



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE FUSIÓN
“LO DULCE DE LA SAL”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de licenciado en Gastronomía

Profesor Guía
Chef. Gabriel Mena

Autor
Andrés Alfonso Cárdenas Salazar

Año
2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

Gabriel Mena
Chef
C.C. 1716376940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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.

Andrés Alfonso Cárdenas Salazar
C.C 1716566995

DEDICATORIA

A mis padres por su amor
y su extremada paciencia

RESUMEN

Se pretende crear un restaurante temático de chocolate en el que se combine lo salado con lo dulce. Elaborando platos que resalten los sabores de las proteínas, sin que por ello las preparaciones dejen de ser saludables, nutritivas y deliciosas. Dejando a un lado la vieja creencia de que la mejor forma de emplear el chocolate es en repostería.

Al ser el Ecuador un importante productor de cacao fino de aroma se ha convertido en el semillero de un sinnúmero de chocolates de diversas calidades, que van a ser muy útiles para el concepto del restaurant a crear, este hecho se suma el contar con materia prima de calidad y a un costo razonable.

Otra fortaleza es que la comida ecuatoriana tiene una variedad de cárnicos y embutidos que se complementan bien con lo dulce. Los resultados van a depender del conocimiento y creatividad de quien los prepare.

El establecimiento estará ubicado en el norte de Quito, en el sector de la Floresta. En el lugar se encuentra una gran cantidad de restaurantes y hoteles de renombre; sin embargo no existe un restaurante temático de este tipo, lo que es beneficioso por la primicia y por el hecho de contar con una gran cantidad de visitantes nacionales y extranjeros, dispuestos a degustar algo nuevo.

El servicio esta direccionado a satisfacer al cliente mediante atención personalizada, productos de calidad, ambiente familiar y precios dentro del nicho de mercado al que se quiere llegar y que corresponde a personas de nivel medio alto y alto.

ABSTRACT

It is intended to create a chocolate themed restaurant in which salt and sweet food will be combined, preparing dishes that highlight the flavors of the proteins, without making the creations less healthy, nutritious and delicious. Leaving aside the old belief that the best way to use chocolate is limited to confectionery.

Being Ecuador an important producer of fine aroma cacao, it has turned into the seedbed of a countless number of chocolates of various qualities, which are going to be useful to the concept of the restaurant that will be created. To this fact it is added the characteristic of counting with good quality raw material at a reasonable cost.

Another strength is that Ecuadorian food contains a variety of meat and sausages that are a good complement to the sweet. The results are going to depend on the knowledge and creativity of those who prepare the dishes.

The establishment will be located in the north of Quito, in La Floresta sector. In this place we can find a great variety of renowned restaurants and hotels. Nevertheless, there is not a themed restaurant of this kind, which is beneficial because it will be the first one in its kind, and because of the fact it can be counted with a high number of national and international visitors, who are willing to taste something new.

The service is addressed to satisfy the client through personalized attention, quality products, familial environment and prices within the market niche, to which we want to achieve and that corresponds to people from middle and upper class.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 DEFINICIÓN DE RESTAURANTE.....	3
1.2 HISTORIA DE LOS RESTAURANTES	3
1.2.1 Origen del nombre restaurante	4
1.3 CLASIFICACIÓN DE RESTAURANTES.....	4
1.3.1 Restaurante de lujo (Cinco tenedores)	4
1.3.2 Restaurante de primera (Cuatro tenedores)	5
1.3.3 Restaurante de segunda (Tres tenedores)	5
1.3.4 Restaurante de tercera (Dos tenedores).....	5
1.3.5 Restaurante de cuarta (Un tenedor)	6
1.4 CLASIFICACIÓN DE RESTAURANTES SEGÚN SU TIPO DE COMIDA Y METODOLOGÍA DE SERVICIO	6
1.4.1 Grill-room o parrilla	6
1.4.2 Restaurante Buffet.....	6
1.4.3 Restaurante de comida rápida	7
1.4.4 Restaurante de alta cocina gourmet	7
1.4.5 Comida para llevar o Take away	7
1.4.6 Definición de restaurante temático.....	7
1.5 DEFINICIÓN DE MERCADO TURÍSTICO.....	8
1.5.1 Mercado turístico en el Ecuador	8
1.6 HISTORIA DEL CACAO	9
1.7 INICIO DEL CULTIVO DE CACAO EN EL ECUADOR	10
1.7.1 Cultivo del cacao en las costas ecuatorianas durante la colonia	11
1.7.2 Tipos de cacao en el Ecuador	11
1.7.3 DERIVADOS DEL CACAO.....	12
1.7.4 PRINCIPALES PRODUCTORES DE CACAO EN EL ECUADOR	12
1.8 NUEVAS TENDENCIAS A BASE DE CHOCOLATE.....	13

CAPÍTULO II PLAN ESTRATÉGICO	15
2.1 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	15
2.1.1 Misión:	15
2.1.2 Visión:	15
2.1.3 Características del negocio.....	15
2.1.3.1 Naturaleza del negocio	16
2.1.3.2 Localización	17
2.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO	19
2.2.1 Factores económicos.....	19
2.2.2 Factores culturales.....	20
2.2.3 Factores normativos	21
2.2.4 FACTORES TECNOLÓGICOS.....	22
2.3 MATRIZ FODA	22
2.3.1 ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD	22
2.3.2 Ventajas competitivas	25
CAPÍTULO III PLAN OPERATIVO	26
3.1 FASES DE PLANIFICACIÓN	26
3.1.1 Plan Técnico	26
3.1.1.1 Definir la capacidad instalada.....	26
3.1.1.2 Menú.....	29
3.1.1.3 Receta Estándar	30
3.1.1.4 Cuadro de insumos y materias primas	30
3.1.1.5 Cuadro de tecnología y equipamiento	33
3.1.1.6 Infraestructura física	34
3.1.1.6.1Tamaño de la construcción	35
3.1.1.6.2 Planos arquitectónico	35
3.1.1.7 Diagrama del Macro-Proceso actual	36
3.2. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS	37
3.2.1. Departamentos funcionales	37
3.2.1. Inventario de recursos humanos.....	38
3.2.2. Organigrama (cargos).....	38

3.2.3. Descripción de funciones	38
CAPÍTULO IV PLAN DE MERCADO	41
4.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	41
4.1.1 Objetivos	41
4.1.2 Análisis del mercado	42
4.2 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA.....	45
4.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA.....	45
4.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	45
4.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS	48
CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING.....	49
5.1 SEGMENTACIÓN	49
5.2 PRODUCTO.....	49
5.2.1 Desarrollo del menú.....	50
5.3 MARCA.....	51
5.4 SERVICIO	52
5.5 ESTRATEGIAS DE MARKETING	52
5.5.1 Estrategia de Precio.....	53
5.5.2 Estrategia de Distribución	53
5.5.3 Estrategia de Producto	53
5.5.4 Estrategias de Comunicación	53
5.5.5 Estrategia de Personal.....	53
CAPÍTULO VI PLAN FINANCIERO	55
6.1 RECETA ESTÁNDAR CON COSTOS.....	55
6.2 INVERSIÓN INICIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO	56
6.3 TICKET PROMEDIO Y UTILIDAD	59
6.4 ROTACIÓN EN VENTAS, ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO.....	62
6.6 NÓMINA	82
6.7 OTROS COSTOS Y COSTOS FIJOS	87

CAPÍTULO VII PLAN LEGAL.....	88
7.1 FIGURA JURÍDICA	88
CAPÍTULO VIII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92
8.1 CONCLUSIONES	92
8.2 RECOMENDACIONES Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO	92
REFERENCIAS	93
ANEXOS	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del restaurante “Lo dulce de la sal”	18
Figura 2. Menú	29
Figura 3. Planos Arquitectónicos.....	35
Figura 4. Diagrama del Marco- Proceso actual	36
Figura 5. Estructura organizacional.....	38
Figura 6. Desarrollo del menú	50
Figura 7. Logotipo del restaurante.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tabla comparativa de localización	17
Tabla 2: Matriz de impacto - Aspecto económico.....	19
Tabla 3: Matriz de impacto - Factor cultural	20
Tabla 4: Matriz de impacto – Factor normativo	21
Tabla 5: Matriz de impacto – Factor tecnológico.....	22
Tabla 6: Análisis de competitividad - Matriz FODA	23
Tabla 7: Análisis FODA	24
Tabla 8: Tiempo para servicio	26
Tabla 9: Horario de atención	28
Tabla 10: Materia prima e insumos	31
Tabla 11: Equipamiento de cocina	33
Tabla 12: Equipamiento de servicio	33
Tabla 13: Tecnología.....	34
Tabla 14: Cocina	34
Tabla 15: Servicio.....	34
Tabla 16: Inventario recursos humanos	38
Tabla 17: Análisis del tamaño de la plaza de mercado	42
Tabla 18: Análisis precio del producto.....	44
Tabla 19: Análisis de Gustos y preferencias	44
Tabla 20: Análisis de comportamiento de consumo	44
Tabla 21: Presupuesto de inversión en equipos y herramientas	56
Tabla 22: Presupuesto de inversión total	58
Tabla 23: Ticket promedio y utilidad.....	59
Tabla 24: Costo materia prima promedio	60
Tabla 25: Ticket promedio y utilidad primer año mes 1, 2, 3.....	62
Tabla 26: Ticket promedio y utilidad primer año mes 4, 5, 6, 7	63
Tabla 27: Ticket promedio y utilidad primer año mes 8, 9, 10, 11	64
Tabla 28: Ticket promedio y utilidad primer año mes 12	65
Tabla 29: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 1, 2, 3.....	66
Tabla 30: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 4, 5, 6, 7.....	67

Tabla 31: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 8, 9, 10, 11.....	68
Tabla 32: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 12	69
Tabla 33: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 1, 2, 3.....	70
Tabla 34: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 4, 5, 6, 7	71
Tabla 35: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 8, 9, 10, 11	72
Tabla 36: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 12	73
Tabla 37: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 1, 2, 3	74
Tabla 38: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 4, 5, 6, 7	75
Tabla 39: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 8, 9, 10, 11	76
Tabla 40: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 12	77
Tabla 41: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 1, 2, 3,	78
Tabla 42: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 4, 5, 6, 7.....	79
Tabla 43: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 8, 9, 10, 11.....	80
Tabla 44: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 12	81
Tabla 45: Sueldos personal.....	83
Tabla 46: Costo horas suplementarias.....	84
Tabla 47: Costo jornada nocturna y horas extras.....	85
Tabla 48: Total costo mano de obra.....	86
Tabla 49: Otros costos y costos fijos.....	87

INTRODUCCIÓN

La cocina es un arte que no solo implica elaborar platos convencionales con sabores exquisitos, sino combinar nuevos sabores que igualmente deleiten el paladar de quien los degusta. Actualmente el éxito de un negocio está en ofrecer cosas nuevas y diferentes, es decir mostrar una ventaja competitiva y una diferenciación en el mercado; por lo que se ha planteado crear un restaurante fusión de sal y dulce, utilizando las proteínas tradicionales de la gastronomía ecuatoriana, el cacao y chocolate producido en nuestro país.

Es muy importante recalcar que esta nueva tendencia está revolucionando las combinaciones que se pueden utilizar en la cocina de sal. Años atrás no era bien visto elaborar salsa a base de dulces, pero como la visión y los gustos de los comensales cambian, ahora podemos disfrutar de una gran variedad de salsa de todos los sabores colores y consistencias.

“Lo dulce de la sal” es un restaurante especializado en crear platos nuevos e innovadores partiendo del uso primordial del cacao y sus derivados.

Planteamiento del problema

El Ecuador produce uno de los mejores cacaos finos de aroma del mundo; sin embargo, internamente, este es solo usado en la producción de chocolates y repostería, no se ha planteado de manera comercial algo diferente e interesante como agregarlo a la cocina de sal.

Justificación

Ecuador es uno de los países con una importante producción cacaotera de calidad y de diversos tipos de chocolate. Por lo cual es muy factible brindar un servicio de restaurante, en el que la temática sea el uso del chocolate, fusionándolo con la comida de sal.

La fusión entre salado y dulce es algo espectacular. El chocolate realza o esconde los sabores de los alimentos salados, esto dependerá de la mezcla y del tipo de chocolate que se use.

Esta temática no es muy común en el mundo de la gastronomía, por lo tanto sería una gran opción para el cliente ecuatoriano.

Objetivos

General

Desarrollar el plan de negocios para la creación de un restaurante ubicado en la ciudad de Quito de comida temática, cuyo principal exponente sea el chocolate, en el que las preparaciones fusionen el dulce y la sal, de manera saludable, estética y armónica, buscando siempre la satisfacción del cliente, el crecimiento del negocio y ofreciendo una alternativa de comida distinta a la tradicional.

Específico

- Demostrar que el cacao ecuatoriano no solo se lo puede emplear en preparaciones de dulce, sino también en platos de sal. Alcanzando igualmente excelentes resultados.
- Dar a la gastronomía ecuatoriana una visión diferente a la que regularmente se enmarca. Poniendo en el mercado platos que fusionen el chocolate y sus derivados con cárnicos, mariscos y verduras.
- Crear un plan de marketing el cual dé a conocer a nivel nacional la marca **“Lo dulce de la sal”**.
- Asegurar la rentabilidad del negocio mediante un programa contable.

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Definición de restaurante

Se define como restaurante a todo establecimiento que proporcione a su clientela, mediante una transacción económica, comida y bebidas las cuales son consumidas en el mismo lugar (Real Academia Española, 2014).

1.2 Historia de los restaurantes

Los restaurantes nacen en el año 79 d J.C. en Roma, en sus avenidas existía una gran cantidad de bares, los cuales proveían a sus comensales vinos, nueces, dátiles, higos y comidas calientes (Escolástico, 2013).

Después de la caída del Imperio Romano, la alimentación se realizaba en tabernas o en posadas. En el año 1200 presentan indicios de casas de comida ubicada en Londres, París y en otros lugares en los cuales podían adquirirse platos ya preparados. Es de esta forma, que es factible determinar que las cafeterías son los antepasados de los restaurantes (Escolástico, 2013).

El primer restaurante al cual se lo podía denominar con este nombre apareció en París aproximadamente en el año de 1765. Su propietario fue Monsieur Boulanger quien grabó una descripción en la puerta principal la cual decía: “venid a mí todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restauraré” (Otero, 2012).

El restaurante de Monsieur Boulanger, el Champú d’Oiseau, era un lugar exclusivo por sus elevados precios y sus complejas preparaciones. Todo aquel que iba a este establecimiento era considerado como una persona de alta alcurnia y de renombre. Boulanger amplió su menú sin corregir y es así como nació el negocio de restaurante (Otero, 2012).

Boulangier ofrecía un amplio menú del cual se podía escoger lo que deseaba comer, además de tener horarios fijos para el almuerzo o cena. Es desde este momento que las casas de comida pasaron a ser restaurantes (Otero, 2012).

1.2.1 Origen del nombre restaurante

El origen de este nombre se vincula con la idea de “restauración” de la fuerza y energía que las personas necesitan partiendo de la ingesta de alimentos. La palabra “restaurants” que proviene del francés significa restaurativo. Dicha palabra se expandió por toda Europa modificándose en ciertos países como en Polonia que se lo cambió a “restoran”, “restaurante” o “restauracja” (Planetaurioso, 2008).

1.3 Clasificación de restaurantes

Los restaurantes se pueden clasificar de acuerdo a varios conceptos: instalación, servicio, menú, etc. Se debe tomar en cuenta que el servicio a la mesa es uno de los criterios más valorados a nivel mundial (EcuRed, 2015).

1.3.1 Restaurante de lujo (Cinco tenedores)

Los restaurantes son establecimientos que se rigen por varias normas y procedimientos, estos cuentan con políticas tanto internas como externas. Aquellos establecimientos son decorados con:

“madera fina, mesas decoradas de acuerdo al ambiente que lo rodean, alfombras de colores sobrios y de buena calidad, música suave que apacigüe al cliente, luces que se puedan graduar de acuerdo a la decoración. Este tipo de establecimiento posee estándares de calidad sumamente altos tanto en alimentos como en bebidas (Cancino, 2010).”

1.3.2 Restaurante de primera (Cuatro tenedores)

Un restaurante de primera cuenta con los siguientes requerimientos:

“entrada para los clientes independiente de la del personal, sala de espera, guardarropa (en países fríos), teléfono inalámbrico, comedor con superficie adecuada a su capacidad, aire acondicionado, calefacción y refrigeración, mobiliario y decoración de primera calidad, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior, personal de servicio debidamente uniformado y cubertería de acero inoxidable (Cancino, 2010).”

1.3.3 Restaurante de segunda (Tres tenedores)

Los restaurantes de segunda cumplen con los siguientes requerimientos:

“entrada para el cliente independiente de la del personal de servicio, guardarropa, teléfono inalámbrico para el servicio al cliente, comedor con superficie adecuada a su capacidad, mobiliario de calidad, servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros, cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior, carta en consonancia con la categoría del establecimiento, personal de servicio debidamente uniformado y cubertería de acero inoxidable (Cancino, 2010).”

1.3.4 Restaurante de tercera (Dos tenedores)

Los restaurantes de tercera son aquellos que cumplen con las siguientes características:

“Comedor con superficie adecuada a su capacidad, teléfono inalámbrico, mobiliario adecuado, cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y mantelería con servilletas de tela o papel, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, cocina con fregadero con agua caliente, cámara frigorífica o nevera, despensa y extractor de humos, personal de servicio uniformado al menos con chaqueta blanca y carta sencilla (Cancino, 2010).”

1.3.5 Restaurante de cuarta (Un tenedor)

Los restaurantes de cuarta se caracterizan por contar con un: “comedor independiente de la cocina, cubertería inoxidable, vajilla de loza y vidrio, cristalería sencilla, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios decorosos, personal perfectamente aseado y una carta sencilla” (Cancino, 2010).

1.4. Clasificación de restaurantes según su tipo de comida y metodología de servicio

1.4.1 Grill-room o parrilla

Este tipo de cocina está enfocada en la americana donde se preparan carnes, pescados y mariscos normalmente a la plancha y a la parrilla. Su servicio es veloz y eficiente, este tipo de establecimientos se los decora con temática del oeste americano (Cadena, 2010).

1.4.2 Restaurante Buffet

En los años 70 surge el concepto buffet en los hoteles, también conocido como *self-service restaurant* o tenedor libre en donde se ofrecen a los clientes una gran variedad de platos a su elección (Definición.de, s.f.). El servicio dentro de este tipo de restaurante puede ser proporcionado por los mismos cocineros o meseros encargados y no hay un límite de consumo establecido ya que se

paga un precio fijo el cual normalmente incluye una bebida y postre (Cadena, 2010)

1.4.3 Restaurante de comida rápida

Los restaurantes de comida rápida nacen en el desarrollo del proceso de industrialización. Este tipo de restaurantes ofrecen comida sencilla y rápida de preparar tales como las papas fritas, hamburguesas, pizzas, etc. Este tipo de establecimiento se caracteriza por tener un servicio rápido ya que manejan tiempos mínimos al momento de entregar el pedido. También se los conoce como restaurantes callejeros o a pie de la calle (Cadena, 2011).

1.4.4 Restaurante de alta cocina gourmet

En este tipo de establecimiento se realiza preparaciones con ingredientes de muy alta calidad, se cuida mucho la estética y armonía de sus decoraciones.

El pedido se lo realiza mediante una carta preestablecida y su precio varía de acuerdo al tipo de preparación y proteína que se utiliza (Cadena, 2010).

1.4.5 Comida para llevar o *Take away*

Son restaurantes en los cuales sus productos se encuentran en vitrinas. Se confeccionan menús de acuerdo al pedido del cliente. Por otra parte, la vajilla y la cubertería son desechables. Un claro ejemplo de este tipo de restaurante es las rosticerías, los asaderos de pollos, entre otros (Cadena, 2010).

1.4.6 Definición de restaurante temático.

Jorge Valencia, arquitecto nacido en Bogotá, Colombia, actualmente se desempeña como profesor de planta y asesor de tesis en la facultad de

administración de empresas turísticas y hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, ha escrito varios libros relacionados con el aspecto turístico. El define a un restaurante temático como un "establecimiento en el cual la decoración y demás complementos del local están en sintonía con el producto ofertado, como atracción principal de los clientes" (OMT, 1998).

Un restaurante temático puede tener un aporte importante con el turismo gastronómico, tanto nacional como extranjero. Siendo el cacao uno de los principales iconos gastronómico del Ecuador, el hacer platos de sal fusionados con el cacao y sus derivados representan un atractivo sin igual para el turismo gastronómico.

1.5 Definición de mercado turístico.

El turismo es una actividad sumamente importante, pues genera altos ingresos en todos los países que gozan de él. Así mismo, la industria del turismo tiene varios componentes tanto gubernamentales como no gubernamentales; estas organizaciones se encargan de prestar servicio (hoteles, moteles, resorts y transportes) a los viajeros fuera de su entorno normal (Powers y Barrows, 2003).

Nuestro país por sus características atrae a un sinnúmero de turistas tanto nacionales como extranjeros, esto permite que los servicios gastronómicos sean un negocio atractivo, más aún si son representativos del país y son innovadores.

1.5.1 Mercado turístico en el Ecuador

El turismo en el Ecuador y en el mundo entero es una de las actividades más importantes, puesto que influye en el estilo de vida, no sólo para la persona que

brinda el servicio sino para el que va a recibirlo. Existen varios factores que podrían mejorar la experiencia de un turista. Uno de los factores más importantes es el manejo adecuado de los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente. La Organización Mundial de Turismo (OMT) está encargada de promover el turismo a nivel global. Según la OMT “se define a la actividad de turismo como actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos” (OMT, 2012).

En el 2012 el Ecuador aumentó hasta en un 15% en el aspecto turístico. Esto dejó una ganancia aproximada de \$460 millones, superando al año pasado el cual fue de \$1.200 millones. Por lo tanto, se genera un crecimiento del 5% en el turismo ecuatoriano (El telégrafo, 2012).

Se puede afirmar que el turismo en el Ecuador es un ingreso significativo e importante, el turista que visita nuestro país no lo hace solo por la diversidad de paisaje, clima y actividades que pueden desarrollar, sino también por la variedad gastronómica. Aprovechando este potencial y siendo el cacao uno de los productos más conocidos en todo el mundo se debe ofertar al turista una alternativa de fusión dulce sal, con este producto presentando preparaciones atractivas con sabores y texturas distintas todo esto enmarcado en el campo de la salud y nutrición.

1.6 Historia del cacao

El cacao es una fruta tropical, la cual fue domesticada por los toltecas, aztecas y mayas aproximadamente hace 2000 años, antes del descubrimiento de América. El uso que se le daba a esta fruta era variado, se lo solía emplear como moneda de intercambio y también para elaborar una bebida llamada xocoatl la cual era muy amarga. El uso del cacao en Europa comenzó en 1550

mejorando la bebida xocoatl al agregarle leche, azúcar y vainilla. Esta bebida solo podía ser consumida por la corte y realeza europea. Años después el consumo de la misma se extendió a todas las clases sociales europeas, por lo cual se produjo una gran demanda del grano a nivel mundial (Soria, s.f.).

La primera fábrica productora de chocolate se abrió en 1819 esta fue Nestlé representada en ese momento por el suizo François-Louis Cailler.

Investigaciones realizadas por arqueólogos ecuatorianos y franceses afirman haber encontrado restos de una cultura ubicada al sureste de nuestro país. Estos arqueólogos hallaron evidencia física y química de cacao fino de aroma, en la provincia de Zamora Chinchipe.

Según Francisco Valdez quien estaba a cargo de la investigación de los yacimientos de Santa Ana- la florida en Zamora Chinchipe asevera que el cacao fue criado en la alta Amazonia hace 7000 años y trasladado de alguna forma a Centro América (Guerrero, s.f.).

1.7 Inicio del cultivo de cacao en el Ecuador

En la segunda mitad del siglo XVI el negocio del cacao fue extremadamente rentable lo cual llamó mucho la atención de empresarios guayaquileños. Estos empresarios comenzaron a sembrar el fruto a pesar de la prohibición impuesta por las células reales. El cacao era comercializado clandestinamente desde Guayaquil hasta Acapulco y luego a Caracas, esto alarmó al cabildo del sector el cual en 1778 envió una solicitud al Rey y a la corte para que frenara la producción y la distribución del cacao en Guayaquil. Después de un tiempo se dieron cuenta que esto no funcionaba y en 1789 el Rey Carlos IV permitió que se cultive y exporte el cacao en Guayaquil (Soria, s.f.).

1.7.1 Cultivo del cacao en las costas ecuatorianas durante la colonia

Según el doctor Jorge Soria Vascos historiador ecuatoriano, señala que en 1600 ya existían pequeñas plantaciones ubicadas a orillas del río Guayas, estas se expandían hasta Daule y Babahoyo río arriba, gracias a esta descripción se originó el nombre de cacao arriba en el mercado internacional. La venta y cultivo de éste producto fueron incrementando a pesar de que su exportación se la realizaba clandestinamente (Soria, s.f.).

1.7.2 Tipos de cacao en el Ecuador

En el Ecuador existen 2 variedades distintas de cacao las cuales son: nacional o cacao arriba y el CCN-51.

1._ Nacional o cacao arriba._ Es uno de los más exquisitos cacaos finos de aroma, se caracteriza por sus sabores y olores afrutados. Todo esto hace que este tipo de producto presente una gran demanda a nivel mundial. La producción de esta fruta es totalmente orgánica, es decir, no se usa ningún tipo de pesticidas o productos que puedan contaminar a la planta. Hoy en día en el Ecuador se elaboran productos a base del cacao como chocolates, que incluye cierto porcentaje de cacao que varía desde el 100% que se considera un chocolate amargo hasta uno de 55% que se lo considera un chocolate semi-amargo. Es imprescindible recalcar que también se elabora bebidas, snacks y bombones a base de la “pepa de oro” (Tandazo, 2014).

2._ CCN-51._ Es un cacao clonado de origen ecuatoriano, se puede decir que es corriente o común. El CCN-51 fue descubierto en 1965 después de muchas investigaciones por el agrónomo Homero Castro Zurita. Una de las ventajas de esta sepa es que es resistente a las enfermedades como “escoba de bruja y monilla”, es de alta productividad y calidad. Cabe recalcar que las exportaciones desde el 2005 de este clon han sido de 130,000 TM a países como México, Colombia, España y China (Fajardo, s.f.).

1.7.3 Derivados del cacao

Existen varios productos que se derivan del cacao, estos productos se obtienen al ser mezclados con otros agentes que logran modificar las propiedades organolépticas del cacao.

Derivados:

1._ Manteca de cacao._ Se obtiene al someter la masa o licor de cacao a presión o a grandes temperaturas; tiene una textura líquida, color amarillo pálido (Simón, 2012).

2._ Cacao en polvo._ Es un polvo seco de color café que se obtiene al triturar la pepa de cacao, no es amargo ni ácido. No contiene impurezas ni sabores que no sean propios de la pepa. Se lo usa mucho para elaborar galletas, helados y bebidas (Simón, 2012).

3._ Licor de cacao._ Se lo puede encontrar en dos estados, líquido o sólido, es de color café oscuro, no es amargo, ni ácido, sino dulce. Para la elaboración de este producto se emplea el cacao de fino aroma. Es indispensable para la producción de coberturas y chocolate (Simón, 2012).

4._ Chocolate._ Se obtiene al mezclar el cacao molido con azúcar y manteca de cacao, de acuerdo a la mezcla de estos componentes se puede elaborar chocolate amargo y semi-amargo. Este último es el derivado que más se usa en las empresas de A&B (Simón, 2012).

1.7.4 Principales productores de cacao en el Ecuador

Los principales productores de cacao en el Ecuador son las provincias pertenecientes a la región costa: Los Ríos, Guayas y Manabí. Poseen un porcentaje de 3.79, 1.32 y – 1.81 respectivamente en el 2008. A pesar de que en Manabí se presenta un decaimiento en el porcentaje de cacao, esta es la

provincia que más se dedica a cosechar este producto. Por otro lado, en la región costa la provincia de Manabí tiene una superficie de (92839 Has) en la cual se cosecha el cacao, Los Ríos con (84.222 Has) y por último Guayas con (79.768 Has). Se podría decir que tiene un 13.60% en productividad a comparación del Guayas y Los Ríos tienen un 32.03%, 23.56% respectivamente (Schmid, 2013).

Es posible establecer que el 61,073 TM (39%) son productores pequeños mientras que el 64,618 TM (42%) son productores medianos y finalmente el 28,854 TM (19%) son productores mayoristas (Schmid, 2013).

1.8 Nuevas tendencias a base de chocolate

Existen variedades extraordinarias de productos gastronómicos los cuales se emplean para la elaboración de muchos platos ya sean gourmets, de autor o nacionales. Gracias a que la gastronomía ha ido evolucionando de una forma muy rápida y diversa se están empleando nuevas tendencias y técnicas las cuales se van arraigando poco a poco en la cultura culinaria de varios países europeos y sudamericanos.

Una de las tendencias más llamativas y extraordinarias que se han dado en el ámbito gastronómico es el uso del chocolate en la cocina de sal.

Cada vez son más los curiosos que se dejan tentar por chocolates con nuevas texturas, por sabores que son fuera de lo común y sorprendentes. Es un extenso mundo de degustación e historia que hace de este producto, no únicamente un ingrediente más en la pastelería y en la repostería, sino en las comidas de sal.

Hay fusiones que inicialmente pueden ser extravagantes, pero que de acuerdo a su preparación, resaltarán sabores particulares de las preparaciones (Chocozona, 2014).

El chocolate tiene sabores muy particulares, capaces de mejorar y potencializar sabores tan simples como el de la menta o el del cardamomo, y de forma muy especial, el de ciertas proteínas. Una pizca es suficiente para conseguir dicho efecto. Un claro ejemplo de lo enunciado es la Sal Popular Maldon, que es una sal marina en escamas 100% pura, producida desde hace más de 130 años la cual resalta como ninguna otra el sabor del chocolate (Chocozona, 2014).

Con el fin de celebrar tantos años de existencia, algunos chefs de reconocido prestigio publicaron en el libro 'Desert Island Dishes', recetas utilizando el chocolate como ingrediente estrella. Tal es el caso de los Caramelos Blandos de Chocolate con Almendras y Sal; Fondant de Chocolate Salado, entre otros. En la cocina Mexicana este concepto va más allá, parten del criterio de que las grasas y aceites del cacao son muy buenas por sus bajos niveles de colesterol y su alto contenido nutricional. Además su aroma y sabor destacan los sabores de los alimentos con los que se les fusiona. No es raro que en la elaboración del chorizo se use chocolate y que se agreguen productos del cacao a los sabores tradicionales (Chocozona, 2014).

La comida latina se presta muy bien para esta fusión, hay una diversidad de platos, ricos en grasa como el cerdo y tocinetas, o fríos como el pescado u otros mariscos, que al usar un toque de chocolate permite destacar su sabor y/o darles un aroma que despierta al paladar (Chocozona, 2014).

Entonces el siguiente paso es poner a volar la imaginación y aprovechar el conocimiento y la calidad del chocolate ecuatoriano para dar origen a nuevos sabores que hagan de esta fusión, algo extraordinario.

CAPÍTULO II PLAN ESTRATÉGICO

2.1 Descripción del negocio

Es una herramienta importante de mercadeo la cual nos permite describir el negocio, también permite llegar al cliente de una manera clara y eficaz.

2.1.1 Misión:

“Lo dulce de la sal”, es una empresa unipersonal en el área alimenticia, que ofrece preparaciones fusión sal chocolate, preparados por cocineros con un alto nivel gastronómico, utilizando productos de calidad y ofreciendo un servicio personalizado. Dirigido a personas de todas las edades, de estratos sociales medio alto y alto.

2.1.2 Visión:

El restaurante temático “Lo dulce de la sal”, pretende ser el número uno en la ciudad de Quito, en un lapso de 4 años; ofreciendo un servicio personalizado y con un menú innovador y original en preparaciones que fusionen lo dulce con lo salado.

El servicio se brindará en un ambiente cálido y familiar siendo la prioridad la satisfacción del cliente y el uso de productos de primera calidad.

2.1.3 Características del negocio

Indica las cualidades que debe tener el negocio, estas pueden variar de acuerdo al enfoque que tenga cada una de los proyectos. En este caso las características son:

- Es un restaurante temático de chocolate.

- El principal ingrediente de todas las preparaciones que ofrece el restaurante, es uno de los iconos más representativos de nuestro país a nivel mundial el cacao fino de aroma y sus derivados.
- Es una oferta gastronómica diferente que fusiona lo dulce con la sal. Presentado de una manera atractiva con texturas y sabores innovadores, tomando en cuenta lo nutritivo y lo saludable al momento de fusionarlas.

2.1.3.1 Naturaleza del negocio

Este proyecto pretende poner a disposición del público un restaurante de comida temática de chocolate, ofreciendo un servicio personalizado y de alta calidad, en un ambiente acogedor y familiar en el cual el principal compromiso sea la satisfacción del cliente.

Los platos del menú se caracterizarán por la creatividad y armonía de los ingredientes realizando de una manera diferente los sabores propios de las comidas de sal.

También se pretende enseñar al consumidor que se puede equilibrar lo salado con lo dulce elaborando preparaciones exquisitas y con un alto contenido nutricional que no van afectar su salud.

Por la variedad de tipos de chocolates fabricados en nuestro país, existe la posibilidad de ofrecer al cliente salsas, espumas, esterificaciones y más preparaciones con sabores distintos y únicos.

Todas estas preparaciones serán elaboradas por personal altamente capacitadas y conocedoras del tema. Se mantendrán estándares de higiene y calidad desde el manejo de los alimentos hasta la elaboración del producto final garantizando la sanidad y el sabor.

El segmento de mercado al que está dirigido el restaurante “Lo dulce de la sal” es a la población nacional y extranjera de toda edad, de nivel socio económico medio alto y alto que disfruten de degustar una gastronomía diferente e innovadora.

Tanto la estructura administrativa como financiera está dirigida a garantizar la permanencia del proyecto y de generar réditos económicos.

2.1.3.2 Localización

Según las características del negocio se ha elegido dos puntos estratégicos, los cuales son muy frecuentados por personas extranjeras y nacionales.

Tabla 1: Tabla comparativa de localización

PONDERACIÓN	FACTORES	LA FLORESTA		JIPIJAP	
				A	
50%	Clientes	5	2.5	3	1.5
5%	Infraestructura (Arriendo o propio)	5	0.25	4	0.2
5%	Servicios	5	0.25	4	0.2
10%	Transporte	5	0.5	5	0.5
20%	Competidores	2	0.4	3	0.6
5%	Materia Prima	5	0.25	4	0.2
5%	Inversión	5	0.25	4	0.2
100%			4.4		3.4

Nota: Excelente 5, Muy buena 4 Buena 3, Regular 2, Malo 1

Tomado de: Chef Gabriel Mena

El restaurante estará ubicado en la Av. Isabela Católica entre Coruña y C. Gangotena, ya que este sector es muy comercial y concurrido tanto por personas extranjeras y ecuatorianas, aparte de todo esto se encuentran hoteles, hostales y restaurantes de nivel medio alto y alto.

Las características de la zona antes mencionadas exigen una inversión importante en la infraestructura, en la calidad de los productos y del servicio; sin embargo esta puede ser devengada a mediano plazo, por el nivel social de los potenciales clientes y la fácil accesibilidad al sitio.

No existe competencia directa para el restaurante, puesto que esta temática es nueva y no ha sido explorada antes.

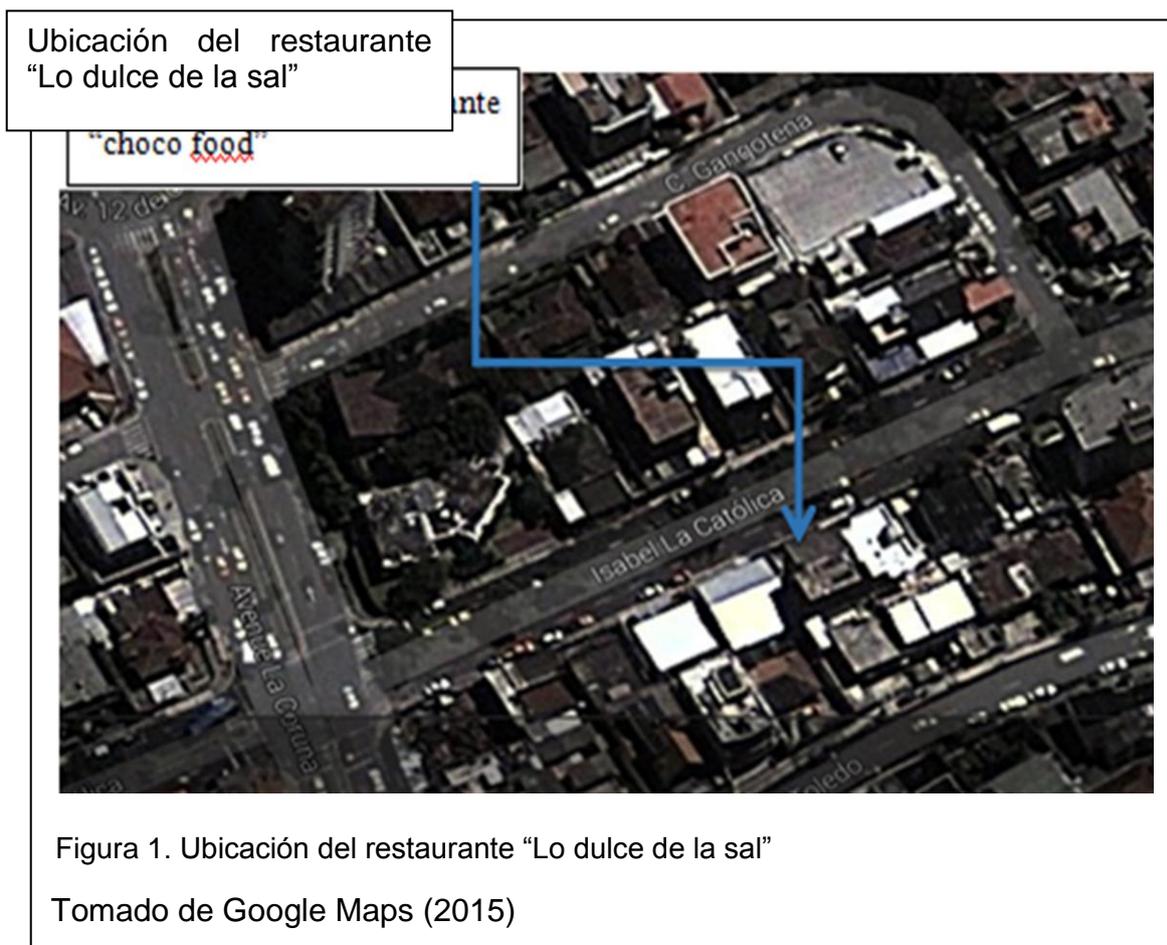


Figura 1. Ubicación del restaurante "Lo dulce de la sal"

Tomado de Google Maps (2015)

2.2 Análisis del entorno

2.2.1 Factores económicos

Matriz de impacto

Restaurante temático de chocolate

Análisis de macro entorno

Tabla 2: Matriz de impacto - Aspecto económico

		Aspecto Económico		Probabilidad que ocurra		
		0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%
Magnitud de impacto negativo	Alto				1	
	Medio		2			
	Bajo	3				
Aspecto Económico	Impuestos	1	Inflación	2	Balanza comercial	3

Tomado de: Chef Gabriel Mena

Impuestos._ Este es un factor determinante para establecer el precio del producto, ya que si hay un alza en el IVA, sería necesario subir el valor de nuestra carta en general, lo cual puede causar una molestia para el consumidor y esto podría provocar la disminución del mercado meta.

Inflación._ Esta provoca la elevación de los costos de la materia prima, transporte, entre otros, que impactan directamente sobre el precio de la carta. Algo similar ocurre con la economía del consumidor que disminuye su consumo en restaurantes.

Balanza general._ Ciertos insumos que se usarán para la elaboración del producto final serán importados, lo cual hace que el precio de los mismos sea un poco más elevado del normal, pero como son muy pocos productos no influye de manera drástica en los gastos previstos del restaurante.

2.2.2 Factores culturales

Tabla 3: Matriz de impacto - Factor cultural

Factores culturales		Probabilidad que ocurra				
		0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%
Magnitud de impacto negativo	Alto			1		
	Medio		2			
	Bajo	1				
Factores cultural	Tradición de consumo	1	Moda de consumo	2		

Tomado de: Chef Gabriel Mena

Tradición de consumo._ Este factor es uno de los más perjudiciales para “Lo dulce de la sal”, pues los quiteños se caracterizan por consumir comida tradicional y realmente sería muy difícil que se adapten a un nuevo tipo de comida exótica.

Moda de consumo._ Este tipo de factor es favorable para “Lo dulce de la sal”, en razón de que siendo un restaurante con un concepto distinto al tradicional, se requiere contar con esta tendencia de moda, que es optar por ideas innovadoras y diferentes.

2.2.3 Factores normativos

Tabla 4: Matriz de impacto – Factor normativo

		Factores Normativos		Probabilidad que ocurra			
		0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%	
Magnitud de impacto negativo	Alto						
	Medio	2					
	Bajo	1					
Factores Normativos		Permiso de funcionamiento	1	Registro sanitario	2		

Tomado de: Chef Gabriel Mena

Permiso de funcionamiento._ Este factor no afectará al restaurante “Lo dulce de la sal”, puesto que cumplirá con todas las normas necesarias para su funcionamiento, pero si con el tiempo las normas se tornan más drásticas y exigentes si se verá afectada en el aspecto económico.

Registro sanitarios._ Este factor no afectará al restaurante ya que tendrá todos los permisos sanitarios correspondientes para su funcionamiento.

2.2.4 Factores tecnológicos

Tabla 5: Matriz de impacto – Factor tecnológico

		Factores Tecnológicos					Probabilidad que ocurra					
		0 – 20%	21 – 40%	41 – 60%	61 – 80%	81 – 100%						
Magnitud de impacto negativo	Alto				1							
	Medio											
	Bajo	1										
	Factores Tecnológico	Internet										

Tomado de: Chef Gabriel Mena

Internet._ Esta herramienta será una de las más importantes para el negocio, pues mediante la misma se podrá dar a conocer el restaurante a nivel nacional.

2.3 Matriz FODA

2.3.1 Análisis de competitividad

De acuerdo a las características del restaurante “Lo Dulce de la sal”, al nicho de mercado al que va dirigido y a su localización, existen solo tres restaurantes con características similares estos son: Lo Nuestro, La choza y Patria.

Los establecimientos arriba mencionados están ubicados en la ciudad de Quito, su carta se conforma de platos que usan en sus preparaciones productos ecuatorianos con características que le hacen diferentes a las preparaciones tradicionales, y sus costos están dirigidos a la clase media y alta.

Para obtener esta información se visitó cada uno de estos restaurantes a fin de conocer más a fondo la carta y el concepto del negocio.

Esto se representa en la tabla 6 (Análisis de competitividad)

Tabla 6: Análisis de competitividad - Matriz FODA

Análisis de competitividad					
	Lo Nuestro	La choza	Patria	Lo dulce de la sal	Conclusión
Atributos del restaurante					
Variedad del menú	D	F	F	F	Característica común +
Presentación	D	D	F	F	Característica común +
Servicio	F	F	F	F	Característica común +
Productos frescos	F	F	F	F	Característica común +
Ambiente	D	D	D	F	Factor crítico de éxito
Atributos de precios					
Precios	F	F	F	F	Característica común +
Opciones de pago	F	F	F	F	Característica común +
Atributos de plaza					
Cientela de nicho comida fusión	D	D	F	F	Característica común +
Fácil ubicación del negocio	F	F	D	F	Característica común +
Cercanía	F	F	D	F	Característica común +
Atributos de promoción					
Descuentos	D	D	D	F	Factor crítico de éxito
Promociones	D	D	D	D	Oportunidad
Atributos de personalización					
Sabor excelente	D	D	F	F	Característica común +
Presentación del productos	D	D	D	F	Factor crítico de éxito
Comparto una F	Característica común positiva				
Todos tienen F	Característica común positiva				
Solo nosotros tenemos F	Factor crítico de éxito /Ventaja competitiva				
Comparto una D	Debilidad				
Solo nosotros tenemos D	Amenaza				
Todos tienen D	Oportunidad				

Tabla 7: Análisis FODA

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mayor fortaleza de Lo dulce de la sal es el menú, en cuanto se refiere a calidad del producto y presentación del plato logrando así preparaciones exquisitas y saludables. - En Lo dulce de la sal sólo se emplearán y servirán productos ecuatorianos. - Lo dulce de la sal posee un ambiente distinto al que usualmente suelen tener los restaurantes de cocina típica ecuatoriana. Su ambiente será elegante, moderno, relajado procurando activar todos los sentidos que lleven a un placer total al momento de ingerir los alimentos. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - El consumidor se siente atraído por lo nuevo. Lo dulce de la sal en su apertura aprovechará su primer contacto con el cliente, dejando la mejor impresión tanto en producto y servicio; así el posicionamiento en el mercado será rápido. - Lo dulce de la sal como parte del marketing, semanalmente tendrá un producto estrella y los platos elaborados con este tendrán una promoción. - No se identifica competencia directa alguna, a pesar de ser muy interesante e innovadora la perspectiva y concepto del restaurante Lo dulce de la sal. - El nicho de mercado al que está enfocado Lo dulce de la sal, es propenso a interesarse por degustar sabores nuevos.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dentro de la estructura interna del restaurante, se cuenta con un solo chef esto no permite establecer una segunda opinión al momento de estructurar el menú - En el Ecuador, dentro del mercado laboral existen un grupo muy limitado de chefs especializados en la creación de menús a base de chocolate; lo cual limita la opción de escoger al profesional. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lo dulce de la sal funciona con los mismos precios de la competencia, fijados en relación de su posicionamiento en el mercado. Al ser un restaurante nuevo estos podrían no cubrir el punto de equilibrio

2.3.2 Ventajas competitivas

Presentación del producto._ Lo dulce de la sal presentará sus platos a base de chocolate de una forma innovadora, fusionando productos de sal y de dulce, que finalmente modificarán los sabores, colores y texturas tradicionales, dando paso a una nueva tendencia de comida. Para su elaboración se utilizará materia prima de primera calidad y rescatará productos que ya no se usan, pero que son saludables.

Descuentos._ Lo dulce de la sal tendrá cada dos meses un producto estrella, con el que elaborará un menú de degustación, que tendrán un descuento especial, haciéndolo más atractivo para el cliente y permitiendo al restaurante analizar la posibilidad de que alguna de las preparaciones forme parte de la carta principal.

Ambiente._ Lo dulce de la sal contará con un ambiente elegante, moderno y relajado, para que sus clientes disfruten sus alimentos de una manera más placentera.

Conclusión: Según el análisis se concluye que el restaurante “Lo dulce de la sal” es un proyecto viable, debido a que esta nueva oferta gastronómica es interesante y el nicho del mercado al que está dirigido tiene una buena predisposición a probar cosas nuevas.

CAPÍTULO III PLAN OPERATIVO

3.1 Fases de Planificación

3.1.1 Plan Técnico

Permite tener un concepto claro al momento de realizar los procesos destinados a generar el producto o servicio que se va a brindar al cliente (Palacios, 2012).

3.1.1.1 Definir la capacidad instalada

Es la disponibilidad de la infraestructura que se posee para producir bienes o servicios, esta puede indicar la producción anual (Mejía, 2013)

- Tiempo de ciclo

Tabla 8: Tiempo para servicio

Servicio	Tiempo
Bienvenida al cliente	1 minutos
Entrega del menú	2 minutos
Toma del pedido	5 minutos
Entrega del pedido	10 minutos
Consumo del plato	45 minutos
Entrega de la cuenta	4 minutos
Despedida del cliente	1 minuto
Total tiempo de ciclo	68 minutos

- Determinar los espacios para el salón y cocina aplicando la regla del porcentaje.

(Ecuación 1)

$$\text{Espacio} = \text{Área total} \times \left(\frac{\%}{100} \right)$$

$$\text{Espacio} = 289\text{m}^2 \times \left(\frac{60\%}{100} \right) = 173,4 \text{ metros de salón}$$

Referencias:

Área total = *Espacio total con el que cuenta el restaurante*

% = Área del salón (60% del área total)

100 = Corresponde a la totalidad del área del restaurante

- Cálculo de la capacidad de puestos sabiendo el área con la que cuenta el establecimiento.

El área total es de 289 metros cuadrados. El 40% está destinado a cocina (115.6 metros cuadrados) y el 60% al salón, esto es 173,4 metros cuadrados.

(Ecuación 2)

$$C = \frac{L (m) \times A (m)}{e (m) + 0.20\text{m}^2}$$

$$C = \frac{13.18\text{m} \times 13.18\text{m}}{1.2 \text{ m}^2 + 0.20\text{m}^2} = 124 \text{ Puestos}$$

Referencias:

C = Capacidad instalada

l = Largo del restaurante (metros)

A = Ancho del restaurante (metros)

e = Espacio que ocupa el cliente según el tipo de establecimiento

0,20 m² = Constante de espacio para servicio y mobiliario

- Capacidad máxima de asientos

$$\text{Capacidad máxima de asientos} = \frac{\# \text{ de asientos} \times \text{horas del servicio}}{\text{Tiempo de ciclo de servicio}}$$

$$\text{Capacidad máxima de asientos} = \frac{124 \times 5}{68} = 9.11$$

- Eficiencia 60% de ocupación

$$\# \text{ Asientos} \times \% \text{ de Ocupación} = \text{Eficiencia}$$

$$124 \times \% 0.6 = 74.40\%$$

Referencias:

De asientos = 124 asientos en total

Horas del servicio = 5 e calcula un servicio estimado de 5 horas diarias

Tiempo de ciclo de servicio = 60 minutos desde que el comensal llega hasta su partida

- Horario de funcionamiento

Tabla 9: Horario de atención

Horario de Atención	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	No hay atención	10:30 Am a 3:00 Pm	8:00 Am a 4:00 Pm				
	No hay atención	7:30 Pm a 11:00 Pm					

3.1.1.2 Menú



Figura 2. Menú

3.1.1.3 Receta Estándar

RECETA ESTÁNDAR						
		FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS				
NOMBRE DE LA RECETA		Cheesecake				
GÉNERO		Frio				
RES O MATERIA						
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		10 pax				
PROFESOR						
FECHA DE ELABORACIÓN		15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN						
TALLER / BATERÍA A OCUPAR						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES	
0,6	kg	Galleta de chocolate	\$ 4,00	\$ 2,40		
0,15	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 1,47		
0,04	kg	Queso crema	\$ 8,44	\$ 0,34		
0,3	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,33		
0,3	ml	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 1,16		
0,1	kg	Nueces	\$ 22,50	\$ 2,25		
3	lt	Yogurt	\$ 4,12	\$ 12,36		
0,1	kr	Gelatina	\$ 24,66	\$ 2,47		
0,3	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 4,11		
9	und	Yemas	\$ 0,16	\$ 1,44		
			VALOR TOTAL	\$ 28,32		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO				
		<p>1.-Muele las galletas de chocolate y mézclalas con la mantequilla derretida. Cubre el fondo de cuatro moldes individuales.</p> <p>2.-Pon a calentar la nata en una cazuela con la mitad del azúcar y el chocolate. Cuando el chocolate se haya derretido, mezcla bien y agrega la hoja de gelatina remojada en agua fría. Añade también el queso y mezcla todo con unas varillas. Deja que se temple.</p> <p>3.-En un recipiente coloca las yemas y la otra mitad del azúcar y monta las yemas con una batidora de varillas. Mézclalo con la mezcla de la nata y chocolate templado. Vierte la masa a los moldes y deja que se enfríe.</p> <p>4.-Sirve las tartaletas de cheesecake de chocolate sobre una cama de yogurt y adorna con unas frambuesas, grosellas, unos arándanos y unas hojas de menta.</p>				
Enviado Por:		Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:				
Autorizado Por:		Supervisado Por				

3.1.1.4 Cuadro de insumos y materias primas

Proveedores:

- Mega maxi
- Súper maxi
- Santa María
- Mercado Ñaquito
- Mercado central

Tabla 10: Materia prima e insumos

MATERIA PRIMA			INSUMO
Agua	Pecanas	Crema de leche	Papel Film
Carne de res	Arándanos	Orégano	Papel absorbente
Carne de Pollo	Zanahoria	Sal	Lava
Camarones	Cilantro	Papa chola	Papel encerado
Carne de cerdo	Choclo	Empanadas de Viento	Trapos para limpiar mesones
Arroz	cebolla blanca	Mora	Envases plásticos
Nueces	Ají	Frutilla	Bolsas plásticas
Guindas	Lomo fino	Azúcar	
Canguil	Limón verde	Mantequilla	
Tostado	Perejil	Leche	
Cerezas	Huevo	Queso fresco	
Canela	cebolla puerro	Harina de maíz	

Tomate	Pimiento rojo	Queso criollo	
Limón sutil	Romero	Maicena	
Cebolla colorada	Paprika	Esencia de Vainilla	Galletas de chocolate
Vinagre Blanco	Aceite	Esencia de Anís	Queso crema
Maní	Sal en grano	Pasas	Almendras
Amaretto	Apio	Cedrón	Chocolate
Tomate riñón	Zanahoria baby	Aguardiente	Brandy
Pimiento rojo	Naranja	Risotto	Jengibre
Cebolla perla	Taxo	Anís Dulce	Tocino
Zanahoria Blanca	Salsa de tomate	Gelatina	Clavo de olor
Fondo de res	harina de trigo	Guayaba	Azúcar en polvo

3.1.1.5 Cuadro de tecnología y equipamiento

Tabla 11: Equipamiento de cocina

Equipamiento Cocina	
Cuchara de acero inoxidable	Tazón de acero Inoxidable de 4 Qt
Cuchara perforada de acero inoxidable	Tazón de acero inoxidable de 5 Qt
Cuchara de 2 onzas de acero inoxidable	Tazón de acero inoxidable de 13 Qt
Pinza de acero inoxidable	Tabla de picar blanca
Batidor francés de acero inoxidable de 36 cm	Tabla de picar roja
Batidos francés de acero inoxidable de 40 cm	Tabla de picar verde
Colador malla fina de acero inoxidable	Tabla de picar negra
Sartén de aluminio de 25 cm	Pela patatas plástico
Sartén de aluminio de 30cm	Puntilla Victorinox
Olla de aluminio de 10 Qt	Cuchillo cocinero Victorinox
Cacerola de aluminio de 1.5 Qt	Cuchillo tipo sierra Victorinox
Cacerola de aluminio de 14-1/Qt	Guantes de alta temperatura
Hornos industriales de microondas	Balanza digital

Tabla 12: Equipamiento de servicio

Equipamiento Servicio	
Saleros de cristal y acero inoxidable	Salseros
Pimenteros de cristal y acero inoxidable	Cucharas largas
Bandejas antideslizantes rectangulares	Tenedor de entrada
Bandejas antideslizantes redondas	Cuchillo de entrada
Tazas de té cuadradas	Tenedor de mesa
Platos de té cuadrados	Cuchillo de mesa
Plato postre	Cuchara sopera
Plato base cuadrado	Cuchara de postre
Vaso de jugo de vidrio templado	Cuchara de café
Vaso de gaseosa y agua de vidrio templado	Cuchara de expreso
Copas de agua	Azucarera para sobres
Copas de vino	Platos de taza de expreso
Tazas de expreso	

Tabla 13: Tecnología**Proveedores:**

- Ofiexpress

Tecnología	
Software contable	Software facturación

- **Maquinaria y equipos**

Tabla 14: Cocina

Cocina	
Cocina comercial de 6 quemadores	Trampa de grasa
Freidora de papas	Refrigerador y congelador
Mesa de trabajo de pared	Mesa refrigerada
Campana de extracción de pared	Hornos
Filtro de grasa galvanizado	Vaporeras
Fregadero de 3 pozos y dos escurrideros	Empacadora al vacío
Grifo de pared	

Tabla 15: Servicio

Servicio	
Computadoras	Datafast
Impresoras	Sistema de música ambiental
Monitor táctil de comandas	Enrutador

3.1.1.6 Infraestructura física

El establecimiento es una casa de dos plantas adecuada para el funcionamiento de un restaurante. Su diseño es moderno, funcional y llamativo. Tiene espacios para recepción, entrega de productos, parqueaderos suficientes para los clientes.

La fachada del establecimiento es segura para los clientes y para el mismo local, es muy atractivo para el nicho de mercado que queremos captar, clientes de clase media alta y alta.

Se concluye que la infraestructura del restaurante es apta para el destino que se le va a dar, atrayente y visible.

3.1.1.6.1 Tamaño de la construcción

El terreno tiene 350 m². La construcción 289 m², en dos plantas de 13.18 metros cuadrados de ancho y de largo. El salón tiene 173 metros y para cocina 116 metros. La capacidad es para 124 personas y/o 31 mesas de cuatro puestos.

3.1.1.6.2 Planos arquitectónico

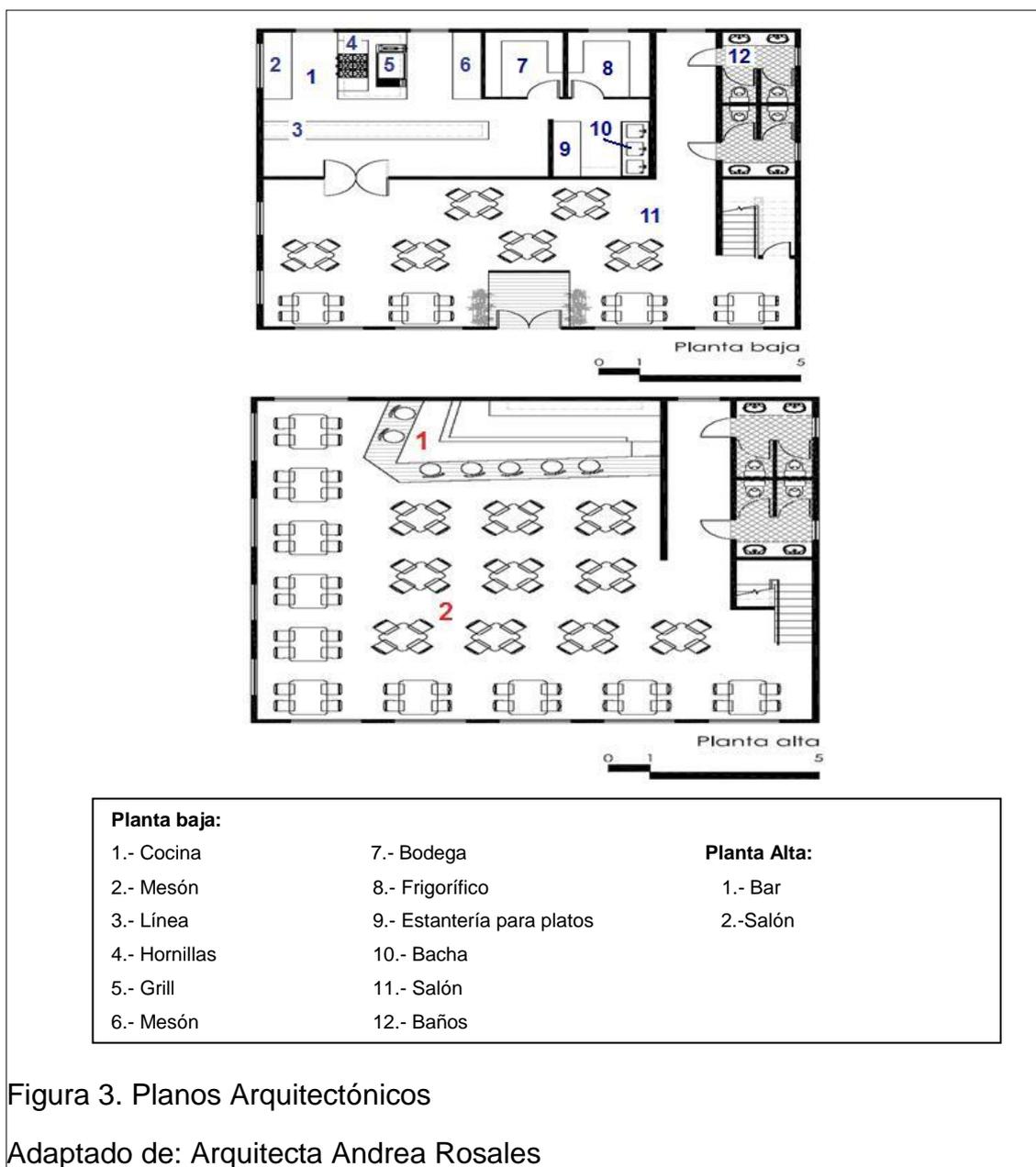


Figura 3. Planos Arquitectónicos

Adaptado de: Arquitecta Andrea Rosales

3.1.1.7 Diagrama del Macro-Proceso actual

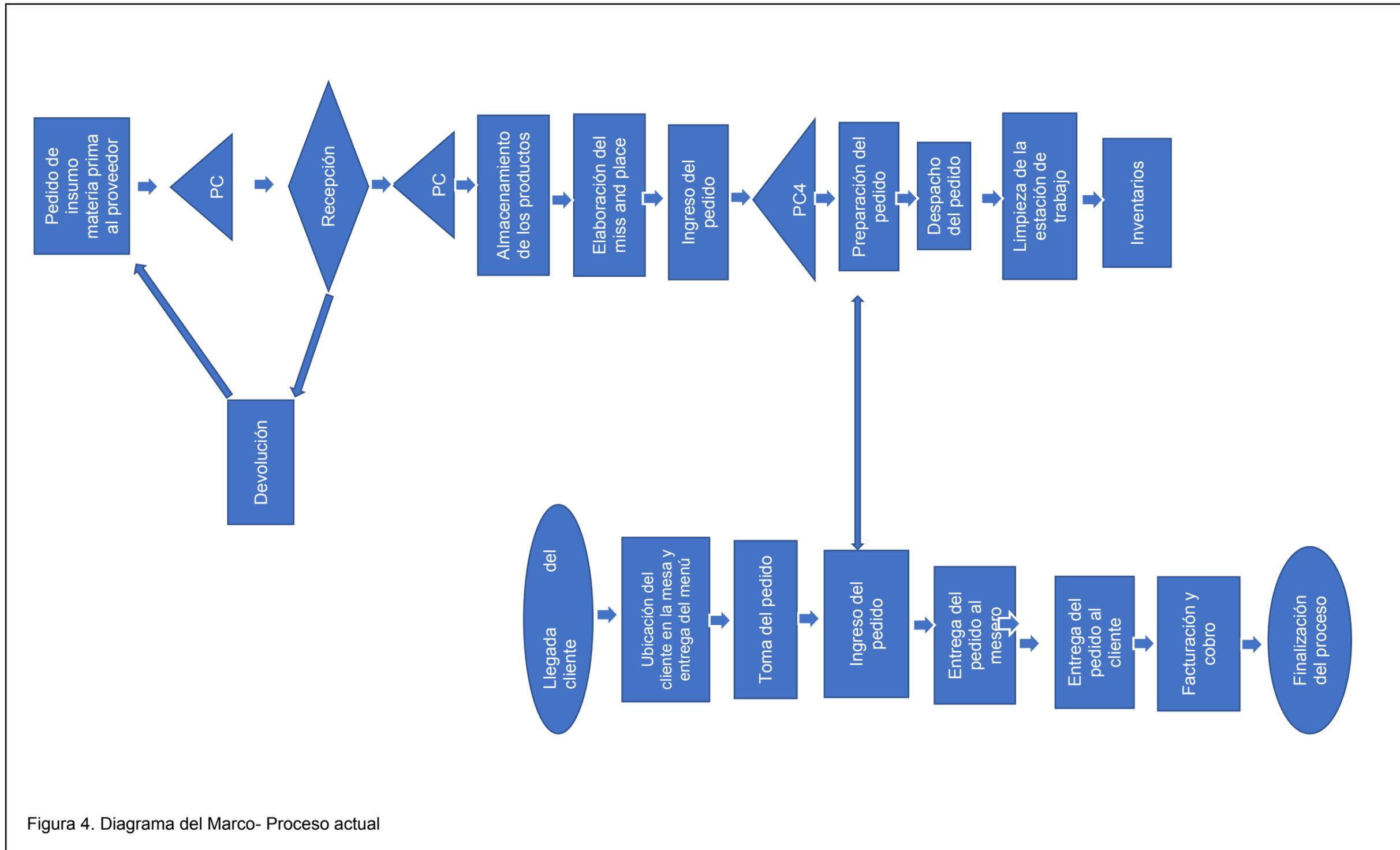


Figura 4. Diagrama del Marco- Proceso actual

Indicadores:

PC1.- La entrega del producto final debe tener un tiempo máximo de 10 a 15 minutos.

PC2.- Los productos deben estar en buenas condiciones tanto en su empaquetado como en su aspecto físico, en el caso de cárnicos ya sea de res, aves, cerdo y mariscos se debe mantener en una temperatura de 5°C (refrigeración), su olor debe ser neutro, su color debe ser pálido en el caso del pollo y cerdo. En el caso de la carne de res debe ser rojo intenso, ninguno de estos productos debe ser baboso ni contener exceso de agua.

PC3.- Si el producto no cumple los requerimientos necesarios impuestos por el restaurante serán devueltos al proveedor para que sean cambiados.

PC4.- El producto final debe ser entregado al servicio en temperaturas óptimas de 70°C para el consumo del mismo.

3.2. Plan de Organización y Recursos Humanos

Plan Organizacional y recursos humanos hace referencia a la estructura, puestos y cargas que desempeñan los trabajadores en una empresa, es un aspecto fundamental para obtener un producto y servicio de calidad para los clientes (Brito, 2010).

3.2.1. Departamentos funcionales

En base a las necesidades del negocio las principales áreas funcionales son:

- **Área de producción.**_ En ella se realizan los trabajos operativos.
- **Área de administración/ Contable.**_ Como su nombre lo indica, realizan actividades de apoyo para un funcionamiento administrativo contable eficiente.

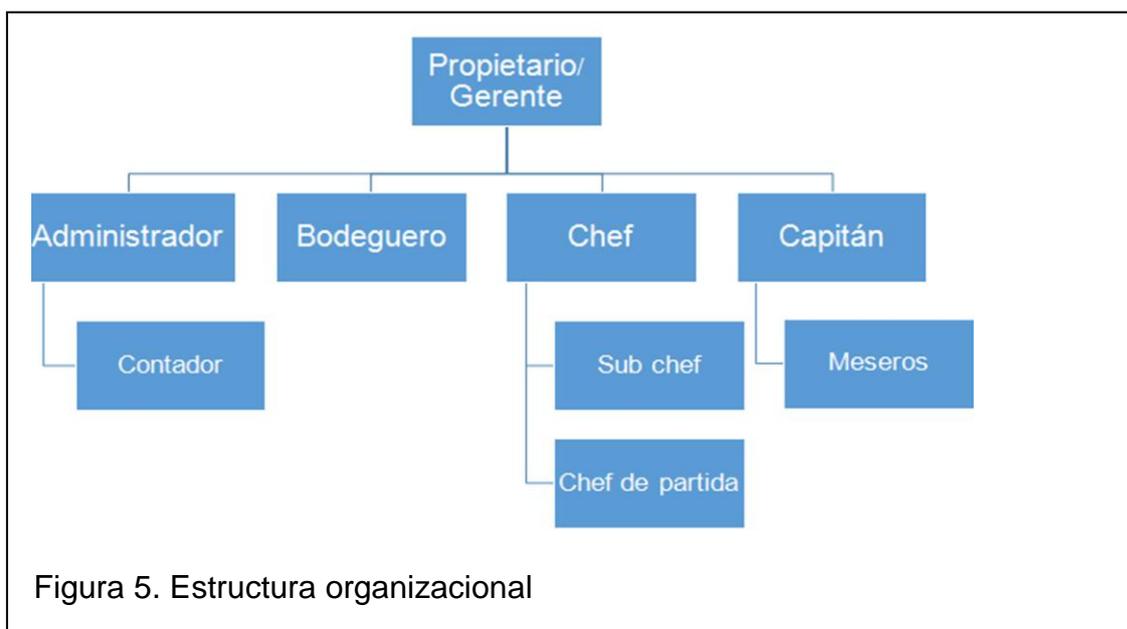
3.2.1. Inventario de recursos humanos

Tabla 16: Inventario recursos humanos

Cargo	Cantidad
Administrador	1
Chef	1
Sub Chef	1
Chef de partida	3
Contador	1
Bodeguero	2
Capitán	2
Mesero	5
Total	16

Nota: Puestos necesario para el correcto funcionamiento de la empresa

3.2.2. Organigrama (cargos)



3.2.3. Descripción de funciones

- **Propietario/ Gerente.**_ Tomar decisiones inherentes a su cargo, aportar con el capital, designar el personal administrativo.
- **Administrador.**_ Presentar estados financieros, registrar y controlar la materia prima que ingresa al establecimiento; y tomar las acciones necesarias para la correcta administración del negocio.

- **Chef.**_ Organizar, capacitar y manejar al personal que trabaja en cocina, verificar la calidad de los productos que se emplearán en la preparación de los alimentos, crear nuevos platos, elaborar menús, brindar asesoramiento sobre equipos y utensilios de cocina.
- **Sub chef.**_ Las mismas funciones del chef, en su ausencia.
- **Chef de partida.**_ Realizar el miss and place de su estación, verificar que los ingredientes estén en buen estado, realizar la preparación de los platos establecidos en el menú por el chef.
- **Proveedores.**_ Se encargan de entregar productos frescos y de buena calidad al establecimiento.
- **Contador.**_ Registrar y controlar todos los movimientos contables, cumpliendo con las normas contables establecidas en la ley, dar a conocer balances, pérdidas y ganancias, facturar, emitir cheques.

Servicio:

- **Capitán.**_ Capacitar adecuadamente al personal de servicio, verificar la calidad del producto final y del servicio brindado, recibir y despedir al cliente, asegurarse que el salón este en óptimas condiciones para atender a los comensales.
- **Meseros.**_ Atender a los cliente, anotar los pedidos, limpiar y preparar las mesa, informar cualquier irregularidad del salón al capitán, llevar el plato ordenado por el cliente, conocer el menú a la perfección, sugerir platos de la carta si se requiere, solventar cualquier pregunta del cliente, limpiar mesas, barrer, trapear el salón y las áreas externas del restaurante.

- **Stewart.-** Limpiar la loza, barre, trapea y limpia los mesones del área exclusiva de cocina

Conclusión: En este capítulo se puede concluir que los procesos del restante para generar el producto y dar el servicio son los adecuados y se los puede llevar a cabo sin ninguna complicación.

El área del restaurante es la adecuada, tiene una muy buena distribución tanto en la cocina como en el salón. El personal que se requiere para llevar adelante los procesos se encuentra con facilidad en el mercado y con el conocimiento requerido. Los equipos y bienes muebles se encuentran en el mercado a precios exequibles. La materia prima e insumos necesarios para la elaboración de los platos son de fácil acceso, tomando en cuenta que son productos nacionales se espera siempre encontrarlos en el mercado con precios que no van a variar significativamente.

CAPÍTULO IV PLAN DE MERCADO

4.1 Investigación de Mercado

Se define como la recopilación y obtención de datos del mercado, para poder tomar una correcta decisión dentro del campo del marketing estratégico y operativo (Muñiz, s.f.).

4.1.1 Objetivos

El estudio de mercado, tiene como objetivo primordial obtener información necesaria para una correcta toma de decisiones, en lo que respecta a iniciar, proseguir o finalizar con un proyecto específico. La información obtenida indicará la demanda del producto y/o servicio; y la oportunidad de presentar una oferta totalmente competitiva que permita asegurar el éxito del negocio en el tiempo.

Entre los objetivos mencionamos los siguientes:

- **Tamaño de la plaza de mercado.-** Conocer la cantidad exacta de clientes potenciales, que optarán por utilizar el servicio que se ofrece. El plazo es un año por razón de que anualmente existe un crecimiento poblacional.
- **Precio del producto.-** Conocer los precios que maneja la competencia por brindar su producto y servicio y cuánto están dispuestos a pagar por este plus.
- **Identificar gustos y preferencias.-** Tener la información necesaria para identificar los gustos y preferencias a fin de elaborar un menú que satisfaga a los potenciales clientes e incluso que permita saber hasta dónde se pueden fusionar sabores que sigan siendo atractivos.
- **Comportamiento de consumo.-** Conocer las necesidades insatisfechas del consumidor con respecto a servicios similares, al ofertado.

- **Competencias.-** Conocer cuál será la competencia directa del restaurante y cómo se maneja tanto en precios como en su servicio.
- **Canales de difusión del servicio.-** Identificar la manera más eficiente por la cual se puede llegar al cliente.

4.1.2 Análisis del mercado

Todo proyecto de negocio necesita de un estudio y análisis de mercado con la finalidad de determinar las condiciones, las oportunidades y las estrategias que se deben llevar adelante para terminar exitosamente el proyecto que se pretende realizar.

A fin de determinar el segmento de mercado se usará los datos indicados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, INEC. Censo 2010.

Tabla 17: Análisis del tamaño de la plaza de mercado

Variables de segmentación	Valor de la muestra	Explicación
Geográficas		
Región del País	2.293.191 Habitantes de Quito	Corresponde a la población de Quito. En razón de que el restaurante estará ubicado en esta región de la sierra ecuatoriana.
Demográficas		
Edad	1.343.809,93 Habitantes (2.293.191 Habitantes * 28.6%)	Entre 25 a 69 años. Dentro de este rango de edad las personas toman decisiones de lo que quieren comer y en dónde. Esto corresponde al 28.6% de la población total de Quito.
Género	1.343.809,93 Habitantes	Hombres y mujeres. Para el consumo de comida no se tiene distinción de sexo.

Ciclo de Vida Familiar	1.343.809,93 Habitantes	Jóvenes, adultos, solteros, casados, divorciados, con hijos o sin hijos. Para el consumo de este servicio no se tiene distinción de ciclo familiar.
Pictográficas		
Clase Social	177.383 Habitantes (1.343.809,93 Habitantes* 13.2%)	Corresponde a nivel socio económico medio alto y alto que está dispuesta a pagar el precio que se pretende cobrar por el servicio. El porcentaje de la población del ciclo de vida familiar corresponde al 13.20%.
Conductuales		
Gustos y Preferencias	13.658 Habitantes (177.383 Habitantes * 7.7%)	Corresponde a nivel socio económico medio alto y alto. A este nivel la población dispone un porcentaje considerable de su remuneración para el consumo en hoteles y restaurantes. Por lo tanto están dispuestos a pagar el precio que se pretende cobrar por el servicio. El porcentaje de esta población según estadísticas del INEC corresponde al 7.7 %.
Frecuencia de uso	7.922 Habitantes (13.658 Habitantes * 58%)	Esta muestra está conformada por individuos que al momento de consumir en restaurantes escogen comida nacional. Este dato corresponde a un estudio realizado por la Universidad de los Hemisferios a octubre del 2014 el porcentaje corresponde a 58%.
Actitud hacia el producto	1.030 Habitantes (7.922 Habitantes * 13%)	Corresponde al universo de personas que gustan de la comida nacional de la sierra. Según datos de la Universidad de los Hemisferios a octubre del 2014 el porcentaje corresponde a 13% de habitantes que gastan en restaurantes y hoteles.

Tomado de: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, Censo 2010.

Los restaurantes considerados como competencia son aquellos que utilizan materia prima ecuatoriana, ofrecen platos ecuatorianos innovadores, están dirigidos al mismo nicho de mercado y se encuentran en la ciudad de Quito.

Tabla 18: Análisis precio del producto

Nombre de la competencia	Rango de cubierto	Información cualitativa
Patria	USD \$ 35 – USD \$ 60	Si dentro de nuestro estudio de mercado la competencia tiene un rango de cubierto menor al ofertado en este proyecto, se debe analizar las razones y establecer estrategias para que el consumidor esté dispuesto a pagar por ello.
La choza	USD \$ 20 – USD \$ 45	
Lo nuestro	USD \$ 30 – USD \$ 50	

Tabla 19: Análisis de Gustos y preferencias

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	Valor de la muestra	Explicación
Conductuales		
Actitud hacia el producto	7.922 Habitantes	Según estudios realizados por la Universidad de los Hemisferios en octubre del 2014 el 58 % de los hogares ecuatorianos al momento de comer fuera eligen restaurantes que sirven comida tradicional ecuatoriana.

Tabla 20: Análisis de comportamiento de consumo

VARIABLES DE SEGMENTACIÓN		Explicación
Conductuales		
Frecuencia de uso	1.030 Habitantes	Según estudios realizados por la Universidad de los Hemisferios en octubre del 2014 el 13% de los hogares ecuatorianos disfruta de la comida serrana tradicional.

4.2 Identificación y caracterización de la demanda

La demanda se circunscribe a hombres y mujeres de nivel socioeconómico medio alto y alto que vivan en barrios residenciales dentro o fuera de la ciudad; que disfruten de consumir comida ecuatoriana y estén dispuestos a probar nuevas fusiones. Con ingresos entre USD\$ 3.000 y USD\$ 8.000 dólares mensuales; de 25 a 69 años, económicamente activos, que entre sus gustos y preferencias este tener una vida cómoda y con lujos; gastar en hoteles y restaurantes de 5 estrellas y 4 tenedores, respectivamente; con una frecuencia de consumo de una vez por semana.

4.3 Identificación y caracterización de la oferta

Se ha podido identificar que la oferta de este servicio y producto está parcialmente cubierta por restaurantes como, Lo Nuestro, Patria y La Choza, los cuales manejan una carta que limita mucho sus preparaciones en cuanto a fusión de sabores, también cuentan con una atención personalizada la cual da un plus a la competencia, los platos son elaborados con productos frescos y de buena calidad, estos restaurantes manejan un menú estimado de USD\$ 25 dólares por persona. “Lo dulce de la sal” tendrá una carta totalmente estructurada en fusionar sabores lo cual es un plus para el negocio, también contará con un servicio personalizado, productos de muy buena calidad 100% ecuatorianos y se manejará un precio similar al de la competencia.

4.4 Instrumentos de recolección de la información

Para conocer el tamaño de la muestra que debemos recolectar, se utilizará la fórmula proporcionada por la UDLA la cual dará la información necesaria que debemos obtener para la elaboración del proyecto. Los datos de la fórmula se los obtendrá mediante el análisis del mercado que se lo realizo previamente en el punto 4.1.2 (Tablas 17, 18, 19, 20).

(Ecuación 3)

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1)+1}$$

$$n = \frac{1.030}{5^2 (110-1)+1} = 377$$

➤ Entrevista:

A continuación se presenta la encuesta realizada a 300 personas las cuales han sido transmitidas personalmente.

Universidad de las Américas

Entrevista

1.- Género

- Masculino _____
- Femenino _____

2.- Edad

3.- Ocupación

4.- ¿Le gusta el chocolate?

- Sí
- No

5.- ¿Consume chocolate?

- Sí
- No

6.- ¿Con qué frecuencia consume?

7.- ¿Qué tipo de chocolate le gusta comer?

8.- Mencione 3 restaurantes de comida típica ecuatoriana que visite frecuentemente

—
—
—

9.- ¿Cuántas veces a la semana come fuera de su hogar?

10.- ¿En qué momento del día es de su preferencia ir a un restaurante?

- Desayuno
- Almuerzo
- Cena

11.- ¿Con cuántas personas suele ir a estos lugares?

12.- ¿Usualmente cuánto gasta por persona?

13.- ¿Le gustaría probar platos que utilicen en su preparación chocolate semi-amargo con carnes, mariscos y verduras?

- Sí
- No

¿Por qué?

14.- ¿Ha probado usted alguna vez las combinaciones arriba mencionadas?

- Sí
- No

Si es que Sí, indique el nombre del establecimiento

-
 -
 -
 -

15.- ¿Si tuviera esta opción de restaurante, usted iría?

- Sí
- No

¿Por qué?

4.5 Análisis de resultados

Los análisis de resultados se encuentran en el Anexo No.5

Conclusión: En este capítulo se concluye que el mercado meta al que está dirigido el restaurante “Lo dulce de la sal” está dispuesto a probar las preparaciones que elaborara el establecimiento. En el sector que se ubica el restaurante no existen preparaciones semejantes a las que se elaborarán en “Lo dulce de la sal”. A las personas que usualmente visitan los restaurantes ubicados en este sitio les gustó la idea de tener esta opción de restaurante.

CAPÍTULO V PLAN DE MARKETING

5.1 Segmentación

El restaurante está dirigido a personas de nivel socioeconómico alto y medio alto de 25 a 69 años de edad económicamente activos, sin distinción de sexo que disfruten del buen comer y estén dispuestos a degustar nuevas combinaciones.

5.2 Producto

El Restaurante “Lo dulce de la sal” ofrecerá al cliente una experiencia nueva, diferente y exótica. La carta esta exclusivamente enfocada en fusionar sabores salados con dulce, teniendo como producto estrella el chocolate.

Se ofrecerá 5 diferentes variedades de entradas, 4 combinaciones exclusivas de platos fuertes, 4 postres y variedad de bebidas.

Cada plato se preparará con productos de calidad, se presentará con colores y texturas distintas, servidas de una manera armónica y decorada de acuerdo a la temática del plato. Todo esto en un ambiente cómodo y elegante con un servicio personalizado.

La finalidad es despertar en el consumidor el deseo de probarlo y asegurar su satisfacción en sabor y precio.

5.2.1 Desarrollo del menú



Figura 6. Desarrollo del menú

5.3 Marca

Lo que se pretende transmitir con la marca es la fusión salado dulce, en la que el chocolate derivado del cacao ecuatoriano es el producto estrella.

Logotipo:



Figura 7. Logotipo del restaurante

La marca está conformada por dos elementos constitutivos: el isotipo y el logotipo. El primero, el isotipo, corresponde a una imagen de la planta del cacao cuyo grado de iconicidad es figurativa realista buscando que no exista confusión sobre a qué planta y fruto se refiere, es decir, para que se comprenda claramente que se trata del cacao, base sobre la que se asienta la creación de cada sabor en cada plato, siempre en presencia de los sabores del chocolate que se extrae de esta maravillosa fruta.

Así mismo, el logotipo, es decir, el texto “Lo dulce de la sal” se encuentra escrito utilizando la tipografía Housegrind, que se identifica por ser una tipografía script, de contraste medio bajo, con remates alargados al final de cada letra y de mucho movimiento, sobriedad y estilo, que es otra de las características en las que se envuelve la concepción de cada alimento.

El nombre “Lo dulce de la Sal” como tal, considerando que realmente es posible combinar estos dos tipos de sabores para crear nuevos resultados potenciados por la sal y otras especias y así generar en el comensal una degustación diferente y retadora.

En cuanto a la cromática y el posicionamiento de los dos elementos cabe destacar que poseen un solo color, el café oscuro, esto en búsqueda de una unidad visual para el isotipo y el logotipo, demostrando que a pesar de ser sabores diferentes pueden combinarse perfectamente, siendo de un tono oscuro para generar cierto misticismo en el descubrimiento de estas combinaciones y su ubicación respecto el uno del otro es centrado verticalmente, dejando aire entre ambos elementos para que no se perciba pesado ni desordenado, el texto “de la sal” está ubicado debajo de “Lo dulce” para que la longitud de toda la marca no sea exagerada y se inscriba en un cuadrado imaginario para darle orden y unidad.

5.4 Servicio

El servicio que se ofrecerá en el restaurante “Lo dulce de la sal” esta direccionado a garantizar al cliente una experiencia agradable mediante atención personalizada, amable y ágil. En un entorno cómodo, limpio y seguro; creando así un lazo de fidelidad hacia la marca.

5.5 Estrategias de Marketing

Son acciones que se llevan a cabo para cumplir ciertos objetivos del marketing ya sean para dar a conocer un nuevo producto, aumentar ventas o tener una mayor participación en el mercado. Para realizar la estrategia de marketing debemos tener un análisis previo de nuestro mercado meta, de tal manera que se pueda crear una estrategia de marketing que satisfaga las necesidades, costumbres y deseos del cliente (Arturo, 2014).

5.5.1 Estrategia de Precio

Tomando en cuenta la ubicación del restaurante “Lo dulce de la sal” se manejará estrategias y precios de la competencia, es decir la carta del establecimiento tendrá un promedio de USD\$ 20 a USD\$ 25.

5.5.2 Estrategia de Distribución

El establecimiento utilizará la estrategia de distribución directa, la cual consiste en que el producto y servicio solo se podrá adquirir en el restaurante “Lo dulce de la sal”, ubicado en la Av. Isabela Católica entre Coruña y C. Gangotena.

5.5.3 Estrategia de Producto

El establecimiento utilizará la estrategia de productos segmentados, el cual consiste en asignar un precio de acuerdo al nivel socioeconómico, gustos y preferencias. En este caso por la ubicación del establecimiento y por el nicho de mercado la carta tendrá un precio de USD\$ 20 a USD\$ 25, esta podría variar de acuerdo a políticas internas del país.

5.5.4 Estrategias de Comunicación

Los canales de comunicación empleados para difundir el servicio del restaurante “Lo dulce de la sal”, serán redes sociales (twitter y Facebook), volantes y espacios publicitarios en radio. Con ellos se dará a conocer al público en general la información necesaria de los productos que oferta el establecimiento.

5.5.5 Estrategia de Personal

La estrategia de personal que utilizará el restaurante “Lo dulce de la sal”, será contar con personal de un nivel de educación secundario culminado o universitario en desarrollo. En lo que respecta atención al cliente.

El uniforme que identificará a este personal tendrá colores relacionados con el chocolate y con los logotipos correspondientes a la marca establecida.

Conclusión: Para dar a conocer el restaurante “Lo dulce de la sal”, se utilizarán varias estrategias. Como precios similares a los de la competencia, distribución directa del servicio hacia el cliente, productos de buena calidad para la elaboración de los platos. Todas estas herramientas serán claves para la viabilidad del negocio.

CAPÍTULO VI PLAN FINANCIERO

6.1 Receta estándar con costos

RECETA ESTÁNDAR					
		FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS			
NOMBRE DE LA RECETA		Cheesecake			
GÉNERO		Frio			
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN		10 pax			
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN		15/06/2015			
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,6	kg	Galleta de chocolate	\$ 4,00	\$ 2,40	
0,15	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 1,47	
0,04	kg	Queso crema	\$ 8,44	\$ 0,34	
0,3	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,33	
0,3	ml	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 1,16	
0,1	kg	Nueces	\$ 22,50	\$ 2,25	
3	lt	Yogurt	\$ 4,12	\$ 12,36	
0,1	kr	Gelatina	\$ 24,66	\$ 2,47	
0,3	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 4,11	
9	und	Yemas	\$ 0,16	\$ 1,44	
			VALOR TOTAL	\$ 28,32	
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO			
		<p>1.-Muele las galletas de chocolate y mézclalas con la mantequilla derretida. Cubre el fondo de cuatro moldes individuales.</p> <p>2.-Pon a calentar la nata en una cazuela con la mitad del azúcar y el chocolate. Cuando el chocolate se haya derretido, mezcla bien y agrega la hoja de gelatina remojada en agua fría. Añade también el queso y mezcla todo con unas varillas. Deja que se temple.</p> <p>3.-En un recipiente coloca las yemas y la otra mitad del azúcar y monta las yemas con una batidora de varillas. Mézclalo con la mezcla de la nata y chocolate templado. Vierte la masa a los moldes y deja que se enfríe.</p> <p>4.-Sirve las tartaletas de cheesecake de chocolate sobre una cama de yogurt y adorna con unas frambuesas, grosellas, unos arándanos y unas hojas de menta.</p>			
Enviado Por:		Ándres Cárdenas			
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			

6.2 Inversión inicial y fuentes de financiamiento

El presupuesto de inversión inicial determina la necesidad financiera para iniciar con un negocio. Este contiene todos los gastos pre operacional tales como muebles y enceres, equipos, establecimiento etc. Se incluye también los costos de operación correspondientes a los primeros meses. El presupuesto de inversión de “Lo dulce de la sal” es de USD \$ 92.193,36.

Tabla 21: Presupuesto de inversión en equipos y herramientas

Capacidad Instalada		50	PAX			
Equipo Cocina						
Pesado	Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total	Observaciones
	cocina industrial	Entradas, Platos Fuertes, Postres	1	\$ 1.016,61	\$ 1.016,61	
	Rational	Entradas, Platos Fuertes, Postres	1	\$ 18.761,32	\$ 18.761,32	
	microondas	Trabajo general	1	\$ 704,23	\$ 704,23	
	congelador industrial	Trabajo general	1	\$ 4.909,76	\$ 4.909,76	
	freidora	Papas Fritas, Frituras en General	1	\$ 1.247,68	\$ 1.247,68	
	maquina de hielo	Trabajo general	1	\$ 4.068,33	\$ 4.068,33	
	batidora semi industrial	Postres	1	\$ 579,15	\$ 579,15	
	rebanadora industrial	Trabajo general	1	\$ 1.242,83	\$ 1.242,83	
	mesa refrigerada	Trabajo general	1	\$ 3.480,92	\$ 3.480,92	
	parrilla	carnes	1	\$ 804,38	\$ 804,38	
	armario refrigerador	Trabajo general	1	\$ 5.471,20	\$ 5.471,20	
	mesas de trabajo	Trabajo general	1	\$ 616,00	\$ 616,00	
	de trabajo (salpicadero)	Trabajo general	1	\$ 840,00	\$ 840,00	
TOTAL EQUIPO PESADO COCINA					\$ 43.742,41	
Menaje Cocina	Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total	Observaciones
	Bowls	Trabajo general	5	\$ 4,93	\$ 24,65	
	bowls grandes	Trabajo general	15	\$ 18,14	\$ 272,10	
	Tablas	Trabajo general	9	\$ 16,82	\$ 151,38	
	Pela Papas	Trabajo general	3	\$ 2,85	\$ 8,55	
	Batidores de mano	Trabajo general	4	\$ 6,22	\$ 24,88	
	pinzas	Trabajo general	5	\$ 5,09	\$ 25,45	
	cucharetas	Trabajo general	14	\$ 2,31	\$ 32,34	
	espumadera	Trabajo general	3	\$ 12,54	\$ 37,62	
	colador chino	Trabajo general	2	\$ 29,34	\$ 58,68	
	sarten 25cm	Trabajo general	15	\$ 22,05	\$ 330,75	
	sarten 30cm	Trabajo general	7	\$ 31,41	\$ 219,87	
	olla ancha	Trabajo general	2	\$ 77,14	\$ 154,28	
	olla alta	Trabajo general	4	\$ 46,01	\$ 184,04	
	puntilla	Trabajo general	5	\$ 2,90	\$ 14,50	
	cuchillo fiambre	Trabajo general	2	\$ 9,80	\$ 19,60	
	balanza	Trabajo general	1	\$ 89,51	\$ 89,51	
	TOTAL MENAJE COCINA					\$ 1.648,20
Equipo Servicio						
Pesado	Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total	Observaciones
	licuadora	Jugos	2	\$ 2.080,38	\$ 4.160,76	
		Cafeteria, Aromaticas			\$ -	
		Despacho Bebidas en General			\$ -	
		Comensal			\$ -	
		Comensal			\$ -	
		Comensal			\$ -	
	Bebidas			\$ -		
TOTAL EQUIPO PESADO SERVICIO					\$ 4.160,76	

	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
Menaje Servicio	plato cuadrado grande	servicio	40	\$ 6,97	\$ 278,80	
	plato con taza grande	servicio	20	\$ 4,68	\$ 93,60	
	plato taza	servicio	30	\$ 1,42	\$ 42,60	
	tazas expreso	servicio	30	\$ 1,26	\$ 37,80	
	azucarera	servicio	40	\$ 6,96	\$ 278,40	
	salsero	servicio	30	\$ 4,87	\$ 146,10	
	cuchillo mantequilla	servicio	60	\$ 2,29	\$ 137,40	
	cuchara de sopa	servicio	60	\$ 1,07	\$ 64,20	
	cuchara de café	servicio	30	\$ 0,76	\$ 22,80	
	tenedor	servicio	60	\$ 1,07	\$ 64,20	
	cuchillos	servicio	60	\$ 1,83	\$ 109,80	
	Jarra de Agua	servicio	20	\$ 7,80	\$ 156,00	
	vasos	servicio	60	\$ 2,26	\$ 135,60	
	Copa Agua	servicio	40	\$ 3,68	\$ 147,20	
	Copa Vino Tinto	servicio	40	\$ 4,39	\$ 175,60	
	copa vino blanco	servicio	40	\$ 3,29	\$ 131,60	
	bandeja antideslizante	servicio	12	\$ 7,86	\$ 94,32	
	mesas	servicio	24	\$ 120,00	\$ 2.880,00	
	sillas	servicio	124	\$ 80,00	\$ 9.920,00	
		TOTAL MENAJE SERVICIO				\$ 14.916,02
Decoración & Adecuaciones						
Decoración	Equipos	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Cuadros	Salon Comedor	4	\$ 250,00	\$ 1.000,00	Uno por pared
	Cortinas	Salon Comedor	10	\$ 80,00	\$ 800,00	Una por ventana
	Luces	Salon Comedor	1	\$ 600,00	\$ 600,00	Un solo set
	Pintura	Salon Comedor	1	\$ 400,00	\$ 400,00	Un solo trabajo
	Arreglos Florales	Salon Comedor	12	\$ 10,00	\$ 120,00	Doble de la capacidad de mesas Instaladas
	Porta Menus	Salon Comedor	50	\$ 5,00	\$ 250,00	Igual a la capacidad de PAX Instalada
	Porta Cuentas	Salon Comedor	24	\$ 5,00	\$ 120,00	Doble de la capacidad de mesas Instaladas
	Letrero	Calle Principal	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Unidad o dos
	Banos	Servicios Primarios	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Adecuaciones Hombres, Mujeres
	Alfombras	Salon Comedor	3	\$ 100,00	\$ 300,00	Cantidad Necesaria
	Adecuacion Jardin	Lobby Entrada	1	\$ 400,00	\$ 400,00	Trabajo Inicial
	Television	Entretenimiento	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00	Videos, Mundial, Deportes, Eventos, Etc
	Equipo de Sonido	Entretenimiento	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	Sistema de Sonido Integral
			0	\$ -	\$ -	
		0	\$ -	\$ -		
	TOTAL DECORACION				\$ 8.590,00	
Uniformes RRHH						
Uniformes	Equipos	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Uniforme Cocina 1	Chef Ejecutivo	2	\$ 45,00	\$ 90,00	Un Chef Ejecutivo x 2 uniformes c/u
	Uniforme Cocina 2	Cocineros	8	\$ 40,00	\$ 320,00	Tres Cocineros x 2 uniformes c/u
	Uniforme Servicio 1	Capitan Servicio	4	\$ 45,00	\$ 180,00	Un Capitan de Servicio x 2 uniformes c/u
	Uniforme Servicio 2	Meseros	10	\$ 40,00	\$ 400,00	Tres Meseros x 2 uniformes c/u
	Uniforme Steward 1	Bacha, limpieza	0	\$ 35,00	\$ -	Un Steward x 2 uniformes c/u
	Uniforme Administrativo	Cajero	0	\$ 40,00	\$ -	Un Cajero x 2 uniformes c/u
Uniforme Varios	Hostess	0	\$ 45,00	\$ -	Una Hostess x 2 uniformes c/u	
	TOTAL UNIFORMES				\$ 990,00	
Equipo Oficina & Administracion						
Equipo Oficina	Equipos	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Escritorio	Administracion	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
	Computadora	Administracion	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
	Impresora	Administracion	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
	Caja Registradora	Caja Cobros	1	\$ 750,00	\$ 750,00	
Menaje Oficina	Administracion & Caja	1	\$ 200,00	\$ 200,00		
	TOTAL EQUIPO OFICINA				\$ 2.250,00	
OTROS						
OTROS	Equipos	Destinatario	Cantidad			Observaciones
					\$ -	
			0	\$ -	\$ -	
			0	\$ -	\$ -	
		0	\$ -	\$ -		
		0	\$ -	\$ -		
	TOTAL OTROS				\$ -	
TOTAL INVERSION INICIAL				\$76.297,39	Total de lo necesario a invertir en el inicio	
Amortizacion de Equipos				\$ 1.271,62	60 Meses promedio de duracion equipos	

En la tabla 21 constan los requerimientos del restaurante “Lo dulce de la sal”, tanto en equipos de cocina, equipos de servicio, decoración y adecuaciones, uniformes recursos humanos, equipos de oficina y administración.

Tabla 22: Presupuesto de inversión total

Préstamo Bancario & Intereses				Sub Montos	Observaciones
TOTAL INVERSION INICIAL				\$ 76.297,39	Total de lo necesario a invertir en el inicio
TOTAL Capital de Trabajo MP				\$ 3.029,53	Materia Prima del primer Mes de Trabajo
TOTAL Capital de Trabajo MO				\$ 8.816,44	Mano de Obra del primer Mes de Trabajo
TOTAL Capital de Trabajo OC				\$ 4.050,00	Otros Costos del primer Mes de Trabajo
Posibles Meses en Contra				\$ -	1,2,3 Primeros meses a perdida
Otras Inversiones				\$ -	
Otras Inversiones				\$ -	
TOTAL Préstamo a Solicitar				\$92.193,36	Total a Solicitar al Banco
12	Meses	Interes Simple	\$	7.682,78	
24	Meses	Interes Simple	\$	3.841,39	
36	Meses	Interes Simple	\$	2.560,93	
48	Meses	Interes Simple	\$	1.920,70	
60	Meses	Interes Simple	\$	1.536,56	

En la tabla 21 se determina la inversión inicial necesaria tomando en cuenta los costos necesarios para el correcto funcionamiento del negocio. El total sería de USD \$ 76.297,39.

Presupuesto de financiación

El presupuesto necesario para la apertura del restaurante “Lo dulce de la sal” se lo hará mediante un préstamo bancario del BP. Alfonso Cárdenas Con un interés del 7%. El mismo que será cancelado en un tiempo aproximado de 3 años. El préstamo se lo realizará por un monto de USD \$ 92.193. 36. Gracias al bajo interés otorgado el préstamo se lo podrá pagar con mayor rapidez y facilidad.

6.3 Ticket promedio y utilidad

Tabla 23: Ticket promedio y utilidad

TICKET PROMEDIO & UTILIDAD						
RUBRO DE COSTOS	COSTOS TOTALES MENSUALES MAXIMOS	CAPACIDAD PAX INSTALADA	Costo de Rubro por PAX	BEBIDAS	ALIMENTOS	
				30%	70%	
MP	\$ 11.667,49	2976	\$ 3,92	\$ 1,18	\$ 2,74	
OC-CF	\$ 4.050,00	2976	\$ 1,36	\$ 0,41	\$ 0,95	
MANO DE OBRA	\$ 8.816,44	2976	\$ 2,96	\$ 0,89	\$ 2,07	
GASTO TOTAL MENSUAL	\$ 24.533,93	2976	\$ 8,24	\$ 2,47	\$ 5,77	

TICKET PROMEDIO														PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO			Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 = TICKET PROMEDIO
Secciones del Menú	Platos & Bebidas	MP	CF	MO	COSTO TOTAL	Utilidad Bruta con Impuestos	% Utilidad	Precio sin IVA	Precio \$ + IVA	Promedio x Sección	1	2	3				
											+ (A) Entrada + (B) Plato Fuerte + (C) Postre + (D) Bebida	Promedio: (A) Entrada o (C) Postre + (B) Plato Fuerte + (D) Bebida	Promedio: (A) Entrada o (C) Postre + (B) Plato Fuerte + (D) Bebida x 2				
A Entradas	camarones apanados	\$ 3,34	28%	\$ 0,95	8%	\$ 2,07	17%	\$ 6,37	\$ 5,63	47%	\$ 10,71	\$ 12,00	\$ 9,60	\$ 51,85	\$ 35,05	\$ 41,30	\$ 42,73
	tocino relleno	\$ 3,04	30%	\$ 0,95	10%	\$ 2,07	21%	\$ 6,07	\$ 3,93	39%	\$ 8,93	\$ 10,00					
	empanadas de viento	\$ 1,72	20%	\$ 0,95	11%	\$ 2,07	24%	\$ 4,74	\$ 3,76	44%	\$ 7,59	\$ 8,50					
	champiñones rellenos	\$ 23,57									\$ 8,50						
	ensalada de albahaca	\$ 1,15									\$ 9,00						
B Platos Fuertes	papardeles	\$ 3,01	15%	\$ 0,95	5%	\$ 2,07	10%	\$ 6,04	\$ 13,96	70%	\$ 17,86	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 51,85	\$ 35,05	\$ 41,30	\$ 42,73
	cerdo	\$ 4,47	18%	\$ 0,95	4%	\$ 2,07	8%	\$ 7,50	\$ 17,50	70%	\$ 22,32	\$ 25,00					
	carne de res	\$ 6,16	25%	\$ 0,95	4%	\$ 2,07	8%	\$ 9,19	\$ 15,81	63%	\$ 22,32	\$ 25,00					
	pollo	\$ 6,81	26%	\$ 0,95	4%	\$ 2,07	8%	\$ 9,83	\$ 16,17	62%	\$ 23,21	\$ 26,00					
C Postres	coulant	\$ 1,11	11%	\$ 0,95	10%	\$ 2,07	21%	\$ 4,14	\$ 5,86	59%	\$ 8,93	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 51,85	\$ 35,05	\$ 41,30	\$ 42,73
	mousse	\$ 2,81	23%	\$ 0,95	8%	\$ 2,07	17%	\$ 5,84	\$ 6,16	51%	\$ 10,71	\$ 12,00					
	brownie	\$ 1,07	9%	\$ 0,95	8%	\$ 2,07	17%	\$ 4,10	\$ 7,90	66%	\$ 10,71	\$ 12,00					
	cheesecake	\$ 2,83	20%	\$ 0,95	7%	\$ 2,07	15%	\$ 5,86	\$ 8,14	58%	\$ 12,50	\$ 14,00					
D Bebidas	jugos	\$ 0,50	17%	\$ 0,41	14%	\$ 0,89	30%	\$ 1,80	\$ 1,20	40%	\$ 2,68	\$ 3,00	\$ 6,25	\$ 51,85	\$ 35,05	\$ 41,30	\$ 42,73
	colas	\$ 2,50	83%	\$ 0,41	14%	\$ 0,89	30%	\$ 3,80	\$ (0,80)	-27%	\$ 2,68	\$ 3,00					
	cerveza	\$ 0,60	9%	\$ 0,41	6%	\$ 0,89	13%	\$ 1,90	\$ 5,10	73%	\$ 6,25	\$ 7,00					
	vino	\$ 1,60	13%	\$ 0,41	3%	\$ 0,89	7%	\$ 2,90	\$ 9,10	76%	\$ 10,71	\$ 12,00					
E Otros																	
		Costo Promedio MP	23%	Costo Promedio OC	8%	Costo Promedio MO	16%	Utilidad Promedio	53%								

En la tabla 23 se establece el precio de venta al consumidor tomando en cuenta el estudio de mercado realizado y la competencia del sector donde funcionará el restaurante. Así se acordó un precio promedio en entradas de USD 9,60, en platos fuertes de USD 24.00 y en postres de USD 12.00; con una relación al costo del 167%, 299% y 240% respectivamente.

Tabla 24: Costo materia prima promedio

COSTO MP PROMEDIO				PROBABLES ESCENARIOS DE TICKET PROMEDIO			Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 = TICKET PROMEDIO
Platos & Bebidas	MP		Promedio x Sección	1 + (A) Entrada + (B) Plato Fuerte + (C) Postre + (D) Bebida	2 Promedio: (A) Entrada o (C) Postre + (B) Plato Fuerte + (D) Bebida	3 Promedio: (A) Entrada o (C) Postre + (B) Plato Fuerte + (D) Bebida x 2	
	camarones apanados	\$ 3,34					
	tocino relleno	\$ 3,04					
Entradas	empanadas de viento	\$ 1,72	\$ 6,56	\$ 13,65	\$ 8,32	\$ 9,36	\$ 10,45
	champiñones rellenos	\$ 23,57					
	ensalada de albahaca	\$ 1,15					
Platos Fuertes	papardeles	\$ 3,01	\$ 4,09				
	cerdo	\$ 4,47					
	carne de res	\$ 6,16					
	pollo	\$ 6,81					
		\$ -					
Postres	coulant	\$ 1,11	\$ 1,96				
	mousse	\$ 2,81					
	brownie	\$ 1,07					
	cheesecake	\$ 2,83					
Bebidas	jugos	\$ 0,50	\$ 1,04				
	colas	\$ 2,50					
	cerveza	\$ 0,60					
	vino	\$ 1,60					
		\$ -					
Otros							

En la tabla 27 se calcula el costo promedio de materia prima de cada preparación tomando en cuenta las recetas estándar previamente y estableciendo posibles escenarios de venta que pueden presentarse durante el servicio.

6.4 Rotación en ventas, Estado de resultados y flujo

Tabla 25: Ticket promedio y utilidad primer año mes 1, 2, 3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1				Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1				Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1																											
\$ 42,73	TICKET PROMEDIO			ENERO				FEBRERO				MARZO																							
\$ 10,45	COSTO MP PROMEDIO			(A) % Consumo Mensual 20%				(A) % Consumo Mensual 20%				(A) % Consumo Mensual 25%																							
TARDE (T) 10h00 - 15h00				(B) Capacidad Instalada				Capacidad Instalada				Capacidad Instalada																							
NOCHE (N) 19h00 - 23h00				TURNOS				TURNOS				TURNOS																							
				50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00																				
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO				TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA																				
LUNES CERRADO	TARDE	0%		LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0																				
	NOCHE	0%			N	0%	0		N	0%	0		N	0%	0																				
MARTES	TARDE	25%		MAR	T	25%	2,5	MAR	T	25%	2,5	MAR	T	25%	3,125																				
	NOCHE	50%			N	50%	5		N	50%	5		N	50%	6,25																				
MIERCOLES	TARDE	50%		MIÉ	T	50%	5	MIÉ	T	50%	5	MIÉ	T	50%	6,25																				
	NOCHE	75%			N	75%	7,5		N	75%	7,5		N	75%	9,375																				
JUEVES	TARDE	50%		JUE	T	50%	5	JUE	T	50%	5	JUE	T	50%	6,25																				
	NOCHE	100%			N	100%	10		N	100%	10		N	100%	12,5																				
VIERNES	TARDE	75%		VIÉ	T	75%	7,5	VIÉ	T	75%	7,5	VIÉ	T	75%	9,375																				
	NOCHE	100%			N	100%	10		N	100%	10		N	100%	12,5																				
SABADO	TARDE	100%		SAB	T	100%	10	SAB	T	100%	10	SAB	T	100%	12,5																				
	NOCHE	100%			N	100%	10		N	100%	10		N	100%	12,5																				
DOMINGO CERRADO	TARDE	0%		DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0																				
	NOCHE	0%			N	0%	0		N	0%	0		N	0%	0																				
TOTAL SEMANA PROMEDIO				ENERO				72,5	TOTAL SEMANA PROMEDIO				FEBRERO				72,5	TOTAL SEMANA PROMEDIO				MARZO				90,625									
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS								290	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS								290	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS								362,5									
TICKET PROMEDIO				\$ 42,73				TICKET PROMEDIO				\$ 42,73				TICKET PROMEDIO				\$ 42,73															
FACTURACION				ENERO				\$ 12.392,67	FACTURACION				FEBRERO				\$ 12.392,67	FACTURACION				MARZO				\$ 15.490,83									
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 10,45				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 10,45				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 10,45															
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 3.029,53				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 3.029,53				COSTO TOTAL MATERIA PRIMA				\$ 3.786,92															
UTILIDAD BRUTA				\$ 9.363,13				UTILIDAD BRUTA				\$ 9.363,13				UTILIDAD BRUTA				\$ 11.703,92															
MANO DE OBRA				\$ 8.816,44				MANO DE OBRA				\$ 8.816,44				MANO DE OBRA				\$ 8.816,44															
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.050,00				COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.050,00				COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.050,00															
AÑO 1																																			
EBIDTA				Resultado Antes de Impuestos - Depreciaciones - Amortizaciones				\$ (3.503,31)				EBIDTA				Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ (3.503,31)				EBIDTA				Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ (1.162,52)			
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)								\$ 1.271,62				Amortizaciones & Depreciaciones								\$ 1.271,62				Amortizaciones & Depreciaciones								\$ 1.271,62			
BAIT				Beneficio Antes de Intereses y Impuestos				\$ (4.774,93)				BAIT				Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ (4.774,93)				BAIT				Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ (2.434,15)			
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas								\$ 1.536,56				Intereses Bancarios				Interests				\$ 1.536,56				Intereses Bancarios				Interests				\$ 1.536,56			
BAT				Beneficio Antes de Impuestos				\$ (6.311,48)				BAT				Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ (6.311,48)				BAT				Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ (3.970,70)			
Impuesto a la Ganacia Impuesto a la Renta - IVA								\$ 1.327,79				Impuestos				Taxes				\$ 1.327,79				Impuestos				Taxes				\$ 1.659,73			
Beneficio Despues de Impuestos								\$ (7.639,27)				BDT				Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ (7.639,27)				BDT				Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ (5.630,43)			

Tabla 26: Ticket promedio y utilidad primer año mes 4, 5, 6, 7

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1				Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 1											
ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
(A) % Consumo Mensual 25%				(A) % Consumo Mensual 30%				(A) % Consumo Mensual 40%				(A) % Consumo Mensual 70%			
Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS	
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0	
MAR	T 25%	3,125	9,375	MAR	T 25%	3,75	11,25	MAR	T 25%	5	15	MAR	T 25%	8,75	26,25
	N 50%	6,25			N 50%	7,5			N 50%	10			N 50%	17,5	
MIE	T 50%	6,25	15,625	MIE	T 50%	7,5	18,75	MIE	T 50%	10	25	MIE	T 50%	17,5	43,75
	N 75%	9,375			N 75%	11,25			N 75%	15			N 75%	26,25	
JUE	T 50%	6,25	18,75	JUE	T 50%	7,5	22,5	JUE	T 50%	10	30	JUE	T 50%	17,5	52,5
	N 100%	12,5			N 100%	15			N 100%	20			N 100%	35	
VIE	T 75%	9,375	21,875	VIE	T 75%	11,25	26,25	VIE	T 75%	15	35	VIE	T 75%	26,25	61,25
	N 100%	12,5			N 100%	15			N 100%	20			N 100%	35	
SAB	T 100%	12,5	25	SAB	T 100%	15	30	SAB	T 100%	20	40	SAB	T 100%	35	70
	N 100%	12,5			N 100%	15			N 100%	20			N 100%	35	
DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL			90,625	TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO			108,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO			145	TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO			253,75
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			362,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			435	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			580	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015
TICKET PROMEDIO			\$ 42,73												
FACTURACION ABRIL			\$ 15.490,83	FACTURACION MAYO			\$ 18.589,00	FACTURACION JUNIO			\$ 24.785,33	FACTURACION JULIO			\$ 43.374,33
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 3.786,92	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 4.544,30	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 6.059,07	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10.603,37
UTILIDAD BRUTA			\$ 11.703,92	UTILIDAD BRUTA			\$ 14.044,70	UTILIDAD BRUTA			\$ 18.726,26	UTILIDAD BRUTA			\$ 32.770,96
MANO DE OBRA			\$ 8.816,44	MANO DE OBRA			\$ 8.816,44	MANO DE OBRA			\$ 8.816,44	MANO DE OBRA			\$ 8.816,44
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ (1.162,52)	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 1.178,26	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 5.859,83	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 19.904,53
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ (2.434,15)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ (93,36)	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 4.588,20	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 18.632,90
Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56												
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ (3.970,70)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ (1.629,92)	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 3.051,65	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 17.096,35
Impuestos Taxes			\$ 1.659,73	Impuestos Taxes			\$ 1.991,68	Impuestos Taxes			\$ 2.655,57	Impuestos Taxes			\$ 4.647,25
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ (5.630,43)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ (3.621,60)	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 396,08	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 12.449,10

Tabla 27: Ticket promedio y utilidad primer año mes 8, 9, 10, 11

Rotación - Ventas - Estado de Resultados Año		1	Rotación - Ventas - Estado de Resultados Año		1						
AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE		
(A) % Consumo Mensual 70%			(A) % Consumo Mensual 52%			(A) % Consumo Mensual 60%			(A) % Consumo Mensual 70%		
Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS	
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0	
MAR	T 25%	8,75	26,25	MAR	T 25%	6,5	19,5	MAR	T 25%	7,5	22,5
	N 50%	17,5			N 50%	13			N 50%	15	
MIÉ	T 50%	17,5	43,75	MIÉ	T 50%	13	32,5	MIÉ	T 50%	15	37,5
	N 75%	26,25			N 75%	19,5			N 75%	22,5	
JUE	T 50%	17,5	52,5	JUE	T 50%	13	39	JUE	T 50%	15	45
	N 100%	35			N 100%	26			N 100%	30	
VIE	T 75%	26,25	61,25	VIE	T 75%	19,5	45,5	VIE	T 75%	22,5	52,5
	N 100%	35			N 100%	26			N 100%	30	
SAB	T 100%	35	70	SAB	T 100%	26	52	SAB	T 100%	30	60
	N 100%	35			N 100%	26			N 100%	30	
DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO			253,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE			188,5	TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE			217,5
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			754	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			870
TICKET PROMEDIO			\$ 42,73	TICKET PROMEDIO			\$ 42,73	TICKET PROMEDIO			\$ 42,73
FACTURACION AGOSTO			\$ 43.374,33	FACTURACION SEPTIEMBRE			\$ 32.220,93	FACTURACION OCTUBRE			\$ 37.178,00
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,45
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10.603,37	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 7.876,79	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 9.088,60
UTILIDAD BRUTA			\$ 32.770,96	UTILIDAD BRUTA			\$ 24.344,14	UTILIDAD BRUTA			\$ 28.089,40
MANO DE OBRA			\$ 8.816,44	MANO DE OBRA			\$ 8.816,44	MANO DE OBRA			\$ 8.816,44
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.050,00
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 19.904,53	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 11.477,71	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 15.222,96
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 18.632,90	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 10.206,08	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 13.951,34
Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56	Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56	Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 17.096,35	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 8.669,53	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 12.414,78
Impuestos Taxes			\$ 4.647,25	Impuestos Taxes			\$ 3.452,24	Impuestos Taxes			\$ 3.983,36
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 12.449,10	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 5.217,28	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 8.431,42
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 19.904,53	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 11.477,71	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 15.222,96
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 18.632,90	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 10.206,08	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 13.951,34
Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56	Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56	Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 17.096,35	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 8.669,53	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 12.414,78
Impuestos Taxes			\$ 4.647,25	Impuestos Taxes			\$ 3.452,24	Impuestos Taxes			\$ 3.983,36
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 12.449,10	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 5.217,28	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 8.431,42

Tabla 29: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 1, 2, 3,

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2											
\$ 44,31	TICKET PROMEDIO		ENERO			FEBRERO			MARZO								
\$ 10,73	COSTO MP PROMEDIO		70%			70%			70%								
3,70%	% Aumento de Precios																
2,70%	Inflacion Annual 2013																
7,50%	Aumento Salarial Annual																
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO																	
LUNES	TARDE	0%	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0			
	NOCHE	0%		N	0%	0		N	0%	0		N	0%	0			
MARTES	TARDE	25%	MAR	T	25%	8,75	MAR	T	25%	8,75	MAR	T	25%	8,75			
	NOCHE	50%		N	50%	17,5		N	50%	17,5		N	50%	17,5			
MIERCOLES	TARDE	50%	MIE	T	50%	17,5	MIE	T	50%	17,5	MIE	T	50%	17,5			
	NOCHE	75%		N	75%	26,25		N	75%	26,25		N	75%	26,25			
JUEVES	TARDE	50%	JUE	T	50%	17,5	JUE	T	50%	17,5	JUE	T	50%	17,5			
	NOCHE	100%		N	100%	35		N	100%	35		N	100%	35			
VIERNES	TARDE	75%	VIE	T	75%	26,25	VIE	T	75%	26,25	VIE	T	75%	26,25			
	NOCHE	100%		N	100%	35		N	100%	35		N	100%	35			
SABADO	TARDE	100%	SAB	T	100%	35	SAB	T	100%	35	SAB	T	100%	35			
	NOCHE	100%		N	100%	35		N	100%	35		N	100%	35			
DOMINGO	TARDE	0%	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0			
	NOCHE	0%		N	0%	0		N	0%	0		N	0%	0			
TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO			253,75			TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO			253,75			TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO			253,75		
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015		
TICKET PROMEDIO			\$ 44,31			TICKET PROMEDIO			\$ 44,31			TICKET PROMEDIO			\$ 44,31		
FACTURACION ENERO			\$ 44.979,18			FACTURACION FEBRERO			\$ 44.979,18			FACTURACION MARZO			\$ 44.979,18		
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73			COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73			COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73		
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 10.889,66			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 10.889,66			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 10.889,66		
UTILIDAD BRUTA			\$ 34.089,52			UTILIDAD BRUTA			\$ 34.089,52			UTILIDAD BRUTA			\$ 34.089,52		
MANO DE OBRA			\$ 9.477,67			MANO DE OBRA			\$ 9.477,67			MANO DE OBRA			\$ 9.477,67		
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35		
EBIDTA			\$ 20.452,50			EBIDTA			\$ 20.452,50			EBIDTA			\$ 20.452,50		
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)			\$ 1.271,62			Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62			Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62		
BAIT			\$ 19.180,88			BAIT			\$ 19.180,88			BAIT			\$ 19.180,88		
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas			\$ 1.536,56			Intereses Bancarios			\$ 1.536,56			Intereses Bancarios			\$ 1.536,56		
BAT			\$ 17.644,32			BAT			\$ 17.644,32			BAT			\$ 17.644,32		
Impuesto a la Ganancia Impuesto a la Renta - IVA			\$ 4.819,20			Impuestos			\$ 4.819,20			Impuestos			\$ 4.819,20		
Beneficio Despues de Impuestos			\$ 12.825,12			BDT			\$ 12.825,12			BDT			#####		

AÑO
2

Tabla 30: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 4, 5, 6, 7

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2 Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2

ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
(A) % Consumo Mensual 70%				(A) % Consumo Mensual 70%				(A) % Consumo Mensual 70%				(A) % Consumo Mensual 75%							
Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS					
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00				
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA				
LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	0		N	0%	0	0		N	0%	0	0		N	0%	0	0
MAR	T	25%	8,75	26,25	MAR	T	25%	8,75	26,25	MAR	T	25%	8,75	26,25	MAR	T	25%	9,375	28,125
	N	50%	17,5			N	50%	17,5			N	50%	17,5			N	50%	18,75	
MIE	T	50%	17,5	43,75	MIE	T	50%	17,5	43,75	MIE	T	50%	17,5	43,75	MIE	T	50%	18,75	46,875
	N	75%	26,25			N	75%	26,25			N	75%	26,25			N	75%	28,125	
JUE	T	50%	17,5	52,5	JUE	T	50%	17,5	52,5	JUE	T	50%	17,5	52,5	JUE	T	50%	18,75	56,25
	N	100%	35			N	100%	35			N	100%	35			N	100%	37,5	
VIE	T	75%	26,25	61,25	VIE	T	75%	26,25	61,25	VIE	T	75%	26,25	61,25	VIE	T	75%	28,125	65,625
	N	100%	35			N	100%	35			N	100%	35			N	100%	37,5	
SAB	T	100%	35	70	SAB	T	100%	35	70	SAB	T	100%	35	70	SAB	T	100%	37,5	75
	N	100%	35			N	100%	35			N	100%	35			N	100%	37,5	
DOM	T	0%	0	0	DOM	T	0%	0	0	DOM	T	0%	0	0	DOM	T	0%	0	0
	N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0			N	0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL			253,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO			253,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO			253,75	TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO			271,875				
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1015	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5				
TICKET PROMEDIO			\$ 44,31																
FACTURACION ABRIL			\$ 44.979,18	FACTURACION MAYO			\$ 44.979,18	FACTURACION JUNIO			\$ 44.979,18	FACTURACION JULIO			\$ 48.191,98				
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73				
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10.889,66	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10.889,66	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10.889,66	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11.667,49				
UTILIDAD BRUTA			\$ 34.089,52	UTILIDAD BRUTA			\$ 34.089,52	UTILIDAD BRUTA			\$ 34.089,52	UTILIDAD BRUTA			\$ 36.524,49				
MANO DE OBRA			\$ 9.477,67	MANO DE OBRA			\$ 9.477,67	MANO DE OBRA			\$ 9.477,67	MANO DE OBRA			\$ 9.477,67				
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35				
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 20.452,50	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 20.452,50	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 20.452,50	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 22.887,47				
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62				
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 19.180,88	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 19.180,88	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 19.180,88	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 21.615,84				
Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56																
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 17.644,32	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 17.644,32	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 17.644,32	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 20.079,29				
Impuestos Taxes			\$ 4.819,20	Impuestos Taxes			\$ 4.819,20	Impuestos Taxes			\$ 4.819,20	Impuestos Taxes			\$ 5.163,43				
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 12.825,12	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 12.825,12	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 12.825,12	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 14.915,86				

Tabla 31: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 8, 9, 10, 11

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2	Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 2
--	--

AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE	
(A) % Consumo Mensual		(A) % Consumo Mensual		(A) % Consumo Mensual		(A) % Consumo Mensual	
75%		75%		75%		80%	
Capacidad Instalada		Capacidad Instalada		Capacidad Instalada		Capacidad Instalada	
TURNOS		TURNOS		TURNOS		TURNOS	
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00
TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNO	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0	
MAR	T 25%	9,375	28,125	MAR	T 25%	10	30
	N 50%	18,75			N 50%	20	
MIE	T 50%	18,75	46,875	MIE	T 50%	20	50
	N 75%	28,125			N 75%	30	
JUE	T 50%	18,75	56,25	JUE	T 50%	20	60
	N 100%	37,5			N 100%	40	
VIE	T 75%	28,125	65,625	VIE	T 75%	30	70
	N 100%	37,5			N 100%	40	
SAB	T 100%	37,5	75	SAB	T 100%	40	80
	N 100%	37,5			N 100%	40	
DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO			271,875	TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE			271,875
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5
TICKET PROMEDIO			\$ 44,31	TICKET PROMEDIO			\$ 44,31
FACTURACION AGOSTO			\$ 48.191,98	FACTURACION SEPTIEMBRE			\$ 48.191,98
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11.667,49	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11.667,49
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 10,73
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 12.445,33	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 12.445,33
UTILIDAD BRUTA			\$ 36.524,49	UTILIDAD BRUTA			\$ 36.524,49
MANO DE OBRA			\$ 9.477,67	MANO DE OBRA			\$ 9.477,67
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.159,35
EBIDTA		\$ 22.887,47		EBIDTA		\$ 22.887,47	
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 1.271,62	
BAIT		\$ 21.615,84		BAIT		\$ 21.615,84	
Intereses Bancarios		\$ 1.536,56		Intereses Bancarios		\$ 1.536,56	
BAT		\$ 20.079,29		BAT		\$ 20.079,29	
Impuestos		\$ 5.163,43		Impuestos		\$ 5.163,43	
BDT		\$ 14.915,86		BDT		\$ 14.915,86	
EBIDTA		\$ 25.322,43		EBIDTA		\$ 25.322,43	
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 1.271,62	
BAIT		\$ 24.050,81		BAIT		\$ 24.050,81	
Intereses Bancarios		\$ 1.536,56		Intereses Bancarios		\$ 1.536,56	
BAT		\$ 22.514,25		BAT		\$ 22.514,25	
Impuestos		\$ 5.507,66		Impuestos		\$ 5.507,66	
BDT		\$ 17.006,60		BDT		\$ 17.006,60	

Tabla 32: Ticket promedio y utilidad segundo año mes 12

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

2

DICIEMBRE				
(A)				
% Consumo Mensual 80%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	25%	10	30
	N	50%	20	
MIE	T	50%	20	50
	N	75%	30	
JUE	T	50%	20	60
	N	100%	40	
VIE	T	75%	30	70
	N	100%	40	
SAB	T	100%	40	80
	N	100%	40	
DOM	T	0%	0	0
	N	0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				290
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1160
TICKET PROMEDIO				\$ 44,31
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 51.404,78
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 10,73
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 12.445,33
UTILIDAD BRUTA				\$ 38.959,45
MANO DE OBRA				\$ 9.477,67
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.159,35
EBIDTA				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 25.322,43
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62
BAIT				
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 24.050,81
Intereses Bancarios Interests				\$ 1.536,56
BAT				
Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 22.514,25
Impuestos Taxes				\$ 5.507,66
BDT				
Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 17.006,60

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$	170.627,39	407%

Tabla 33: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 1, 2, 3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 3			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 3			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 3											
\$ 46,40	TICKET PROMEDIO																
\$ 11,02	COSTO MP PROMEDIO																
4,70%	% Aumento de Precios																
2,70%	Inflacion Annual 2014																
7,50%	Aumento Salarial Annual																
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO			ENERO			FEBRERO			MARZO								
			(A) % Consumo Mensual 75%			(A) % Consumo Mensual 75%			(A) % Consumo Mensual 75%								
			(B) Capacidad Instalada			(B) Capacidad Instalada			(B) Capacidad Instalada								
			TURNOS			TURNOS			TURNOS								
			50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00			
			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA			
LUNES	TARDE	0%	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0			
	NOCHE	0%		N	0%	0		N	0%	0		N	0%	0			
MARTES	TARDE	25%	MAR	T	25%	9,375	MAR	T	25%	9,375	MAR	T	25%	9,375			
	NOCHE	50%		N	50%	18,75		N	50%	18,75		N	50%	18,75			
MIÉRCOLES	TARDE	50%	MIE	T	50%	18,75	MIE	T	50%	18,75	MIE	T	50%	18,75			
	NOCHE	75%		N	75%	28,125		N	75%	28,125		N	75%	28,125			
JUEVES	TARDE	50%	JUE	T	50%	18,75	JUE	T	50%	18,75	JUE	T	50%	18,75			
	NOCHE	100%		N	100%	37,5		N	100%	37,5		N	100%	37,5			
VIERNES	TARDE	75%	VIE	T	75%	28,125	VIE	T	75%	28,125	VIE	T	75%	28,125			
	NOCHE	100%		N	100%	37,5		N	100%	37,5		N	100%	37,5			
SABADO	TARDE	100%	SAB	T	100%	37,5	SAB	T	100%	37,5	SAB	T	100%	37,5			
	NOCHE	100%		N	100%	37,5		N	100%	37,5		N	100%	37,5			
DOMINGO	TARDE	0%	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0			
	NOCHE	0%		N	0%	0		N	0%	0		N	0%	0			
TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO			271,875			TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO			271,875			TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO			271,875		
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5		
TICKET PROMEDIO			\$ 46,40			TICKET PROMEDIO			\$ 46,40			TICKET PROMEDIO			\$ 46,40		
FACTURACION ENERO			\$ 50.457,01			FACTURACION FEBRERO			\$ 50.457,01			FACTURACION MARZO			\$ 50.457,01		
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02			COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02			COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02		
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 11.982,52			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 11.982,52			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 11.982,52		
UTILIDAD BRUTA			\$ 38.474,49			UTILIDAD BRUTA			\$ 38.474,49			UTILIDAD BRUTA			\$ 38.474,49		
MANO DE OBRA			\$ 10.188,50			MANO DE OBRA			\$ 10.188,50			MANO DE OBRA			\$ 10.188,50		
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65		
EBIDTA			\$ 24.014,34			EBIDTA			\$ 24.014,34			EBIDTA			\$ 24.014,34		
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)			\$ 1.271,62			Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62			Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62		
BAIT			\$ 22.742,72			BAIT			\$ 22.742,72			BAIT			\$ 22.742,72		
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas			\$ 1.536,56			Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56			Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56		
BAT			\$ 21.206,16			BAT			\$ 21.206,16			BAT			\$ 21.206,16		
Impuesto a la Ganacia Impuesto a la Renta - IVA			\$ 5.406,11			Impuestos Taxes			\$ 5.406,11			Impuestos Taxes			\$ 5.406,11		
Beneficio Despues de Impuestos			\$ 15.800,05			BDT			\$ 15.800,05			BDT			#####		

AÑO
3

Tabla 34: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 4, 5, 6, 7

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		3	Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		3																		
ABRIL						MAYO						JUNIO						JULIO					
(A) % Consumo Mensual 75%						(A) % Consumo Mensual 75%						(A) % Consumo Mensual 85%						(A) % Consumo Mensual 100%					
Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS			
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T 0%	0		0		LUN	T 0%	0		0		LUN	T 0%	0		0		LUN	T 0%	0		0	
LUN	N 0%	0		0		LUN	N 0%	0		0		LUN	N 0%	0		0		LUN	N 0%	0		0	
MAR	T 25%	9,375		28,125		MAR	T 25%	9,375		28,125		MAR	T 25%	10,625		31,875		MAR	T 25%	12,5		37,5	
MAR	N 50%	18,75		28,125		MAR	N 50%	18,75		28,125		MAR	N 50%	21,25		31,875		MAR	N 50%	25		37,5	
MIE	T 50%	18,75		46,875		MIE	T 50%	18,75		46,875		MIE	T 50%	21,25		53,125		MIE	T 50%	25		62,5	
MIE	N 75%	28,125		46,875		MIE	N 75%	28,125		46,875		MIE	N 75%	31,875		53,125		MIE	N 75%	37,5		62,5	
JUE	T 50%	18,75		56,25		JUE	T 50%	18,75		56,25		JUE	T 50%	21,25		63,75		JUE	T 50%	25		75	
JUE	N 100%	37,5		56,25		JUE	N 100%	37,5		56,25		JUE	N 100%	42,5		63,75		JUE	N 100%	50		75	
VIE	T 75%	28,125		65,625		VIE	T 75%	28,125		65,625		VIE	T 75%	31,875		74,375		VIE	T 75%	37,5		87,5	
VIE	N 100%	37,5		65,625		VIE	N 100%	37,5		65,625		VIE	N 100%	42,5		74,375		VIE	N 100%	50		87,5	
SAB	T 100%	37,5		75		SAB	T 100%	37,5		75		SAB	T 100%	42,5		85		SAB	T 100%	50		100	
SAB	N 100%	37,5		75		SAB	N 100%	37,5		75		SAB	N 100%	42,5		85		SAB	N 100%	50		100	
DOM	T 0%	0		0		DOM	T 0%	0		0		DOM	T 0%	0		0		DOM	T 0%	0		0	
DOM	N 0%	0		0		DOM	N 0%	0		0		DOM	N 0%	0		0		DOM	N 0%	0		0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				271,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				271,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				308,125		TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				362,5	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1087,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1087,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1232,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450	
TICKET PROMEDIO				\$ 46,40		TICKET PROMEDIO				\$ 46,40		TICKET PROMEDIO				\$ 46,40		TICKET PROMEDIO				\$ 46,40	
FACTURACION ABRIL				\$ 50.457,01		FACTURACION MAYO				\$ 50.457,01		FACTURACION JUNIO				\$ 57.184,61		FACTURACION JULIO				\$ 67.276,01	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,02		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,02		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,02		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,02	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11.982,52		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11.982,52		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 13.580,19		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 15.976,69	
UTILIDAD BRUTA				\$ 38.474,49		UTILIDAD BRUTA				\$ 38.474,49		UTILIDAD BRUTA				\$ 43.604,42		UTILIDAD BRUTA				\$ 51.299,32	
MANO DE OBRA				\$ 10.188,50		MANO DE OBRA				\$ 10.188,50		MANO DE OBRA				\$ 10.188,50		MANO DE OBRA				\$ 10.188,50	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.271,65		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.271,65		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.271,65		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.271,65	
EBIDTA				\$ 24.014,34		EBIDTA				\$ 24.014,34		EBIDTA				\$ 29.144,27		EBIDTA				\$ 36.839,17	
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62	
BAIT				\$ 22.742,72		BAIT				\$ 22.742,72		BAIT				\$ 27.872,65		BAIT				\$ 35.567,55	
Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56	
BAT				\$ 21.206,16		BAT				\$ 21.206,16		BAT				\$ 26.336,09		BAT				\$ 34.030,99	
Impuestos				\$ 5.406,11		Impuestos				\$ 5.406,11		Impuestos				\$ 6.126,92		Impuestos				\$ 7.208,14	
BDT				\$ 15.800,05		BDT				\$ 15.800,05		BDT				\$ 20.209,17		BDT				\$ 26.822,85	

Tabla 35: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 8, 9, 10, 11

Rotación - Ventas - Estado de Resultados Año

3

Rotación - Ventas - Estado de Resultados Año

3

AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
(A) % Consumo Mensual 100%															
Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS	
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA
LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0	LUN	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0	
MAR	T 25%	12,5	37,5	MAR	T 25%	12,5	37,5	MAR	T 25%	12,5	37,5	MAR	T 25%	12,5	37,5
	N 50%	25			N 50%	25			N 50%	25			N 50%	25	
MIE	T 50%	25	62,5	MIE	T 50%	25	62,5	MIE	T 50%	25	62,5	MIE	T 50%	25	62,5
	N 75%	37,5			N 75%	37,5			N 75%	37,5			N 75%	37,5	
JUE	T 50%	25	75	JUE	T 50%	25	75	JUE	T 50%	25	75	JUE	T 50%	25	75
	N 100%	50			N 100%	50			N 100%	50			N 100%	50	
VIE	T 75%	37,5	87,5	VIE	T 75%	37,5	87,5	VIE	T 75%	37,5	87,5	VIE	T 75%	37,5	87,5
	N 100%	50			N 100%	50			N 100%	50			N 100%	50	
SAB	T 100%	50	100	SAB	T 100%	50	100	SAB	T 100%	50	100	SAB	T 100%	50	100
	N 100%	50			N 100%	50			N 100%	50			N 100%	50	
DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0	DOM	T 0%	0	0
	N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0			N 0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO			362,5	TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE			362,5	TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE			362,5	TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE			362,5
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1450	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1450	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1450	TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1450
TICKET PROMEDIO			\$ 46,40												
FACTURACION AGOSTO			\$ 67.276,01	FACTURACION SEPTIEMBRE			\$ 67.276,01	FACTURACION OCTUBRE			\$ 67.276,01	FACTURACION NOVIEMBRE			\$ 67.276,01
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,02
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 15.976,69	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 15.976,69	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 15.976,69	COSTO MATERIA PRIMA			\$ 15.976,69
UTILIDAD BRUTA			\$ 51.299,32												
MANO DE OBRA			\$ 10.188,50	MANO DE OBRA			\$ 10.188,50	MANO DE OBRA			\$ 10.188,50	MANO DE OBRA			\$ 10.188,50
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65	COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.271,65
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 36.839,17	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 36.839,17	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 36.839,17	EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations			\$ 36.839,17
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62	Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 35.567,55	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 35.567,55	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 35.567,55	BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes			\$ 35.567,55
Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56												
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 34.030,99	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 34.030,99	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 34.030,99	BAT Earnings Before Amortizations and Taxes			\$ 34.030,99
Impuestos Taxes			\$ 7.208,14												
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 26.822,85	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 26.822,85	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 26.822,85	BDT Earnings Before Depreciations and Taxes			\$ 26.822,85

Tabla 36: Ticket promedio y utilidad tercer año mes 12

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

3

DICIEMBRE				
(A)				
% Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	25%	12,5	37,5
	N	50%	25	
MIE	T	50%	25	62,5
	N	75%	37,5	
JUE	T	50%	25	75
	N	100%	50	
VIE	T	75%	37,5	87,5
	N	100%	50	
SAB	T	100%	50	100
	N	100%	50	
DOM	T	0%	0	0
	N	0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				362,5
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450
TICKET PROMEDIO				\$ 46,40
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 67.276,01
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,02
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 15.976,69
UTILIDAD BRUTA				\$ 51.299,32
MANO DE OBRA				\$ 10.188,50
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.271,65
EBIDTA				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 36.839,17
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62
BAIT				\$ 35.567,55
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				
Intereses Bancarios				\$ 1.536,56
Interests				
BAT				\$ 34.030,99
Earnings Before Amortizations and Taxes				
Impuestos				\$ 7.208,14
Taxes				
BDT				\$ 26.822,85
Earnings Before Depreciations and Taxes				

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$	260.146,52	52%

Tabla 37: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 1, 2, 3

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 4											
\$ 49,04	TICKET PROMEDIO		ENERO			FEBRERO			MARZO								
\$ 11,32	COSTO MP PROMEDIO		75%			75%			75%								
5,70%	% Aumento de Precios		Capacidad Instalada			Capacidad Instalada			Capacidad Instalada								
2,70%	Inflacion Annual 2014		TURNOS			TURNOS			TURNOS								
7,50%	Aumento Salarial Annual		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00			
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA			
LUNES	TARDE	0%	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0	LUN	T	0%	0			
	NOCHE	0%	LUN	N	0%	0	LUN	N	0%	0	LUN	N	0%	0			
MARTES	TARDE	25%	MAR	T	25%	9,375	MAR	T	25%	9,375	MAR	T	25%	9,375			
	NOCHE	50%	MAR	N	50%	18,75	MAR	N	50%	18,75	MAR	N	50%	18,75			
MIERCOLES	TARDE	50%	MIE	T	50%	18,75	MIE	T	50%	18,75	MIE	T	50%	18,75			
	NOCHE	75%	MIE	N	75%	28,125	MIE	N	75%	28,125	MIE	N	75%	28,125			
JUEVES	TARDE	50%	JUE	T	50%	18,75	JUE	T	50%	18,75	JUE	T	50%	18,75			
	NOCHE	100%	JUE	N	100%	37,5	JUE	N	100%	37,5	JUE	N	100%	37,5			
VIERNES	TARDE	75%	VIE	T	75%	28,125	VIE	T	75%	28,125	VIE	T	75%	28,125			
	NOCHE	100%	VIE	N	100%	37,5	VIE	N	100%	37,5	VIE	N	100%	37,5			
SABADO	TARDE	100%	SAB	T	100%	37,5	SAB	T	100%	37,5	SAB	T	100%	37,5			
	NOCHE	100%	SAB	N	100%	37,5	SAB	N	100%	37,5	SAB	N	100%	37,5			
DOMINGO	TARDE	0%	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0	DOM	T	0%	0			
	NOCHE	0%	DOM	N	0%	0	DOM	N	0%	0	DOM	N	0%	0			
TOTAL SEMANA PROMEDIO ENERO			271,875			TOTAL SEMANA PROMEDIO FEBRERO			271,875			TOTAL SEMANA PROMEDIO MARZO			271,875		
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5			TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5		
TICKET PROMEDIO			\$ 49,04			TICKET PROMEDIO			\$ 49,04			TICKET PROMEDIO			\$ 49,04		
FACTURACION ENERO			\$ 53.333,06			FACTURACION FEBRERO			\$ 53.333,06			FACTURACION MARZO			\$ 53.333,06		
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,32			COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,32			COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,32		
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 12.306,04			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 12.306,04			COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 12.306,04		
UTILIDAD BRUTA			\$ 41.027,01			UTILIDAD BRUTA			\$ 41.027,01			UTILIDAD BRUTA			\$ 41.027,01		
MANO DE OBRA			\$ 10.952,63			MANO DE OBRA			\$ 10.952,63			MANO DE OBRA			\$ 10.952,63		
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.386,99			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.386,99			COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.386,99		
EBIDTA			\$ 25.687,39			EBIDTA			\$ 25.687,39			EBIDTA			\$ 25.687,39		
Amortizaciones (Cuotas a Pagar) & Depreciaciones (Bienes de Uso)			\$ 1.271,62			Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62			Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62		
BAIT			\$ 24.415,77			BAIT			\$ 24.415,77			BAIT			\$ 24.415,77		
Intereses Pagados Financieramente por Prestamos o Deudas			\$ 1.536,56			Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56			Intereses Bancarios Interests			\$ 1.536,56		
BAT			\$ 22.879,21			BAT			\$ 22.879,21			BAT			\$ 22.879,21		
Impuesto a la Ganacia Impuesto a la Renta - IVA			\$ 5.714,26			Impuestos Taxes			\$ 5.714,26			Impuestos Taxes			\$ 5.714,26		
Beneficio Despues de Impuestos			\$ 17.164,96			BDT			\$ 17.164,96			BDT			#####		

AÑO
4

Tabla 38: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 4, 5, 6, 7

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		4	Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		4																		
ABRIL						MAYO						JUNIO						JULIO					
(A) % Consumo Mensual 75%						(A) % Consumo Mensual 75%						(A) % Consumo Mensual 85%						(A) % Consumo Mensual 100%					
Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS			
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00			50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00			50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00			50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00		
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA			TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA		
LUN	T	0%	0	0		LUN	T	0%	0	0		LUN	T	0%	0	0		LUN	T	0%	0	0	
	N	0%	0	0			N	0%	0	0			N	0%	0	0			N	0%	0	0	
MAR	T	25%	9,375	28,125		MAR	T	25%	9,375	28,125		MAR	T	25%	10,625	31,875		MAR	T	25%	12,5	37,5	
	N	50%	18,75	46,875			N	50%	18,75	46,875			N	50%	21,25	53,125			N	50%	25	62,5	
MIE	T	50%	18,75	56,25		MIE	T	50%	18,75	56,25		MIE	T	50%	21,25	63,75		MIE	T	50%	25	75	
	N	75%	28,125	65,625			N	75%	28,125	65,625			N	75%	31,875	74,375			N	75%	37,5	87,5	
JUE	T	50%	18,75	75		JUE	T	50%	18,75	75		JUE	T	50%	21,25	85		JUE	T	50%	25	100	
	N	100%	37,5	0			N	100%	37,5	0			N	100%	42,5	0			N	100%	50	0	
VIE	T	75%	28,125	0		VIE	T	75%	28,125	0		VIE	T	75%	31,875	0		VIE	T	75%	37,5	0	
	N	100%	37,5	0			N	100%	37,5	0			N	100%	42,5	0			N	100%	50	0	
SAB	T	100%	37,5	0		SAB	T	100%	37,5	0		SAB	T	100%	42,5	0		SAB	T	100%	50	0	
	N	100%	37,5	0			N	100%	37,5	0			N	100%	42,5	0			N	100%	50	0	
DOM	T	0%	0	0		DOM	T	0%	0	0		DOM	T	0%	0	0		DOM	T	0%	0	0	
	N	0%	0	0			N	0%	0	0			N	0%	0	0			N	0%	0	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				271,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				271,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				308,125		TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				362,5	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1087,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1087,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1232,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450	
TICKET PROMEDIO				\$ 49,04		TICKET PROMEDIO				\$ 49,04		TICKET PROMEDIO				\$ 49,04		TICKET PROMEDIO				\$ 49,04	
FACTURACION ABRIL				\$ 53.333,06		FACTURACION MAYO				\$ 53.333,06		FACTURACION JUNIO				\$ 60.444,13		FACTURACION JULIO				\$ 71.110,74	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 12.306,04		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 12.306,04		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 13.946,85		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.408,06	
UTILIDAD BRUTA				\$ 41.027,01		UTILIDAD BRUTA				\$ 41.027,01		UTILIDAD BRUTA				\$ 46.497,28		UTILIDAD BRUTA				\$ 54.702,68	
MANO DE OBRA				\$ 10.952,63		MANO DE OBRA				\$ 10.952,63		MANO DE OBRA				\$ 10.952,63		MANO DE OBRA				\$ 10.952,63	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99	
EBIDTA				\$ 25.687,39		EBIDTA				\$ 25.687,39		EBIDTA				\$ 31.157,66		EBIDTA				\$ 39.363,06	
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62	
BAIT				\$ 24.415,77		BAIT				\$ 24.415,77		BAIT				\$ 29.886,04		BAIT				\$ 38.091,44	
Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56	
BAT				\$ 22.879,21		BAT				\$ 22.879,21		BAT				\$ 28.349,48		BAT				\$ 36.554,88	
Impuestos				\$ 5.714,26		Impuestos				\$ 5.714,26		Impuestos				\$ 6.476,16		Impuestos				\$ 7.619,01	
BDT				\$ 17.164,96		BDT				\$ 17.164,96		BDT				\$ 21.873,32		BDT				\$ 28.935,87	

Tabla 39: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 8, 9, 10, 11

Rotación - Ventas - Estado de Resultados Año		4	Rotación - Ventas - Estado de Resultados Año		4																		
AGOSTO						SEPTIEMBRE						OCTUBRE						NOVIEMBRE					
(A) % Consumo Mensual 100%						(A) % Consumo Mensual 100%						(A) % Consumo Mensual 100%						(A) % Consumo Mensual 100%					
Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS				Capacidad Instalada		TURNOS			
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00		NOCHE (N) 19h00 - 23h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T 0%	0		0		LUN	T 0%	0		0		LUN	T 0%	0		0		LUN	T 0%	0		0	
	N 0%	0		0			N 0%	0		0			N 0%	0		0			N 0%	0		0	
MAR	T 25%	12,5		37,5		MAR	T 25%	12,5		37,5		MAR	T 25%	12,5		37,5		MAR	T 25%	12,5		37,5	
	N 50%	25		37,5			N 50%	25		37,5			N 50%	25		37,5			N 50%	25		37,5	
MIE	T 50%	25		62,5		MIE	T 50%	25		62,5		MIE	T 50%	25		62,5		MIE	T 50%	25		62,5	
	N 75%	37,5		62,5			N 75%	37,5		62,5			N 75%	37,5		62,5			N 75%	37,5		62,5	
JUE	T 50%	25		75		JUE	T 50%	25		75		JUE	T 50%	25		75		JUE	T 50%	25		75	
	N 100%	50		75			N 100%	50		75			N 100%	50		75			N 100%	50		75	
VIE	T 75%	37,5		87,5		VIE	T 75%	37,5		87,5		VIE	T 75%	37,5		87,5		VIE	T 75%	37,5		87,5	
	N 100%	50		87,5			N 100%	50		87,5			N 100%	50		87,5			N 100%	50		87,5	
SAB	T 100%	50		100		SAB	T 100%	50		100		SAB	T 100%	50		100		SAB	T 100%	50		100	
	N 100%	50		100			N 100%	50		100			N 100%	50		100			N 100%	50		100	
DOM	T 0%	0		0		DOM	T 0%	0		0		DOM	T 0%	0		0		DOM	T 0%	0		0	
	N 0%	0		0			N 0%	0		0			N 0%	0		0			N 0%	0		0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO				362,5		TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE				362,5		TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE				362,5		TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				362,5	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450	
TICKET PROMEDIO				\$ 49,04		TICKET PROMEDIO				\$ 49,04		TICKET PROMEDIO				\$ 49,04		TICKET PROMEDIO				\$ 49,04	
FACTURACION AGOSTO				\$ 71.110,74		FACTURACION SEPTIEMBRE				\$ 71.110,74		FACTURACION OCTUBRE				\$ 71.110,74		FACTURACION NOVIEMBRE				\$ 71.110,74	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.408,06		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.408,06		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.408,06		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.408,06	
UTILIDAD BRUTA				\$ 54.702,68		UTILIDAD BRUTA				\$ 54.702,68		UTILIDAD BRUTA				\$ 54.702,68		UTILIDAD BRUTA				\$ 54.702,68	
MANO DE OBRA				\$ 10.952,63		MANO DE OBRA				\$ 10.952,63		MANO DE OBRA				\$ 10.952,63		MANO DE OBRA				\$ 10.952,63	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99	
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 39.363,06		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 39.363,06		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 39.363,06		EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 39.363,06	
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62	
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 38.091,44		BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 38.091,44		BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 38.091,44		BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 38.091,44	
Intereses Bancarios Interests				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios Interests				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios Interests				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios Interests				\$ 1.536,56	
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 36.554,88		BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 36.554,88		BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 36.554,88		BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 36.554,88	
Impuestos Taxes				\$ 7.619,01		Impuestos Taxes				\$ 7.619,01		Impuestos Taxes				\$ 7.619,01		Impuestos Taxes				\$ 7.619,01	
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 28.935,87		BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 28.935,87		BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 28.935,87		BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 28.935,87	

Tabla 40: Ticket promedio y utilidad cuarto año mes 12

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

4

DICIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	25%	12,5	37,5
	N	50%	25	
MIE	T	50%	25	62,5
	N	75%	37,5	
JUE	T	50%	25	75
	N	100%	50	
VIE	T	75%	37,5	87,5
	N	100%	50	
SAB	T	100%	50	100
	N	100%	50	
DOM	T	0%	0	0
	N	0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				362,5
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450
TICKET PROMEDIO				\$ 49,04
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 71.110,74
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,32
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.408,06
UTILIDAD BRUTA				\$ 54.702,68
MANO DE OBRA				\$ 10.952,63
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.386,99
EBIDTA				
Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations		\$ 39.363,06		
Amortizaciones & Depreciaciones		\$ 1.271,62		
BAIT				
Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes		\$ 38.091,44		
Intereses Bancarios		\$ 1.536,56		
Interests				
BAT				
Earnings Before Amortizations and Taxes		\$ 36.554,88		
Impuestos		\$ 7.619,01		
Taxes				
BDT				
Earnings Before Depreciations and Taxes		\$ 28.935,87		

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$	281.313,34	8%

Tabla 41: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 1, 2, 3,

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5			Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5					
\$ 51,84	TICKET PROMEDIO		ENERO			FEBRERO			MARZO		
\$ 11,62	COSTO MP PROMEDIO		75%			75%			75%		
5,70%	% Aumento de Precios		TURNO			TURNO			TURNO		
2,70%	Inflacion Annual 2014		50 PAX TARDE (T) 10h00 - 15h00 NOCHE (N) 19h00 - 23h00			50 PAX TARDE (T) 10h00 - 15h00 NOCHE (N) 19h00 - 23h00			50 PAX TARDE (T) 10h00 - 15h00 NOCHE (N) 19h00 - 23h00		
7,50%	Aumento Salarial Annual		(C) % de Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			(C) % de Rotación x Turno (A) x (B) x (C)			(C) % de Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		
ROTACION PROMEDIO POR DIA X TURNO			TOTAL PAX AL DIA			TOTAL PAX AL DIA			TOTAL PAX AL DIA		
LUNES	TARDE	0%	LUN	T	0%	LUN	T	0%	LUN	T	0%
	NOCHE	0%	LUN	N	0%	LUN	N	0%	LUN	N	0%
MARTES	TARDE	25%	MAR	T	25%	MAR	T	25%	MAR	T	25%
	NOCHE	50%	MAR	N	50%	MAR	N	50%	MAR	N	50%
MIÉRCOLES	TARDE	50%	MIE	T	50%	MIE	T	50%	MIE	T	50%
	NOCHE	75%	MIE	N	75%	MIE	N	75%	MIE	N	75%
JUEVES	TARDE	50%	JUE	T	50%	JUE	T	50%	JUE	T	50%
	NOCHE	100%	JUE	N	100%	JUE	N	100%	JUE	N	100%
VIERNES	TARDE	75%	VIE	T	75%	VIE	T	75%	VIE	T	75%
	NOCHE	100%	VIE	N	100%	VIE	N	100%	VIE	N	100%
SABADO	TARDE	100%	SAB	T	100%	SAB	T	100%	SAB	T	100%
	NOCHE	100%	SAB	N	100%	SAB	N	100%	SAB	N	100%
DOMINGO	TARDE	0%	DOM	T	0%	DOM	T	0%	DOM	T	0%
	NOCHE	0%	DOM	N	0%	DOM	N	0%	DOM	N	0%
TOTAL SEMANA PROMEDIO			271,875			271,875			271,875		
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS			1087,5			1087,5			1087,5		
TICKET PROMEDIO			\$ 51,84			\$ 51,84			\$ 51,84		
FACTURACION			ENERO \$ 56.373,04			FEBRERO \$ 56.373,04			MARZO \$ 56.373,04		
COSTO MATERIA PRIMA			\$ 11,62			\$ 11,62			\$ 11,62		
COSTO TOTAL MATERIA PRIMA			\$ 12.638,31			\$ 12.638,31			\$ 12.638,31		
UTILIDAD BRUTA			\$ 43.734,73			\$ 43.734,73			\$ 43.734,73		
MANO DE OBRA			\$ 11.774,08			\$ 11.774,08			\$ 11.774,08		
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS			\$ 4.505,44			\$ 4.505,44			\$ 4.505,44		
EBIDTA			\$ 27.455,21			\$ 27.455,21			\$ 27.455,21		
Amortizaciones & Depreciaciones			\$ 1.271,62			\$ 1.271,62			\$ 1.271,62		
BAIT			\$ 26.183,59			\$ 26.183,59			\$ 26.183,59		
Intereses Bancarios			\$ 1.536,56			\$ 1.536,56			\$ 1.536,56		
BAT			\$ 24.647,04			\$ 24.647,04			\$ 24.647,04		
Impuestos			\$ 6.039,97			\$ 6.039,97			\$ 6.039,97		
BDT			\$ 18.607,07			\$ 18.607,07			#####		

AÑO
5

Tabla 42: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 4, 5, 6, 7

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		5	Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año		5																		
ABRIL						MAYO						JUNIO						JULIO					
(A) % Consumo Mensual 75%						(A) % Consumo Mensual 75%						(A) % Consumo Mensual 85%						(A) % Consumo Mensual 100%					
Capacidad Instalada			TURNOS			Capacidad Instalada			TURNOS			Capacidad Instalada			TURNOS			Capacidad Instalada			TURNOS		
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	TOTAL PAX AL DIA		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	TOTAL PAX AL DIA		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	TOTAL PAX AL DIA		50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	TOTAL PAX AL DIA	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA		TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)		TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0		LUN	T	0%	0	0		LUN	T	0%	0	0		LUN	T	0%	0	0	
LUN	N	0%	0	0		LUN	N	0%	0	0		LUN	N	0%	0	0		LUN	N	0%	0	0	
MAR	T	25%	9,375	28,125		MAR	T	25%	9,375	28,125		MAR	T	25%	10,625	31,875		MAR	T	25%	12,5	37,5	
MAR	N	50%	18,75	28,125		MAR	N	50%	18,75	28,125		MAR	N	50%	21,25	31,875		MAR	N	50%	25	37,5	
MIE	T	50%	18,75	46,875		MIE	T	50%	18,75	46,875		MIE	T	50%	21,25	53,125		MIE	T	50%	25	62,5	
MIE	N	75%	28,125	46,875		MIE	N	75%	28,125	46,875		MIE	N	75%	31,875	53,125		MIE	N	75%	37,5	62,5	
JUE	T	50%	18,75	56,25		JUE	T	50%	18,75	56,25		JUE	T	50%	21,25	63,75		JUE	T	50%	25	75	
JUE	N	100%	37,5	56,25		JUE	N	100%	37,5	56,25		JUE	N	100%	42,5	63,75		JUE	N	100%	50	75	
VIE	T	75%	28,125	65,625		VIE	T	75%	28,125	65,625		VIE	T	75%	31,875	74,375		VIE	T	75%	37,5	87,5	
VIE	N	100%	37,5	65,625		VIE	N	100%	37,5	65,625		VIE	N	100%	42,5	74,375		VIE	N	100%	50	87,5	
SAB	T	100%	37,5	75		SAB	T	100%	37,5	75		SAB	T	100%	42,5	85		SAB	T	100%	50	100	
SAB	N	100%	37,5	75		SAB	N	100%	37,5	75		SAB	N	100%	42,5	85		SAB	N	100%	50	100	
DOM	T	0%	0	0		DOM	T	0%	0	0		DOM	T	0%	0	0		DOM	T	0%	0	0	
DOM	N	0%	0	0		DOM	N	0%	0	0		DOM	N	0%	0	0		DOM	N	0%	0	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO ABRIL				271,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO MAYO				271,875		TOTAL SEMANA PROMEDIO JUNIO				308,125		TOTAL SEMANA PROMEDIO JULIO				362,5	
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1087,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1087,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1232,5		TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450	
TICKET PROMEDIO				\$ 51,84		TICKET PROMEDIO				\$ 51,84		TICKET PROMEDIO				\$ 51,84		TICKET PROMEDIO				\$ 51,84	
FACTURACION ABRIL				\$ 56.373,04		FACTURACION MAYO				\$ 56.373,04		FACTURACION JUNIO				\$ 63.889,44		FACTURACION JULIO				\$ 75.164,05	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62	
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 12.638,31		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 12.638,31		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 14.323,42		COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.851,08	
UTILIDAD BRUTA				\$ 43.734,73		UTILIDAD BRUTA				\$ 43.734,73		UTILIDAD BRUTA				\$ 49.566,03		UTILIDAD BRUTA				\$ 58.312,98	
MANO DE OBRA				\$ 11.774,08		MANO DE OBRA				\$ 11.774,08		MANO DE OBRA				\$ 11.774,08		MANO DE OBRA				\$ 11.774,08	
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44		COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44	
EBIDTA				\$ 27.455,21		EBIDTA				\$ 27.455,21		EBIDTA				\$ 33.286,51		EBIDTA				\$ 42.033,46	
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62		Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62	
BAIT				\$ 26.183,59		BAIT				\$ 26.183,59		BAIT				\$ 32.014,89		BAIT				\$ 40.761,84	
Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56		Intereses Bancarios				\$ 1.536,56	
BAT				\$ 24.647,04		BAT				\$ 24.647,04		BAT				\$ 30.478,33		BAT				\$ 39.225,28	
Impuestos				\$ 6.039,97		Impuestos				\$ 6.039,97		Impuestos				\$ 6.845,30		Impuestos				\$ 8.053,29	
BDT				\$ 18.607,07		BDT				\$ 18.607,07		BDT				\$ 23.633,04		BDT				\$ 31.171,99	

Tabla 43: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 8, 9, 10, 11

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5	Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año 5
--	--

AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE																			
(A) % Consumo Mensual 100%				(A) % Consumo Mensual 100%				(A) % Consumo Mensual 100%				(A) % Consumo Mensual 100%																			
Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS		Capacidad Instalada		TURNOS																	
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00																
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA																
LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0	LUN	T	0%	0	0												
LUN	N	0%	0	0	LUN	N	0%	0	0	LUN	N	0%	0	0	LUN	N	0%	0	0												
MAR	T	25%	12,5	37,5	MAR	T	25%	12,5	37,5	MAR	T	25%	12,5	37,5	MAR	T	25%	12,5	37,5												
MAR	N	50%	25	37,5	MAR	N	50%	25	37,5	MAR	N	50%	25	37,5	MAR	N	50%	25	37,5												
MIE	T	50%	25	62,5	MIE	T	50%	25	62,5	MIE	T	50%	25	62,5	MIE	T	50%	25	62,5												
MIE	N	75%	37,5	62,5	MIE	N	75%	37,5	62,5	MIE	N	75%	37,5	62,5	MIE	N	75%	37,5	62,5												
JUE	T	50%	25	75	JUE	T	50%	25	75	JUE	T	50%	25	75	JUE	T	50%	25	75												
JUE	N	100%	50	75	JUE	N	100%	50	75	JUE	N	100%	50	75	JUE	N	100%	50	75												
VIE	T	75%	37,5	87,5	VIE	T	75%	37,5	87,5	VIE	T	75%	37,5	87,5	VIE	T	75%	37,5	87,5												
VIE	N	100%	50	87,5	VIE	N	100%	50	87,5	VIE	N	100%	50	87,5	VIE	N	100%	50	87,5												
SAB	T	100%	50	100	SAB	T	100%	50	100	SAB	T	100%	50	100	SAB	T	100%	50	100												
SAB	N	100%	50	100	SAB	N	100%	50	100	SAB	N	100%	50	100	SAB	N	100%	50	100												
DOM	T	0%	0	0	DOM	T	0%	0	0	DOM	T	0%	0	0	DOM	T	0%	0	0												
DOM	N	0%	0	0	DOM	N	0%	0	0	DOM	N	0%	0	0	DOM	N	0%	0	0												
TOTAL SEMANA PROMEDIO AGOSTO				362,5				TOTAL SEMANA PROMEDIO SEPTIEMBRE				362,5				TOTAL SEMANA PROMEDIO OCTUBRE				362,5				TOTAL SEMANA PROMEDIO NOVIEMBRE				362,5			
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450				TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450			
TICKET PROMEDIO				\$ 51,84				TICKET PROMEDIO				\$ 51,84				TICKET PROMEDIO				\$ 51,84				TICKET PROMEDIO				\$ 51,84			
FACTURACION AGOSTO				\$ 75.164,05				FACTURACION SEPTIEMBRE				\$ 75.164,05				FACTURACION OCTUBRE				\$ 75.164,05				FACTURACION NOVIEMBRE				\$ 75.164,05			
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62			
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.851,08				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.851,08				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.851,08				COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.851,08			
UTILIDAD BRUTA				\$ 58.312,98				UTILIDAD BRUTA				\$ 58.312,98				UTILIDAD BRUTA				\$ 58.312,98				UTILIDAD BRUTA				\$ 58.312,98			
MANO DE OBRA				\$ 11.774,08				MANO DE OBRA				\$ 11.774,08				MANO DE OBRA				\$ 11.774,08				MANO DE OBRA				\$ 11.774,08			
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44				COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44				COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44				COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44			
EBIDTA				\$ 42.033,46				EBIDTA				\$ 42.033,46				EBIDTA				\$ 42.033,46				EBIDTA				\$ 42.033,46			
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62				Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62				Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62				Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62			
BAIT				\$ 40.761,84				BAIT				\$ 40.761,84				BAIT				\$ 40.761,84				BAIT				\$ 40.761,84			
Intereses Bancarios				\$ 1.536,56				Intereses Bancarios				\$ 1.536,56				Intereses Bancarios				\$ 1.536,56				Intereses Bancarios				\$ 1.536,56			
BAT				\$ 39.225,28				BAT				\$ 39.225,28				BAT				\$ 39.225,28				BAT				\$ 39.225,28			
Impuestos				\$ 8.053,29				Impuestos				\$ 8.053,29				Impuestos				\$ 8.053,29				Impuestos				\$ 8.053,29			
BDT				\$ 31.171,99				BDT				\$ 31.171,99				BDT				\$ 31.171,99				BDT				\$ 31.171,99			

Tabla 44: Ticket promedio y utilidad quinto año mes 12

Rotacion - Ventas - Estado de Resultados Año

5

DICIEMBRE				
(A) % Consumo Mensual 100%				
Capacidad Instalada		TURNOS		
50	PAX	TARDE (T) 10h00 - 15h00	NOCHE (N) 19h00 - 23h00	
TURNOS	(C) % de Ocupación x Turno	Rotación x Turno (A) x (B) x (C)	TOTAL PAX AL DIA	
LUN	T	0%	0	0
	N	0%	0	
MAR	T	25%	12,5	37,5
	N	50%	25	
MIE	T	50%	25	62,5
	N	75%	37,5	
JUE	T	50%	25	75
	N	100%	50	
VIE	T	75%	37,5	87,5
	N	100%	50	
SAB	T	100%	50	100
	N	100%	50	
DOM	T	0%	0	0
	N	0%	0	
TOTAL SEMANA PROMEDIO DICIEMBRE				362,5
TOTAL PAX MES PROMEDIO X 4 SEMANAS				1450
TICKET PROMEDIO				\$ 51,84
FACTURACION DICIEMBRE				\$ 75.164,05
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 11,62
COSTO MATERIA PRIMA				\$ 16.851,08
UTILIDAD BRUTA				\$ 58.312,98
MANO DE OBRA				\$ 11.774,08
COSTOS FIJOS - GASTOS OPERATIVOS				\$ 4.505,44
EBIDTA Earnings Before Interests, Taxes, Depreciations and Amortizations				\$ 42.033,46
Amortizaciones & Depreciaciones				\$ 1.271,62
BAIT Earnings Before Amortizations, Interests and Taxes				\$ 40.761,84
Intereses Bancarios Interests				\$ 1.536,56
BAT Earnings Before Amortizations and Taxes				\$ 39.225,28
Impuestos Taxes				\$ 8.053,29
BDT Earnings Before Depreciations and Taxes				\$ 31.171,99

BDT Annual	AÑO	% Crecimiento
\$ 303.700,30		8%

6.6 Nómina

El sueldo básico unificado para el 2015 es de USD \$ 354.00. El cual recibirá solamente el chef de partida y meseros, este es un personal no especializado y de fácil adquisición en el mercado laboral. El resto de personal como chef, sub chef, bodeguero y capitán que requieren para su trabajo ciertas condiciones de conocimientos y experiencias tendrán un salario superior, con la intención de que no haya rotación en este personal. A más del sueldo se pagarán los beneficios de ley, seguro social.

De acuerdo a lo antes dicho los salarios de los empleados de “Lo dulce de la sal” son los que constan en el cuadro que a continuación se expone:

Tabla 45: Sueldos personal

			(A) JORNADA ORDINARIA 40 Horas semanales, 5 días a la semana, dos días de descanso	
CARGO		NOMINA	(A1) Sueldo Bruto Base	(A2) Valor x Hora Ordinaria Jornada de 8 horas (A1 ÷ 30 días ÷ 8 horas)
1	Administrador	Nombre 1	\$ 900,00	\$ 3,75
2	Chef	Nombre 2	\$ 700,00	\$ 2,92
3	Sous chef	Nombre 3	\$ 500,00	\$ 2,08
3	Chef de partida 1	Nombre 3	\$ 354,00	\$ 1,48
4	Chef de partida 2	Nombre 4	\$ 354,00	\$ 1,48
5	Chef de partida 3	Nombre 5	\$ 354,00	\$ 1,48
6	Bodeguero 1	Nombre 6	\$ 400,00	\$ 1,67
6	Bodeguero 2	Nombre 6	\$ 400,00	\$ 1,67
7	Capitan 1	Nombre 7	\$ 500,00	\$ 2,08
8	Capitan 2		\$ 500,00	\$ 2,08
8	Mesero 1		\$ 354,00	\$ 1,48
8	Mesero 2		\$ 354,00	\$ 1,48
8	Mesero 3		\$ 354,00	\$ 1,48
8	Mesero 4		\$ 354,00	\$ 1,48
8	Mesero 5		\$ 354,00	\$ 1,48
TOTALES			\$ 6.732,00	\$ 1,87
			Valor Total a Pagar en Sueldos Brutos	Valor promedio Hora Ordinaria

Tabla 47: Costo jornada nocturna y horas extras

(C) JORNADAS NOCTURNAS al 25% Jornada entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, que podrá durar igual que la jornada diurna hasta 8 horas. Tendrá un recargo del 25%			(D) HORAS EXTRAS al 100% Cuando el empleado trabaja sábados, domingos (o sus días libres) o días feriados Tendrá un recargo del 100%		
(C1) Valor \$ Total a pagar x Horas en Jornada Nocturna al 25% (C2 x C3)	(C2) Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	(C3) Valor x Hora en Jornada Suplementaria al 25% extra (A2 x 1,25)	(D1) Valor \$ Total a pagar x Horas Extras al 100% (D2 x D3)	(D2) Q Horas Extras (Días libres y feriados) al 100%	(D3) Valor x Hora Extra 100% (A2 x 2)
\$ -	0	\$ 4,69	\$ -	0	\$ 7,50
\$ -	0	\$ 3,65	\$ -	0	\$ 5,47
\$ -	0	\$ 2,60	\$ -	0	\$ 3,91
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 2,08	\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 2,08	\$ -	0	\$ 3,13
\$ -	0	\$ 2,60	\$ -	0	\$ 3,91
\$ -	0	\$ 2,60	\$ -	0	\$ 3,91
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 1,84	\$ -	0	\$ 2,77
\$ -	0	\$ 2,34	\$ -	0	\$ 3,54
TOTAL a Pagar en Jornadas Nocturnas al 25%	TOTAL Q Horas en Jornada Nocturna al 25%	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna al 25%	Valor Total a Pagar en Jornadas Nocturnas	Total Horas Jornada Nocturna	Valor promedio Hora en Jornada Nocturna

Tabla 48: Total costo mano de obra

(E) TOTAL SUELDO BRUTO	Sueldo Bruto + 12 Meses	Sueldo Básico + 12 Meses	Sueldo Bruto + 360 días x 15 días	APORTES al IESS			Sueldo Neto		
				Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social					
				9,45% del sueldo Bruto (Paga el Empleado)	11,15% del Sueldo Bruto (Paga el Patrono)	SECAP 0,5% del Sueldo Bruto IECES 0,5% del Sueldo Bruto			
DTR Decimo Tercera Remuneración	DCR Decimo Cuarta Remuneración	Vacaciones 15 días al año	Aporte Empleado 9,45%	Aporte Patronal 11,15%	IECE 0,50% SECAP 0,50%				
\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 28,33	\$ 37,50	\$ 85,05	\$ 100,35	\$ 9,00	\$ 1.150,18	Nombre 1	Administrador
\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 28,33	\$ 29,17	\$ 66,15	\$ 78,05	\$ 7,00	\$ 900,88	Nombre 2	Chef
\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 28,33	\$ 20,83	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 651,58	Nombre 3	Sous chef
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59	Nombre 3	Chef de partida 1
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59	Nombre 4	Chef de partida 2
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59	Nombre 5	Chef de partida 3
\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93	Nombre 6	Bodeguero 1
\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67	\$ 37,80	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 526,93	Nombre 6	Bodeguero 2
\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 28,33	\$ 20,83	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 651,58	Nombre 7	Capitan 1
\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 28,33	\$ 20,83	\$ 47,25	\$ 55,75	\$ 5,00	\$ 651,58		Capitan 2
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59		Mesero 1
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59		Mesero 2
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59		Mesero 3
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59		Mesero 4
\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 28,33	\$ 14,75	\$ 33,45	\$ 39,47	\$ 3,54	\$ 469,59		Mesero 5
\$ 6.732,00	\$ 561,00	\$ 425,00	\$ 280,50	\$ 636,17	\$ 750,62	\$ 67,32			
TOTAL SUELDO BRUTO NOMINA	\$		1.266,50	\$	1.454,11	\$	8.816,44		
	<i>Previsión Mensual RRHH</i>			<i>Pago Mensual Aportes al IESS</i>			<i>Pago Mensual en Sueldos</i>		

\$ 8.816,44

Total Costo Mano Obra

Jornada ordinaria o diurna:

En el caso del Ecuador es de lunes a viernes 8 horas diarias 40 horas semanales.

Jornada nocturna:

La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco (25%) por ciento

Horas suplementarias:

Después de la jornada ordinaria, máximo 4 horas al día y 12 horas a la semana.
Recargo del 50% hasta las 24H00, 100% desde 01H00 a 06H00

Horas Extras:

Cuando el empleado trabaja sábados, domingos o días feriados = Recargo del 100%

6.7 Otros costos y costos fijos

Tabla 49: Otros costos y costos fijos

OTROS COSTOS - COSTOS FIJOS		
Servicios Basicos		OBSERVACIONES
Agua	\$ 50,00	Consumo Básico
Luz	\$ 50,00	Consumo Básico
Telefonos & Celulares	\$ 150,00	Linea Fija + Plan de 2 Celulares
Gas	\$ 250,00	Bobonas de Gas sin Subsidio Gubernamental
Internet	\$ 50,00	Trabajo + Wifi Clientes
Servicios Complementarios		
Seguridad	\$ 350,00	Contrato Básico de Seguridad
Control de Plagas	\$ 100,00	Mantenimiento y Control
Contabilidad	\$ 200,00	Facturación sobre los 100 mil
Asesoramiento Legal	\$ 50,00	Contratos, Permisos, MRL, Etc.
Costos Bancarios	\$ 50,00	Retiros, Transferencias, Chequeras, Certificaciones, etc.
Tramites Varios	\$ 50,00	Peajes, Parqueaderos, Propinas, etc.
Gastos de Gestion	\$ 50,00	Permisos, Autorizaciones,
Equipos & Materiales		
Mantenimiento	\$ 120,00	Mantenimiento Equipo Pesado
Repocisión	\$ 150,00	Menaje de Servicio y de Cocina
Material de Oficina	\$ 50,00	Papel, tinta, esferos, rollo impresora, etc.
Otros Costos		
Alquiler Local	\$ 1.500,00	Asumiendo que no es propio o que pagamos una deuda de compra
RRPP	\$ 30,00	Cualquier gasto que se haga en nombre de las buenas relaciones
Marketing& Publicidad	\$ 300,00	Manejo de Cuenta Publicitaria Básica
Caja Chica No Recuperable	\$ 100,00	Gastos no deducibles ni recuperables
Gasolina	\$ 150,00	Movilidad del negocio o del Administrador
Jardinería	\$ 50,00	Mantenimiento de Jardines y paisajes
Materiales de Limpieza	\$ 200,00	Materiales de limpieza
Otros Costos COSTOS FIJOS	\$ 4.050,00	<i>Todos los costos que no dependen del giro específico del negocio Independientemente de si se generan mes a mes</i>

En la tabla 48 contiene los costos fijos como son: servicios básicos, complementarios, equipos y materiales. Estos costos son necesarios para el funcionamiento del establecimiento, independientemente de las ventas. A estos se debe sumar el valor estimado de nómina salarial antes detallado.

Conclusión: Según el informe financiero se puede concluir que el proyecto es rentable a partir del primer año de funcionamiento. Lo cual le hace atractivo, asegurando no solo la inversión sino también la rentabilidad del negocio.

CAPÍTULO VII PLAN LEGAL

7.1 Figura jurídica

El restaurante “LO DULCE DE LA SAL” es un negocio con capitales propios, que pertenece a una persona natural, obligada a tener un Registro Único de Contribuyentes (RUC). Está obligada a emitir y entregar facturas por cada una de sus transacciones comerciales, autorizadas por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y entregar a esta entidad las declaraciones respectivas. Dependerá del monto de sus ingresos y gastos, indicado en la ley, para que esté obligado o no a llevar contabilidad.

- **Actividad de la empresa.-** Por ser una empresa de alimentos y bebidas se clasifica en empresa de servicio y turismo.
- **Demandas económicas del proyecto.-** El proyecto al ser financiado por una sola persona, asumirá la totalidad de los gastos de la elaboración del proyecto.
- **Responsable del negocio.-** El cumplimiento de las obligaciones tributarias y jurídicas que se han establecido en nuestro país para este tipo de negocio son de responsabilidad del dueño del negocio.
- Como persona natural es obligatorio la declaración del Impuesto al Valor agregado (IVA), Retenciones en la Fuente e Impuesto a la Renta (Anticipo de impuesto a la renta)
- **Ventajas de ser una persona natural.-** El funcionamiento legal y tributario no requiere de muchos trámites ni de mucha documentación, por lo tanto es menos costoso. La liquidación o venta de este tipo de negocios es más sencilla, al igual que la toma de decisiones con respecto a su administración, por que recae en una sola persona. En cuanto al capital sus modificaciones se pueden realizar sin ninguna restricción, en lo que respecta a tributación se puede acoger a regímenes más favorables (León, 2012).

- **Desventajas de ser una persona natural.-** Como persona natural las responsabilidades son ilimitadas esto se refiere a que el dueño garantiza con su patrimonio las obligaciones que contraiga la empresa. El capital de la empresa va en función de los bienes del dueño. Los bancos y otras entidades financieras no tienen la misma apertura para otorgar créditos a personas naturales (León, 2012).

Permisos a obtener

Requisitos SRI:

Según el SRI (s.f.), los documentos solicitados para la obtención del RUC son:

- Cédula de Identidad original y copia
- Papeleta de votación vigente original y copia
- Factura de servicios básicos (luz, agua o teléfono)

Requisitos para obtener la Patente municipal:

De acuerdo a la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria (2012), para la adquisición de la Patente Municipal se necesitan los siguientes documentos.

Para personas naturales NO obligadas a llevar contabilidad

- Formulario debidamente completo de la declaración de Patente Municipal.
- Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.

Permisos que incluye la LUAE

Según Quito Distrito Metropolitano (2012), los permisos y autorizaciones administrativas requeridas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito son:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

Requisitos para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE):

De acuerdo a Quito Distrito Metropolitano (2012), los requisitos necesarios para la obtención de la LUAE son:

- Formulario único de solicitud, completo y registrado por el titular del RUC o representante legal.
- Copia del RUC actualizado
- Copia de cédula de identidad o pasaporte y papeleta de votación.
- Contrato y autorización del propietario en caso de local arrendado.
- Para empresas recién consolidadas el plano y dimensiones determinadas para publicidad (rótulo)

Requisitos Cuerpo de Bomberos:

Según la página oficial del Cuerpo de Bomberos (2014), los requisitos necesarios son:

1. Solicitar inspección del local.
2. Informe de la inspección
3. Copia del RUC

Requisitos Ministerio de Salud Pública:

Según la página oficial del Ministerio de Salud Pública (2014), los requisitos solicitados son:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

CAPÍTULO VIII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

El presente plan de negocio tuvo como objetivo la introducción de nuevas combinaciones dulce salado, utilizando como producto estrella el chocolate en todas las preparaciones que se realizaran en el negocio. Mediante encuestas (Ubicadas en el anexos 16) se logró comprobar que el 100% de los encuestados están dispuestos a consumir este tipo de preparaciones, ya sea por curiosidad o por probar nuevos sabores. Se puede concluir diciendo que en la gastronomía ecuatoriana puede fusionarse con todo tipo de sabores, simplemente hay que encontrar el equilibrio en los mismos para poder crear nuevas combinaciones que agraden al consumidor.

8.2 Recomendaciones y viabilidad del negocio

Recomendaciones:

- Se recomienda realizar futuras investigaciones, que faciliten la obtención de datos para elaborar nuevas fusiones con productos típicos ecuatorianos.
- Fomentar programas universitarios con el tema fusión para crear nuevas preparaciones a partir de productos nacionales.
- Elaborar un plan de marketing, impulsando la creación de nuevos sabores y combinaciones, las cuales se puedan realizar basándose únicamente en productos nativos.

Viabilidad del Negocio:

Mediante el estudio de mercado y el plan financiero (tablas 26 a la 46) se puede demostrar que el plan de negocio propuesto es viable gracias a los gustos y tendencias del mercado al cual se ha enfocado el restaurante “Lo dulce de la sal”.

REFERENCIAS

- Acebedo, J. (2010). *El Contador Virtual*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de http://elcontadorvirtual.blogspot.com/2010/04/clasificacion-de-las-empresas-segun-su_22.html
- Acerenza, M. (2004). *Marketing de restaurantes*. México. Trillar.
- Armendáris, M. (2009). *Mishki Mikuna*. Ecuador, Quito. Udl.
- Arturo, K. (2014). *Conceptos y ejemplos Estrategia de Marketing*. Recuperado el 08 de junio del 2015 de <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- Bacterifield, D. (2009). *Control de calidad. México*. Prentice Halls.
- Bayona, H. (2002). *El chef en casa cocina ecuatoriana e Internacional paso a paso*. Colombia, Bogotá. Quebecas world.
- Béjar, G. (2014). Nuevas fronteras del placer. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de
- Brito, A. (2010). *Diseño de un modelo organizacional para la empresa CETA, C.A.* Recuperado el 03 de mayo del 2015 de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf4/disenomodelo-organizacional-empresa-ceta-c-a/disenomodelo-organizacional-empresa-ceta-c-a.pdf>
- Burneo, M. (2011) *Fiestas y sabores del Ecuador*. UDLA.
- Cadena, N. (2010). *Diplomado en gerencia de alimentos y bebidas*. Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <http://es.slideshare.net/nelsoncadena/tipos-de-restaurantes-ean>
- Cancino, A. (2010). *Operación de restaurantes y bares*. Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/tipos-restaurantes>
- Capetillio, V. (2013). *3 formas para renovar tu restaurante*. Recuperado el 1 de abril del 2015 de <http://marketingderestaurantes.com/>
- Cárdenas, A. (2007). *Fechas cívicas y festividades del Ecuador*. España, Madrid. Cultural S.A.
- Chamorro, A. (2009). *Cocina de Auto. Primera edición*. Quito. Unimarket C.I.A.

- Chocozona. (2014). *Los secretos de la mezcla de chocolate y sal*. Recuperado el 24 de marzo del 2015 de <http://www.chocozona.com/los-secretos-de-la-mezcla-de-chocolate-y-sal-2756>
- Cuerpo de Bomberos. (2014). *Permiso de funcionamiento*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6
- Definicion.de. (s.f.). *Definición de Buffet*. Recuperado el 24 de marzo del 2015 de <http://definicion.de/buffet/>
- Del A, G. (2011). *Comida Rápida*. Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <http://es.slideshare.net/tavotrejo/comida-rapida-8144194>
- Dirección Metropolitana Financiera Tributaria. (2012). *Sólo tres requisitos básicos se necesitan para la Patente*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/solo_tres_requisitos_basicos_se_necesitan_para_la_patente--6609
- Ecured. (2015). *Restaurante*. Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <http://www.ecured.cu/index.php/Restaurante>
- El telégrafo. (2012). *Sector turístico crece un 15% en primer semestre*. Recuperado el 13 de marzo del 2015 de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/sector-turistico-crece-un-15-en-primer-semester.html>
- Escolástico, A. (2013). *Historia de los Restaurantes*. Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>
- Escuder, F. (20011). *Compra, recepción y almacenamiento de alimentos en hoteles y restaurantes*. Primera edición. México. Trillar.
- Espinoza, R. (2013). *DAFO*. Recuperado el 13 de abril del 2015 de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Fajardo, F. (s.f.). *¿Quién fue el creador del cacao CCN-51? Homero Castro Zurita conózcalo*. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de http://www.elcacaotero.com.ec/cacao_ccn51.html

- Gallardo, C. (2012) *Fiestas y sabores del Ecuador*. Provinaut Cuenca.
- Gallardo, C. (2012). *Chefs del Ecuador 2012*. Ecuador, Quito. Edicuatorial.
- Gibran, S. (2012). *Impuestos a Hoteles y Restaurantes*. Recuperado el 1 de Abril del 2015 de <http://es.slideshare.net/froxzen/impuestos-a-hoteles-y-restaurantes>
- Guerrero, G. (s.f.). *El Cacao ecuatoriano Su historia empezó antes del siglo XV*. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de <http://www.revistalideres.ec/lideres/cacao-ecuatoriano-historia-empezo-siglo.html>
- Guzmán, A. (2010). *Los Sabores de mi tierra*. Ecuador, Quito. Culturesa.
- INEC. *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Recuperado el 15 Mayo del 2015 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- Kotler, A. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (8a. ed.). Naucalpan, Estado de México: Pearson educación de México.
- León, J. (2012). *8 Ventajas y desventajas de la persona jurídica y natural*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de <http://joselynleon.blogspot.com/2012/05/10ventajas-y-desventajas-de-la-persona.html>
- López, E. (2012). Proyecto para la creación de un restaurante de cocina de autor gourmet “El NAUHI”. UDLA.
- López, F. (2004). *Administración de la empresa restaurantera*. México. Trillar.
- Mejía, C. (2013). *El concepto de la capacidad instalada*. Recuperado el 25 de abril del 2015 de <http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Permiso de Funcionamiento*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de <http://www.salud.gob.ec/tag/permisos-de-funcionamiento/>
- Mora, F. (2011). Restaurante buffet de comida típica de las 4 regiones del Ecuador. UDLA.
- Nafarrate, C. (2009). *Cocina ecuatoriana*. España, Madrid. Susalta edición S.A.
- Otero, M. (2012). *El origen de la palabra Restaurantes*. Recuperado el 10 de marzo del 2015 de

<http://unmundoenlascocinas.blogspot.com/2012/10/el-origen-de-la-palabra-restaurante.html>

- Palacios, E. (2012). "Crear una empresa plan de negocios" Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/07/25/conceptos-a-tener-en-cuenta-en-el-estudio-tecnico-del-plan-de-negocios/>
- Pastor, M. (2010). Proyecto para la creación de un negocio Gastronómico "Bambusa". UDLA.
- Pazmiño, P. (2012). Libros de cuentos Ecuatorianos. UDLA.
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria histórica de la cocina quiteña*. Primera edición. Ecuador, Quito. Biblioteca básica de Quito.
- Pérez, P. Escobar, L. (2009). Gastronomía Ecuatoriana. ESPOL.
- Planetacurioso. (2008). *¿Cuál es el origen de la palabra "Restaurante"?* Recuperado el 10 de marzo del 2015 de <http://www.planetacurioso.com/2008/02/27/cual-es-el-origen-de-la-palabra-restaurante/>
- Powers, T. Borrows, C. (2003). *Introduction to Management in the Hospitality Industry*. Recuperado el 14 de marzo del 2015 de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/morayta_r_m/capitulo2.pdf
- Quito Distrito Metropolitano. (2012). *Nuevo Proceso LUAE*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb.html>
- Revelo, B. (2010) Introducción de la cocina típica ecuatoriana en formato de comida rápida. UDLA.
- Rojas, L. (1990). *El gran libro de la cocina Ecuatoriana*. Ecuador, Quito. Círculo de lectores.
- Salas, S. (2013). *Como planear un negocio rápidamente*. Recuperado el 1 de abril del 2015 de <http://seleyenda.com/como-planear-negocio-rapidamente/>

- Santamaría, S. (2011) *Catering para eventos Infantiles especializados en comida nacional*. UDLA.
- Schmid, P. (2013). *Análisis de la situación actual y perspectivas del cacao Ecuatoriano y propuestas de industrialización local*. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/29/1/T-UIDE-0002.pdf>
- Simón, G. (2012). *Derivados del cacao*. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de http://es.slideshare.net/greg_dig/derivados-del-cacao
- Soria, J. (s.f.). *Breve historia del cultivo del cacao en el Ecuador*. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de http://www.ecuacocoa.com/espanol/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=51
- SRI. (s.f.). *Registro Único de Contribuyentes – RUC Requisitos para Personas Naturales y Sociedades*. Recuperado el 5 de junio del 2015 de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/REQRUCMAY2006.pdf>
- Tandazo, A. (2014). *El cacao Ecuatoriano*. Recuperado el 25 de marzo del 2015 de <http://www.surtrek.org/blog/el-cacao-ecuadoriano/>
- Thompson, P. Gamble, S. (2012). *Administración estratégica teoría y casos*.(18ª. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Torres, C. (2011). *Creación de un bar temático de comidas y bebidas típicas ecuatorianas “Toa Bar”*. UDLA.
- Tributar Ecuador. (2014). *Servicios para personas Naturales obligadas a llevar contabilidad* Recuperado el 5 de junio del 2015 de <http://tributarsoluciones.blogspot.com/2014/01/servicios-para-personas-naturales.html>
- Universidad de los Hemisferios. (s.f.). *Impacto del consumo en la economía*. Recuperado el 15 de Mayo del 2015 de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-agosto-2004/836-el-consumo-en-ecuador-indicadores-exclusivos>
- Viteri, C. (2012). *Restaurante típico de gastronomía nacional dividida por regiones con tres ambientes distintivos que plasman nuestras costumbres e influencia culinaria*. UDLA

Zambrano, P. (2010). *111 Platos populares del Ecuador*. Quito, Ecuador. Ediecuatorial.

ANEXOS

Anexo No.1 Recetas Estándar

	FACULTAD DE GASTRONOMÍA ALIMENTOS Y BEBIDAS				
NOMBRE DE LA RECETA	Empanadas de viento en salsa de chocolate y yogurt				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,5	kg	Harina de trigo	\$ 1,06	\$ 0,53	
0,005	kg	Sal	\$ 0,60	\$ 0,00	
0,005	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,01	
0,125	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 1,23	
0,125	lt	Leche evaporada	\$ 4,29	\$ 0,54	
0,05	kg	Huevo	\$ 0,16	\$ 0,01	
0,25	kg	Queso fresco	\$ 7,88	\$ 1,97	
0,05	kg	Cebolla blanca	\$ 2,87	\$ 0,14	
0,5	Lt	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 1,93	
0,7	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 9,59	
0,3	Lt	Yogurt de mora	\$ 4,12	\$ 1,24	
			VALOR TOTAL	\$ 17,18	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<p>Ponga la harina, el azúcar, y la sal en un procesador de alimentos, y mezcle bien. Añada los pedazos de mantequilla y mezcle bien. Agregue los huevos y el agua, continúe mezclando hasta que se forme una masa grumosa o bolitas pequeñas de masa. Saque la masa del procesador y amásela suavemente. Forme dos bolas con la masa dulce, aplánelas hasta tener dos discos gruesos, y déjelos enfriar en la refrigeradora durante al menos 30 minutos. Para preparar las tapas o discos de las empanadas, en una superficie ligeramente enharinada, extienda la masa usando rodillo hasta obtener una capa delgada de masa. Luego use un molde redondo (o un plato pequeño o taza como molde), puede elegir el tamaño dependiendo de si quiere empanadas pequeñas o medianas. Otra forma de hacer las tapas de las empanadas es formar la masa en bolitas individuales y luego extender cada bolita en forma circular (no tiene que ser un círculo perfecto). También se puede usar una de esas prensas para aplastar tortillas. Las tapas para las empanadas se pueden usar inmediatamente o las puede guardar en la refrigeradora para usarlas después. También las puede separar con papel encerado y congelar para uso futuro.</p>				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Papardeles en salsa de chocolate perfumado con amaretto y frutos rojos				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
1,3	kg	Papardeles	\$ 7,00	\$ 9,10	
1	kg	Chcolate	\$ 13,70	\$ 13,70	
0,1	ml	Amaretto	\$ 13,47	\$ 1,35	
0,1	kg	Frutillas	\$ 4,15	\$ 0,42	
0,1	kg	Frambuesas	\$ 6,30	\$ 0,63	
0,2	ml	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 0,77	
0,1	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 0,98	
0,06	kg	Canela	\$ 43,33	\$ 2,60	
0,06	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,07	
0,08	ml	Vino tinto	\$ 6,61	\$ 0,53	
			VALOR TOTAL	\$ 30,14	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Picar los frutos rojos en brunoise, colocarlos en una sartén con mantequilla y freír los futos rojos 2.- Una vez que esten fritos colocar la canela y el azúcar dejar que estos se cocinen 3.- Una vez cocinados colocar el vino tinto y dejar que se haga una salsa 4.- En una tabla cortar el chocolate, una vez cortado derretirlo a baño María y mezclar con la salsa de frutos rojos, incorporar el amaretto y la crema de leche 5.- Cocinar los papardeles en agua caliente con sal y aceite 6.- Una vez cocidos mezclar con la salsa de chocolate y decorar 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Pollo en salsa de cedrón con espuma de café y chocolate				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
1,5	kg	Pollo	\$ 8,45	\$ 12,68	
0,1	kg	Harina	\$ 1,60	\$ 0,16	
0,1	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 0,98	
0,004	kg	Lecitina	\$ 10,00	\$ 0,04	
8	Unidad	Cedrón	\$ 5,00	\$ 40,00	
0,3	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 4,11	
0,3	kg	Café	\$ 30,00	\$ 9,00	
0,4	ml	Agua		\$ -	
0,08	kg	Azúcar	\$ 1,06	\$ 0,08	
1	lt	Leche	\$ 1,01	\$ 1,01	
	C/n	Sal/Pimienta	\$ 50,00	\$ -	
			VALOR TOTAL	\$ 68,06	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- En una sartén colocar la harina y tostarla, una vez tostada la harina poner la mantequilla y mezclar las dos hasta que se haga una pasta , poner en refrigeración 2.- En una olla colocar la leche e infucionar con el cedrón 3.- Cuando este infucionado con el cedrón poner el rux que estaba en refrigeración en la olla y mezclar hasta que espese 4.- Salpimentar el pollo y ponerlo al horno junto con el romero y pimienta molida dejar hornear 5.- Calentar el agua e incorporar el chocolate , el café y el azúcar mezclar , una vez que todo se haya incorporado poner la lecitina y bartir con el mixer 6.- Decorar el plato con todos los ingredientes 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Brownie de chocolate				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,2	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 2,74	
0,25	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 2,45	
0,25	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,27	
0,13	kg	Harina	\$ 1,06	\$ 0,14	
5	und	Huevos	\$ 0,16	\$ 0,80	
0,1	kg	Nueces	\$ 22,50	\$ 2,25	
	c/n	Agua		\$ -	
	c/n	Golosinas de colores	\$ 6,00	\$ -	
0,15	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 2,06	
			VALOR TOTAL	\$ 10,71	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<p>1.-Pon los huevos en un bol, bátelos con la varilla e incorpora el azúcar poco a poco.</p> <p>2.-Trocea el chocolate y la mantequilla, ponlos en un bol y deja que se fundan a baño María removiendo con cuidado. Una vez fundido, añade al bol de los huevos y remueve bien.</p> <p>3.-Por otro lado, mezcla la harina con las nueces peladas y troceadas. Añade a la mezcla de los huevos. Remueve bien y coloca todo en un recipiente apto para horno untado de mantequilla y harina. Hornea a 180°C durante 40 minutos. Deja templar para desmoldar.</p> <p>4.-Funde el resto del chocolate y añade unos hilitos por encima del brownie.</p> <p>5.-Acompaña con las golosinas de colores rellenas de chocolate y decora con una hoja de menta. Sirve el brownie de chocolate.</p>				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Camarones apanados con salsa de chocolate perfumada con ají				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,8	kg	Camarones	\$ 21,33	\$ 17,06	
0,5	kg	Harina	\$ 1,06	\$ 0,53	
5	Und	Huevos	\$ 0,16	\$ 0,80	
0,5	Lt	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 1,93	
0,7	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 9,59	
0,2	Kg	Ají	\$ 2,80	\$ 0,56	
0,04	Kg	Sal	\$ 0,60	\$ 0,02	
0,005	kg	Nuez Moscada	\$ 116,96	\$ 0,58	
1	Lt	Aceite	\$ 2,10	\$ 2,10	
0,005	Kg	Pimienta	\$ 50,00	\$ 0,25	
			VALOR TOTAL	\$ 33,43	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Marinar los camarones con sal y pimienta 2.- Apanar los camarones usando la harina y los huevos 3.- Freír los camarones 4.- En una tabla aparte picar el chocolate 5.- Derretir el chocolate a baño María, e incorporar la crema de leche junto con el ají picado en fino brunoise 5.- Una vez mezclado todo agregar sal, pimienta y nuez moscada al gusto 6.- Decorar el plato con papel de ají y la salsa 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Champiñones rellenos de tocino y queso en balsámico reducido con trozos de chocolate				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,6	kg	Champiñones enteros	\$ 8,75	\$ 5,25	
0,3	kg	Tocino	\$ 18,30	\$ 5,49	
0,3	kg	Queso	\$ 8,56	\$ 2,57	
0,5	Lt	Balsámico	\$ 6,77	\$ 3,39	
0,3	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,33	
0,1	ml	Miel	\$ 11,81	\$ 1,18	
0,04	Kg	Sal	\$ 0,60	\$ 0,02	
0,1	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 0,98	
0,3	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 4,11	
0,005	Kg	Pimienta	\$ 50,00	\$ 0,25	
			VALOR TOTAL	\$ 23,57	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Limpiar el champiñon y quitarle el alimento que tiene en el interior 2.- Cortar el tocino, y sofreirlo con la comida que se saco del champiñon colocar sal y pimienta 3.- Colocar en el interior del champiñon el sofrito de tocino y comida de tocino. Colocar en un pirex con mantequilla los champiñones 4.- Rallar el queso encima de los champiñones y hornear a 200°C durante media hora 5.- En una caserola aparte colocar el balsámico con el azúcar, la miel, dejar reducir una vez reducido el vinagre balsámico colocar el chocolate picado 6.- Decorar al gusto 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Cerdo en salsa de vino tinto perfumado con anís y chocolate amargo				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
2	kg	Cerdo	\$ 8,67	\$ 17,34	
0,5	ml	Vino tinto	\$ 6,61	\$ 3,31	
0,1	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,11	
3	und	Anís	\$ 0,03	\$ 0,09	
0,8	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 10,96	
0,03	kg	Sal	\$ 0,60	\$ 0,02	
2	kg	Arroz	\$ 1,44	\$ 2,88	
0,6	kg	Avellanas	\$ 15,00	\$ 9,00	
0,02	kg	Pimienta	\$ 50,00	\$ 1,00	
			VALOR TOTAL	\$ 44,70	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- En una cacerola colocar el vino tinto junto con el azúcar, y el anís dejar reducir. 2.- Dejar cocinar el arroz, una vez que este cocinado mezclar con las avellanas picadas y tostadas 3.- Marinar el cerdo con sal y pimienta, luego llevar al horno y cocinarlo 4.- Cuando el vino este reducido colocar el chocolate amargo en trozos y dejar que se derrita 5.- Decorar al gusto con todos los ingredientes 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Coulant de chocolate				
GÉNERO	Frío				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,45	kg	Chocolate Negro	\$ 13,70	\$ 6,17	
0,15	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 1,47	
9	und	Huevos	\$ 0,16	\$ 1,44	
0,2	kg	Harina	\$ 1,06	\$ 0,21	
0,24	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,26	
0,09	kg	Harina	\$ 1,06	\$ 0,10	
0,05	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 0,49	
0,001	kg	Hoja de menta	\$ 15,11	\$ 0,02	
0,1	kg	Mermelada	\$ 10,00	\$ 1,00	
			VALOR TOTAL	\$ 11,15	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<p>1.-Precalienta el horno. Funde 100 gramos de chocolate con la mantequilla (al baño María o en el microondas).</p> <p>2.-Monta los huevos con el azúcar hasta que tripliquen su volumen y agrega la harina tamizada. Vierte el chocolate fundido y mezcla bien.</p> <p>3.-Unta 4 moldes individuales con un poco de mantequilla y espolvoréalos con un poco de harina. Vierte la mezcla en los moldes llenándolos hasta 1/3. Reparte el chocolate en cada molde y luego cúbrelos con el resto de la mezcla. Hornea a 200º C durante 10-12 minutos.</p> <p>4.-Desmolda, espolvorea con azúcar glas y ábrelos por la mitad. 5.-Decora con una hojita de menta y unos hilos de mermelada de fresa.</p> <p>6.-Sirve el coulant de chocolate caliente.</p>				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Tocino relleno de almendras en salsa de chocolate y jengibre				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,5	kg	Tocino	\$ 18,30	\$ 9,15	
0,2	kg	Almendras	\$ 18,05	\$ 3,61	
0,1	kg	Jengibre	\$ 3,00	\$ 0,30	
0,5	Lt	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 1,93	
0,7	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 9,59	
0,2	Kg	Ají	\$ 2,87	\$ 0,57	
0,04	Kg	Sal	\$ 0,60	\$ 0,02	
0,2	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,22	
1	Lt	Aceite	\$ 2,50	\$ 2,50	
0,05	Kg	Pimienta	\$ 50,00	\$ 2,50	
			VALOR TOTAL	\$ 30,40	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Hacer un praline de almendras con azúcar 2.- Envolver el tocino junto con el praline de almendras 3.- Freír el tocino, sin que pierda su forma de envoltura 4.- En una tabla aparte picar el chocolate 5.- Derretir el chocolate a baño María 6.- Rallar el jengibre 7.- Hacer una infusión con la crema de leche y el jengibre rallado 8.- Mezclar el chocolate derretido con la infusión de jengibre 9.- Corregir el sabor con sal y pimienta 10.- Hacer un papel de ají mezclado ají licuado con azúcar 50 y 50 luego cocinarlo , estirar en un silpad y poner en el horno 11.- Decorar al gusto 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Ensalada de albahaca y tomates cherry con reducción de balsámico y espuma de chocolate				
GÉNERO	Frío				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,05	kg	Albahaca	\$ 3,00	\$ 0,15	
1	kg	Tomate cherry	\$ 5,63	\$ 5,63	
0,5	MI	Balsámico	\$ 6,77	\$ 3,39	
0,3	Kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,33	
0,1	MI	Miel	\$ 11,81	\$ 1,18	
0,03	kg	Lecitina	\$ 10,00	\$ 0,30	
0,05	kg	Chocolate en polvo	\$ 11,00	\$ 0,55	
0,1	MI	Agua		\$ -	
			VALOR TOTAL	\$ 11,52	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Despuntar la albahaca 2.- Limpiar la albahaca 3.- Lavar y cortar en medios el tomate cherry 4.- En una casuela reducir el vinagre balsámico con la miel y el azúcar 5.- Mezclar el balsámico con la albahaca y el tomate cherry 6.- En agua fría colocar el chocolate y la lecitina batir con el mixer 7.- Colocar la espuma como decoración 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Carne de res en salsa de chocolate perfumado con brandy acompañada de vegetales a la miel				
GÉNERO	Caliente				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
1,5	kg	Res	\$ 12,05	\$ 18,08	
0,8	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 10,96	
0,5	kg	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 1,93	
0,1	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 0,98	
0,1	kg	Vinagre	\$ 1,69	\$ 0,17	
0,2	ml	Brandy	\$ 27,85	\$ 5,57	
0,8	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 10,96	
0,03	kg	Zanahoria baby	\$ 10,85	\$ 0,33	
2	kg	Espárragos	\$ 4,75	\$ 9,50	
0,6	kg	Vainitas	\$ 1,87	\$ 1,12	
0,04	kg	Sal y pimienta	\$ 50,00	\$ 2,00	
			VALOR TOTAL	\$ 61,59	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Cortar el chocolate en trozos, derretirlo a baño María, una vez derretido incorporar la crema de leche y el brandy. Agregar sal y pimienta 2.- Sal pimentar la carne, colocarla en una sartén con mantequilla y meterla al horno durante unos 25 minutos 3.- Cocinar la baby zanahoria, espárragos y vainitas 4.- Colocar un poco de vinagre en la miel y mezclar con los vegetales cocinados 5.- Decorar el plato al gusto 				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA
ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE DE LA RECETA	Mousse de chocolate y nata				
GÉNERO	Frío				
RES O MATERIA					
PORCIONES / PESO *PORCIÓN	10 pax				
PROFESOR					
FECHA DE ELABORACIÓN	15/06/2015				
HORA DE CLASE / ELABORACIÓN					
TALLER / BATERÍA A OCUPAR					
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	OBSERVACIONES
0,525	kg	Chocolate	\$ 13,70	\$ 7,19	
0,1	kg	Mantequilla	\$ 9,80	\$ 0,98	
12	und	Huevos	\$ 0,16	\$ 1,92	
0,24	kg	Azúcar	\$ 1,09	\$ 0,26	
0,08	kg	Brandy	\$ 27,85	\$ 2,23	
0,1	kg	Crema de leche	\$ 3,86	\$ 0,39	
0,03	kg	Corteza de limón	\$ 1,94	\$ 0,06	
1	und	Hoja de menta	\$ 15,11	\$ 15,11	
			VALOR TOTAL	\$ 28,14	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO				
	<p>1.-Deshaz el chocolate en el microondas o en una cazuela al baño María. 2.-En un bol, echa las yemas de los huevos (separándolas de las claras), mézclalas con un poco del chocolate derretido y bate con cuidado. 3.-Vierte esta mezcla sobre el resto del chocolate. Después, agrega la mantequilla y remueve hasta que se deshaga. Vierte el licor y deja enfriar fuera del fuego. 4.-Monta las claras a punto de nieve con la batidora de varillas. Cuando estén montadas, agrega el azúcar poco a poco y sigue batiendo. 5.-A continuación, echa un poco de la clara sobre el chocolate, mézclalo bien y viértelo sobre el resto de las claras, removiendo con cuidado para que quede esponjoso. 6.-Reparte el mousse en copas individuales y mételas a la nevera durante una hora, como mínimo. 7.- Servir</p>				
Enviado Por:	Ándres Cárdenas				
Entregado Por:		Recibido Por:			
Autorizado Por:		Supervisado Por:			

Anexo No.2 Documentos de funcionamiento



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES



NUMERO RUC: 1792568927001
RAZON SOCIAL: DR. BISTRO
NOMBRE COMERCIAL: DR. BISTRO CAFETERIA
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: MIÑO ORTIZ MANUEL ANDRES MAURICIO
CONTADOR: RUEDA SANTACRUZ FRANCIS CATALINA

FEC. INICIO ACTIVIDADES:	19/03/2015	FEC. CONSTITUCION:	04/12/2014
FEC. INSCRIPCION:	19/03/2015	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN CAFETERIAS PARA SU CONSUMO INMEDIATO.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SANTA PRISCA Barrio: EL BATAN Calle: AV. 10 DE AGOSTO Número: N39-155 Intersección: DIGUJA Referencia ubicación: A UNA CUADRA DE LAS CANCHAS HCJV Telefono Trabajo: 023980100 Email: doctorbistro2015@gmail.com

DOMICILIO ESPECIAL:



Instituto Ecuatoriano
de la Propiedad
Intelectual

FORMATO ÚNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

No. de Solicitud		Fecha de Presentación	
Oficina que atenderá el trámite			
MATRIZ QUITO: (todas las demás provincias e internacionales)			
Denominación del Signo			
DR. BISTRO MAS LOGOTIPO			
Naturaleza del signo		Tipo de signo	
Mixto		Nombre Comercial	
Nacionalidad del Signo:		Ecuador	
Identificación de los solicitantes			
- 1 -			
Tipo de Documento:	Cédula		
Número de Documento:	1001235272		
Nombre:	Jose Mauricio Villalba Oleas		
Dirección de Residencia:	Urb. Santa Lucia Baja		
Provincia de Residencia:	Pichincha	Ciudad de Residencia:	Quito
E-mail:	ppvillalbao@gmail.com		
Teléfono:	593999721639	Fax:	593999721639
País de Nacionalidad del Solicitante:	Ecuador		
Imagen adjunta:		Descripción clara y completa del signo:	
		DENOMINACION:DE MARCA: Dr. Bistro Cafeteria LOGOTIPO CLASIFICACION:Logo ilustrativo, simbolico tipografico. ELEMENTOS: Gorro de chef con un cruz de color roja, elemto grafico, Dr. Bistro cafeteria elemntos tipografico. ESPICIFICACION CROMATICA: PANTONE Process Black EC HTML: 333333 CMYK:0.0.0.100 RGB:35.31.32 PANTONE Process Red 032 U HTML: FF 3333 CMYK:0.90.80.0 RGB:239.65.61. ESPECIFICACIONES TIPOGRAFICAS: Fuente Principal: HT Gelateria. Fuente Secundaria: Frutiger Roman Fuente Secundaria: Frutiger Regular Fuente	

Anexo No.3 Documentos contractuales

CONTRATO DE TRABAJO

Conste por el presente documento privado el contrato de trabajo individual a Plazo fijo de naturaleza, originado por, que celebran de conformidad con el Art.º y siguientes del Decreto Legislativo Nº 728 y D. S. 003-97-TR, D.S Nº 01-96-TR y normas complementarias, de una partecon R.U.C.CIIU.....y domicilio legal en, a la que en adelante se le denominará LA EMPRESA, representada por el(la) Señor(ita), (a)identificado con D.N.I.....domiciliado(a) en.....y de la otra parte.....identificado con D.N.I.....domiciliado(a) en..... a quien en adelante se le denominará el TRABAJADOR , en los términos y condiciones siguientes:

PRIMERO: DE LA EMPRESA

..... es una empresa que tiene por objeto dedicarse a y que ha sido debidamente autorizada por de fecha emitida por

SEGUNDO: OBJETIVOS

Por el presente contrato, LA EMPRESA contrata a, en la modalidad de *(Contrato sujeto a modalidad, de naturaleza temporal, accidental, de obra o servicio, Parcial, Exportación No Tradicional, Sujetos a Modalidad de Personas naturales, o Jurídicas que desarrollan cultivos o crianza, con excepción de la Avicultura, la Agroindustria e industria Forestal.)* para que desempeñe las labores propias y complementarias dey de la causas objetivas que se señalan en la Cláusula Primera que antecede.

TERCERO: PLAZO

El plazo de vigencia del presente contrato inicia ely vence....., tiempo estimado para cubrir las necesidades a que se hace referencia en la Cláusula Primera. El referido plazo empezará a contarse a partir de la fecha de celebración del presente contrato.

CUARTO:

Queda claramente establecido entre las partes que la EMPRESA no se encuentra obligada a cursar el TRABAJADOR comunicación alguna con ocasión del término del contrato, el que finalizará en forma automática al concluir el periodo convenido; oportunidad en la cual al

Anexo No.4 Proformas

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0035330

Cliente : ANDRES CARDENAS

Quito, 22 de Junio del 2015

Contacto :

Dirección : BATAN BAJO

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 1716566995

TELEFONO : 2433136

Cod. Vendedor : PV

Pag. 1 de 1

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	1	COMBI MASTER RATIONAL CM 101 GAS de fabricacion alemana con capacidad para albergar 10 bandejas gastronorm 1/1. Unidad con 5 modos de coccion: aire caliente, vapor, combinación, vapor variable, finishing. Sistema de programacion con control manual de temperatura y tiempo. Generador de vapor de alta eficiencia. Especificacion 220v/60/3. Dimensiones 84.7 cm ancho x 77.1 cm profundidadx 102 cm de alto. RATIONAL CM 101 GAS	16,751.18	0.00	16,751.18
2	1	SISTEMA DE COCCION INTELIGENTE con capacidad para albergar 10 bandejas Gastronorm 1/1. Unidad con 9 modos de cocción y 3 modos de operacion en Combi Steamer. Control de tiempo individual para cada nivel. Sistema de programación digital con control manual de temperatura y tiempo. Generador de vapor de alta eficiencia. Peso: 135,5 kg Potencia conectada: 19 Kw Fusible automático: 3 x 32 A Alimentación de la red: 3NAC 400 V Potencia -Calor seco-: 18 kW Potencia -Calor húmedo-: 18 kW ESP.ELEC.220/60/3 Funciones adicionales -> Detección de la temperatura del núcleo térmico en 6 puntos del alimento -> ClimaPlus Control@ - medición y regulación de la humedad -> Rociado con vapor de 30 °C a 260 °C con calor seco con combinación de calor húmedo y calor seco -> Función ampliada de rociado con vapor con regulación del valor de humedad -> 5 velocidades de circulación del aire, programables -> 1/2 energía (en aparatos eléctricos) -> Abastecimiento de energía en función de la necesidad	17,994.70	0.00	17,994.70

SUBTOTAL: 34,745.88

DSCTO. : 0.00

SUBTOTAL : 34,745.88

TRANSPORTE: 0.00

I.V.A. 12 %: 4,169.51

TOTAL : 38,915.39

CONDICIONES DE COMPRA VENTA:

FORMA DE PAGO: A CONVENIR

PLAZO DE ENTREGA: INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

NOTA:

Los precios no incluyen materiales ni mano de obra de instalación

* El Cliente será responsable de la instalación de los equipos de acuerdo a las instrucciones de las Memorias Técnicas que entregará Termalimex y Cia.

*Los precios están sujetos a variación debido a las políticas arancelarias adoptadas por el Gobierno.En el caso de incremento de aranceles.salvaguada, q afecte a las partidas arancelarias los precios serán modificados.

GARANTIA.

Un (1) año contra defectos de fabricación.

LUGAR DE ENTREGA

Bodegas de Termalimex en la ciudad de Quito.

PABLO VELASCO
DPTO.COMERCIAL
TERMALIMEX

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA:****0035327****Cliente :** CARDENAS ANDRES

Quito, 22 de Junio del 2015

Contacto :**Dirección :** EL COMERCIO Y LA RAZON**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 1716566995**TELEFONO :** 2433136**Cod. Vendedor :** AAR

Pag. 1 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
1	5	Tazón UPDATE U-MB-400 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 4 Qt.	4.41	0.00	22.05
2	15	Tazón UPDATE U-MB-2000 fabricado en acero inoxidable con capacidad de 20 Qt.	16.20	0.00	243.00
3	8	Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2770 fabricada de acero inoxidable pulido de 38.1 cms. de longitud.	2.92	0.00	23.36
4	3	Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2760 fabricada de acero inoxidable pulido de 33.0 cms. de longitud.	2.49	0.00	7.47
5	3	Cuchareta sólida convencional de servicio HALCO 2750 fabricada de acero inoxidable pulido de 27.9 cms. de longitud.	2.07	0.00	6.21
6	3	Espumadera SUNNEX 46314SM fabricada en una sola pieza de s/s, de 3 mm. de espesor, diámetro 13.5 cms.	11.20	0.00	33.60
7	3	Pinza aislada de utilidad general HALO 5512GR fabricada de acero inoxidable con mango aislado verde de 30.48 cms. de longitud.	4.55	0.00	13.65
8	2	Pinza aislada de utilidad general HALCO 5513GR fabricada de acero inoxidable con mango aislado verde de 40.6 cms. de longitud.	5.90	0.00	11.80
9	3	Batidor francés UPDATE U-FW-16 fabricado de acero inoxidable de 40 cm de longitud	5.56	0.00	16.68
10	1	Batidor francés UPDATE U-FW-20 fabricado de acero inoxidable de 51 cm de longitud.	6.40	0.00	6.40
11	2	Colador chino fino UPDATE U-CC-8F fabricado de acero inoxidable 20.32cm de diámetro	26.20	0.00	52.40
12	15	Sarten UPDATE U-AFP-10 fabricado en aluminio de 25 cm de diametro	19.69	0.00	295.35
13	7	Sartén UPDATE U-AFP-12 fabricado de aluminio de 30 cm de diámetro.	28.05	0.00	196.35
14	2	Olla ancha UPDATE U-ALP-20T fabricada de aluminio de 20 Qt. de capacidad, provista de tapa.	68.88	0.00	137.76
15	4	Olla alta UPDATE U-APT-10T fabricada de aluminio de 10 Qt. de capacidad, provista de tapa.	41.08	0.00	164.32
16	1	Horno industrial de microondas AMANA RCS10DSE, capacidad de calentamiento 1000 Watts, capacidad interior de 1.2 Cu Ft. Controles de operación mediante perilla, timer de 6 minutos. Interior y exterior de acero inoxidable. Especificación eléctrica 115/60/1	628.78	0.00	628.78
17	3	Tabla de picar UPDATE U-CB-1218 fabricada en polietileno de 30.5 x 45.7 x 1.3 cm., color blanco.	15.02	0.00	45.06
18	3	Tabla de picar UP DATE U-CBGR-1218 fabricada en polipropileno de 30.58 x 45.72 x 1.3 cm color verde.	15.25	0.00	45.75
19	3	Pelapatata plástico VICTORINOX 7.6070.7 de fabricación suiza.	2.31	0.00	6.93
20	5	Puntilla TRAMONTINA 24625/084 4" (10.1 cms.), mango plástico.	2.59	0.00	12.95
21	2	Cuchillo de fiambres TRAMONTINA 24628/082 12" (30.4 cms.), mango plástico.	8.75	0.00	17.50
22	1	Balanza mecánica marca YAMATHO N8-4402PK, capacidad para 2000 gr. x 50g. (121 onz. x 2 onz.), aguja indicadora extrafina para máxima exactitud, pantalla con angul de 30 grados, mecanismo fijador de auto cero, plataforma de acero inoxidable.	79.92	0.00	79.92

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0035327****Cliente :** CARDENAS ANDRES

Quito, 22 de Junio del 2015

Contacto :**Dirección :** EL COMERCIO Y LA RAZON**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 1716566995**TELEFONO :** 2433136**Cod. Vendedor :** AAR

Pag. 2 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
23	6	Bandeja antideslizante rectangular PERFECT P-JWR1418CT-N, fabricada de fibra de vidrio. Medidas de 14 x 18" / 35.5x46 cms, color negro.	14.60	0.00	87.60
24	6	Bandeja antideslizante PERFECT P-JWR1600P, fabricada de polipropileno con goma moldeada de 40..5 cms. de diámetro.	7.02	0.00	42.12
27	40	Plato para postre BORMIOLI 4.98880, medidas 200 x 200mm	3.39	0.00	135.60
28	5	Plato cuadrado con taza BORMIOLI 4.98950, taza capacidad 71/2oz o 22 cl, plato medida 140 x 140mm, color blanco	4.18	0.00	20.90
29	40	Plato llano BORMIOLI 4.98860, medidas 270 x 270 mm, color blanco	4.04	0.00	161.60
30	60	Vaso BORMIOLI 1.91190, de 11.5 onz de capacidad, 34 cl	2.22	0.00	133.20
31	60	Vaso LUMINARC 42441 fabricado de vidrio templado de 11-1/2 onz. de capacidad.	2.02	0.00	121.20
32	40	Copa agua marca BORMIOLLI 1.36130 de 9.5 oz. de capacidad.	3.29	0.00	131.60
33	40	Copa para vino BORMIOLI 1.67241, de 11-1/4 onz de capacidad, 33.5cl	3.92	0.00	156.80
34	40	Copa vino BORMIOLI 1.28210 7onz (20.7cl)	2.94	0.00	117.60
35	30	Taza BORMIOLI 4.05824, color blanco de 2 3/4 onz de capacidad.	1.27	0.00	38.10
36	30	Plato para taza BORMIOLI 4.05843 de 11.0 cms. de diámetro, color blanco.	1.13	0.00	33.90
37	6	Cuchillo steak DOGGERS 1082, de acero inoxidable	1.64	0.00	9.84
38	6	Cuchara café DOGGERS 1034 fabricada de acero inoxidable	0.68	0.00	4.08
39	10	Cuchara expreso DOGGERS 1037 fabricada de acero inoxidable	0.66	0.00	6.60
40	6	Cuchara sopa DOGGERS 1031 fabricada de acero inoxidable	0.96	0.00	5.76
41	6	Tenedor mesa DOGGERS 1051 fabricada de acero inoxidable	0.96	0.00	5.76
42	2	Cuchillo mantequilla UPDATE U-IM-809 de 25mm de acero inoxidable	2.05	0.00	4.10
43	2	Colador chino extra fino UPDATE U-CCB-10R fabricado de acero inoxidable de 25.4 cm. de diametro.	55.21	0.00	110.42
44	1	Cocina industrial ACE PLUS A-S36, de fabricación china, operación a gas con seis hornillas abiertas con capacidad de calentamiento de 28.000 BTU cada una y un piloto independiente, parrillas de hierro fundido de 30x30 cms. unidad montada sobre base con horno de 35.000 BTU y control termostático de temperatura entre 50 a 320 grados centígrados. Terminado exterior en acero inoxidable. Dimensiones 90 x77 x 36 cms de alto.	1,962.79	0.00	1,962.79
45	1	Cocina industrial tipo counter ANVIL HPA1006, operación a gas con seis hornillas abiertas de 26.000 BTU cada una, parrillas de 30x30 cms. unidad fabricada de acero inoxidable . Dimensiones 90 x69.2x36.4 cms. de alto.	907.69	0.00	907.69

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE-1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001**SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES****RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004****PROFORMA: 0035327****Cliente :** CARDENAS ANDRES

Quito, 22 de Junio del 2015

Contacto :**Dirección :** EL COMERCIO Y LA RAZON**Ciudad :** QUITO**Email :****R.U.C. :** 1716566995**TELEFONO :** 2433136**Cod. Vendedor :** AAR

Pag. 3 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
46	1	Freidora industrial VULCAN LG300, operación a gas a 90.000 BTU/hr, capacidad del tanque 35-40 lbs. de grasa. Frente, tope y tanque de acero inoxidable provisto de dos canastillas con mangos aislados. Dimensiones 15-1/2" x 30-1/4" x 36-1/4".	1,556.13	0.00	1,556.13
47	1	Parrilla a gas, fabricacion nacional, en acero 430 pulido, de 1.5mm con rejilla para piedra volcanica	718.20	0.00	718.20
48	1	Fregadero industrial, de 2 compartimentos con dos planos escurridores laterales, de fabricacion nacional, TERMAL-F-2-2424, 2 pozos profundos de 24" x 24" x 11-1/2" fabricado de acero inoxidable 304 tipo 18-8 calibre 16. Espaldar sanitario de 8" en la parte posterior. Dos planos escurridores de 24" montados a los extremos y soldado al pozo profundo formando una sola pieza. Unidad montada patas tubulares de tubo galvanizado con regatones de altura regulable.	1,501.04	0.00	1,501.04
49	1	Fabricadora industrial de hielo MANITOWOC UR0140A, de fabricación china, capacidad de producción de hasta 130 libras por día (verificar tabla de producción en catálogo). Incluye bin autocontenido para almacenamiento de hielo con capacidad de 90 lbs. Producción de cubo tipo regular de 2.86 x 2.86 x 2.86 cm. Terminado exterior en acero inoxidable. Especificación eléctrica 115/60/1. Dimensiones 97.8x66x71 cms.	3,632.44	0.00	3,632.44
50	1	Mesa refrigerada industrial TERMAL CWR3PSTD, 538 litros de capacidad, compuesto de tres puertas solidas, sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensacion de agua. Defrost automatico indicado con luz de advertencia. Provisto con termostato de modificacion de temperatura de +1 a +8 grados centigrados. Usa refrigerante R134A. Compresor Tecumshe de 1/2 HP, poder de 440 Watts. Medidas 184.6x76.2x93.9 cms.	3,107.97	0.00	3,107.97
51	1	Congelador industrial TERMAL CWN1400, 1277 litros de capacidad, compuesto de dos cuerpos, 2 puertas solidas, sistema de refrigeracion ventilada que garantiza la distribucion del aire frio en el espacio interno y sistema de evaporacion que elimina la condensacion de agua. Defrost automatico indicado con luz de advertencia. Provisto con termostato de modificacion de temperatura de -25 a -17 grados centigrados. Usa refrigerante R404a. Compresor de 3/4, con 813 Watts de poder y 3.9 Amp. Dimensiones 131.40x78x198.1 cms.	4,383.72	0.00	4,383.72
52	1	Batidora semi-industrial de fabricación americana, KITCHEN AID KP26, de 6 cuartos de galón de capacidad, tazón de acero inoxidable con protector para evitar derrames, un batidor globo de alambre tipo D, un batidor plano tipo B, y un batidor de gancho tipo ED, control de 10 velocidades; motor de 575 watts, espec elec 120/60/1	517.10	0.00	517.10
53	2	Licudadora industrial WARING CB15 de fabricacion americana, vaso de acero inoxidable de un galon con tapa hermetica, motor de 3.75 HP con control electrico para tres velocidades	1,857.49	0.00	3,714.98
54	1	Rebanadora industrial SIRMAN MIRRA 300 de fabricación italiana, motor de 0.29 HP, cuchilla de 30 cms. de diámetro. Unidad fabricada en aluminio con bandeja de recepción incorporada.	1,109.67	0.00	1,109.67
55	1	Horno industrial de microondas AMANA RCS10DSE, capacidad de calentamiento 1000 Watts, capacidad interior de 1.2 Cu Ft. Controles de operación mediante perilla, timer de 6 minutos. Interior y exterior de acero inoxidable. Especificación eléctrica 115/60/1	628.78	0.00	628.78
56	40	Azucarera SUNNEX 11122P fabricada s/s de 10 onzas (0.28 LTS.) de capacidad, provista de tapa.	6.22	0.00	248.80
57	30	Salsero UPDATE U-GB-8 fabricado en acero inoxidable de 8 oz de capacidad.	4.35	0.00	130.50

TERMALIMEX CIA. LTDA.

Dirección: RUMIPAMBA OE1-60 Y AV. 10 DE AGOSTO

R.U.C.: 1790162524001

SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES

RESOLUCION SRI No. 345 07/07/2004

PROFORMA: 0035327

Cliente : CARDENAS ANDRES

Quito, 22 de Junio del 2015

Contacto :

Dirección : EL COMERCIO Y LA RAZON

Ciudad : QUITO

Email :

R.U.C. : 1716566995

TELEFONO : 2433136

Cod. Vendedor : AAR

Pag. 4 de 4

No.	CANT	DESCRIPCION	PRECIO U.	DSCTO.	P.TOTAL
58	20	Jarra de vidrio UPDATE, SYDP-12	6.97	0.00	139.40

SUBTOTAL: 27,653.28

DSCTO. : 0.00

SUBTOTAL : 27,653.28

TRANSPORTE: 0.00

I.V.A. 12 %: 3,318.39

TOTAL : 30,971.67

CONDICIONES DE COMPRA VENTA:

FORMA DE PAGO: A CONVENIR

PLAZO DE ENTREGA: INMEDIATO SALVO VENTA PREVIA

NOTA:

Los precios no incluyen materiales ni mano de obra de instalación

* El Cliente será responsable de la instalación de los equipos de acuerdo a las instrucciones de las Memorias Técnicas que entregará Termalimex y Cia.

*Los precios están sujetos a variación debido a las políticas arancelarias adoptadas por el Gobierno. En el caso de incremento de aranceles, salvaguarda, q afecte a las partidas arancelarias los precios serán modificados.

GARANTIA.

Un (1) año contra defectos de fabricación.

LUGAR DE ENTREGA

Bodegas de Termalimex en la ciudad de Quito.

ANA ARIAS

DPTO.COMERCIAL

TERMALIMEX

COMOHOGAR S.A.
SUKASA BOSQUE
RUC. 1790746119001

QUITO , 23 de Junio de 2015

SR. ANDRES CARDENAS
1716566995
2433136

PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente
mercadería:

CODIGO	DESCRIPCION	REFERENCIA
CANT	MARCA U.U.DOL	U.TOT.DOL
843956786389	2019 040 INDIVIDUAL 33X48CM TRIAGE OVERSEAS	12682-01 CAF
E/B 125	6.84	855.00
	CAFE/BEIGE CUADROS YU	
	-A-	
202465000223	2465 022 COMEDOR JGOX 6PERS RED KODA -B-	BENETT REYNA
25	1819.99	45.499.75
	BENETT REYNA	
840101166515	2567 194 INDIVIDUAL 45X3 0CM BEIGE ANHUI ARTS -AB-	ATP741 BEIGE
125	2.99	373.75
	ROMBOS POLIVINI	
843956781056	2592 258 INDIVIDUAL 33X4 8CM BEIGE SOFT OPTIONS -A-	061125236 HE
IGE 125	5.60	700.00
	FLECOS ALG	
843956977800	2970 126 MANTEL C/SERV RDN 180CM HENAN ARTEX -AB-	RS01 CREMA 1
80C 25	60.99	1.524.75
	4-6P CREMA RAMAS	
843956978043	2970 150 MANTEL C/SERV RDN 180CM HENAN ARTEX -AB-	529 HAB 180
25	70.99	1.774.75
	4-6P HABANO FLOR	
8401012079428	3544 045 INDIVIDUAL 30X 40CM CAFE GL CO LIMITED GLV12071-403	
0 125	11.99	1.498.75
	PLASTICO	
	-AB-	
843956778636	3599 042 ARO P/SERVIL LETA CAFE BRASAGE -AA-	WRT - 21
125	3.52	440.00
	HOJA PUNTAS COBRE	

75 ETVS

TOTAL: \$ 52.666.

COMOHOGAR S.A.
SUKASA BOSQUE
RUC. 1790746119001

QUITO , 23 de Junio de 2015

SR. ANDRES CARDENAS
1716566995
2433136

PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente
mercaderia:

CODIGO	DESCRIPCION		REFERENCIA
	MARCA		
CANT	U.U.DOL		U.TOT.DOL
843956786389	2019 040	INDIVIDUAL 33X48CM TRIAGE OVERSEAS	12682-01 CAF
E/B 125	6.84	855.00	
		CAFE/BEIGE CUADROS YU	
202465000223	2465 022	COMEDOR JGOK	
6PERS RED KODA	-B-	BENETT REYNA	
25	1819.99	45,499.75	
		BENETT REYNA	
840101166515	2567 194	INDIVIDUAL 45X3	
OCM BEIGE ANHUI ARTS	-AB-	ATP741 BEIGE	
125	2.99	373.75	
		ROMBOS POLIURINI	
843956781056	2592 258	INDIVIDUAL 33X4	
BCM BEIGE SOFT OPTIONS	-A-	06112523A BE	
IGE 125	5.60	700.00	
		FLECOS ALG	
843956977800	2970 126	MANTEL C/SERV	
RDN 180CM HENAN ARTEX	-AB-	RS01 CREMA 1	
80C 25	60.99	1,524.75	
		4-6P CREMA RAMAS	
843956978043	2970 150	MANTEL C/SERV	
RDN 180CM HENAN ARTEX	-AB-	529 HAB 180	
25	70.99	1,774.75	
		4-6P HABANO FLOR	
8401012079428	3544 045	INDIVIDUAL 30X	
40CM CAFE GL CO LIMITED	GLY12A71-403		
0 125	11.99	1,498.75	
		PLASTICO	
	-AB-		
843956778636	3599 042	ARO P/SERVIL	
LETA CAFE BRASAGE	-AA-	WRT - 21	
125	3.52	440.00	
		HOJA PUNTAS COBRE	

75 ETU.S

TOTAL:\$ 52,666.



VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

Quito, 22/06/2015

Señora.
MONICA SALZAR
Presente.-

MAIL: alfo360c@hotmail.com
CEL: 0998735695

Estimada señora, MONICA. Reciba un saludo cordial.

MARCA FIMAR ITALIA

FREIDORA DE PAPAS MODELO FT88RN



MEDIDAS: mm.565x490x365

- Potencia: 3+3 kw
- Capacidad de vasca: 10+10 litros
- Capacidad de aceite: 8+8 litros
- Capacidad de la canasta: 1+1 kg.
- Producción horaria: 8+8 kg.
- Peso neto: 17 kg.
- Alimentación Eléctrica: v.220/60hz

VALOR OFERTA \$ 1.114,00 + IVA 12%

MARCA TECNODOM ITALIA

ARMARIO REFRIGERADOR MOD: AF14EKOMTNPV

MEDIDAS (WxDxH): 147X760X2050
CAPACIDAD: 1400
TEMPERATURA: +2 ~ +8°C
ALIMENTACIÓN ELÉCTRICA: 220V/60HZ
POTENCIA: 14KWH/24H
PESO: 222KG.
EN PUERTA DE VIDRIO



VALOR OFERTA \$ 4.885,00 + IVA 12%

www.italdesign.com.ec

Dir.: Naciones Unidas 141 y 6 de Diciembre
Telf.: (593-2) 2920 251 • 2447 131
Fax.: (593-2) 2920 208
Quito - Ecuador

MARCA TECNODOM ITALIA**ARMARIO CONGELADOR MOD: AF14EKOMBTPV**

MEDIDAS (WXDXH): 147X760X2050
CAPACIDAD: 1400
TEMPERATURA: -18 ~ -22°C
ALIMENTACIÓN ELÉCTRICA: 220V/60HZ
POTENCIA: 16KWH/24H
PESO: 232KG.
EN PUERTA DE VIDRIO

**VALOR OFERTA \$ 5.600,00 + IVA 12%****MARCA TECNODOM ITALIANA****MESA DE TRABAJO NUTRO MODELO TN10MID****TABLERO ACERO INOX 304-A REFORZADO**

- CON ENTREPAÑO
- ACABADO SANITARIO.
- Dimensiones: 100x700x850 H
-

VALOR OFERTA \$ 550,00 + IVA 12%**MARCA TECNODOM ITALIANA****MESA DE TRABAJO NUTRO MODELO TN20MID****TABLERO ACERO INOX 304-A REFORZADO CON SALPICADERO**

- CON ENTREPAÑO
- ACABADO SANITARIO.
- Dimensiones: 200x700x850 H

VALOR OFERTA \$ 750,00 + IVA 12%www.italdesign.com.ec

Dir.: Naciones Unidas 141 y 6 de Diciembre
Telf.: (593-2) 2920 251 • 2447 131
Fax.: (593-2) 2920 208
Quito - Ecuador



VITRINAS, EQUIPOS E INSUMOS MADE IN ITALY

FORMA DE PAGO

DE CONTADO O CON TARJETA DE CREDITO

EL VALOR NO INCLUYE EL 12% DE IVA

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA

**GARANTIA: DE UN AÑO POR DEFECTOS DE FÁBRICA NO CUBRE DAÑOS
PROVOCADOS**

OFERTA VALIDA HASTA AGOTAR STOCK

Atentamente,
ESTEBAN RUBIO

www.italdesign.com.ec

Dir.: Naciones Unidas 141 y 6 de Diciembre
Telf.: (593-2) 2920 251 • 2447 131
Fax.: (593-2) 2920 208
Quito - Ecuador



INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.
ALMACENES MONTERO

R.U.C. : 1792144566001

Cliente: SALAZAR CASTRO MONICA NOEMI
Dirección: COMERCIO 320 Y LA RAZON
Fecha: 22 de junio de 2015 11:48 a.m.

R.U.C./C.I.: 1707572689
Telefono: 2433136
Factura: 001999000001059

COTIZACIÓN

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
GAS0307060007811	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRADO RECTO 4LT 2	5	8.69	0.00	0.00	43.44
GAS0307060007809	WIKIN BHALA BOWL PROFUNDO CERRADO RECTO 2LT 2	15	6.53	0.00	0.00	97.95
GAS0402020007808	WIKIN BHALA BALDE 8.5LT 9QT	10	15.78	0.00	0.00	157.85
GAS0307120007842	WIKIN BHALA CUCHARETA PROFESIONAL 15 PULG	8	5.57	0.00	0.00	44.59
GAS0307120007843	WIKIN BHALA CUCHARETA PROFESIONAL 18 PULG	3	6.26	0.00	0.00	18.77
GAS0307120007813	WIKIN BHALA CUCHARETA PROFESIONAL RANURADA 13	3	1.94	0.00	0.00	5.83
GAS0307090007837	WIKIN BHALA ESPUMADERA PROFESIONAL 10CM	3	5.18	0.00	0.00	15.53
GAS0307250007728	WIKIN BHALA PINZA MULTIUSO 12 PULG VERDE	3	4.24	0.00	0.00	12.73
GAS0307250007733	WIKIN BHALA PINZA MULTIUSO 16 PULG VERDE	2	5.65	0.00	0.00	11.29
GAS1203010007710	WIKIN BHALA BATIDOR MANUAL 16 PULG	3	4.80	0.00	0.00	14.41
GAS1203010007826	WIKIN BHALA BATIDOR FRANCES 20 PULG	1	6.53	0.00	0.00	6.53
GAS0307080001004	TRAMO COLADOR CHINO	2	53.65	0.00	0.00	107.30
GAS0307080007782	WIKIN BHALA COLADOR CHINO GRUESO 20.3CM 8 PULG	2	18.88	0.00	0.00	37.76
GAS1005010000183	WIKIN SARTEN ACERO INOXIDABLE DIA24CMXALTO4.5C	15	29.42	0.00	0.00	441.29
GAS1005010000184	WIKIN SARTEN ACERO INOXIDABLE DIA28CMXALTOS.00	7	39.24	0.00	0.00	274.69
GAS1001010000177	WIKIN OLLA DE 20LT EN ACERO INOX. DIA32CM X ALT24	2	142.81	0.00	0.00	285.63
GAS1001010000175	WIKIN OLLA DE 11.1LT ACERO INOX. DIA28CMXALT18CM	4	89.24	0.00	0.00	356.96
GAS0902050003090	PANAS MICROONDAS COMERCIAL EN ACERO INOXIDABL	1	599.95	0.00	0.00	599.95
GAS0701040005253	SUNNE TABLA PICAR BLANCA 46X32CM	3	18.63	0.00	0.00	55.89
GAS0701040005256	SUNNE TABLA PICAR VERDE 46X32CM	3	18.63	0.00	0.00	55.89
GAS0701040004638	ALEGA NSF TABLA PARA PICAR MEDIA DENSIDAD COLOF	3	26.86	0.00	0.00	80.57
GAS0701040004142	ALEGA NSF TABLA PARA PICAR MEDIA DENSIDAD COLOF	3	20.17	0.00	0.00	60.50
GAS0307240005390	TRAMO UTILI PELADOR DE PAPAS Y VERDURAS APTO PA	3	2.14	0.00	0.00	6.42
GAS0703010002167	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA LEGUMBRES PROFESION	5	3.18	0.00	0.00	15.90
GAS0703010002156	TRAMO MASTE CUCHILLO FIAMBRES	2	10.40	0.00	0.00	20.80
GAS0302010003264	CAMRY BALANZA MECANICA COMERCIAL CAP 1KG DESDI	1	15.08	0.00	0.00	15.08
GAS0402010000545	SUNNE BANDEJA RECTANGULAR ANTIDESLIZANTE 36X41	6	17.90	0.00	0.00	107.37
GAS0402010000546	SUNNE BANDEJA REDONDA ANTIDESLIZANTE	6	16.58	0.00	0.00	99.49
GAS1101060004157	BO.RO PERFO TAZA APILABLE 22CL. x 6UNI	5	14.28	0.00	0.00	71.40
GAS1101060003400	BO.RO PERFO PLATO BASE PARA TAZAS 22/28 DE 15CM.	5	12.04	0.00	0.00	60.18
GAS1101050003403	BO.RO PERFO PLATO PARA POSTRE 19CM. x 6UNI	40	17.74	0.00	0.00	709.47

GAS1101050004710	BO.RO PLATO CUADRADO LLANO PARMA 31x31CM.	40	6.23	0.00	0.00	249.33
GAS1101050004710	BO.RO PLATO CUADRADO LLANO PARMA 31x31CM.	40	6.23	0.00	0.00	249.33
GAS0602030004574	CRIST VASO AV LISO LEXINGTON WHI 11OZ.	60	0.83	0.00	0.00	50.04
GAS0602030004570	CRIST VASO AV LISO HERRADURA 11OZ.	60	0.69	0.00	0.00	41.64
GAS0602010001629	CRIST COPA AGUA RIOJA 12.75OZ.	40	1.09	0.00	0.00	43.72
GAS0602010001633	CRIST COPA VINO TINTO RIOJA 10OZ.	40	1.09	0.00	0.00	43.72
GAS0602010001632	CRIST COPA VINO BLANCO RIOJA 7.5OZ.	40	1.09	0.00	0.00	43.72
GAS1101060004159	BO.RO PERFO TAZA APILABLE 8CL. x 6UNI	30	10.20	0.00	0.00	306.00
GAS1101060003401	BO.RO PERFO PLATO BASE PARA TAZA TINTO 11CM. x 6l	30	7.82	0.00	0.00	234.60
GAS1101030003313	CORON ACTUA PIMENTERO ACTUALITE RECTO	40	1.98	0.00	0.00	79.00
GAS0403020004726	CATER CUCHILLO DE CARNE X 12un.	6	18.95	0.00	0.00	113.68
GAS0403010002086	CATER CUCHARA DE CAFE X 12un.	6	8.49	0.00	0.00	50.96
GAS0403010004725	CATER CUCHARA DE TINTO X 12un.	6	8.11	0.00	0.00	48.64
GAS0403010004725	CATER CUCHARA DE TINTO X 12un.	4	8.11	0.00	0.00	32.43
GAS0403010002090	CATER CUCHARA SOPERÁ X 12un.	6	11.96	0.00	0.00	71.76
GAS0403050004184	CATER TENEDOR DE MESA X 12un.	6	11.96	0.00	0.00	71.76
GAS0403020002130	CATER CUCHILLO PARA MANTEQUILLA X 12un.	2	12.27	0.00	0.00	24.53

Estimado Cliente: usted recibirá su factura electrónica a su email msalazar_castro@hotmail.com cualquier novedad contactarse a facturacion@montero.ec

SUBTOTAL	:	5,646.30
DESCUENTO	:	0.00
TARIFA 0%	:	0.00
TARIFA 12%	:	5,646.30
I.V.A. 12%	:	677.56
TOTAL	:	0.00

SUBTOTAL	:	5,646.30
DESCUENTO	:	0.00
TARIFA 0%	:	0.00
TARIFA 12%	:	5,646.30
I.V.A. 12%	:	677.56
TOTAL	:	6,323.85

Anexo No.5 Análisis de resultados

TABULACION ENTREVISTA																	
#	Pregunta	Encuesta 1	Encuesta 2	Encuesta 3	Encuesta 4	Encuesta 5	Encuesta 6	Encuesta 7	Encuesta 8	Encuesta 9	Encuesta 10	Encuesta 11	Encuesta 12	Encuesta 13	Encuesta 14	Encuesta 15	Análisis
1	Género	M	M	F	M	M	M	M	F	M	F	F	F	F	M	F	
2	Edad	62	25	32	27	47	31	22	51	5	27	47	22	25	30	45	
3	Ocupación	Comerciante	Ingeniero Civil	Psicólogo	Veterinario	Empleado Privado	Odontólogo	Estudiante	Gerente de proyectos	Chef	Médico	Amá de casa	Auxiliar odontología	Estudiante	Ingeniero Ambiental	Pediatría	
4	¿Le gusta el chocolate?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
5	¿Consumes chocolate?	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
6	¿Con qué frecuencia consume?	2 veces por semana	2 veces por semana	4 veces por semana	Todos los días	2 veces por semana	2 veces por semana	4 veces por semana	1 vez por semana	1 vez por semana	1 vez por semana	2 veces por semana	3 veces por semana	3 veces por semana	2 veces por semana	2 veces por semana	Frecuencia de consumo _ 1 vez por semana _ 2 veces por semana _ 3 veces por semana
7	¿Qué tipo de chocolate le gusta comer?	Chocolate dulce	Chocolate dulce, blanco	Chocolate dulce, café	Chocolate negro, dulce	Chocolate negro, dulce	Chocolate negro, dulce	Amargo, Blanco, Dulce	Chocolate negro	Chocolate blanco	Chocolate blanco	Chocolate negro, dulce	Chocolate negro, dulce	Chocolate con leche	Chocolate negro, dulce	Chocolate blanco	Se ha determinado que los potenciales clientes prefieren el chocolate negro y blanco que sea dulce
8	Mencione 3 restaurantes de comida típica Ecuatoriana que visite frecuentemente	Pacífico, La Ronda, Lo Nuestro	Patria, Lo Nuestro, Pacífico	La Chocha, Patria, Lo Nuestro	Pacífico, La Chocha, Lo Nuestro	Pacífico, La Chocha, Cafetería San Agustín	La Chocha, Lo Nuestro	Lo Nuestro, Pacífico, El Riobambeñito	La Chocha, Pacífico	Lo Nuestro, Pacífico, La Chocha	Pacífico, Lo Nuestro, Café de la Vaca	La Chocha, Lo Nuestro, Verde Esmeralda	El Palacio de la Fritada, Lo Nuestro, La Chocha	Las Palmas, Lo Nuestro, Patria	Lo Nuestro, Pacífico, La Chocha	Lo Nuestro, Pacífico, El Riobambeñito	Sitio de consumo de comida típica nacional: La Chocha, Patria, Lo Nuestro, Pacífico
9	¿Cuántas veces a la semana come fuera de su hogar?	1 vez a la semana	1 vez a la semana	2 veces a la semana	2 veces a la semana	2 veces a la semana	1 vez a la semana	3 veces a la semana	1 vez a la semana	2 veces a la semana	3 veces a la semana	2 veces a la semana	4 veces a la semana	5 veces a la semana	2 veces a la semana	3 veces a la semana	Frecuencia de consumo fuera del hogar _ 1 vez por semana _ 2 veces por semana _ 3 veces por semana
10	¿En qué momento del día es de su preferencia ir a un restaurante?	Almuerzo	Cena	Cena	Cena	Almuerzo	Almuerzo	Cena	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Cena	Almuerzo	Almuerzo	Cena	Cena	Momento de consumo: Almuerzo, Cena
11	¿Con cuántas personas suele ir a estos lugares?	3 personas	3 personas	4 personas	4 a 6 personas	4 personas	2 personas	5 personas	3 personas	3 personas	2 personas	4 personas	2 personas	3 personas	2 personas	3 personas	Número de personas que comen en restaurantes: 2, 3, 4
12	¿Usualmente cuánto gasta por persona?	15 Dólares	10 Dólares	16 dólares	15 Dólares	15 Dólares	15 Dólares	20 Dólares	20 a 25 dólares	20 dólares	15 dólares	16 a 20 dólares	6 dólares	15 dólares	18 Dólares	20 Dólares	Mediante la entrevista se ha establecido que el gasto por persona en un restaurante es de: 15 Dólares, 20 Dólares
13	¿Le gustaría probar platos que utilicen en su preparación chocolate semi amargo con carnes, mariscos y verduras?	Si, para probar nuevos sabores	Si, por probar cosas nuevas	Si, Para probar nuevas combinaciones	Si, Porque es delicioso	Si, Porque es novedoso	Si, para probar cosas nuevas	Si, Para probar platos innovadores	Si, Es interesante probar cosas lampreadas	Si, Para probar texturas y sabores nuevos	Si, Porque serian combinaciones originales	Si, curiosidad	Si, curiosidad	Si, Porque es una combinación exótica	Si, por curiosidad	Si, para probar nuevas combinaciones	Si
14	¿Ha probado usted alguna vez las combinaciones arriba mencionadas?	No	No	No	No	No	No	Si, No en el Ecuador	No	Si, UDLA, Olla Quiteña	Si, Olla Quiteña	No	No	No	No	No	No
15	¿Si tuviera esta opción de restaurante, usted iría? ¿Por qué?	Si, Porque le gusta el chocolate	Si, porque debería probar cosas nuevas	Si, Porque en el Ecuador no hay este tipo de combinaciones	Si, Porque es innovador y nuevo	Si, Por las nuevas tendencias y fusiones que crean los chefs	Si, Para probar nuevas combinaciones	Si, Porque quiere probar cosas nuevas	Si, Por novedoso e interesante	Si, Por curiosidad	Si, Para probar combinaciones nuevas	Si, Curiosidad	Si, Curiosidad	Si, Porque le gusta el chocolate	Si, por curiosidad	Si, Por que es importante apollar a los nuevos chefs	Se ha identificado que el mercado meta, esta dispuesto a probar nuevas combinaciones, por curiosidad y degustar nuevos sabores, por lo tanto el establecimiento con este tipo de concepto tiene aceptación

Pregunta 3	Número de Encuesta																														RESPUESTAS VÁLIDAS	PRUEBA DE ERROR	VALIDACIÓN ERROR
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
Primer Nombre																																	
La Choza	1		1		1	1	1				1	1	1	1	1			1			1			1	1	1	1		1	1	19	0	OK
Lo nuestro		1		1				1	1	1							1	1		1	1		1						1		11	0	OK
																															30		

63,3333333
36,6666667

CÁLCULO DE LA FRECUENCIA DE CONSUMO

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VÁLIDAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CÁLCULO	
2.- ¿Con qué frecuencia consume chocolate?	1 vez a la semana	4 veces al mes	0	4	0	
	2 veces a la semana	8 vez al mes	11	8	88	
	Mujeres	3 veces a la semana	12 al mes	5	12	60
total compras al mes					148	
Sumatoria resp val					16	
Frecuencia promedio acumulada					9,25	MESES

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VÁLIDAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CÁLCULO	
2.- ¿Con qué frecuencia consume chocolate?	1 vez a la semana	4 veces al mes	3	4	12	
	2 veces a la semana	8 vez al mes	8	8	64	
	Hombres	3 veces a la semana	12 al mes	3	12	36
total compras al mes					112	
Sumatoria resp val					14	
Frecuencia promedio acumulada					8,00	MESES

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VÁLIDAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CÁLCULO	
3.- ¿Cuántas veces a la semana come fuera de su hogar?	1 vez a la semana	4 veces al mes	1	4	4	
	2 veces a la semana	8 vez al mes	11	8	88	
	Mujeres	3 veces a la semana	12 al mes	4	12	48
total compras al mes					140	
Sumatoria resp val					16	
Frecuencia promedio acumulada					8,75	MESES

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VÁLIDAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CÁLCULO	
hogar?	1 vez a la semana	4 veces al mes	3	4	12	
	2 veces a la semana	8 vez al mes	8	8	64	
	Hombres	3 veces a la semana	12 al mes	3	12	36
total compras al mes					112	
Sumatoria resp val					14	
Frecuencia promedio acumulada					8,00	MESES

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VÁLIDAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CÁLCULO
6.- ¿En qué momento del día es de su preferencia ir a un restaurante?	a.- Almuerzo		9	56,25	
	b.- Cena		7	43,75	
Mujeres					
16					

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO VÁLIDAS	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CÁLCULO
6.- ¿En qué momento del día es de su preferencia ir a un restaurante?	a.- Almuerzo		8	57,14285714	
	b.-Cena		6	42,85714286	
Hombres					
14					

CÁLCULO DEL PRECIO PROMEDIO DE CONSUMO

SECTOR:MUJERES		
16.- ¿Tomando en cuenta que el restaurante es de nivel socioeconómico alto y medio alto cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato?		
OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VÁLIDAS	PONDERACIONES
15,00	0	-
20,00	7	140,00
25,00	9	225,00
TOTAL	16	365,00
frecuencia promedio ponderada		22,81
		5,894702842
precio producto individual		1,032347258

SECTOR:HOMBRES		
16.- ¿Tomando en cuenta que el restaurante es de nivel socioeconómico alto y medio alto cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato?		
OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VÁLIDAS	PONDERACIONES
15,00	0	-
20,00	7	140,00
25,00	7	175,00
TOTAL	14	315,00
frecuencia promedio ponderada		22,50
		7,328990228
precio producto individual		0,839517781

SECTOR:MUJERES		
8.- ¿Usualmente cuánto gasta por persona?		
OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VÁLIDAS	PONDERACIONES
8,00	0	-
10,00	0	-
15,00	1	15,00
20,00	9	180,00
25,00	6	150,00
30,00	0	-
TOTAL	16	345,00
frecuencia promedio ponderada		21,56
		5,571705426
precio producto individual		0,975780285

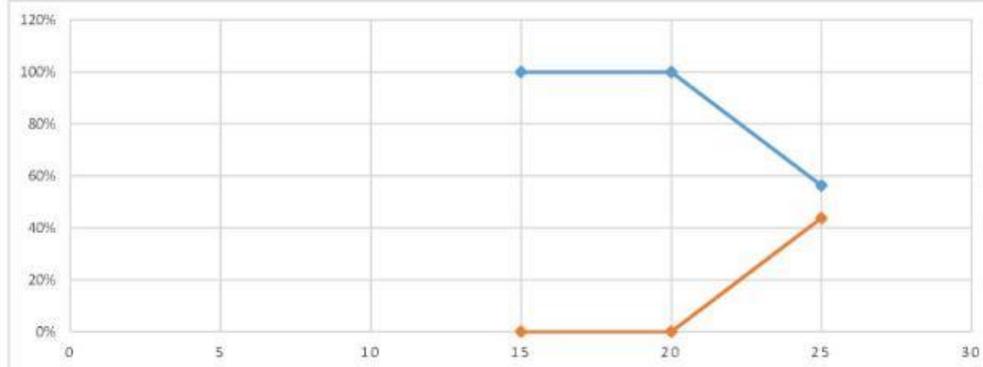
SECTOR:HOMBRES		
8.- ¿Usualmente cuánto gasta por persona?		
OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VÁLIDAS	PONDERACIONES
8,00	0	-
10,00	0	-
15,00	4	60,00
20,00	5	100,00
25,00	5	125,00
30,00	0	-
TOTAL	14	285,00
frecuencia promedio ponderada		20,36
		6,630991159
precio producto individual		0,759563707

ANÁLISIS DE LOS RANGOS DE PRECIOS

SEGMENTO MUJERES

ANÁLISIS PRECIOS

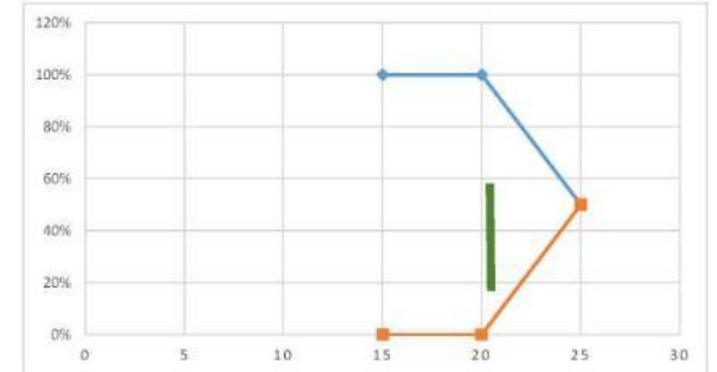
OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VÁLIDAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA PRECIOS ALTOS	TENDENCIA NEGATIVA ACUMULADA PRECIOS ALTOS
15	0	0%	100%	0%
20	7	44%	100%	0%
25	9	56%	56%	44%
TOTAL	16	100%	256%	-156,25%



SEGMENTO HOMBRES

ANÁLISIS PRECIOS

OPCIONES RESPUESTA	RESPUESTAS VÁLIDAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ACUMULADA PRECIOS ALTOS	TENDENCIA NEGATIVA ACUMULADA A PRECIOS ALTOS
15	0	0%	100%	0%
20	7	50%	100%	0%
25	7	50%	50%	50%
TOTAL	14	100%	250%	-150,00%



MATRIZ DE ORDEN MENTAL

	PRIMERA MENCIÓN	SEGUNDA MENCIÓN	TERCERA MENCIÓN
1ER LUGAR	La choza 63%	Patria 70%	Pacífico 63%
2DO LUGAR	Lo Nuestro 37%	La olla Quiteña 30%	Verde esmeralda 37%
		NIVEL	
	Pacífico		63%
	Verde esmeralda		37%
	Total		100%

Anexo No.6 Análisis de Encuestas

Universidad de Las Américas Encuesta

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias del consumidor relacionado con el consumo de alimentos que se pueden combinar con chocolate.

Se garantiza la no difusión al público de la información proporcionada por el encuestado.

El tiempo total para la elaboración de la siguiente encuesta es de 10 minutos.

Mujer ()

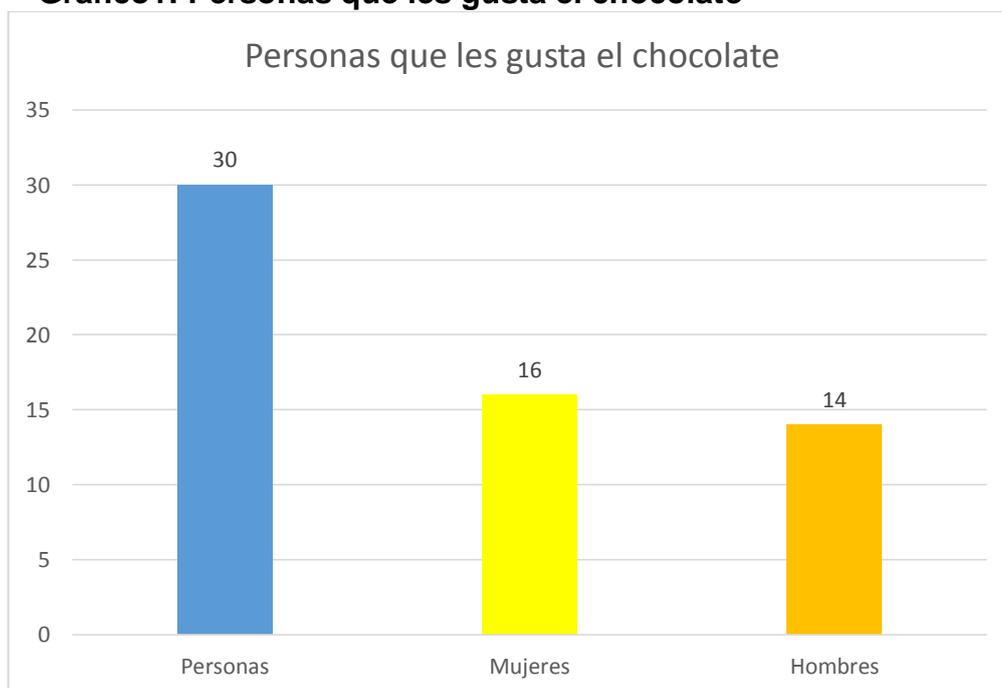
Hombre ()

1.- ¿Le gusta el chocolate?

- Sí (En caso de responder sí, pase a la pregunta 2)
- No (Si su respuesta es no, agradecemos su colaboración)

Análisis:

Gráfico1: Personas que les gusta el chocolate



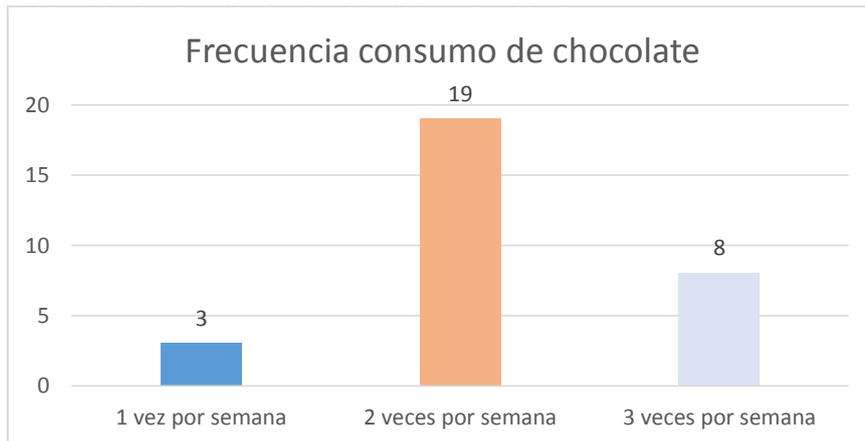
Mediante la encuesta realizada se ha determinado, que el 100% de los encuestados les gusta el chocolate. De los cuales el 53,33% son mujeres y el 46,66% son hombres.

2.- ¿Con qué frecuencia consume chocolate?

- 1 vez por semana
- 2 veces por semana
- 3 veces por semana

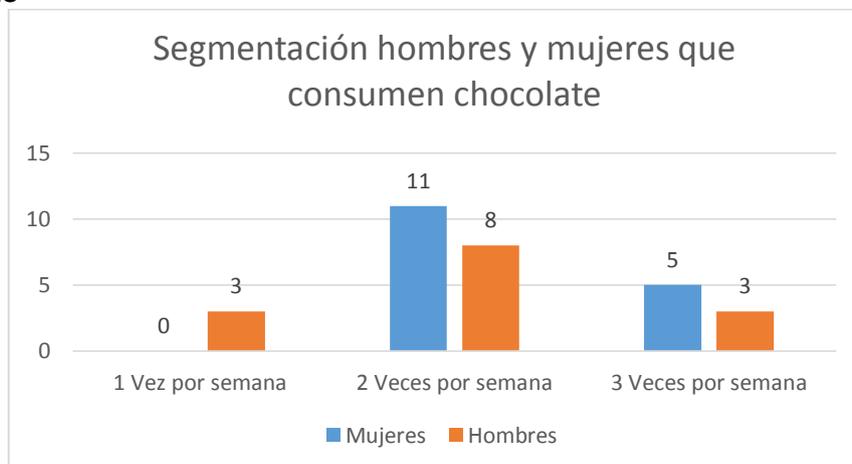
Análisis:

Gráfico2: Frecuencia consumo de chocolate



Mediante el gráfico se observa que el 10% de los encuestados consume chocolate una vez por semana, el 63,33% 2 veces por semana y el 26,66% 3 veces por semana.

Gráfico3: Segmentación hombres y mujeres que consumen chocolate



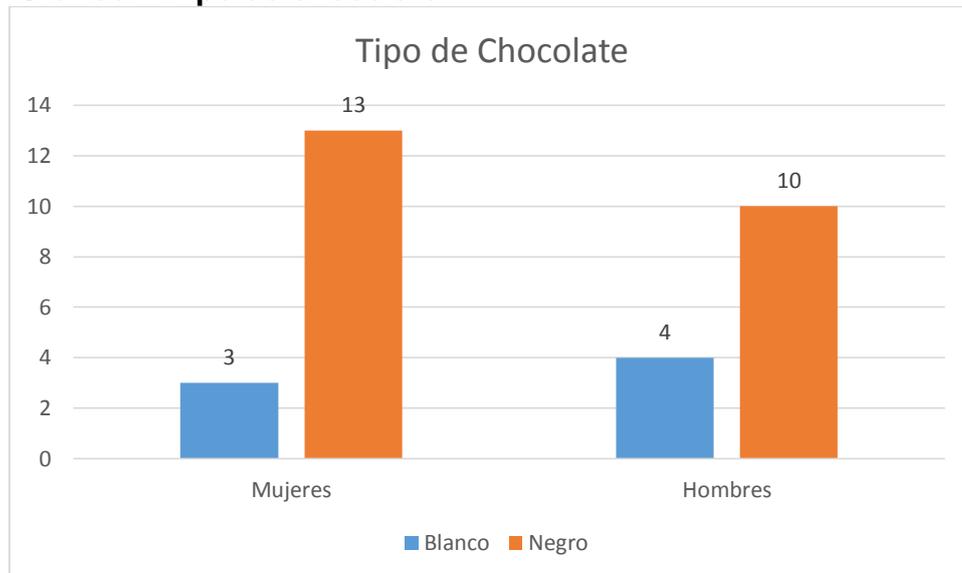
El gráfico indica que el 0% de mujeres encuestadas no consume chocolate 1 vez por semana, el 36,66% consume 2 veces por semana y el 16,66% consume 3 veces por semana. Por otro lado se puede observar que en el segmento de hombres el 10% consume chocolate 1 vez por semana, el 26,66% consume 2 veces por semana y el 10% consume 3 veces por semana.

3.- ¿Qué tipo de chocolate le gusta comer?

- Negro, dulce
- Blanco, dulce

Análisis:

Gráfico4: Tipo de chocolate



En el gráfico se observa que el 23,33% consume chocolate blanco y el 76,66% consume chocolate negro. De los cuales el 10% de mujeres consume chocolate blanco y el 43,33% consume chocolate negro. Mientras que en el segmento hombres el 13,33% consume chocolate blanco y el 33,33% corresponde al chocolate negro.

4.- Mencione 3 restaurantes de comida típica Ecuatoriana que visite frecuentemente, escriba su respuesta en orden de recordación.

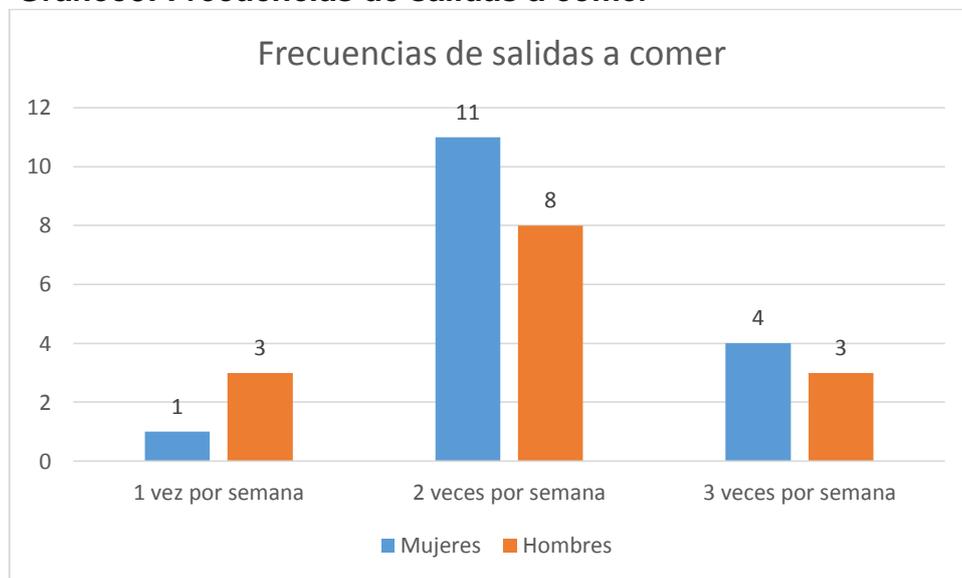
-
-
-

5.- ¿Cuántas veces a la semana come fuera de su hogar?

- 1 vez por semana
- 2 veces por semana
- 3 veces por semana

Análisis:

Gráfico5: Frecuencias de salidas a comer



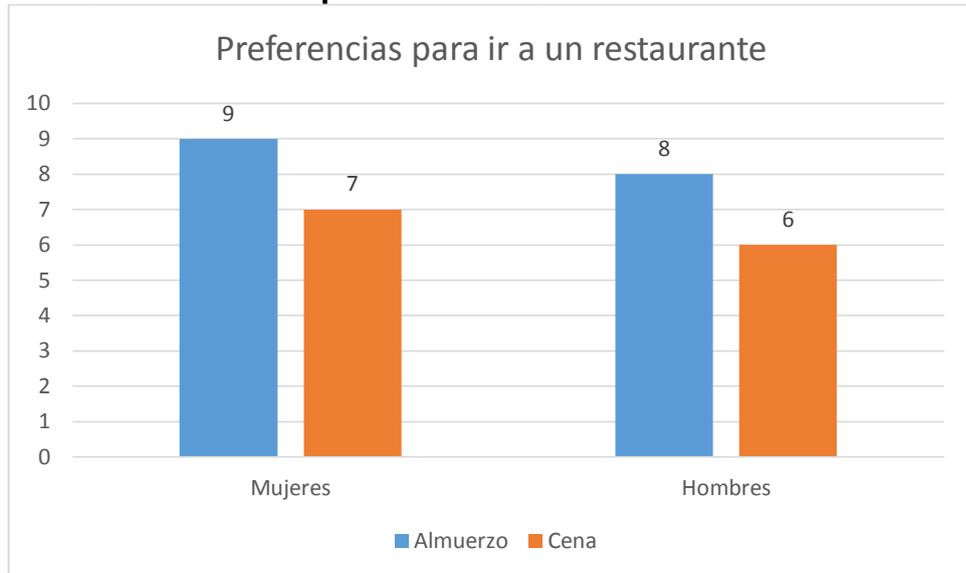
Mediante el gráfico se puede observar que el 13,33% de los encuestados comen 1 vez por semana fuera de sus casas, el 63,33% come 2 veces a la semana fuera de sus hogares y el 23,33% come fuera 3 veces a la semana. Se puede percibir que el 3,33% de mujeres como una vez por semana fuera de sus casas, el 36,66% come fuera 2 veces a la semana y el 13,33% come 3 veces a la semana fuera de sus hogares. En el segmento hombres se puede apreciar que 13,33% come fuera una vez por semana, el 26,66% come fuera de sus hogares 2 veces por semana y el 13,33 come 3 veces por semana fuera de sus hogares.

6.- ¿En qué momento del día es de su preferencia ir a un restaurante?

- Almuerzo
- Cena

Análisis:

Gráfico6: Preferencias para ir a un restaurante



El gráfico indica que el 53,33% prefieren ir a un restaurante en la hora del almuerzo mientras que el 46,66% prefiere en la cena. El gráfico también indica que el 30% correspondiente al segmento mujeres prefiere ir a un restaurante en la hora del almuerzo, el 20,66% del mismo segmento decide ir en la cena. En el segmento hombres el 23,33% opta por ir a un restaurante en el almuerzo mientras que el 20% del mismo frecuenta restaurantes en la cena.

7.- ¿Con cuántas personas suele ir a estos lugares?

-

8.- ¿Usualmente cuánto gasta por persona?

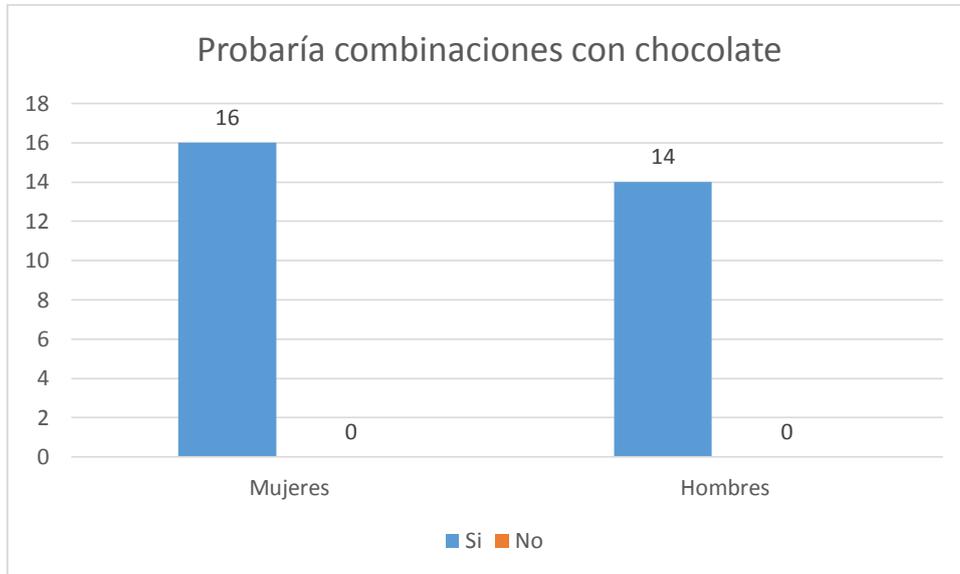
-

9.- ¿Le gustaría probar platos que tengan en su preparación chocolate con carnes, mariscos y/o verduras?

- Sí
- No

Análisis:

Gráfico7: Probaría combinaciones con chocolate



El gráfico revela que el 100% de los encuestados está dispuesto a probar platos que tengan en su preparación chocolate con carnes, mariscos y/o verduras. Mostrando que el 53,33% pertenece al segmento de mujeres y el 43,66% corresponde al segmento de hombres.

10.- ¿Qué tipo de carne considera usted que se puede acompañar mejor con chocolate?

-

11.- ¿Qué tipo de marisco considera usted que se puede acompañar mejor con chocolate?

-

12.- ¿Qué verdura considera usted que se puede acompañar mejor con chocolate?

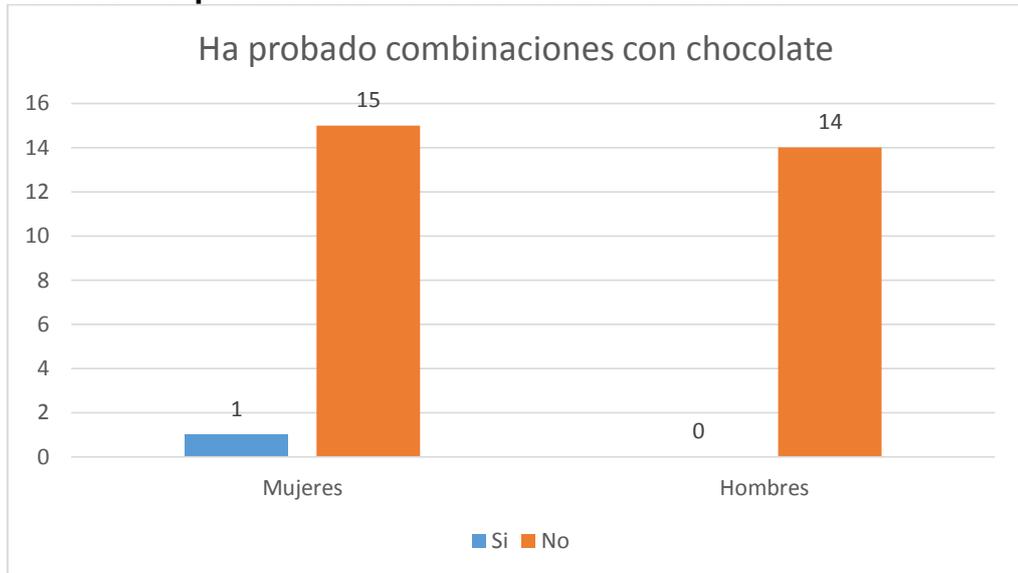
-

13.- ¿Ha probado usted alguna vez las combinaciones arriba mencionadas?

- Sí
- No

Análisis:

Gráfico8: Ha probado combinaciones con chocolate



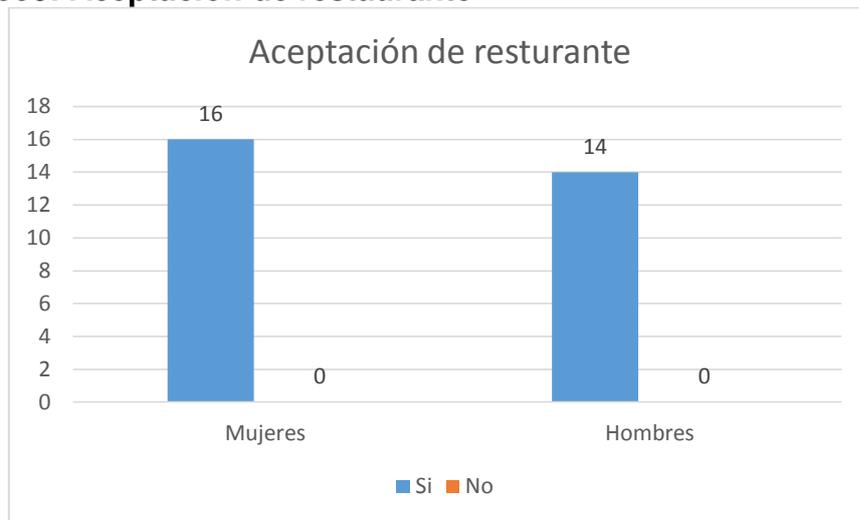
El gráfico revela que el 3,33% de los encuestados ha probado alguna vez combinaciones con chocolate mientras que el 96,66% no ha probado las combinaciones que utilicen el chocolate en los alimentos de carne, mariscos y/o verduras. De los cuales el 3,33% corresponde al segmento mujeres que ha probado este tipo de combinaciones, mientras que el 50% correspondiente al mismo segmento no ha probado esta clase de combinaciones. Por otro lado, el 0% de hombres ha probado las combinaciones con chocolate en los alimentos mencionados y el 46,66% no ha probado.

14.- ¿Si tuviera esta opción de restaurante, usted iría?

- Sí
- No

Análisis:

Gráfico9: Aceptación de restaurante



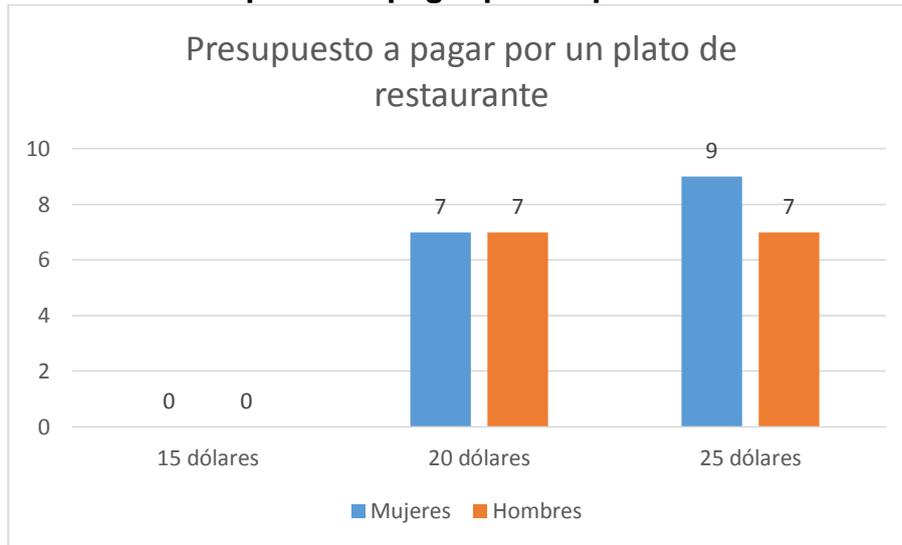
Se puede observar que el 100% de las personas que realizaron la encuesta están dispuestas a ir a un restaurante que usen en sus preparaciones chocolate con carnes, mariscos y/o verduras. De los cuales el 53,33% corresponde al segmento mujeres y el 43,66% corresponde al segmento hombres.

15.- ¿Tomando en cuenta que el restaurante es de nivel socioeconómico alto y medio alto cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato?

- 15 dólares
- 20 dólares
- 25 dólares

Análisis:

Gráfico10: Presupuesto a pagar por un plato de restaurante



El gráfico demuestra que el 30% correspondiente al segmento mujeres están dispuestas a pagar \$25, el 23,33% del mismo segmento están de acuerdo a pagar \$20 y el 0% no están dispuestas a pagar \$15 por un plato servido en un restaurante. En el segmento hombres el 23,33% están dispuestos a pagar \$25, el 23,33% del mismo están dispuestos a pagar \$20 y el 0% no están de acuerdo en pagar \$15 por un plato servido en un restaurante de alta categoría.

Gracias por su colaboración