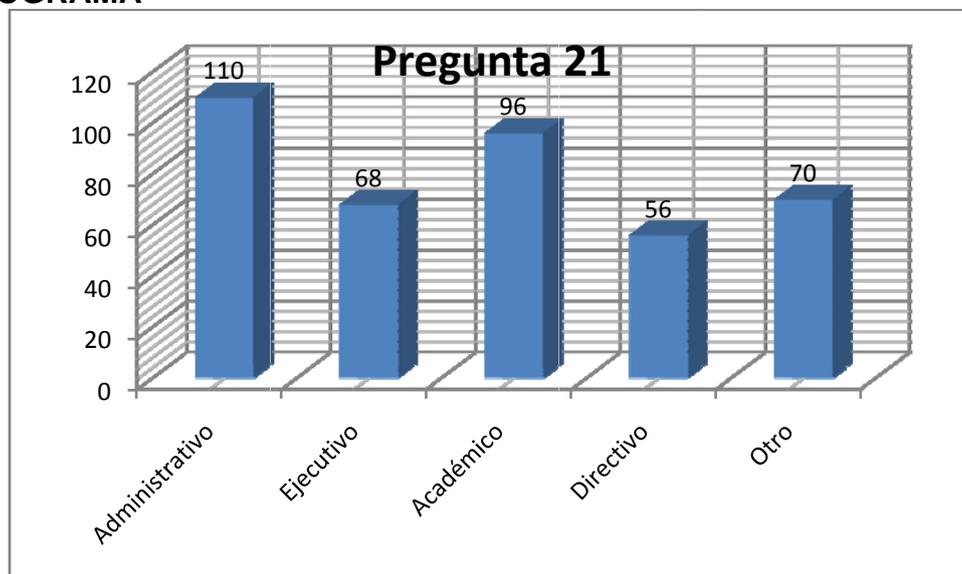
El estado civil de las personas encuestadas en su mayoría con el 53% es soltero, el 40% es casado y el 7% tiene otro estado civil

21.- Ocupación

Administrativo	110
Ejecutivo	68
Académico	96
Directivo	56
Otro	70



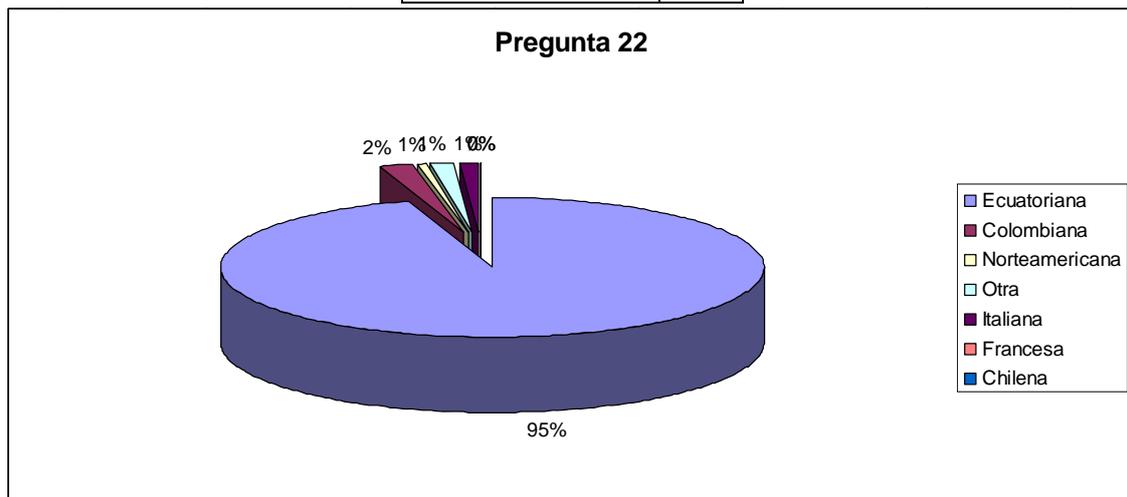
HISTOGRAMA



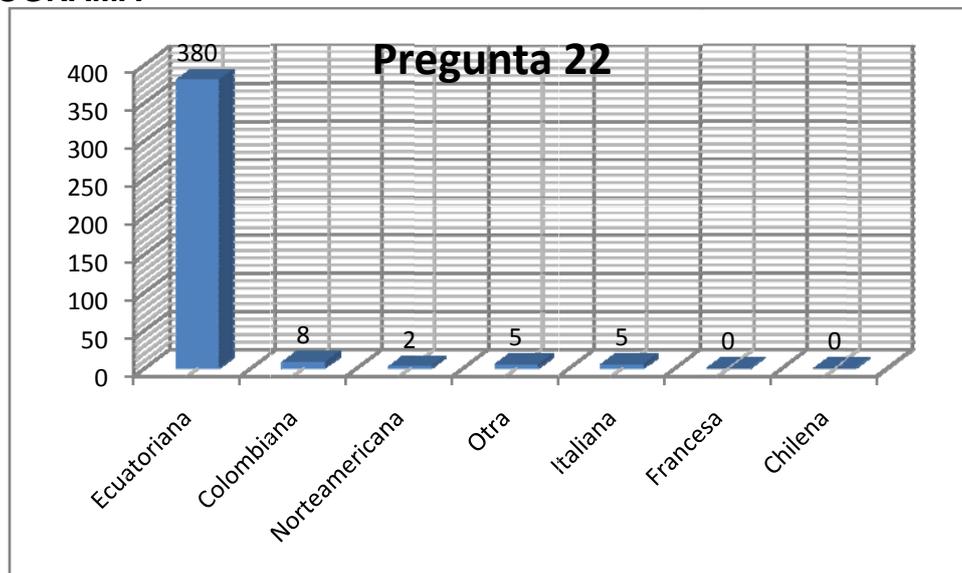
En las pregunta 21 referente a la ocupación del encuestado nos indica una tendencia más o menos parecida, siendo las tendencias más altas que son administrativos con un 28%, que sea Académico con un 24% y la de menor tendencia con un 11%

22.- Nacionalidad

Ecuatoriana	380
Colombiana	8
Norteamericana	2
Otra	5
Italiana	5
Francesa	0
Chilena	0



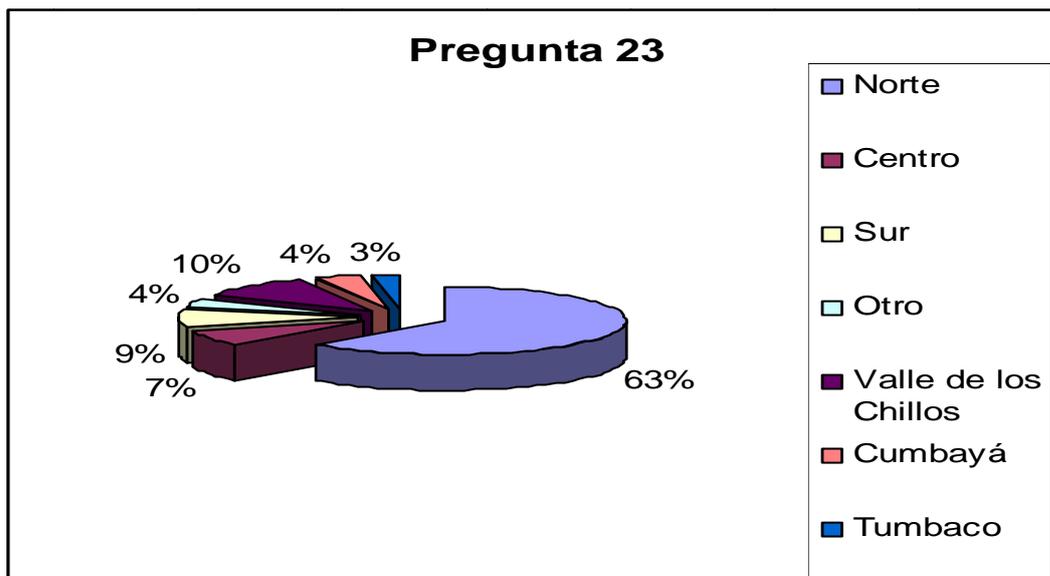
HISTOGRAMA



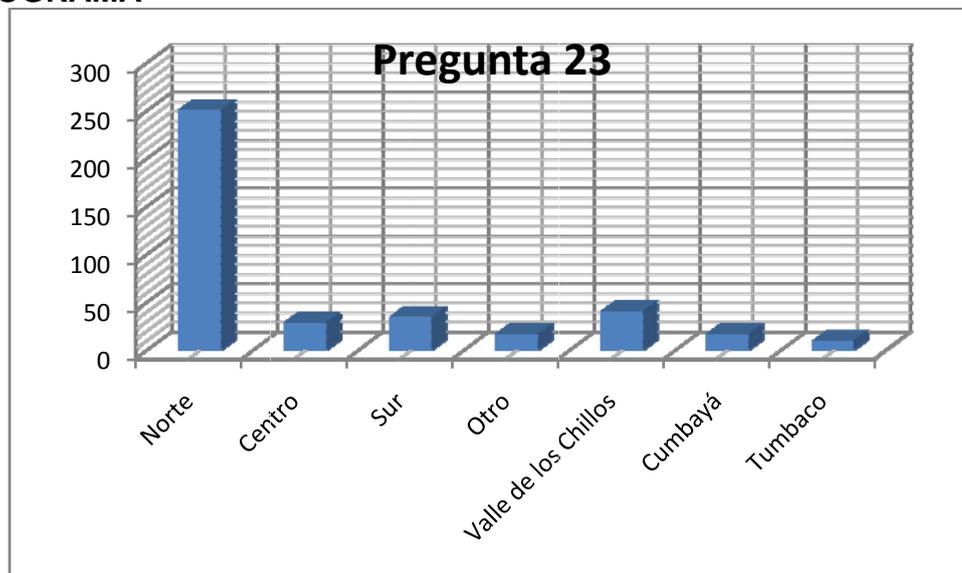
En esta pregunta observamos que el 95% de las personas encuestadas tienen nacionalidad ecuatoriana, mientras el 5% restante se dividen entre las otras opciones dadas que no indican ninguna tendencia definida.

23.- ¿En qué parte de la ciudad reside?

Norte	251
Centro	29
Sur	35
Otro	17
Valle de los Chillos	41
Cumbayá	17
Tumbaco	10



HISTOGRAMA



La pregunta 4 nos hace referencia sobre el lugar de la ciudad donde residen las personas encuestadas, y vemos que la mayoría es del sector norte, y la minoría del valle de Tumbaco con un 63% y un 3% de la tendencia respectivamente.

CRUCE DE VARIABLES

- La primera relación que tenemos es que la tendencia principal de las personas dada en la pregunta 1 es que visitan un restaurante en su mayoría de 1 a 2 veces por semana, y una tendencia de menor intensidad es que lo hacen más de 3 veces por semana. Se relaciona con el valor que están dispuestos a pagar en la pregunta 2 que está entre \$5 a \$20 en tendencia predominante, y relacionada con la pregunta 3 que las personas están dispuestas a gastar más de \$50 en una visita a un restaurante, si es posible menos de una vez por mes
- La relación antes mencionada, tiene relación directa con la persona o personas que en una visita a restaurant paga, y toma las decisiones que en la tendencia total se muestra en la pregunta 4 y 5, que es la persona que toma las decisiones de compra, y quien paga en los restaurantes, la relación es de Padre y Madre en su orden, la relación implica la relación con las preguntas 1, 2 y 3, y se generaliza con la pregunta 6 que es el número de personas con la que sale a comer, la cual nos indica que en su mayoría las personas encuestadas tienen una familia promedio conformada por él y unas 4 personas más
- La pregunta 17 nos indica la edad promedio de las personas encuestadas, que es de 18 a 24 años en tendencia mayor, esto hace que nos refiramos a que en su mayoría las personas encuestadas no tienen más ingresos que los que los que le brinden sus padres, lo cual se relaciona con la pregunta 19 que se refiere a sus ingresos anuales brutos, que en tendencia es de menos de \$10.000 al año, lo que implica que en su gran mayoría las personas encuestadas son estudiantes, de nacionalidad ecuatoriana y del sector norte de la ciudad

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de la relación antes mencionada es que la situación económica que el país maneja hace que la costumbre que las personas salgan a pasar un momento ameno en un restaurante con su familia haya decaído, pero no en su totalidad lo que nos muestran los resultados obtenidos en la encuesta con sus respectivos valores y tendencias.

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D1: CUADRO DE INVERSIONES

MAQUINARIA			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial Imperial IR-6	1	\$ 2.205,00	\$ 2.205,00
Plancha freidora 35000 BTU de potencia	6	\$ 803,00	\$ 4.818,00
Salamandra industrial 61x48 cm	1	\$ 950,00	\$ 950,00
Lámpara de calentamiento por luz infrarrojo	2	\$ 262,00	\$ 524,00
Freidora industrial VULCAN LG400	1	\$ 1.393,00	\$ 1.393,00
Campana extractora industrial para cocina TERMAL CEPS 48158	6	\$ 1.100,00	\$ 6.600,00
Filtros de grasa COMPONENT HARDWARE F35-2020	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Lámpara para iluminación de campana L50-1024	3	\$ 52,00	\$ 156,00
Lavadora industrial de vajilla HOBART H-500	1	\$ 4.060,00	\$ 4.060,00
Fregadero industrial TERMAL F-1	1	\$ 403,00	\$ 403,00
Grifo oscilante de 12'' FISHER 98094	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Canastilla de desague de 4'' COMPONENT HARDWARE E38-1012	6	\$ 26,00	\$ 156,00
Estanteria METRO SUPER ERECTA CHROME	6	\$ 370,00	\$ 2.220,00
Mesa de trabajo para cocina	2	\$ 705,00	\$ 1.410,00
Congelador Industrial de dos puertas	1	\$ 2.706,00	\$ 2.706,00
Mesa de trabajo tipo central	1	\$ 616,00	\$ 616,00
Cubierteria , vasos	70	\$ 175,00	\$ 12.250,00
VALOR TOTAL			\$ 40.797,00

MUEBLES Y ENSERES			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio 180x180	1	\$ 744,00	\$ 744,00
Escritorio 150x150	3	\$ 666,00	\$ 1.998,00
Sillón gerente MAGISTRAL	1	\$ 390,00	\$ 390,00
Sillon asistente Elli	3	\$ 248,00	\$ 744,00
Silla visitante	8	\$ 137,00	\$ 1.096,00
Tandem GRAFITTI	2	\$ 489,00	\$ 978,00
VALOR TOTAL			\$ 5.950,00

VEHÍCULOS			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Camión serie NHR	1	\$ 25.990,00	\$ 25.990,00
Frigorifico Instalado	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
VALOR TOTAL			\$ 28.990,00

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora Intel Core dual core	4	\$ 750,00	\$ 3.000,00
Computadora Portatil	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Impresora y copiadora TOSHIBA	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Fax Panasonic	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Línea telefónica	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Teléfono Samsung	5	\$ 40,00	\$ 200,00
VALOR TOTAL			\$ 5.080,00

ADECUACIÓN DEL RESTAURANTE			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Decoracion, diseño, mesas, iluminación, cuadros, bar, plasmas, sonido	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
VALOR TOTAL			\$ 25.000,00

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA			
ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Constitucion de la empresa	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
VALOR TOTAL			\$ 1.000,00

CAPITAL DE TRABAJO			
ESPECIFICACIÓN	MESES	CAPITAL	VALOR TOTAL
Capital de trabajo	2	\$ 13.981,40	\$ 27.963
VALOR TOTAL			\$ 27.963

TOTAL INVERSIONES			\$ 134.780
--------------------------	--	--	-------------------

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D2: CUADRO RESUMEN DE INVERSIONES

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
MAQUINARIA	\$ 40.797,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 5.950,00
VEHÍCULOS	\$ 28.990,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 5.080,00
ADECUACIÓN DEL RESTAURANTE	\$ 25.000,00
CONSTITUCIÓN DE LA COMPANÍA	\$ 1.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 27.962,81
TOTAL INVERSIONES	\$ 134.780

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D3: ESTRUCTURA DE CAPITAL

INVERSION TOTAL		
\$ 134.780		

SIN APALANCAMIENTO		
Financiamiento de inversión		
Fuente	Valor USD	Porcentaje
Aporte de los socios	\$ 134.780	100%
Crédito	0	0%
Total	\$ 134.780	100%

CON APALANCAMIENTO		
Financiamiento de inversión		
Fuente	Valor USD	Porcentaje
Aporte de los socios	\$ 67.390	50%
Crédito	\$ 67.390	50%
Total	\$ 134.780	100%

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D4: CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL	C.T MENSUAL	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO
Un mes de nómina	\$ 74.135,94	2	\$ 12.356
Electricidad	\$ 960,00	2	\$ 160,00
Agua	\$ 720,00	2	\$ 120,00
Telefonía/ Internet	\$ 840,00	2	\$ 140,00
Publicidad	\$ 5.255,00	2	\$ 875,83
Suministros de oficina	\$ 840,00	2	\$ 140,00
Guardiana	\$ 3.600,00	2	\$ 600,00
Arriendo	\$ 18.000,00	2	\$ 3.000,00
Movilización	\$ 720,00	2	\$ 120,00
Gas de cocina	\$ 960,00	2	\$ 160,00
Mantenimiento de equipos de cocina	\$ 1.440,00	2	\$ 240,00
Mantenimiento de vehículos	\$ 1.200,00	2	\$ 200,00
Materia Prima	\$ 59.105,92	2	\$ 9.850,99
TOTAL			\$ 27.963

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D5: NÓMINA DE TODO EL PERSONAL A 5 AÑOS

ROL DE PAGOS								
AÑO 1								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Asistentes de mesa	3	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 673,20	\$ 6.526,80	\$ 0,00	\$ 6.526,80
Asistentes de cocina	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 0,00	\$ 13.053,60
Total	13	\$ 4.150,00	\$ 5.450,00	\$ 65.400,00	\$ 6.114,90	\$ 59.285,10	\$ 6.000,00	\$ 53.285,10
Total a pagar anualmente								\$ 74.135,94

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 1					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 543,90	\$ 271,95	\$ 874,59	\$ 2.490,44
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 1.087,80	\$ 543,90	\$ 1.749,18	\$ 4.780,88
\$ 5.450,00	\$ 1.600,00	\$ 4.440,43	\$ 2.220,21	\$ 7.140,20	\$ 20.850,84

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 2								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Asistentes de mesa	3	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 673,20	\$ 6.526,80	\$ 0,00	\$ 6.526,80
Asistentes de cocina	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 0,00	\$ 13.053,60
Total	13	\$ 4.150,00	\$ 5.450,00	\$ 65.400,00	\$ 6.114,90	\$ 59.285,10	\$ 6.000,00	\$ 53.285,10
Total a pagar anualmente								\$ 74.135,94

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 2					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 543,90	\$ 271,95	\$ 874,59	\$ 2.490,44
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 1.087,80	\$ 543,90	\$ 1.749,18	\$ 4.780,88
\$ 5.450,00	\$ 1.600,00	\$ 4.440,43	\$ 2.220,21	\$ 7.140,20	\$ 20.850,84

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 3								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Asistentes de mesa	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 0,00	\$ 8.702,40
Asistentes de cocina	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 16.317,00	\$ 0,00	\$ 16.317,00
Total	15	\$ 4.150,00	\$ 5.950,00	\$ 71.400,00	\$ 6.675,90	\$ 64.724,10	\$ 6.000,00	\$ 58.724,10
Total a pagar anualmente								\$ 81.483,64

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 3					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 725,20	\$ 362,60	\$ 1.166,12	\$ 3.253,92
\$ 1.500,00	\$ 200,00	\$ 1.359,75	\$ 679,88	\$ 2.186,48	\$ 5.926,10
\$ 5.950,00	\$ 1.600,00	\$ 4.893,68	\$ 2.446,84	\$ 7.869,03	\$ 22.759,54

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 4								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Asistentes de mesa	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 0,00	\$ 8.702,40
Asistentes de cocina	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 16.317,00	\$ 0,00	\$ 16.317,00
Total	15	\$ 4.150,00	\$ 5.950,00	\$ 71.400,00	\$ 6.675,90	\$ 64.724,10	\$ 6.000,00	\$ 58.724,10
Total a pagar anualmente								\$ 81.483,64

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 4					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 725,20	\$ 362,60	\$ 1.166,12	\$ 3.253,92
\$ 1.500,00	\$ 200,00	\$ 1.359,75	\$ 679,88	\$ 2.186,48	\$ 5.926,10
\$ 5.950,00	\$ 1.600,00	\$ 4.893,68	\$ 2.446,84	\$ 7.869,03	\$ 22.759,54

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 5								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Asistentes de mesa	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 0,00	\$ 8.702,40
Asistentes de cocina	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 16.317,00	\$ 0,00	\$ 16.317,00
Total	15	\$ 4.150,00	\$ 5.950,00	\$ 71.400,00	\$ 6.675,90	\$ 64.724,10	\$ 6.000,00	\$ 58.724,10
Total a pagar anualmente								\$ 81.483,64

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 5					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 725,20	\$ 362,60	\$ 1.166,12	\$ 3.253,92
\$ 1.500,00	\$ 200,00	\$ 1.359,75	\$ 679,88	\$ 2.186,48	\$ 5.926,10
\$ 5.950,00	\$ 1.600,00	\$ 4.893,68	\$ 2.446,84	\$ 7.869,03	\$ 22.759,54

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D6: NÓMINA DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO A 5 AÑOS

ROL DE PAGOS								
AÑO 1								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Total	5	\$ 2.450,00	\$ 2.450,00	\$ 29.400,00	\$ 2.748,90	\$ 26.651,10	\$ 2.400,00	\$ 24.251,10
Total a pagar anualmente								\$ 33.982,13

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 1					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 2.450,00	\$ 1.000,00	\$ 2.020,93	\$ 1.010,46	\$ 3.249,65	\$ 9.731,03

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 2								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Total	5	\$ 2.450,00	\$ 2.450,00	\$ 29.400,00	\$ 2.748,90	\$ 26.651,10	\$ 2.400,00	\$ 24.251,10
Total a pagar anualmente								\$ 33.982,13

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 2					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 2.450,00	\$ 1.000,00	\$ 2.020,93	\$ 1.010,46	\$ 3.249,65	\$ 9.731,03

Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 2.400,00	\$ 6.302,40
Jefe administrativo	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Jefe de marketing	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 5.439,00	\$ 0,00	\$ 5.439,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 4.351,20	\$ 0,00	\$ 4.351,20
Secretaria	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 280,50	\$ 2.719,50	\$ 0,00	\$ 2.719,50
Total	5	\$ 2.450,00	\$ 2.450,00	\$ 29.400,00	\$ 2.748,90	\$ 26.651,10	\$ 2.400,00	\$ 24.251,10
Total a pagar anualmente								\$ 33.982,13

Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 525,20	\$ 262,60	\$ 844,52	\$ 2.632,32
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 500,00	\$ 200,00	\$ 453,25	\$ 226,63	\$ 728,83	\$ 2.108,70
\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 362,60	\$ 181,30	\$ 583,06	\$ 1.726,96
\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 226,63	\$ 113,31	\$ 364,41	\$ 1.154,35
\$ 2.450,00	\$ 1.000,00	\$ 2.020,93	\$ 1.010,46	\$ 3.249,65	\$ 9.731,03

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D7: NÓMINA DEL PERSONAL OPERATIVO A 5 AÑOS

ROL DE PAGOS								
AÑO 1								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Asistentes de mesa	3	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 673,20	\$ 6.526,80	\$ 0,00	\$ 6.526,80
Asistentes de cocina	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 0,00	\$ 13.053,60
Total	8	\$ 1.700,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00	\$ 3.366,00	\$ 32.634,00	\$ 3.600,00	\$ 29.034,00
Total a pagar anualmente								\$ 40.153,81

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 1					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 543,90	\$ 271,95	\$ 874,59	\$ 2.490,44
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 1.087,80	\$ 543,90	\$ 1.749,18	\$ 4.780,88
\$ 3.000,00	\$ 600,00	\$ 2.419,50	\$ 1.209,75	\$ 3.890,56	\$ 11.119,81

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 2								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Asistentes de mesa	3	\$ 200,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 673,20	\$ 6.526,80	\$ 0,00	\$ 6.526,80
Asistentes de cocina	4	\$ 300,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 0,00	\$ 13.053,60
Total	8	\$ 1.700,00	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00	\$ 3.366,00	\$ 32.634,00	\$ 3.600,00	\$ 29.034,00
Total a pagar anualmente								\$ 40.153,81

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 2					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 600,00	\$ 200,00	\$ 543,90	\$ 271,95	\$ 874,59	\$ 2.490,44
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 1.087,80	\$ 543,90	\$ 1.749,18	\$ 4.780,88
\$ 3.000,00	\$ 600,00	\$ 2.419,50	\$ 1.209,75	\$ 3.890,56	\$ 11.119,81

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 3								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Asistentes de mesa	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 0,00	\$ 8.702,40
Asistentes de cocina	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 16.317,00	\$ 0,00	\$ 16.317,00
Total	10	\$ 1.700,00	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00	\$ 3.927,00	\$ 38.073,00	\$ 3.600,00	\$ 34.473,00
Total a pagar anualmente								\$ 47.501,51

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 3					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 725,20	\$ 362,60	\$ 1.166,12	\$ 3.253,92
\$ 1.500,00	\$ 200,00	\$ 1.359,75	\$ 679,88	\$ 2.186,48	\$ 5.926,10
\$ 3.500,00	\$ 600,00	\$ 2.872,75	\$ 1.436,38	\$ 4.619,38	\$ 13.028,51

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 4								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Asistentes de mesa	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 0,00	\$ 8.702,40
Asistentes de cocina	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 16.317,00	\$ 0,00	\$ 16.317,00
Total	10	\$ 1.700,00	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00	\$ 3.927,00	\$ 38.073,00	\$ 3.600,00	\$ 34.473,00
Total a pagar anualmente								\$ 47.501,51

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 4					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 725,20	\$ 362,60	\$ 1.166,12	\$ 3.253,92
\$ 1.500,00	\$ 200,00	\$ 1.359,75	\$ 679,88	\$ 2.186,48	\$ 5.926,10
\$ 3.500,00	\$ 600,00	\$ 2.872,75	\$ 1.436,38	\$ 4.619,38	\$ 13.028,51

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

ROL DE PAGOS								
AÑO 5								
Cargo	Número	Sueldo Nominal	SBU mensual	Ingreso anual	Aporte Individual IESS	Total Ingreso	Impuesto a la renta	Líquido a pagar
Chef en jefe	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 1.346,40	\$ 13.053,60	\$ 3.600,00	\$ 9.453,60
Asistentes de mesa	4	\$ 200,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 897,60	\$ 8.702,40	\$ 0,00	\$ 8.702,40
Asistentes de cocina	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 16.317,00	\$ 0,00	\$ 16.317,00
Total	10	\$ 1.700,00	\$ 3.500,00	\$ 42.000,00	\$ 3.927,00	\$ 38.073,00	\$ 3.600,00	\$ 34.473,00
Total a pagar anualmente								\$ 47.501,51

ROL DE PROVISIONES					
AÑO 5					
Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	Total provisiones
\$ 1.200,00	\$ 200,00	\$ 787,80	\$ 393,90	\$ 1.266,78	\$ 3.848,48
\$ 800,00	\$ 200,00	\$ 725,20	\$ 362,60	\$ 1.166,12	\$ 3.253,92
\$ 1.500,00	\$ 200,00	\$ 1.359,75	\$ 679,88	\$ 2.186,48	\$ 5.926,10
\$ 3.500,00	\$ 600,00	\$ 2.872,75	\$ 1.436,38	\$ 4.619,38	\$ 13.028,51

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D8: GASTOS GENERALES

GASTOS GENERALES MENSUALES

Descripción	Mensual	Cantidad	Valor Anual
Nómina	\$ 2.831,84	12	\$ 33.982,13
Agua	\$ 60,00	12	\$ 720,00
Luz	\$ 80,00	12	\$ 960,00
Teléfono/Internet	\$ 70,00	12	\$ 840,00
Gasto Publicidad	\$ 437,92	12	\$ 5.255,00
Suministros de oficina	\$ 70,00	12	\$ 840,00
Guardiania	\$ 300,00	12	\$ 3.600,00
Arriendo	\$ 1.500,00	12	\$ 18.000,00
Mantenimiento de equipos de cocina	\$ 120,00	12	\$ 1.440,00
Mantenimiento de vehículos	\$ 100,00	12	\$ 1.200,00
Gas	\$ 80,00	12	\$ 960,00
Movilización	\$ 60,00	12	\$ 720,00
Total	\$ 2.877,92		\$ 68.517,13

GASTOS GENERALES ANUALES

Descripción	2010	2011	2012	2013	2014
Agua	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Luz	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Teléfono/Internet	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Gasto Publicidad	\$ 5.255,00	\$ 5.255,00	\$ 5.255,00	\$ 5.255,00	\$ 5.255,00
Suministros de oficina	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 840,00
Guardiania	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Arriendo	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
Mantenimiento de equipos de cocina	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
Mantenimiento de vehículos	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gas	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00	\$ 960,00
Movilización	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Nómina Administrativa	\$ 33.982,13	\$ 33.982,13	\$ 33.982,13	\$ 33.982,13	\$ 33.982,13
Total	\$ 68.517,13				

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D9: DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

DEPRECIACIONES		
Descripción	Tasa	Años de vida
Vehículos	20%	5
Maquinaria	10%	10
Muebles y Enseres	10%	10
Equipo de computación	33%	3

AMORTIZACIONES		
Descripción	Tasa	Valor
Constitución de la empresa	20%	\$ 1.000
Adecuaciones del restaurante	20%	\$ 25.000

DETALLE	COSTO C/U US\$	COSTO TOTAL US\$	AÑOS DE VIDA	DEPREC./ AMORT. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DEP	VALOR LIBROS
Vehículos	28990	28990,00	5	5798,00	5798,00	5798,00	5798,00	5798,00	5798,00	28990,00	0,00
Maquinaria	40797	40797,00	10	4079,70	4079,70	4079,70	4079,70	4079,70	4079,70	20398,50	20398,50
Muebles y Enseres	5950	5950,00	10	595,00	595,00	595,00	595,00	595,00	595,00	2975,00	2975,00
Equipo de computación	5080	5080,00	3	1693,33	1693,33	1693,33	1693,33	1693,33	1693,33	8466,67	1693,33
TOTAL		80817,00		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	60830,17	25066,83

VALOR DESECHO	UTILIDAD (PERDIDA)	IMPUESTOS %	IMPUESTOS	VALOR DE DESECHO NETO DE EFECTO FISCAL
0,00	0,00	36,25%	0,00	0,00
30597,75	10199,25	36,25%	3697,23	26900,52
4462,50	1487,50	36,25%	539,22	3923,28
2540,00	846,67	36,25%	306,92	2233,08
37600,25	12533,42		4543,36	33056,88

DETALLE	COSTO C/U US\$	COSTO TOTAL US\$	AÑOS DE VIDA	DEPREC./ AMORT. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DEP	VALOR LIBROS
Adecuaciones del restaurante	25000	25000,00	5	5000,00	5000,00	5000,00	5000,00	5000,00	5000,00	25000,00	0,00
Gastos de Constitución	1000	1000,00	5	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1000,00	0,00
TOTAL		1000,00		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	26000,00	0,00

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D10: COSTOS FIJOS ANULES

COSTOS FIJOS ANUALES					
Descripción	2010	2011	2012	2013	2014
Publicidad	5255,00	5255,00	5255,00	5255,00	5255,00
Arriendo	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00	18000,00
Nómina	33982,13	33982,13	33982,13	33982,13	33982,13
Suministros de oficina	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Agua	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Luz	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Teléfono/Internet	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Guardiana	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
Mantenimiento de equipos de cocina	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00
Mantenimiento de vehículos	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00
Gas de cocina	960,00	960,00	960,00	960,00	960,00
Movilización	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Depreciación Vehículos	5798,00	5798,00	5798,00	5798,00	5798,00
Depreciación Maquinaria	4079,70	4079,70	4079,70	4079,70	4079,70
Depreciación Muebles y Enseres	595,00	595,00	595,00	595,00	595,00
Depreciación Equipo de computación	1693,33	1693,33	1693,33	1693,33	1693,33
Amortización Gasto de Constitución	5000,00	5000,00	5000,00	5000,00	5000,00
Amortización Gasto Adecuaciones	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL COSTOS FIJOS	85883,17	85883,17	85883,17	85883,17	85883,17

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D11: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

CRÉDITO SOCIO EMPRESA DE LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL

TASA DE INTERES 11,00%

Cuotas mensuales a un plazo de 5 años

PERIODO	SALDO K AL FINAL	CAPITAL PAGADO	INTERES PAGADO	CUOTA TOTAL
0	67390,00			
1	66266,83	1123,17	617,74	1740,91
2	65143,67	1123,17	607,45	1730,61
3	64020,50	1123,17	597,15	1720,32
4	62897,33	1123,17	586,85	1710,02
5	61774,17	1123,17	576,56	1699,73
6	60651,00	1123,17	566,26	1689,43
7	59527,83	1123,17	555,97	1679,13
8	58404,67	1123,17	545,67	1668,84
9	57281,50	1123,17	535,38	1658,54
10	56158,33	1123,17	525,08	1648,25
11	55035,17	1123,17	514,78	1637,95
12	53912,00	1123,17	504,49	1627,66
13	52788,83	1123,17	494,19	1617,36
14	51665,67	1123,17	483,90	1607,06
15	50542,50	1123,17	473,60	1596,77
16	49419,33	1123,17	463,31	1586,47
17	48296,17	1123,17	453,01	1576,18
18	47173,00	1123,17	442,71	1565,88
19	46049,83	1123,17	432,42	1555,59
20	44926,67	1123,17	422,12	1545,29
21	43803,50	1123,17	411,83	1534,99
22	42680,33	1123,17	401,53	1524,70
23	41557,17	1123,17	391,24	1514,40
24	40434,00	1123,17	380,94	1504,11
25	39310,83	1123,17	370,65	1493,81
26	38187,67	1123,17	360,35	1483,52
27	37064,50	1123,17	350,05	1473,22
28	35941,33	1123,17	339,76	1462,92
29	34818,17	1123,17	329,46	1452,63
30	33695,00	1123,17	319,17	1442,33
31	32571,83	1123,17	308,87	1432,04
32	31448,67	1123,17	298,58	1421,74
33	30325,50	1123,17	288,28	1411,45
34	29202,33	1123,17	277,98	1401,15
35	28079,17	1123,17	267,69	1390,85
36	26956,00	1123,17	257,39	1380,56
37	25832,83	1123,17	247,10	1370,26

38	24709,67	1123,17	236,80	1359,97
39	23586,50	1123,17	226,51	1349,67
40	22463,33	1123,17	216,21	1339,38
41	21340,17	1123,17	205,91	1329,08
42	20217,00	1123,17	195,62	1318,78
43	19093,83	1123,17	185,32	1308,49
44	17970,67	1123,17	175,03	1298,19
45	16847,50	1123,17	164,73	1287,90
46	15724,33	1123,17	154,44	1277,60
47	14601,17	1123,17	144,14	1267,31
48	13478,00	1123,17	133,84	1257,01
49	12354,83	1123,17	123,55	1246,72
50	11231,67	1123,17	113,25	1236,42
51	10108,50	1123,17	102,96	1226,12
52	8985,33	1123,17	92,66	1215,83
53	7862,17	1123,17	82,37	1205,53
54	6739,00	1123,17	72,07	1195,24
55	5615,83	1123,17	61,77	1184,94
56	4492,67	1123,17	51,48	1174,65
57	3369,50	1123,17	41,18	1164,35
58	2246,33	1123,17	30,89	1154,05
59	1123,17	1123,17	20,59	1143,76
60	0,00	1123,17	10,30	1133,46

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D12: COSTOS INDIVIDUALES POR PLATO

Número de preparaciones por porción 4

Tagliatelle con langosta de agua dulce		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Langosta de agua dulce	1 kg	\$ 15,00
Pasta fresca	1/2 lb	\$ 3,85
Ají amarillo	2u	\$ 0,10
Cebolla perla	2u	\$ 0,22
Ajo	2u	\$ 0,08
Vino blanco	1tz	\$ 5,00
Aceitunas negras	50gr	\$ 1,50
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 25,95
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 27,12
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 27,52
Costo total para 4 personas		\$ 27,52
Costo por plato para una persona		\$ 6,88

Serpiente frita en salsa de ciruelas		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Serpiente	2kg	\$ 25,00
Brocolí	1u	\$ 0,56
Cebolla	2u	\$ 0,22
Salsa de ostion	1/4 tz	\$ 0,16
Salsa de soya clara	1/4 tz	\$ 0,14
Fécula de papa	5u	\$ 0,54
Aceite de maní	1/4 tz	\$ 0,35
Ciruela roja madura	600gr	\$ 0,33
Azúcar	1tz	\$ 0,07
Raíz de gengibre	2cm	\$ 0,15
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 27,72
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 28,89
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 29,29
Costo total para 4 personas		\$ 29,29
Costo por plato para una persona		\$ 7,32

Lomo de armadillo con Tausi		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Lomo de armadillo	2kg	\$ 12,00
Fréjoles negros	1/2kg	\$ 2,50
Salsa de soya oscura	1/4 tz	\$ 0,14
Arroz	1/2kg	\$ 2,28
Aceite de girasol	4 cdas	\$ 0,08
zucchini	1 pq	\$ 3,85
Tausi	50gr	\$ 0,17
Cebolla	1u	\$ 0,11
Ajo	3u	\$ 0,12
Ají verde	1u	\$ 0,05
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 21,50
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 22,67
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 23,07
Costo total para 4 personas		\$ 23,07
Costo por plato para una persona		\$ 5,77

Avestruz con pesto al limón		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Pechuga de avestruz	1u	\$ 14,00
Albaca	3tz	\$ 1,10
Limón	1u	\$ 0,03
Puré de papa	8u	\$ 0,86
Ajo	10u	\$ 0,40
Diente de león	60gr	\$ 0,15
Berros	50gr	\$ 1,50
Aguacate	2u	\$ 0,54
Choclo	1/2 kg	\$ 0,76
Champiñones	60gr	\$ 2,83
Sal en grano	al gusto	\$ 0,05
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 22,42
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 23,59
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 23,99
Costo total para 4 personas		\$ 23,99
Costo por plato para una persona		\$ 6,00

Crujiente gusano de maguey a las finas hierbas		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Gusano de maguey	8u	\$ 2,00
Mantequilla	1barra	\$ 1,31
Almendras	50gr	\$ 1,55
Ajo	5u	\$ 0,20
Cebolla	2u	\$ 0,22
Cebolleta	2u	\$ 0,32
Vino blanco	1/2tz	\$ 2,50
Vino tinto	1/2tz	\$ 1,70
Oregano	1 pzc	\$ 0,05
Hierbabuena	1 pzc	\$ 0,06
Laurel	1 pzc	\$ 0,06
Salvia	1 pzc	\$ 0,06
Albahaca	1 pzc	\$ 0,06
Tomillo	1 pzc	\$ 0,06
Perejil	1 pzc	\$ 0,06
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 10,41
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 11,58
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 11,98
Costo total para 4 personas		\$ 11,98
Costo por plato para una persona		\$ 3,00

Codorniz en costra picante y baby bok choy		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Pechuga de codorniz	1kg	\$ 6,00
Baby bok choy	50gr	\$ 8,00
Ají amarillo	1u	\$ 0,05
Aceite de oliva	1/4tz	\$ 0,98
Arroz	1tz	\$ 1,32
Coco	1u	\$ 2,00
Cebolla	2u	\$ 0,22
Ajo	3u	\$ 0,12
Hoja de laurel	1u	\$ 0,15
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 19,04
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 20,21
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 20,61
Costo total para 4 personas		\$ 20,61
Costo por plato para una persona		\$ 5,15

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

Ensalada de verdes y frambuesas con crujientes larvas de hormiga y queso de cabra		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Larvas de hormiga	1/2kg	\$ 3,00
Queso de cabra	160gr	\$ 3,33
Mermelada de frambuesa	4chdas	\$ 0,08
Lechuga	80gr	\$ 0,98
Endivias	80gr	0,78
Canónigos	50gr	\$ 0,87
Soja en conserva	20gr	\$ 1,30
Pipas peladas	20gr	\$ 0,25
Aceite de oliva	1/4 taza	\$ 0,98
Vinagre balsámico	2chdtas	\$ 0,08
Salsa de soja	1/2 chda	\$ 0,06
Mostaza	1 chda	\$ 0,03
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 11,16
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 12,33
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 12,73
Costo total para 4 personas		\$ 12,73
Costo por plato para una persona		\$ 3,18

Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Anguila	3kg	\$ 12,00
Papas	3u	\$ 0,32
Gelatina sin sabor	1pqte	\$ 0,96
Aceite de oliva	1/4tz	\$ 0,98
Pimentón dulce	1 chda	\$ 0,17
Pimentón picante	1 chda	\$ 0,17
Ajos	2 u	\$ 0,10
Cebolla puerro	1 u	\$ 0,37
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 15,27
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 16,44
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 16,84
Costo total para 4 personas		\$ 16,84
Costo por plato para una persona		\$ 4,21

Hormigas de limón a la piedra		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Hormigas	1/2 kg	\$ 3,00
Ajo	3u	\$ 0,12
Perejil	40gr	\$ 0,15
Tomillo	40gr	\$ 0,15
Aceite de ajo	1/4 tz	\$ 1,08
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 4,70
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 5,87
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 6,27
Costo total para 4 personas		\$ 6,27
Costo por plato para una persona		\$ 1,57

Lomo de canguro al vino blanco y oporto		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Lomo de canguro	1 1/2 kg	\$ 20,00
Cebolla blanca	2u	\$ 0,52
Vino blanco	1 tz	\$ 5,00
Mostaza en grano	1 chda	\$ 0,10
Vino de Oporto	3/4 tz	\$ 1,10
Crema de leche	3/4 tz	\$ 0,62
Mantequilla sin sal	225gr	\$ 1,30
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 28,84
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 30,01
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 30,41
Costo total para 4 personas		\$ 30,41
Costo por plato para una persona		\$ 7,60

Ancas de rana al ajillo		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Ancas de rana	2kg	\$ 13,00
Mantequilla	50gr	\$ 0,65
Aceite de oliva	1/4tz	\$ 0,98
Jugo de naranja	2 chda	\$ 0,05
Jugo de limón	2 chda	\$ 0,03
Ajo	5u	\$ 0,20
Salsa inglesa	1 chda	\$ 0,15
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 15,06
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 16,23
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 16,63
Costo total para 4 personas		\$ 16,63
Costo por plato para una persona		\$ 4,16

Lomo de guanta a la Quark		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Lomo de guanta	2kg	\$ 16,00
Queso quark	1/2kg	\$ 4,50
Brocoli	1/2kg	\$ 0,56
Zanahoria	3u	\$ 0,22
Pimiento	4u	\$ 0,20
Romero	20gr	\$ 0,15
Aceite de oliva	1/4tz	\$ 0,98
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 22,81
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 23,98
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 24,38
Costo total para 4 personas		\$ 24,38
Costo por plato para una persona		\$ 6,10

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

Magret de pato al vino		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Magret de pato	2u	\$ 15,00
Papas	2u	\$ 0,20
Manzanas verdes	2u	\$ 0,48
Cebolla	1u	\$ 0,11
Caldo	1tz	\$ 0,08
Harina	1chd	\$ 0,03
Vino de madeira	1vaso	\$ 5,00
Mantequilla	1/2 chda	\$ 0,05
Azúcar	1 pizca	\$ 0,07
Condimentos	al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 21,22
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 22,39
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 22,79
Costo total para 4 personas		\$ 22,79
Costo por plato para una persona		\$ 5,70

Ensalada de pangora, salsa aiöli de mandarina, aguacate y lechugas		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Pulpa de pangora	1/2 kg	\$ 14,00
Aguacate	3u	\$ 0,81
Salsa aiöli de mandarina	1/2 tz	\$ 1,50
Lechuga scarrolla	3u	\$ 5,94
Limón	2u	\$ 0,06
Estragón	1 pzc	\$ 0,16
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 22,67
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 23,84
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 24,24
Costo total para 4 personas		\$ 24,24
Costo por plato para una persona		\$ 6,06

Mejillones con coco y genjibre		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Mejillones	1/2 kg	\$ 5,00
Coco	1u	\$ 1,00
Jengibre	30gr	\$ 0,15
Suavinon blanc	1tz	\$ 5,00
Perejil	30gr	\$ 0,15
Laurel	2hojas	\$ 0,05
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 11,55
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 12,72
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 13,12
Costo total para 4 personas		\$ 13,12
Costo por plato para una persona		\$ 3,28

Scallops grillados		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Tallos de scallops	1kg	\$ 8,00
Tomates	4u	\$ 0,80
Rúcula	4u	\$ 0,43
Mantequilla	100gr	\$ 1,30
cebollines	10u	\$ 1,00
Vino blanco	1/2 tz	\$ 2,50
Perejil	40gr	\$ 0,20
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 14,43
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 15,60
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 16,00
Costo total para 4 personas		\$ 16,00
Costo por plato para una persona		\$ 4,00

Crema de pangora		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Coditos de pangora	1kg	\$ 10,00
Mantequilla	100gr	\$ 2,60
Yemas de huevo	2u	\$ 0,16
Coñac	1tz	\$ 9,00
Nata líquida	1/4 lt	\$ 0,19
Puerro	1u	\$ 0,36
Cebolla	1u	\$ 0,11
Maicena	1/2 lb	\$ 0,50
Tomillo	30gr	\$ 0,15
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 23,27
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 24,44
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 24,84
Costo total para 4 personas		\$ 24,84
Costo por plato para una persona		\$ 6,21

Consomé asiático		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Wontones	2 pq	\$ 9,70
Langostinos	1/4kg	\$ 4,20
Camarones	1/4 kg	\$ 2,83
Pollo	1/4 kg	\$ 1,01
Almendras	50gr	\$ 1,55
Tomate	1u	\$ 0,20
Zanahoria	1u	\$ 0,07
Puerros	2u	\$ 0,72
Cebolla	1u	\$ 0,11
Pimienta	2u	\$ 0,20
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 20,79
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 21,96
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 22,36
Costo total para 4 personas		\$ 22,36
Costo por plato para una persona		\$ 5,59

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

Capeletti de conejo en salsa de hongos		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Pasta capeletti	1kg	\$ 3,85
Conejo	2kg	\$ 10,00
Hongos porcini	50gr	\$ 3,83
Hongos oporto	50gr	\$ 3,97
Espuma de puerros	4u	\$ 1,44
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 23,29
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 24,46
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 24,86
Costo total para 4 personas		\$ 24,86
Costo por plato para una persona		\$ 6,22

Cuy con pancotto de papa chaucha		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Filete de carne de cuy	2kg	\$ 19,00
Consome de papa chaucha	1lt	\$ 1,85
Rúcula	100gr	\$ 0,86
Hongo shintake	1	\$ 2,50
Tomates	1/2kg	\$ 0,60
Aceite de oliva	1/4tz	\$ 0,98
Laurel	3hj	\$ 0,15
Ajo	4u	\$ 0,16
Ají	1u	\$ 0,05
Queso de oveja	50gr	\$ 3,33
Condimentos	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 29,68
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 30,85
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 31,25
Costo total para 4 personas		\$ 31,25
Costo por plato para una persona		\$ 7,81

Bizcocho de fruta de chonta		
Ingrediente	Cantidad	Costo
yogurt de chonta	1/2 lt	\$ 3,50
Huevos	4u	\$ 0,28
Azúcar	3tz	\$ 0,21
Maicena	1tz	\$ 0,13
Harina	2tz	\$ 0,36
Aceite de oliva	1/4tz	\$ 0,98
Levadura	20gr	\$ 0,22
MPD Total	-	\$ 5,68
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 6,85
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 7,25
Costo total para 4 personas		\$ 7,25
Costo por plato para una persona		\$ 1,81

Pétalos acaramelados, acompañado de helado de frutas		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Pétalos de crisantemo	30 flores	\$ 6,00
Azúcar	400gr	\$ 0,75
Glucosa	1 chda	\$ 0,11
Crema de leche	200gr	\$ 0,82
Duraznos	3u	\$ 1,08
Piña	1u	\$ 0,69
Peras	3u	\$ 0,84
Manzanas	2u	\$ 0,48
Plátanos	2u	\$ 0,15
Vino Blanco	1tz	\$ 5,00
Gelatina sin sabor	200gr	\$ 0,98
MPD Total	-	\$ 16,90
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 18,07
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 18,47
Costo total para 4 personas		\$ 18,47
Costo por plato para una persona		\$ 4,62

Panna Cotta de vainilla sobre crumble de canela y ensalada de frutos exóticos		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Vainilla	20gr	\$ 0,08
Gelatina	10gr	\$ 0,45
Leche	250 ml	\$ 1,98
Nata líquida	250ml	\$ 0,28
Frutilla	1/2 lb	\$ 0,59
Frambuesa	1/2 lb	\$ 0,49
Kiwie	1/2 lb	\$ 1,08
Ron	1/4 tz	\$ 2,50
Canela	20gr	\$ 0,49
Azúcar	1tz	\$ 0,07
MPD Total	-	\$ 8,01
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 9,18
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 9,58
Costo total para 4 personas		\$ 9,58
Costo por plato para una persona		\$ 2,40

Sorbete de frutas exóticas		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Kiwie	3U	\$ 0,81
Frutillas	10u	\$ 0,59
Pitahaya	3u	\$ 1,03
Maracuyá	1u	\$ 0,27
Mango	1u	\$ 0,54
Vainilla	300gr	\$ 0,87
Azúcar	Al gusto	\$ 0,07
MPD Total	-	\$ 4,18
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 5,35
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 5,75
Costo total para 4 personas		\$ 5,75
Costo por plato para una persona		\$ 1,44

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

Baileys brownie		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Chocolate	250gr	\$ 1,53
Mantequilla	160gr	\$ 1,31
Vainilla	4cuch	\$ 0,28
Azúcar	300gr	\$ 0,56
Harina	150gr	\$ 0,92
Claros de huevo	3u	\$ 0,21
Baileys	1tz	\$ 7,15
MPD Total	-	\$ 11,96
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 13,13
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 13,53
Costo total para 4 personas		\$ 13,53
Costo por plato para una persona		\$ 3,38

Oritos crocantes en salsa de manzana		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Oritos	8u	\$ 1,12
Masa phyllo	1 pqte	\$ 3,87
Manzanas	1kg	\$ 1,92
Coñac	1/4tz	\$ 4,50
Azúcar	200gr	\$ 0,37
Chocolate	200gr	\$ 1,15
Leche entera	120ml	\$ 0,99
Huevo	1u	\$ 0,07
Esencia de vainilla	1/2 cuch	\$ 0,08
Nata	120ml	\$ 0,28
Hojas de menta	20gr	\$ 0,15
MPD Total	-	\$ 14,50
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 15,67
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 16,07
Costo total para 4 personas		\$ 16,07
Costo por plato para una persona		\$ 4,02

Exotic crumble		
Ingrediente	Cantidad	Costo
Manzanas verdes	4u	\$ 0,96
Kiwie	4u	\$ 1,08
Piña	1u	\$ 0,69
Pitahaya	2u	\$ 0,92
Mantequilla	200gr	\$ 1,31
Harina	200gr	\$ 0,91
Azúcar	200gr	\$ 0,38
Helado de crema americana	1/4kg	\$ 1,50
Crema chantilly	1tz	\$ 1,09
Canela	Al gusto	\$ 0,20
MPD Total	-	\$ 9,04
MOD	-	\$ 1,17
CVU	-	\$ 10,21
CFU	-	\$ 0,40
CTU	-	\$ 10,61
Costo total para 4 personas		\$ 10,61
Costo por plato para una persona		\$ 2,65

NOTA :

- La MOD se calculó en base al precio promedio de ventas del restaurante \$11,21 multiplicado por el número de días hábiles que atenderá el restaurante al mes (26) el resultado dividido para el sueldo del personal operativo (3000)
- El costo variable unitario es la suma de las materias primas que intervienen en el proceso de elaboración de los platillos en forma directa y la mano de obra directa
- El costo fijo unitario = $\frac{\text{Costo fijo total anual}}{\text{Producción anual}}$
- El costo total unitario = $\text{Costo variable unitario} + \text{Costo fijo unitario}$

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D:15-1 COSTO TOTAL POR PLATO

LISTA DE PLATILLOS	COSTO	PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN %
Tagliatelle con langosta de agua dulce	6,88	16,51	41,67
Serpiente frita en salsa de ciruelas	7,32	17,57	41,67
Lomo de armadillo con tausi	5,77	13,85	41,67
Avestruz con pesto al limón	6,00	14,40	41,67
Crujiente gusano de maguey a las finas hierbas	3,00	7,20	41,67
Codorniz en costra picante	5,15	12,36	41,67
Ensalada de verdes y frambuesas con crujientes de larvas de hormiga y queso de cabra	3,18	7,63	41,67
Anguila con espuma de patatas y gelatina de pimentón	4,21	10,10	41,67
Hormigas de limón a la piedra	1,57	3,77	41,67
Lomo de canguro al vino blanco y oporto	7,60	18,24	41,67
Ancas de rana al ajillo	4,16	9,98	41,67
Lomo de guanta a la Quark	6,10	14,64	41,67
Magret de pato al vino	5,70	13,68	41,67
Ensalada de pangora, salsa aioli de mandarina, aguacate y lechugas	6,06	14,54	41,67
Mejillones con coco y genjibre	3,28	7,87	41,67
Scallops grillados	4,00	9,60	41,67
Crema de pangora	6,21	14,90	41,67
Consomé asiático	5,59	13,42	41,67
Capeletti de conejo en salsa de hongos	6,22	14,93	41,67
Cuy con pancotto de papa chaucha	7,81	18,74	41,67
Biscocho de fruta de chonta	1,81	4,34	41,67
Pétalos acaramelados, acompañado de helado de frutas	4,62	11,09	41,67
Panna Cotta de vainilla sobre crumble de canela y ensalda de frutilla, frambuesa y kiwie	2,40	5,76	41,67
Sorbete de frutas exóticas	1,44	3,46	41,67
Baileys brownie	3,38	8,11	41,67
Oritos crocantes en salsa de manzana	4,02	9,65	41,67
Exotic crumble	2,65	6,36	41,67
Promedio	4,67	11,21	41,67

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D:15-2 PROYECCIÓN DE VENTAS

Base cero:			
Valor referencial de un restaurante posicionado en el mercado ventas correspondientes el año 2008	\$ 1.007.600,00	23% del valor referencial	\$ 231.748,00

Proyección de ventas	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
Escenario Pesimista	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
	\$ 239.163,94	\$ 246.817,18	\$ 254.715,33	\$ 262.866,22	\$ 271.277,94
TOTAL	\$ 239.163,94	\$ 246.817,18	\$ 254.715,33	\$ 262.866,22	\$ 271.277,94

Proyección de ventas	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
Escenario Normal	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
	\$ 244.030,64	\$ 256.964,27	\$ 270.583,37	\$ 284.924,29	\$ 300.025,28
TOTAL	\$ 244.030,64	\$ 256.964,27	\$ 270.583,37	\$ 284.924,29	\$ 300.025,28

Proyección de ventas	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
Escenario Optimista	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
	\$ 248.665,60	\$ 266.818,19	\$ 286.295,92	\$ 307.195,52	\$ 329.620,80
TOTAL	\$ 248.665,60	\$ 266.818,19	\$ 286.295,92	\$ 307.195,52	\$ 329.620,80

Nota: El ingreso total se determinó con el 23% de el valor referencial de ventas anuales de un restaurante posicionado en el mercado y considerado como uno de los mejores de Sudamérica, esta cifra se la obtuvo por parte del administrador del restaurante y se mantendrá anónimo el nombre por pedido del mismo.

Para el escenario normal	\$231748,00 * 103,20%	\$ 239.163,94
Escenario pesimista	\$201748,00 * 105,30%	\$ 244.030,64
Escenario optimista	\$201748,00 * 107,30%	\$ 248.665,60

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D15-3 : PROYECCIÓN DE COSTOS

	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
Escenario Pesimista	Costos	Costos	Costos	Costos	Costos
	\$ 99.659,61	\$ 102.848,72	\$ 106.139,88	\$ 109.536,35	\$ 113.041,52
TOTAL	\$ 99.659,61	\$ 102.848,72	\$ 106.139,88	\$ 109.536,35	\$ 113.041,52

	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
Escenario Normal	Costos	Costos	Costos	Costos	Costos
	\$ 101.687,57	\$ 107.077,01	\$ 112.752,09	\$ 118.727,95	\$ 125.020,53
TOTAL	\$ 101.687,57	\$ 107.077,01	\$ 112.752,09	\$ 118.727,95	\$ 125.020,53

	Años				
	2010	2011	2012	2013	2014
Escenario Optimista	Costos	Costos	Costos	Costos	Costos
	\$ 103.618,96	\$ 111.183,14	\$ 119.299,51	\$ 128.008,37	\$ 137.352,99
TOTAL	\$ 103.618,96	\$ 111.183,14	\$ 119.299,51	\$ 128.008,37	\$ 137.352,99

Nota: Tomando el cuadro D15-1 y aplicando el 41,67% correspondiente al margen de contribución en el cuadro 15-2 obtenemos el cuadro D15-3

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D16: FLUJO DE EFECTIVO APALANCADO

FLUJO DE EFECTIVO						
Escenario Normal						
AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS						
Ingresos Operativos		244.030,64	256.964,27	270.583,37	284.924,29	300.025,28
Ingresos no Operativos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		244030,64	256964,27	270583,37	284924,29	300025,28
EGRESOS						
Costos		101687,57	107077,01	112752,09	118727,95	125020,53
Gastos		68517,13	68517,13	68517,13	68517,13	68517,13
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
TOTAL EGRESOS		187570,74	192960,18	198635,26	204611,12	210903,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		56459,91	64004,09	71948,11	80313,17	89121,58
Intereses		6733,38	5250,80	3768,22	2285,64	803,06
UTILIDAD ANTES DE INTERES		49726,52	58753,29	68179,89	78027,53	88318,51
Participación trabajadores 15%		7458,98	8812,99	10226,98	11704,13	13247,78
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		42267,54	49940,29	57952,91	66323,40	75070,74
Impuesto a la Renta 25%		10566,89	12485,07	14488,23	16580,85	18767,68
UTILIDAD NETA		31700,66	37455,22	43464,68	49742,55	56303,05
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
Inversiones	-106817,00				-5080,00	
Capital de trabajo	-27963,00					27963,00
Deuda	67390,00	13478,00	13478,00	13478,00	13478,00	13478,00
Valor de rescate						33056,88
TOTAL	-67390,00	35588,69	41343,25	47352,71	48550,58	121210,97
VALOR ACTUAL NETO		\$ 72.924,59				
TASA INTERNA DE RETORNO		61%				
COSTO DE OPORTUNIDAD (CPPC)		24,56%				

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

FLUJO DE EFECTIVO						
Escenario Pesimista						

AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS						
Ingresos Operativos		239163,94	246817,18	254715,33	262866,22	271277,94
Ingresos no Operativos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		239163,94	246817,18	254715,33	262866,22	271277,94
EGRESOS						
Costos		99659,61	102848,72	106139,88	109536,35	113041,52
Gastos		68517,13	68517,13	68517,13	68517,13	68517,13
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
TOTAL EGRESOS		185542,78	188731,89	192023,05	195419,52	198924,69
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		53621,16	58085,29	62692,28	67446,70	72353,26
Intereses		6733,38	5250,80	3768,22	2285,64	803,06
UTILIDAD ANTES DE INTERES		46887,77	52834,49	58924,06	65161,06	71550,19
Participación trabajadores 15%		7033,17	7925,17	8838,61	9774,16	10732,53
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		39854,61	44909,32	50085,45	55386,90	60817,66
Impuesto a la Renta 25%		9963,65	11227,33	12521,36	13846,72	15204,42
UTILIDAD NETA		29890,95	33681,99	37564,09	41540,17	45613,25
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
Inversiones	-106817,00				-5080,00	
Capital de trabajo	-27963,00					27963,00
Deuda	67390,00	13478,00	13478,00	13478,00	13478,00	13478,00
Valor de rescate						33056,88
TOTAL	-67390,00	33778,99	37570,02	41452,12	40348,21	82558,16

VALOR ACTUAL NETO	\$ 49.688,07
TASA INTERNA DE RETORNO	53%
COSTO DE OPORTUNIDAD (CPPC)	24,56%

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

FLUJO DE EFECTIVO						
Escenario Optimista						
AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS						
Ingresos Operativos		248665,60	266818,19	286295,92	307195,52	329620,80
Ingresos no Operativos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		248665,60	266818,19	286295,92	307195,52	329620,80
EGRESOS						
Costos		103618,96	111183,14	119299,51	128008,37	137352,99
Gastos		68517,13	68517,13	68517,13	68517,13	68517,13
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
TOTAL EGRESOS		189502,13	197066,31	205182,68	213891,54	223236,15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		59163,48	69751,88	81113,24	93303,98	106384,64
Intereses		6733,38	5250,80	3768,22	2285,64	803,06
UTILIDAD ANTES DE INTERES		52430,09	64501,08	77345,02	91018,34	105581,58
Participación trabajadores 15%		7864,51	9675,16	11601,75	13652,75	15837,24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		44565,58	54825,92	65743,27	77365,59	89744,34
Impuesto a la Renta 25%		11141,40	13706,48	16435,82	19341,40	22436,09
UTILIDAD NETA		33424,19	41119,44	49307,45	58024,19	67308,26
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
Inversiones	-106817,00				-5080,00	
Capital de trabajo	-27963,00					27963,00
Deuda	67390,00	13478,00	13478,00	13478,00	13478,00	13478,00
Valor de rescate						33056,88
TOTAL	-67390,00	37312,22	45007,47	53195,48	56832,22	132216,17
VALOR ACTUAL NETO	\$ 86.803,97					
TASA INTERNA DE RETORNO	67%					
COSTO DE OPORTUNIDAD (CPPC)	24,56%					

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D17: FLUJO DE EFECTIVO NO APALANCADO

FLUJO DE EFECTIVO						
Escenario Normal						
AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS						
Ingresos Operativos		244030,64	256964,27	270583,37	284924,29	300025,28
Ingresos no Operativos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		244030,64	256964,27	270583,37	284924,29	300025,28
EGRESOS						
Costos		101687,57	107077,01	112752,09	118727,95	125020,53
Gastos		68517,13	68517,13	68517,13	68517,13	68517,13
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
TOTAL EGRESOS		187570,74	192960,18	198635,26	204611,12	210903,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		56459,91	64004,09	71948,11	80313,17	89121,58
Intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE INTERES		56459,91	64004,09	71948,11	80313,17	89121,58
Participación trabajadores 15%		8468,99	9600,61	10792,22	12046,98	13368,24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		47990,92	54403,48	61155,90	68266,20	75753,34
Impuesto a la Renta 25%		11997,73	13600,87	15288,97	17066,55	18938,34
UTILIDAD NETA		35993,19	40802,61	45866,92	51199,65	56815,01
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
Inversiones	-106817,00				-5080,00	
Capital de trabajo	-27963,00					27963,00
Deuda						
Valor de rescate						33056,88
TOTAL	-134780,00	53359,22	58168,64	63232,96	63485,68	135200,92
VALOR ACTUAL NETO						
	\$ 49.732,93					
TASA INTERNA DE RETORNO						
	39%					
COSTO DE OPORTUNIDAD (CPPC)						
	24,56%					

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

FLUJO DE EFECTIVO						
Escenario Pesimista						
AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS						
Ingresos Operativos		239163,94	246817,18	254715,33	262866,22	271277,94
Ingresos no Operativos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		239163,94	246817,18	254715,33	262866,22	271277,94
EGRESOS						
Costos		99659,61	102848,72	106139,88	109536,35	113041,52
Gastos		68517,13	68517,13	68517,13	68517,13	68517,13
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
TOTAL EGRESOS		185542,78	188731,89	192023,05	195419,52	198924,69
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		53621,16	58085,29	62692,28	67446,70	72353,26
Intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE INTERES		53621,16	58085,29	62692,28	67446,70	72353,26
Participación trabajadores 15%		8043,17	8712,79	9403,84	10117,00	10852,99
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		45577,98	49372,50	53288,44	57329,69	61500,27
Impuesto a la Renta 25%		11394,50	12343,12	13322,11	14332,42	15375,07
UTILIDAD NETA		34183,49	37029,37	39966,33	42997,27	46125,20
Depreciaciones			12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones			5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
Inversiones	-106817,00				-5080,00	
Capital de trabajo	-27963,00					27963,00
Deuda						
Valor de rescate						33056,88
TOTAL	-134780,00	51549,52	54395,41	57332,36	55283,30	78385,92
VALOR ACTUAL NETO	\$ 20.439,15					
TASA INTERNA DE RETORNO	31%					
COSTO DE OPORTUNIDAD (CPPC)	24,56%					

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

FLUJO DE EFECTIVO						
Escenario Optimista						
AÑOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INGRESOS						
Ingresos Operativos		248665,60	266818,19	286295,92	307195,52	329620,80
Ingresos no Operativos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS		248665,60	266818,19	286295,92	307195,52	329620,80
EGRESOS						
Costos		103618,96	111183,14	119299,51	128008,37	137352,99
Gastos		68517,13	68517,13	68517,13	68517,13	68517,13
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
TOTAL EGRESOS		189502,13	197066,31	205182,68	213891,54	223236,15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		59163,48	69751,88	81113,24	93303,98	106384,64
Intereses		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE INTERES		59163,48	69751,88	81113,24	93303,98	106384,64
Participación trabajadores 15%		8874,52	10462,78	12166,99	13995,60	15957,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		50288,96	59289,10	68946,26	79308,38	90426,95
Impuesto a la Renta 25%		12572,24	14822,28	17236,56	19827,10	22606,74
UTILIDAD NETA		37716,72	44466,83	51709,69	59481,29	67820,21
Depreciaciones		12166,03	12166,03	12166,03	12166,03	12166,03
Amortizaciones		5200,00	5200,00	5200,00	5200,00	5200,00
Inversiones	-106817,00				-5080,00	
Capital de trabajo	-27963,00					27963,00
Deuda						
Valor de rescate						33056,88
TOTAL	-134780,00	55082,75	61832,86	69075,73	71767,32	146206,12
VALOR ACTUAL NETO	\$ 63.612,31					
TASA INTERNA DE RETORNO	43%					
COSTO DE OPORTUNIDAD (CPPC)	24,56%					

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D18: PROYECTO

	PROYECTO			
	NO APALANCADO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
NORMAL	\$ 49.732,93	39,12%	\$ 72.924,59	61,41%
OPTIMISTA	\$ 63.612,31	42,69%	\$ 86.803,97	67,00%
PESIMISTA	\$ 20.439,15	31,32%	\$ 49.688,07	52,57%

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D19: COSTO DE OPORTUNIDAD

COSTO DEL DINERO

Deuda	50%	67390
Patrimonio	50%	67390
Inversión total (Miles \$)		134780
Tasa de impuestos		36,25%
Kd de mercado		15,69%
Costo de los recursos propios		20%
Costo del PatrimonioAP		39,12%
Nivel de endeudamiento		50%

CPPC

24,56%

MODELO CAPM PARA DETERMINAR EL Ke

DATOS

Interes de la deuda	11,00%
Costo de la deuda	15,69%
Tasa de impuestos	36,25%

Inversion Total = V	134780
Valor de la deuda= D	67390
Valor del patrimonio = E	67390

D/E	1
D/V	0,5
E/V	0,5

CALCULO DEL Ke Apalancado

rf	2,38%
B d	1,26
Rm - rf	6,42%
Embi	16,95%
Costo del patrimonio no apalancado Ke d	30,00%

Costo apalancado del patrimonio Ke ap	39,12%
---------------------------------------	--------

NOTA

- El interés de la deuda es a una tasa del 11% correspondiente al Crédito Socio Empresa de la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 5 años
- La tasa libre de riesgo (certificados de tesorería) se la obtuvo de la página www.bloomberg.com
- La beta correspondiente a la industria y la prima de mercado se la obtuvo en la página web www.damodaran.com

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D20: Betas by Sector

www.damodaran.com

Industry Name	Number of Firms	Average Beta	Market D/E Ratio	Tax Rate	Unlevered Beta	Cash/Firm Value	Unlevered Beta corrected for cash
Advertising	30	1.43	126.31%	18.90%	0.71	18.50%	0.87
Aerospace/Defense	66	1.27	27.21%	24.10%	1.06	11.65%	1.20
Air Transport	44	1.15	78.21%	23.00%	0.72	16.66%	0.86
Apparel	53	1.14	44.32%	17.21%	0.83	10.44%	0.93
Auto & Truck	20	1.49	183.75%	24.36%	0.62	17.82%	0.76
Auto Parts	54	1.56	94.19%	19.61%	0.89	19.54%	1.10
Bank	477	0.71	91.52%	25.91%	0.43	9.32%	0.47
Bank (Canadian)	8	0.86	10.36%	15.08%	0.79	4.60%	0.83
Bank (Midwest)	39	0.91	68.98%	26.81%	0.60	9.10%	0.66
Beverage	41	0.95	19.02%	16.46%	0.82	3.25%	0.85
Biotechnology	108	1.25	9.98%	3.59%	1.14	10.62%	1.27
Building Materials	52	1.39	103.11%	18.44%	0.76	5.88%	0.80
Cable TV	25	1.56	88.77%	22.97%	0.92	2.80%	0.95
Canadian Energy	12	1.22	35.70%	27.82%	0.97	1.82%	0.99
Chemical (Basic)	19	1.26	29.11%	19.29%	1.02	7.52%	1.10
Chemical (Diversified)	33	1.21	26.70%	25.47%	1.01	7.86%	1.10
Chemical (Specialty)	88	1.18	35.74%	18.99%	0.92	5.81%	0.98
Coal	18	1.98	48.02%	10.52%	1.39	3.13%	1.43
Computer Software/Svcs	322	1.22	7.77%	12.65%	1.15	13.87%	1.33
Computers/Peripherals	125	1.29	18.36%	9.90%	1.11	19.90%	1.39
Diversified Co.	113	1.25	160.98%	20.23%	0.55	9.62%	0.60
Drug	342	1.16	14.51%	5.96%	1.02	10.70%	1.14
E-Commerce	54	1.50	11.43%	13.09%	1.36	22.76%	1.76
Educational Services	34	0.84	2.22%	20.80%	0.82	7.63%	0.89
Electric Util. (Central)	24	0.82	107.83%	33.02%	0.48	2.36%	0.49
Electric Utility (East)	26	0.74	73.30%	32.09%	0.50	1.36%	0.50
Electric Utility (West)	16	0.79	90.70%	30.47%	0.48	2.81%	0.50
Electrical Equipment	83	1.37	23.53%	14.23%	1.14	9.31%	1.26
Electronics	173	1.31	45.62%	11.87%	0.94	24.12%	1.23
Entertainment	84	1.66	79.23%	17.17%	1.00	7.87%	1.09
Entertainment Tech	33	1.45	11.54%	13.67%	1.31	43.50%	2.33
Environmental	79	1.11	49.86%	15.45%	0.78	2.26%	0.80
Financial Svcs. (Div.)	296	1.27	261.38%	17.93%	0.40	9.97%	0.45
Food Processing	109	0.80	35.15%	21.67%	0.63	3.31%	0.65
Food Wholesalers	18	0.73	59.50%	27.39%	0.51	5.66%	0.54
Foreign Electronics	10	1.18	42.29%	37.04%	0.94	33.20%	1.40
Furn/Home Furnishings	34	1.29	65.75%	23.99%	0.86	8.42%	0.94
Grocery	14	0.84	13.91%	32.96%	0.77	1.19%	0.78
Healthcare Information	29	1.05	19.87%	16.47%	0.90	13.72%	1.04
Heavy Construction	14	1.48	9.49%	34.26%	1.40	19.62%	1.74
Homebuilding	32	1.36	162.15%	6.13%	0.54	17.07%	0.65
Hotel/Gaming	68	1.70	142.62%	17.97%	0.78	6.66%	0.84
Household Products	26	1.08	23.21%	29.87%	0.93	2.36%	0.95
Human Resources	31	1.44	18.42%	29.77%	1.28	20.47%	1.61
Industrial Services	167	1.20	43.98%	19.26%	0.88	10.12%	0.98
Information Services	34	1.22	21.88%	20.44%	1.04	16.64%	1.24
Insurance (Life)	35	1.17	21.71%	25.86%	1.01	20.42%	1.27
Insurance (Prop/Cas.)	78	0.91	1.89%	20.26%	0.90	2.22%	0.92
Internet	208	1.41	4.07%	7.50%	1.36	18.01%	1.66
Investment Co.	17	0.83	14.84%	0.00%	0.72	20.10%	0.90

Investment Co.(Foreign)	16	1.31	5.16%	2.11%	1.24	8.72%	1.36
Machinery	124	1.39	55.77%	22.71%	0.97	10.40%	1.08
Manuf. Housing/RV	18	1.32	50.13%	14.98%	0.92	32.93%	1.38
Maritime	56	1.30	185.73%	7.08%	0.48	7.94%	0.52
Medical Services	160	1.10	54.66%	18.36%	0.76	15.06%	0.90
Medical Supplies	252	1.17	13.28%	12.51%	1.05	7.61%	1.13
Metal Fabricating	35	1.56	25.44%	20.43%	1.29	16.61%	1.55
Metals & Mining (Div.)	78	1.69	21.94%	9.29%	1.41	5.10%	1.48
Natural Gas (Div.)	34	1.20	58.57%	24.19%	0.83	2.26%	0.85
Natural Gas Utility	25	0.69	85.33%	24.52%	0.42	2.20%	0.43
Newspaper	16	1.16	86.43%	23.53%	0.70	2.94%	0.72
Office Equip/Supplies	26	1.11	60.35%	22.76%	0.76	9.73%	0.84
Oil/Gas Distribution	19	0.89	81.95%	9.48%	0.51	2.27%	0.53
Oilfield Svcs/Equip.	112	1.56	42.35%	22.07%	1.17	7.56%	1.27
Packaging & Container	33	1.27	84.83%	24.65%	0.77	5.19%	0.81
Paper/Forest Products	38	1.20	118.10%	13.66%	0.60	6.15%	0.64
Petroleum (Integrated)	25	1.34	14.67%	33.79%	1.22	6.00%	1.30
Petroleum (Producing)	188	1.24	37.57%	13.98%	0.94	2.85%	0.97
Pharmacy Services	19	0.94	23.50%	21.13%	0.79	2.38%	0.81
Power	66	1.63	107.88%	6.25%	0.81	14.62%	0.95
Precious Metals	75	1.41	11.77%	5.94%	1.27	7.13%	1.37
Precision Instrument	90	1.47	22.65%	14.38%	1.23	22.69%	1.59
Property Management	17	1.38	282.91%	19.27%	0.42	9.70%	0.46
Publishing	27	1.24	137.13%	20.73%	0.59	3.74%	0.62
R.E.I.T.	144	1.35	53.19%	1.21%	0.88	4.13%	0.92
Railroad	15	1.25	41.53%	30.62%	0.97	2.38%	0.99
Recreation	64	1.41	62.58%	19.12%	0.94	7.32%	1.01
Reinsurance	11	0.91	11.37%	8.87%	0.82	17.91%	1.00
Restaurant	68	1.26	24.97%	20.10%	1.05	3.28%	1.09
Retail (Special Lines)	155	1.26	26.07%	23.08%	1.05	14.13%	1.22
Retail Automotive	16	1.31	66.88%	34.23%	0.91	2.13%	0.93
Retail Building Supply	8	1.01	26.35%	28.12%	0.85	1.09%	0.86
Retail Store	38	1.01	30.29%	25.68%	0.82	4.79%	0.86
Securities Brokerage	32	1.37	462.27%	22.16%	0.30	19.25%	0.37
Semiconductor	122	1.81	13.32%	10.48%	1.62	23.52%	2.11
Semiconductor Equip	16	1.78	13.62%	22.03%	1.61	27.00%	2.20
Shoe	19	1.23	3.66%	30.35%	1.20	13.98%	1.39
Steel (General)	20	1.71	32.18%	29.15%	1.39	9.06%	1.53
Steel (Integrated)	14	1.96	64.96%	29.90%	1.34	12.42%	1.54
Telecom. Equipment	110	1.49	12.71%	12.08%	1.34	28.43%	1.87
Telecom. Services	140	1.43	51.32%	15.90%	1.00	5.73%	1.06
Thrift	234	0.66	9.71%	17.04%	0.61	11.49%	0.69
Tobacco	12	0.71	8.84%	20.25%	0.67	3.10%	0.69
Toiletries/Cosmetics	23	0.95	38.50%	23.28%	0.74	7.15%	0.79
Trucking	33	1.17	126.80%	33.19%	0.63	4.98%	0.66
Utility (Foreign)	5	1.23	62.82%	15.01%	0.80	5.51%	0.85
Water Utility	16	0.86	82.79%	35.46%	0.56	0.87%	0.57
Wireless Networking	57	1.54	36.37%	14.08%	1.17	8.39%	1.28
Public/Private Equity	10	2.08	391.15%	6.70%	0.45	7.49%	0.48
Funeral Services	6	1.41	67.25%	33.26%	0.97	4.84%	1.02
Grand Total	6870	1.19	48.81%	16.67%	0.84	9.28%	0.93

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D21: MARGEN DE UTILIDAD

COSTOS UNITARIOS DIRECTOS	
Precio Promedio por plato	11,21
Costo Unitario	4,67
Utilidad	6,54
Porcentaje de utilidad	140%

ECUADOR EXÓTICO RESTAURANT

D22: PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	85.883,17	85.883,17	85.883,17	85.883,17	85.883,17
COSTO VARIABLE POR PLATO	4,67	4,67	4,67	4,67	4,67
PRECIO PROMEDIO POR PERSONA	11,21	11,21	11,21	11,21	11,21
VENTAS ESCENARIO NORMAL	244.030,64	256.964,27	270.583,37	284.924,29	300.025,28

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO	85884,81	85884,73	85884,65	85884,58	85884,51

$$\text{Punto de equilibrio en ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF= costos fijos
 CVT = costos variable
 VT = ventas totales