



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO DE FINES DE SEMANA ESPECIALIZADO EN NIÑOS CON COMIDA SALUDABLE Y DIVERTIDA.

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

Profesor Guía
Carlos Alberto Cabanilla Ríos

Autora
Nicole Carolina Aguirre Mora

Año
2017

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con Nicole Carolina Aguirre Mora, 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.

Carlos Alberto Cabanilla Ríos

171805076-6

DECLARACIÓN PROFESOR CORRECTOR

Declaramos haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Ing. Doris González V.

0140043905-3

Gabriel David Mena Salgado

171637694-0

DECLARACIÓN DE AUTORIA 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.

Nicole Carolina Aguirre Mora

172099571-9

Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme cada día con un nuevo amanecer, a mis padres por confiar en mí y darme la oportunidad de formarme profesionalmente, a mi tutor por guiarme con paciencia y constancia.

Dedicatoria

Dedico a mis padres y abuelitos por apoyarme cada día, por darme las fuerzas necesarias para seguir y ayudarme con lo que estaba a su alcance. A mi novio por estar junto a mí en cada momento, por su amor, ayuda y comprensión.

RESUMEN

ENJOY FUNNY FOOD, restaurante de comida saludable especializado en niños es una alternativa que busca posicionarse como la mejor opción por calidad, precio y servicio en el cual el plus más importante será la atención a los niños y sus padres.

La especialidad será preparar comida sana y a la vez divertida, para esto se utilizará productos frescos y naturales, lo que será un atractivo para los padres que en la actualidad no tienen alternativas de este tipo, al ser un mercado en descubrimiento permitirá el rápido posicionamiento en la mente del consumidor.

Según el estudio de mercado realizado en el sector de Cumbayá, los resultados obtenidos fueron que las familias de los diferentes sectores prefieren comida saludable para sus hijos los fines de semana y les interesa la propuesta planteada debido a que no existen restaurantes especializados en niños que brinden una experiencia inolvidable y comida divertida que atraiga la atención de los niños el momento de comer.

Para finalizar se realizó el estudio financiero para saber si el restaurante es una opción viable y rentable, se obtuvo que la inversión inicial requerida es de \$41.163,11, el VAN es de \$ 16.104,85 que es un valor positivo y el TIR es de 46,56% que es un valor mayor a la tasa mínima de rentabilidad que es de 31,23% por lo tanto el proyecto es factible.

ABSTRACT

Enjoy Funny Food is a restaurant of healthy food, its target Kids. It is an alternative to other local restaurants, which looks for position as the best option in the city. Quality, price and service there are some of its qualities. The restaurant plus will be the excellent attention offered to kids and parents.

Its specialty will be to prepare healthy food, and at the same time funny. To do this the meals will be prepared with organics and fresh products. It will be an attractive for parents, since actually they don't have any healthy alternatives for their kids. Being a potential market, this allows a fast positioning in the consumer's mind.

According to the market research made in Cumbayá area, the results shows that parents prefer healthy food for their children, specially weekends where family goes out to eat. They are interested in the proposal because of the lack of restaurants specialized in kids, that offer an unforgettable experience with food. Healthy food presented in a funny manner that attracts the attention of kids, and makes enjoyable this activity.

Finally, the financial analysis was made to know if the restaurant was a viable and rentable option. This analysis shows that the initial investment required was \$41.163,11, the VAN was \$16.104,85 (Positive value) and TIR 46,56%, which is a higher percentage to the minimum rate of return, 31,23%. So the project is achievable.

ÍNDICE

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Antecedentes.....	1
1.3. Justificación.....	1
1.4. Objetivo general	2
1.5. Objetivos específicos.....	2
1.6. Marco teórico.....	3
1.6.1. Historia de la gastronomía.....	3
1.6.2. Industria de Alimentos y Bebidas.....	4
1.6.3. La empresa.....	5
1.6.4. Tipos de empresa	6
1.6.5. Estructura de la empresa.....	7
1.6.6. Organigrama de la empresa	7
1.7. Departamentalización.....	7
1.8. Legislación.....	7
1.9. Plan de negocios.....	8
1.9.1. Historia de los restaurantes	9
1.9.2. Tipos de restaurantes	9
1.10. Restaurantes temáticos	10
1.11. Ejemplo de restaurante temático	10
1.12. Descripción del negocio	10
CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO	12
2.1. Análisis del entorno.....	12
2.1.1. Análisis PEST	12
2.1.2. Comportamiento de la demanda.....	14
2.1.3. Comportamiento de la oferta	14
2.1.4. Comportamiento de la competencia- precios	15

2.1.5.	Comportamiento de proveedores	16
2.2.	Investigación de mercado	17
2.2.1.	Planteamiento del problema	17
2.2.2.	Objetivos de la investigación de mercado	17
2.2.3.	Justificación y delimitación de la investigación de mercado	17
2.2.4.	Tipo de investigación	18
2.2.5.	Población y muestra	18
2.2.6.	Técnicas de recolección de información	20
2.2.7.	Distribución de la muestra	20
2.2.8.	Resultados de la herramienta investigativa	21
2.2.9.	Proyección de la demanda	33
2.3.	Conclusiones del estudio de mercado.....	33
CAPITULO III: ESTUDIO ORGANIZACIONAL-ADMINISTRATIVO		
35		
3.1.	Modelo de negocio	35
3.2.	FODA.....	36
3.3.	Formalización del negocio	36
3.3.1.	Misión	36
3.3.2.	Visión.....	36
3.3.3.	Valores	36
3.3.4.	Objetivos estratégicos del negocio	37
3.4.	Estructura organizacional- Organigrama	38
3.5.	Funciones específicas por puesto	38
3.6.	Contratación de personal y proyección de costos de Mano de obra.....	40
3.7.	Estructura legal del negocio.....	41
3.8.	Plan de ventas	44
3.8.1.	Estrategias para precio	44
3.8.2.	Estrategias para producto.....	45
3.8.3.	Estrategias para plaza	47

3.8.4.	Estrategias para promoción.....	47
CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO		49
4.1.	Tamaño.....	49
4.1.1.	Análisis de la capacidad instalada.....	49
4.1.2.	Distribución de planta y diseño del local	50
4.2.	Localización	52
4.2.1.	Análisis de la localización	52
4.3.	Ingeniería del proyecto	53
4.3.1.	Descripción técnica del producto o servicio- Recetas estándar....	53
4.3.2.	Diagrama de procesos de producción y venta.....	54
4.4.	Características tecnológicas	56
4.4.1.	Selección de maquinaria, equipos.....	56
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO		57
5.1.	Inversión inicial	57
5.1.1.	Activo fijo	57
5.1.2.	Activos diferidos.....	58
5.1.3.	Activo circulante.....	58
5.2.	Fuentes de financiamiento.....	65
5.2.1.	Aporte propio	65
5.2.2.	Aporte a terceros	65
5.3.	Estructura de Costos y Establecimiento de Ingresos del Proyecto.....	66
5.3.1.	Estructura de costos y gastos.....	66
5.3.2.	Ingresos.....	67
5.4.	Proyección de BG.....	68
5.5.	Proyección de PyG.....	69
5.6.	Estado de flujo de caja.....	70
5.7.	Indicadores financieros.....	70
5.7.1.	Valor Actual Neto (VAN)	71
5.7.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	72

5.7.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	73
5.7.4. Ticket promedio	73
5.7.5. Punto de equilibrio	73

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES	76
-----------------------	----

6.1. Conclusiones y recomendaciones.....	76
--	----

7. Bibliografía.....	77
----------------------	----

ANEXOS.....	81
-------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Tabla informativa restaurantes de la zona</i>	15
Tabla 2. <i>Familias por sectores</i>	21
Tabla 3. <i>Distribución de encuestas por sector</i>	21
Tabla 4. <i>Proyección demanda</i>	33
Tabla 5. <i>Análisis FODA</i>	36
Tabla 6. <i>Costos fijos Año 1</i>	40
Tabla 7. <i>Costos fijos año 2 en adelante</i>	41
Tabla 8. <i>Precio de venta de cada ítem del restaurante</i>	45
Tabla 9. <i>Precio de venta de bebidas</i>	45
Tabla 10. <i>Valoración nutricional de un plato de niños</i>	46
Tabla 11. <i>Valoración nutricional de un plato de adultos</i>	46
Tabla 12. <i>Método cualitativo por puntos según la ubicación</i>	52
Tabla 13. <i>Muestra de receta estándar menú niños</i>	53
Tabla 14. <i>Inversión inicial</i>	57
Tabla 15. <i>Activos fijos</i>	57
Tabla 16. <i>Activos diferidos</i>	58
Tabla 17. <i>Materia prima</i>	58
Tabla 18. <i>Proyección materia prima</i>	59
Tabla 19. <i>Mano de obra directa chef ejecutivo</i>	59
Tabla 20. <i>Mano de obra directa ayudante cocina</i>	60
Tabla 21. <i>Mano de obra indirecta meseros</i>	60
Tabla 22. <i>Mano de obra indirecta nutricionista</i>	60
Tabla 23. <i>Sueldo administrador</i>	61
Tabla 24. <i>Sueldo cajero</i>	61
Tabla 25. <i>Sueldo animador</i>	61
Tabla 26. <i>Depreciación activos fijos</i>	62
Tabla 27. <i>Amortización gastos de constitución</i>	62
Tabla 28. <i>Servicios básicos</i>	62
Tabla 29. <i>Suministros de limpieza</i>	63
Tabla 30. <i>Suministros de oficina</i>	63
Tabla 31. <i>Costos indirectos de fabricación</i>	64
Tabla 32. <i>Capital de trabajo</i>	64
Tabla 33. <i>Método de desfase</i>	65
Tabla 34. <i>Amortización del préstamo</i>	66
Tabla 35. <i>Estructura de costos y gastos</i>	67
Tabla 36. <i>Proyección ventas</i>	68
Tabla 37. <i>Balance general inicial</i>	69
Tabla 38. <i>Estado pérdidas y ganancias</i>	69
Tabla 39. <i>Estado de flujo de caja</i>	70
Tabla 40. <i>TMAR</i>	71

Tabla 41. <i>VAN</i>	71
Tabla 42. <i>TIR</i>	72
Tabla 43. <i>Ticket promedio</i>	73
Tabla 44. <i>Punto de equilibrio</i>	73
Tabla 45. <i>Cálculo punto de equilibrio</i>	75

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 1.	22
<i>Figura 2.</i> Tabuación de la encuesta pregunta 2.	23
<i>Figura 3.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 3.	24
<i>Figura 4.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 4.	25
<i>Figura 5.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 5.	26
<i>Figura 6.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 6.	27
<i>Figura 7.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 7.	28
<i>Figura 8.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 8.	29
<i>Figura 9.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 9.	30
<i>Figura 10.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 10.	31
<i>Figura 11.</i> Tabulación de la encuesta pregunta 11.	32
<i>Figura 12.</i> Logo del restaurante	35
<i>Figura 13.</i> Organigrama del restaurante.	38
<i>Figura 14.</i> Plano arquitectónico interno.....	50
<i>Figura 15.</i> Plano arquitectónico externo.....	51
<i>Figura 16.</i> Mapa por sectores Cumbayá.	52
<i>Figura 17.</i> Flujograma de ventas.....	54
<i>Figura 18.</i> Flujograma de producción.....	55

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1.Fórmula de población y muestra	19
---	----

1.CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1.Planteamiento del problema

Actualmente no existen restaurantes temáticos especializados en niños con comida saludable, lo que hoy en día los consumidores pueden encontrar fácilmente son restaurantes de comida rápida que poseen áreas pequeñas para los niños. Según el (INEC, 2013) los datos estadísticos sobre temas de obesidad, diabetes y problemas intestinales en los niños de 3 a 12 años en el sector de Cumbayá, ha determinado que los alimentos que ingieren están compuestos en su mayoría por carbohidratos, azúcares y grasas saturadas que no aportan ningún beneficio en la salud de los pequeños.

1.2.Antecedentes

Según (Miespa, 2015) en la época de los Babilonios, se descubre el beneficio de las frutas, verduras y hortalizas. James Lind que era doctor de la marina británica descubre que las frutas previenen enfermedades, además que poseen vitaminas (A, C, E) que es un beneficio para la salud, por esta razón la alimentación diaria de los marinos en aquella época era completamente saludable. Con el pasar del tiempo las frutas, verduras han ido perdiendo lugar en la dieta diaria de la población por lo cuál desde 1980, el número de obesos ha crecido año tras año y especialmente en la población infantil.

En la actualidad los padres de familia por sus ocupaciones o por otros temas no pueden estar muy pendientes en el tema nutricional de sus hijos, ni en preparaciones que se sirven, la televisión y las redes sociales hoy en día ofrecen una gran variedad de alternativas fáciles y rápidas para la alimentación de los niños, pero el problema radica en que estas propuestas alimenticias no son nutritivas.

1.3.Justificación

¿Por qué crear un restaurante basado en la alimentación y nutrición saludable para niños? Comer es una necesidad básica que todos los seres humanos, y es una prioridad en la vida de los niños que se encuentran en crecimiento, por lo que brindar la tranquilidad a las personas de confiar su nutrición en manos de expertos es una oferta valiosa y bien apreciada. De esta manera, la

propuesta de valor de este nuevo concepto de negocio es ofrecer diariamente alimentos saludables elaborados con los mejores estándares de calidad para procurar la máxima frescura, balance y riqueza de nutrientes que aporten a la salud del consumidor.

El restaurante contará con folletos que contengan información sobre la correcta alimentación de sus hijos y esta propuesta fomentará a que los padres lo apliquen en sus hogares. Según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT-ECU 2011-2013) actualmente el 8.6% corresponde a niños menores de 5 años con exceso de peso y niños entre 5 a 11 años las estadísticas de obesidad se triplican, y esto es causado por un desequilibrio en la ingesta de alimentos que están expuestos en los restaurantes del sector, por lo tanto con la creación del restaurante se desea mejorar la alimentación de los niños y aportar conocimiento hacia los padres sobre información nutricional para mejorar los hábitos alimenticios de los mismos.

Este restaurante tendrá como base fundamental los alimentos naturales y sin conservantes que son esenciales para una alimentación sana, además se buscará especialistas en el campo de la nutrición que aporten con sus conocimientos para la elaboración de recetas, permitiendo que los clientes tengan la certeza que los productos son de alta calidad y sobretodo que puedan interactuar con los padres sobre la buena alimentación de sus hijos.

1.4. Objetivo general

Crear un restaurante temático de comida nutritiva y saludable dirigido a niños desde los 3 años en adelante, en el cual no solo se ofrezca el servicio de comida sino también brinde información de una correcta nutrición a través de expertos en la rama, difundiendo publicidad por medio de redes sociales.

1.5. Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente la creación de un restaurante
- Realizar una investigación de mercado para la creación de un restaurante
- Diseñar de un plan de negocios para la creación de un restaurante temático en Cumbayá.

1.6. Marco teórico

1.6.1. Historia de la gastronomía

Desde sus inicios la forma, el sabor y elementos en la cocina han sufrido constantes innovaciones en el sabor, riqueza y aspectos de los platillos. El hombre primitivo se caracterizó por ser nómada, el mismo que vivió en chozas y cuevas en la época neolítica y del paleolítico por lo que con la agricultura y la domesticación de animal, este se convirtió en sedentario. Con el descubrimiento de alimentos de origen animal y vegetal, pudo mejorar el sabor y presentación de los mismos. Los estudios coinciden que “el hombre aparece sobre la tierra en la era cuaternaria del paleolítico cuando la tierra se enfría hace unos 600 mil años A.C.” (Monroy P. , 2002). En dicha época se conoce que el hombre ya producía fuego.

En los pueblos de la antigua Mesopotamia logramos observar vestigios de los procesos alimenticios. De esta manera, en la antigua Grecia y Roma, la cocina tiene un toque artístico en los métodos, ingredientes y servicios. Según (Monroy P. , 2002) “Se conocen anfitriones como Lúculo y Marcus Apicius los cuales eran escritores de gastronomía”. Esta época se caracterizó porque las comidas eran muy condimentadas a base de salsas de entrañas de pescado.

Sin embargo durante la Edad Media, se mostró importancia a la alimentación, de esta manera en Constantinopla tras la caída del imperio romano se recogió el legado de la cultura. Por lo que (Monroy P. , 2002) señala que “existía cierto lujo en las comidas y existía una gran preferencia de los comensales por las carnes tiernas.” Así mismo, se logra observar que se dan postres con frutas azucaradas y esencias de rosas.

En el Renacimiento, se logra observar la elegancia en el servicio y las preparaciones culinarias más elaboradas. En esta época, el refinamiento de la cocina italiana pasará a Francia a través de la etiqueta, mientras tanto Italia se enriquecerá de los conocimientos culinarios en la preparación de alimentos. El primer lugar en servir comida a clientes data del siglo XVI, debido a que las hosterías solo brindaban servicio de alojamiento, sin embargo “la demanda de comidas sencillas como sopas y guisos en los hostales dieron inicio a este

negocio el mismo que se lo nombro según (Burner, 2009) como restaurant que se deriva del vocablo francés que significa restaurar. En esta época resaltarán cocineros como Antonin Carême (1784-1833), ya que fue quien creó varias recetas francesas y técnicas de cocina. No obstante su sucesor Auguste Escoffier (1846-1935), logrará profesionalizar la cocina y creará normas estrictas para el trabajo.

Con la revolución francesa del siglo XVIII, debido al gran abuso de poder por parte de la monarquía, los cocineros reales abandonan los palacios y establecen sus propios negocios en donde ponían en práctica todo lo aprendido y comienzan a crear sus propios platos. De esta forma, estos establecimientos se popularizan y se expanden desarrollando nuevos estilos de cocina. En la actualidad las tendencias de cocina moderna y vanguardista se encuentran en auge por lo que cocineros como Ferrán Adrià han revolucionado por completo la cocina clásica y el concepto de texturas y sabores en una preparación.

1.6.2. Industria de Alimentos y Bebidas

En el mundo el consumo de alimentos es diario y en gran cantidad. Dentro de la matriz productiva se encuentra la industria que se dedica a elaborar los alimentos, misma que apoya el desempeño económico mundial. Es así, como esta industria conforma la mayor herramienta para enfrentar actualmente la crisis alimenticia mundial y económica. La Industria de Alimentos y Bebidas se entiende como “una compleja cadena de suministros que se compone de los segmentos de alimentos envasados y de bebidas. Los alimentos envasados cubren desde productos secos, congelados, refrigerados y otros alimentos, incluyendo carnes, pescados, panificados y otras categorías.”(Brakett,2009).

Los alimentos naturales eran consumidos por el hombre prehistórico hasta que se logró descubrir distintos métodos de cocción. Es por ello que su necesidad de obtener alimentos lo hizo desarrollar técnicas de supervivencia como la caza, la agricultura y el sedentarismo. Se considera que los sumerios descubrieron que la sal podía conservar el pescado y la carne por más tiempo, sin perder sus propiedades organolépticas. Durante la Edad Media se

presentaron intoxicaciones masivas por consumo de pan de centeno contaminado.

Se puede mantener una dieta adecuada mediante la ingesta de alimentos y bebidas procesados que facilitan la vida del individuo ya que se puede improvisar una comida sana. En el Ecuador, “la industria manufacturera sin incluir la refinación de petróleo representó el 13,99% del Producto Interno Bruto (PIB) siendo la industria de alimentos y bebidas la de mayor aporte (7,83% del PIB)” (Carillo, 2009). Es así como en los últimos años se ha logrado un incremento continuo lo cual ha aportado a la economía nacional, recuperando así su participación relativa y su gran dinamismo.

1.6.3. La empresa

Una empresa es “una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas para producir un valor material tanto para los propietarios como para los empleados, a través de la producción de determinados productos y servicios que venden a personas o entidades interesadas en ellos (clientes)” (López, 2012). Las empresas de alimentos y bebidas pueden tener un propietario sin embargo estos pueden ser varios por lo que necesitan constituir una “sociedad” constituyendo así un capital social.

“Según Milton Friedman, una empresa cumple socialmente con el entorno cuando logra sus objetivos económicos, de esta manera se traslada la responsabilidad social al entorno de la empresa”(Gil,2010). Es así como un “empresario” de un restaurante se conoce como una persona que puede detectar necesidades y encontrar los recursos necesarios para dar iniciativa a una acción que logré cumplir con los objetivos del restaurante.

Cabe recalcar que la administración de una organización se da a partir de la integración del trabajo sobre las distintas áreas que componen un restaurante, por lo tanto cada área cumple una con una función, las cuales pertenecen a una estructura organizacional. “La estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad.” (Gonzales, 2012)

1.6.4. Tipos de empresa

Tipos de empresa según su actividad económica:

Según (Mejía, 2016) las empresas se dividen de la siguiente manera:

Sector primario: Obtienen los recursos naturales tales como agricultura, energía.

Sector secundario: Transforman los bienes o materia prima ya sea para la construcción o lo industrial.

Sector terciario: Es la capacidad del ser humano de realizar diferentes actividades donde intervienen bancos, transportes, restaurantes, etc.

Por lo tanto el restaurante se ubica en el sector terciario debido a que el ser humano interviene en el funcionamiento del mismo desempeñando varias funciones como la preparación de alimentos saludables, brindar un servicio de calidad para satisfacer al cliente.

Tipos de empresa de acuerdo a su tamaño:

- Microempresa: Se las conoce como mini empresas, las cuales se caracterizan por fabricar productos artesanales donde intervienen máximo 10 empleados. Esta empresa es de propiedad de una sola persona por el tamaño de la misma.
- Pequeñas empresas: Se caracterizan por ser empresas independientes donde poseen poca cantidad de capital y los gastos deben ser limitados. Intervienen entre 10 y 49 empleados en la empresa.
- Medianas Empresas: La división de la empresa consiste en varias áreas que cumplen diversas funciones, donde intervienen entre 50 y 250 empleados.
- Grandes empresas: Se caracterizan por tener gran cantidad de ventas, poseen varios departamentos que cumplen específicas funciones, donde intervienen más de 250 empleados

Se identifica al restaurante como pequeña empresa por la cantidad de empleados que poseerá y su objetivo principal como empresa es cumplir con las necesidades de lo clientes.

1.6.5. Estructura de la empresa

Según (Chiavenato, 2004), las empresas requieren una estructura organizacional para que todos los procesos se realicen de manera ordenada, es necesario que existan jerarquías, de esa manera lograr los objetivos planteados por la empresa de alimentos y bebidas.

1.6.6. Organigrama de la empresa

Es una estructura presentada de forma gráfica la cual permite formar departamentos dentro de la empresa, en este caso un restaurante donde se realiza jerarquías para que existan líderes en cada actividad y alcanzar los objetivos de cada área. (Chiavenato, 2004).

1.7. Departamentalización

“Organizar es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, los niveles y actividades de los recursos de una empresa” (Ponce, 2004). La empresa debe tener varios departamentos, los mismos que se organizan según clientes, según productos, según zona geográfica. Las empresas de alimentos y bebidas según Pymes requieren de un departamento de operación que se encarga de la compra de materia prima y la producción de la misma, mientras que el departamento de administración se encarga del manejo y la organización del personal.

1.8. Legislación

Toda empresa es necesario que tenga una forma de constitución ya sea por razones legales, fiscales, públicas. Las empresas se clasifican dependiendo de su aspecto jurídico.

Empresa individual

Se le conoce como empresario a la persona natural que da uso a su nombre para registrar una actividad constitutiva de la empresa. Así como también se le conoce como comerciante individual quien responde a las deudas con todos los bienes que posee.

Empresa social

Se conoce que son entidades jurídicas a las sociedades mercantiles, las mismas que facilitan el reparto de capital entre varias personas. Toda sociedad mercantil, antes de dar principio a sus actividades, deberá constar su constitución, pactos en la escritura pública, que se presentará para su inscripción en el registro mercantil

1.9. Plan de negocios

El plan de negocios sirve como objeto para que se pueda visualizar de una forma real todos los elementos que implican para la creación de un negocio, es decir que objetivos tendrá la empresa, estructura organizacional, productos y servicios, capital necesario, que segmento será el indicado, competencia, precios, etc.

Para tener un buen plan de negocios es necesario plantearse algunos puntos específicos como:

Estudio administrativo y organizacional

Nombre de la empresa, misión, visión, valores, ventaja competitiva que tendrá la empresa. En este punto que define a que se dedicara la empresa, los objetivos y metas que tendrá la misma, que reglas tendrá que cumplir y a que quiere alcanzar gracias a los productos y servicios que ofrece. Además en que estrategias se usará con relación a la publicidad de la empresa, distribución, ventas. En este punto se analiza las mejores estrategias de marketing, las mejores estrategias de venta para el producto.

Estudio técnico

Análisis FODA, tendencias del mercado en lo que se enfocará la empresa, futuros clientes potenciales, competencia. En este punto son fundamentales los estudios de mercado para descubrir las preferencias y los gustos de los futuros consumidores, así como también las necesidades - deseos de los mismos. Así como también estudio de la competencia que existe para lograr posicionar sobre ella.

Estudio financiero

Consiste en las proyecciones financieras de la empresa, si esto generará un margen de utilidad rentable, los gastos a futuro que tendrá la empresa.

1.9.1. Historia de los restaurantes

En Londres en el año 1200 existían pequeños lugares donde vendían platos ya preparados y listos para el consumo. En 1975 Se abrió el primer restaurante en Francia llamado MonsieurBoulangier que tenía el lema de “Venid a mi todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restauraré” (Roldán, 2015). En Londres el primer restaurante surgió en 1873.La palabra restaurante se refiere a restaurativo y se le dio ese nombre debido a que en Francia en ese tiempo se servía un caldo de carne llamado de esa forma. En 1800 se comienza a expandir la idea de restaurantes y empiezan a surgir establecimientos con un servicio excelente y con chefs.

“En 1880 Fred Harvey y John Thompson fueron los pioneros en abrir grandes cadenas de restaurantes en el mundo” (Roldán, 2015). En 1876 surge la comida rápida. De esa manera poco a poco la gastronomía fue expandiéndose y creando restaurantes de varias categorías y tipos de comida.

1.9.2. Tipos de restaurantes

Según (Rodian, 2011) los restaurantes se clasifican de la siguiente manera:

Restaurante buffet: El comensal paga una determinada cantidad de dinero y puede ingerir todo tipo de comida sin limite. Este tipo de restaurante se caracteriza por usar el autoservicio, es decir que el comensal se sirve la cantidad de comida que desea y se dirige a la mesa.

Restaurante de comida rápida: Se los conoce como restaurantes fast food, donde se consume comida con preparaciones simples y rápidas tales como hamburguesa, papas fritas.

Restaurante Temático: Se clasifican por el tipo de comida que se ofrece ya sea Italiana, Mexicana, Ecuatoriana, saludable, entre otras y a su vez por la decoración del mismo.

Restaurantes gourmet: Usa el servicio a la mesa con productos de alta calidad, donde el comensal puede elegir de la carta lo que desea ingerir y en ese momento se preparan los alimentos.

Restaurantes para llevar: Se caracterizan por usar vajilla desechable, preparan varios tipos de platos que los exponen a la vista del comensal o a su vez el comensal puede armar su plato con varias opciones.

1.10. Restaurantes temáticos

Restaurantes especializados en gastronomía que se caracterizan por tener una decoración que transporta a los clientes a un ambiente diferente del que no están acostumbrados. Según (Peña, 2014) en los últimos años la tendencia por restaurantes temáticos ha incrementado por lo tanto se han posicionado como una de las oportunidades rentables y atractivas en el sector de la restauración. El factor diferenciador de los demás restaurantes es la decoración debido a que es original, llamativa por los colores y esto ayuda a recrear la vista de los clientes mientras se encuentran en el establecimiento. Este tipo de restaurantes no solo ofrece el servicio de alimentos y bebidas sino también una experiencia única e inolvidable para los comensales.

1.11. Ejemplo de restaurante temático

We Pudding, restaurante temático especializado en niños que se encuentra en Barcelona. Ofrece comida sana, con productos naturales para niños y adultos. El menú está pensando en los niños para que lo ingieran sin problema. Es un lugar confortable y divertido para los niños donde tienen una experiencia inolvidable y eso les permite que deseen volver. En este restaurante desarrollan varias actividades para que los niños interactúen entre ellos.

1.12. Descripción del negocio

Será un restaurante temático infantil que está enfocado en brindar opciones nutricionales para niños de 3 a 12 años de edad, el cual se caracteriza por ofrecer un menú con balance nutricional en forma de animales para que sea agradable a la vista de los niños y lo ingieran sin problema, además tendrá una oferta nutricional para los padres para que igual que sus hijos tengan la

oportunidad de alimentarse de forma saludable. El restaurante tendrá un amplio espacio de áreas verdes que fomente la diversión entre los niños, ya que es importante que disfruten de la naturaleza. El personal de servicio del restaurante atraerá la atención de los niños debido a que cada día estarán disfrazados de un personaje diferente para que puedan interactuar con los niños de mejor manera, cabe recalcar que el personal de servicio estará capacitado para tratar con niños, de esa manera evitar inconvenientes y que los niños se sientan a gusto. Así mismo en la cocina chefs especializados que cumplan con una buena manipulación de alimentos para que todos los productos que se ofrecen sean de calidad y sanos. El restaurante tendrá una decoración atractiva, colorida, con temática de personajes animados para que se cree un ambiente agradable y los clientes puedan disfrutar cada momento que lo visiten. La ubicación del restaurante será en Cumbayá, Jacaranda ya que el clima es un factor muy importante para que los niños disfruten al aire libre y los días de atención serán los fines de semana. El horario de atención será sábado- domingo de 12:00am – 5:30pm

2. CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Análisis del entorno

2.1.1. Análisis PEST

Factores Políticos

Un restaurante debe obtener una licencia de funcionamiento para su atención legal y de esa manera no tener problemas con la ley, el gobierno ha implantado normas y requisitos que un establecimiento tiene que cumplir antes de su apertura, caso contrario se pagará una multa significativa. Los propietarios de restaurantes deben obligatoriamente cumplir con cada paso para el funcionamiento. Los siguientes permisos son indispensables para el funcionamiento de un restaurante:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Se debe obtener la Patente Municipal.
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Turismo
- Permiso de funcionamiento de Licencias Únicas de Actividades Económicas (LUAE), que está conformado por:
 - Permiso de funcionamiento de Bomberos, permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior y el permiso de funcionamiento del Ministerio del Ambiente.
 - Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Obtener los permisos necesarios para el funcionamiento de un restaurante requiere de tiempo y recursos económicos, lo cual aumenta la inversión inicial del mismo. Pero a la vez estas políticas favorecen al restaurante debido a que los clientes estarán seguros que es un lugar que garantiza calidad y con una correcta manipulación de alimentos además provocará una disminución de la competencia debido a que no todos los restaurantes cumplen con los requisitos para la obtención de los permisos.

Factores Económicos

PIB: Conocido como el Producto Interno Bruto, es el valor monetario de un país que se da por la producción de bienes y servicios dentro de un rango de tiempo, que normalmente es de un año.

El PIB, según él (Grupo Banco Mundial, 2016) ha tenido un leve aumento del 0.3% en el año 2015, y en el año 2016 con relación al primer trimestre del año 2015 el PIB disminuyó 0.3% por lo tanto el servicio de alimentos y bebidas aportará con la economía del país y se fomentará con la alimentación sana de la población.

Inflación: Conocido como el aumento de los bienes y servicios de un país dentro de un rango de tiempo, es decir un año. Desde el año 2015, hasta septiembre del 2016 la inflación del país ha ido disminuyendo, según él (Banco Central, 2016) actualmente el país tiene 1.30% de variación. Esto en cierto punto afecta el negocio debido a que si la inflación es variable, el negocio no puede cambiar a cada momento el precio de productos, sino que se debe mantener aunque el precio de la materia prima aumente.

Según el INEC (2015), en el Ecuador el ingreso mensual por familia en la zona urbana es de \$1046, donde el gasto mensual es de \$734 dólares, dando lugar al 7.7% en gastos hoteleros y servicios de restauración.

Factores Tecnológicos

Innovación en la maquinaria: Hoy en día existen avances en varias áreas de la tecnología, según (Ramírez, 2016), actualmente se ha creado unos pallets que son estructuras con madera, donde se busca que las cocinas industriales consuman menos gas, además menciona que realiza mantenimiento a los productos que vende usando procesos y sistemas que ayudan a optimizar costos y alargan la vida útil de la maquinaria. También comercializan cocinas industriales, planchas, congeladores, refrigeradores de alta calidad.

Factores Sociales

Tasa de desempleo: Según (INEC, 2016), Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, los indicadores laborales del año 2016 indican que el desempleo a nivel nacional es del 5.3% en el país y se mantiene. Por lo tanto tener nuevas fuentes de trabajo brindará varias plazas de empleo a la población y el índice de desempleo disminuirá.

El subempleo tiene un índice de 16.3% en el año 2016, las cuales son personas que trabajan en ciertas áreas pero sus ingresos son menores al salario básico y la necesidad de un empleo es alta.

Población económicamente activa: Según él (INEC, 2016), el índice de la población económicamente activa de Junio 2016 es de 67.8% es decir 7.8 millones de personas a nivel nacional.

Canasta Familiar básica: Según él (INEC, 2016), el valor de la canasta básica es de \$710.01, la misma que contiene productos y servicios necesarios para un hogar.

Tendencia por comida sana: Según (West, 2015) el 34% de la población considera que mantiene una dieta sana , en el último año el consumo de alimentos saludables ha aumentado un 5% debido a que las personas están tomando conciencia sobre que alimentos son sanos para su consumo.

2.1.2. Comportamiento de la demanda

La demanda es la cantidad de productos y servicios que el cliente es capaz de consumir en un período de tiempo. (Palacio, 2014). En Cumbayá hay gran variedad de demanda por la cantidad de habitantes, los mismos que están dentro en un rango social entre medio, medio alto y alto.

2.1.3. Comportamiento de la oferta

La oferta es ofrecer un producto y servicio de calidad al consumidor. (Gardey, 2009). Restaurantes con alimentos sanos, nutritivos y especializados en los niños no existen en Cumbayá, simplemente se puede encontrar establecimientos de alimentos y bebidas que no ofrecen comida nutritiva,

descuidando así la alimentación de los niños que en el futuro les provocará consecuencias en su salud. Algunos establecimientos del sector son: El Hornero, Mc Donald`s, Los Choris, Lucía Pie and Grill, Taconazo, entre otras.

A continuación una tabla con la información de ciertos restaurantes de la zona.

Tabla 1. *Tabla informativa restaurantes de la zona*

Mc Donald`s	Pizzería El hornero	Lucía Pie & Grill
<u>Tipo de comida</u>	<u>Tipo de comida</u>	<u>Tipo de comida</u>
Hamburguesas	Pizza	Carnes
Wraps	Pasta	Mariscos
Ensaladas	Ensaladas	Hamburguesas
Nuggets	Milanesas	Pastas
Helados	Carnes	Postres
Jugo de naranja	Sanduches	Jugos
Gaseosas	postres	Limonadas
	Jugos fruta	Gaseosas
<u>Menú de Niños</u>	Limonadas	
Costo \$5.99	Gaseosas	<u>Menú de Niños</u>
“Cajita Feliz” con hamburguesa, papas fritas+ gaseosa	<u>Menú de Niños</u>	Depende el plato el costo está entre \$5.95 y \$7.99
Incluye un muñeco pequeño de las películas de niños.	Costo \$ 3.99 cualquier opción	Las opciones son:
	*Pizza personal + bebida	Salchi papa
	O	*Hamburguesas con papas fritas
	*Pizza personal + postre	*Baby pollo BBQ en palito
	Incluye un huevo Kínder	*Dedos de pollo y salsa BBQ

2.1.4. Comportamiento de la competencia- precios

Se ha tomado como muestra dos establecimientos de la zona que son los siguientes:

Mc Donald`s

Se considera como la competencia directa debido a que el establecimiento posee variedad de alimentos cabe recalcar que en su mayoría es comida

chatarra, existe un área determinada para que los niños se diviertan todo el tiempo, además pueden tener una experiencia única en Mc Donald`s ya que se ha implementado el show de “Ronald Mc Donald`s” con el objetivo de que los niños no olviden ese momento que están comiendo y divirtiéndose a la vez con su personaje favorito. Ofrece directamente un menú especial para los niños conocido como la “cajita feliz “, que siempre está acompañado por un juguete de personajes de películas. Los adultos también tienen la oportunidad de escoger lo que deseen para alimentarse ya que hay opciones de alimento para ellos. Los niños pueden celebrar los cumpleaños en Mc Donald`s junto a sus amigos, el mismo que estará lleno de sorpresas.

El precio de menú de niños de Mc Donald`s es de \$5.99

Pizzería El Hornero

La pizzería El Hornero se considera como la competencia indirecta debido a que es un establecimiento que ofrece variedad de alimentos para los consumidores y dentro de su diversidad de platos existe un menú para niños con 3 opciones, cabe recalcar que es comida chatarra, esto incluye una cajita para los niños en la cuál viene un chocolate conocido como “Huevo Kinder”. Este establecimiento también ofrece variedad de alimentos para los adultos. La pizzería posee un área donde los niños pueden divertirse antes de comer además ofrece el servicio de cumpleaños para los niños pero no es una experiencia inolvidable.

El precio del menú de niños de la pizzería El Hornero es de \$3.99.

2.1.5. Comportamiento de proveedores

Pronaca: Es una empresa que se encarga de distribuir proteínas al por mayor, es decir mariscos (pescado y camarón), pollo, carnes. Los productos son de buena calidad y frescos.

La huerta: Es una empresa encargada del cultivo, comercialización y distribución de frutas, verduras, cabe recalcar que al momento del cultivo de

sus productos “usa procesos ecológicos y sustentables con el medio ambiente” (Revista Líderes.2010)

Ecuador Orgánico: Es una compañía que se especializa en la distribución de productos 100% orgánicos, que ofrecen alimentos y bebidas de alta calidad. Este proveedor posee paquetes promocionales que se basan en el presupuesto del comprador.

Los Andes: Es una empresa encargada de producir, comercializar y distribuir productos 100% ecuatorianos y orgánicos. Posee hortalizas, verduras, carne de animal, frutas, huevos.

2.2. Investigación de mercado

2.2.1. Planteamiento del problema

Actualmente, según él (INEC, 2016) los hábitos de alimentación en niños e incluso de los adultos han variado, debido a que ahora los padres son influenciados por ingerir comida chatarra. Por lo tanto se quiere incentivar a las familias de Cumbayá, que pueden tener una alimentación sana para sus los padres y sus hijos que es lo fundamental.

2.2.2. Objetivos de la investigación de mercado

- Identificar la población de familias de estatus medio con hijos menores a 12 años en Cumbayá
- Determinar si existe demanda para este tipo de emprendimiento gastronómico.
- Conocer que prefieren los consumidores al momento de alimentarse.
- Conocer cuanto el consumidor está dispuesto a pagar por una alimentación nutricional, servicio de calidad y una experiencia única para sus hijos.

2.2.3. Justificación y delimitación de la investigación de mercado

Los restaurantes especializados, han desarrollado un proceso de aceleración, debido a un crecimiento constante al sector de los alimentos y a la economía en general. (Peña, 2014).

Las nuevas aperturas de locales de comida, tanto en puntos centrales de las ciudades, como en las plazoletas de centros comerciales, dan prueba de la fuerza del mercado y del incremento de sus clientes. Los cambios de gustos en cuanto a la comida y los hábitos de consumo muestran que cada vez más personas prefieren comer fuera de su casa y se dirigen hacia nuevas opciones, incluyendo la oferta de restaurantes apuntándole a mercados segmentados, como el infantil, que acompañados de publicidad, servicio, calidad e incentivos que les brindan a sus clientes.

Por estas razones se puede asumir que es el momento propicio para la creación de un restaurante especializado en niños, de esta manera, se iniciará con un punto estratégico en el sector de Cumbayá para su desarrollo, que será definido a partir de los estudios a realizar.

2.2.4. Tipo de investigación

Existen varios tipos de investigación pero en este caso se usará la investigación descriptiva debido a que se indagará las características y el comportamiento de un nicho de mercado específico. También es conocida como investigación estadística debido a que después del estudio realizado permitirá obtener porcentajes significativos para demostrar los resultados de la investigación.

2.2.5. Población y muestra

Según el (INEC, 2016), Cumbayá posee una población de 31.463 habitantes, los cuales constituirán el universo en estudio los sectores de: Jacaranda, Mira Valle, El Limonar, Auqui Chico, La primavera, Tumbaco, La Viña, Cumbayá, donde se tomará en cuenta a las familias de cada sector para determinar la población.

Muestra:

De acuerdo a (Chain, 2014), las poblaciones menores a 5000 individuos se consideran como poblaciones finitas por lo tanto se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (p \times q)}{e^2 + \frac{Z^2 (p \times q)}{N}}$$

Ecuación 1. Fórmula de población y muestra

Adaptada de (Chain, 2014)

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza requerido

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población con la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error

N= Tamaño de la población

Entonces:

Z= 99% que equivale al 2.575

p= 0.5

q= 0.5

e= 10%, que equivale al 0.10

N= 4611

$$n = \frac{2.575^2 (0.5 \times 0.5)}{0.10^2 + \frac{2.575^2 (0.5 \times 0.5)}{4611}}$$

$$n = \frac{6.630625(0.25)}{0.01 + \frac{6.630625(0.25)}{4611}}$$

$$n = \frac{1.65765625}{0.01 + \frac{1.65765625}{4611}}$$

$$n = \frac{1.65765625}{0.01 + 0.0003595}$$

$$n = \frac{1.65765625}{0.0103595}$$

$$n = 160$$

Con la fórmula desarrollada anteriormente se concluye que con la población que se obtuvo de 4611 familias, dio como resultado la muestra de 160 individuos para encuestar.

2.2.6. Técnicas de recolección de información

En la primera sección de la encuesta se encuentran los objetivos de la investigación, debido a que las personas encuestadas desearán saber con qué fin van a completar la encuestas. A continuación se encuentran tres preguntas tales como género, edad, y si tiene hijas/os, esto permite conocer si el encuestado cumple con los requisitos de la encuesta. (Ver anexo 3).

Según (Hernández, 2014), las preguntas cerradas contienen opciones de respuesta que han sido delimitadas anteriormente y los encuestados deben escoger entre dichas opciones. Las preguntas 1, 3, 7, 8, 9, 11 de la encuesta son cerradas dicotómicas debido a que solo poseen dos posibilidades de respuesta.

De acuerdo a (Hernández, 2014), se conoce como multi respuesta a las preguntas cerradas en las cuáles el encuestado puede elegir más de una opción Por lo tanto la persona debe jerarquizar las opciones de respuesta. Las preguntas que cumplen con lo mencionado anteriormente son la 4 y la 10 de la encuesta.

Existen preguntas cerradas con varias opciones, pero el encuestado solo tiene la posibilidad de elegir una opción, las preguntas 2,5, 6 de la encuesta son de este tipo.

2.2.7. Distribución de la muestra

Total de familias: 4611

Muestra: 160

En la siguiente tabla se podrá observar el número de familias por sectores.

Tabla 2. *Familias por sectores*

SECTORES	NÚMERO DE FAMILIAS
Miravalle	62
Cumbayá	677
Jacaranda	285
Limonar	540
Auqui chico	102
Primavera	1220
Tumbaco	1296
La Viña	429
Total	4611

Por lo tanto, en la siguiente tabla se podrá observar cuantas encuestas se realizarán según el número de familias por sector.

Tabla 3. *Distribución de encuestas por sector*

SECTORES	Número familias	% según número de familias	Total encuestas
Miravalle	62	1.3%	2
Cumbayá	677	14.6%	23
Jacaranda	285	6.2%	10
Limonar	540	11.8%	19
Auqui chico	102	2.2%	4
Primavera	1220	26.5%	42
Tumbaco	1296	28.1%	45
La Viña	429	9.3%	15
TOTAL	4611	100%	160

2.2.8. Resultados de la herramienta investigativa

Después de haber realizado las encuestas, se reflejarán los resultados de cada pregunta a continuación:

1. ¿Los fines de semana visita restaurantes con su familia?

¿Los fines de semana visita restaurantes con su familia?

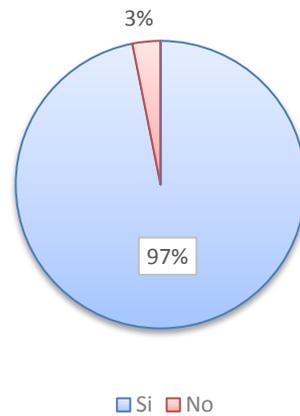


Figura 1. *Tabulación de la encuesta pregunta 1.*

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Dónde 155 personas que corresponden al 97%, si visitan restaurantes en fines de semana y 5 personas que corresponden al 3%, no visita restaurantes en fines de semana.

2. ¿Qué tipo de comida prefiere para su hijo/a en fin de semana?

¿Qué tipo de comida prefiere para su hijo/a en fin de semana?

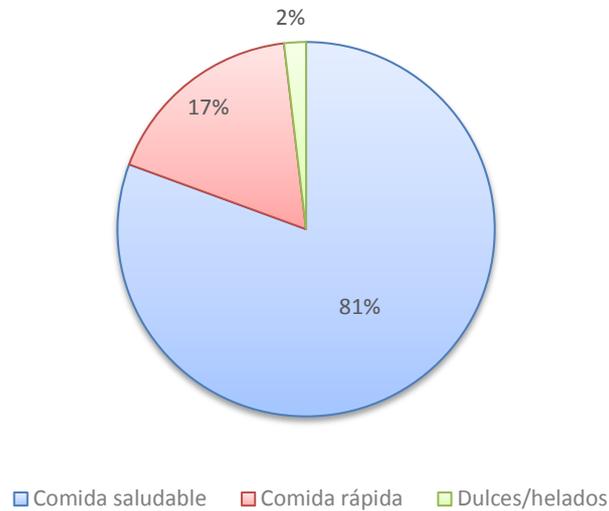


Figura 2. Tabulación de la encuesta pregunta 2.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 129 personas que corresponden al 81%, prefieren comida saludable para su hijo el fin de semana, 28 personas que corresponden al 17%, prefieren comida rápida para sus hijos y 3 personas que corresponden al 2% prefieren dulces el fin de semana para sus hijos.

3. ¿Conoce de un restaurante temático especializado en comida saludable para niños?

¿Conoce de un restaurante temático especializado en comida saludable para niños?

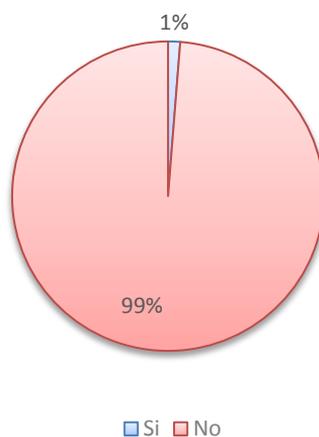


Figura 3. *Tabulación de la encuesta pregunta 3.*

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Dónde 2 personas que corresponden al 1%, si conocen restaurantes temáticos para niños y 158 personas que corresponden al 99%, no conocen ningún restaurante temático especializado en niños.

4.¿Qué considera usted que es importante al momento de ir a un restaurante?

¿Qué considera usted que es importante al momento de ir a un restaurante?

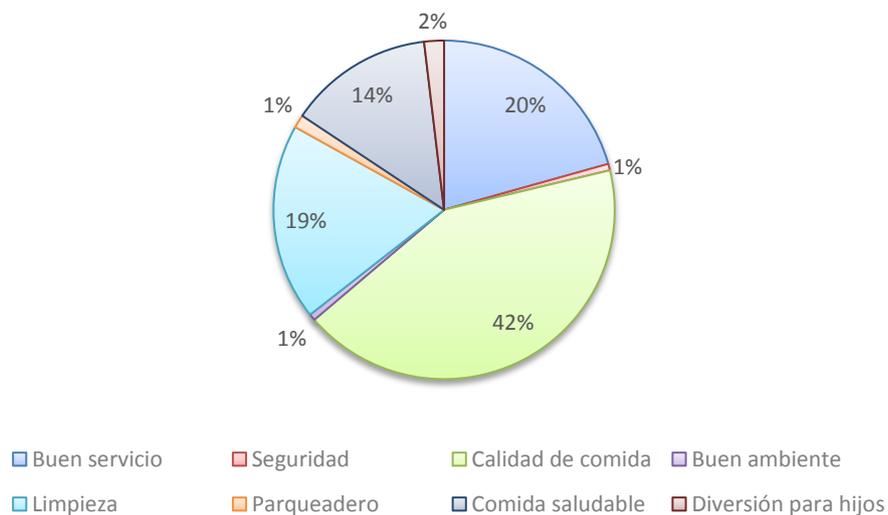


Figura 4. Tabulación de la encuesta pregunta 4.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Dónde al momento de ir a un restaurante consideran importante los siguientes factores:

69 personas que corresponden al 42%, consideran que la calidad de la comida es un factor importante, 33 personas que corresponde al 21%, consideran que el buen servicio de un restaurante es fundamental para fidelizar al cliente, 22 personas que corresponden al 14%, consideran que es importante un restaurante que ofrezca comida saludable, 30 personas que corresponden al 19%, consideran que la limpieza es la imagen del restaurante y 1 persona que corresponde al 1%, consideran que el buen ambiente en un restaurante es importante para acudir a él y sentirse a gusto, 3 personas que corresponden al 2%, consideran que la diversión para sus hijos es fundamental para ir a un restaurante, 2 personas que corresponden al 1% consideran que es importante

que exista parqueaderos, 1 persona que corresponde al 1% considera que el restaurante al cual visitará deberá tener seguridad.

5. ¿Si tuviera la opción de un restaurante temático para niños con comida saludable cuantas veces al mes asistiría?

¿Si tuviera la opción de un restaurante temático para niños con comida saludable cuantas veces al mes asistiría?

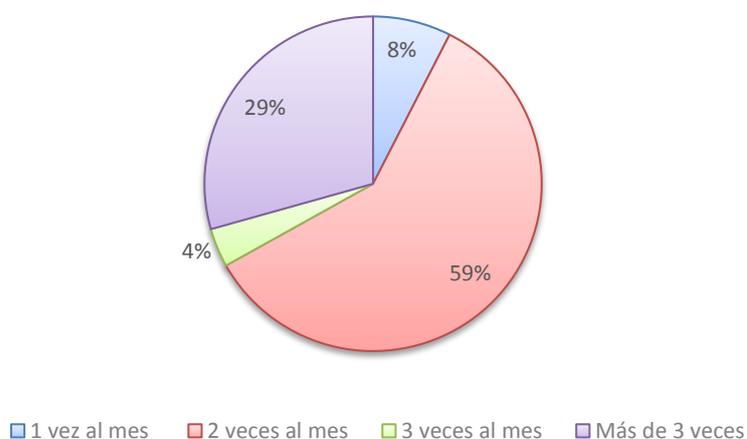


Figura 5. Tabulación de la encuesta pregunta 5.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 12 personas que corresponden al 8%, asistirían 1 vez al mes, 95 personas que corresponde al 59% asistiría 2 veces al mes si hubiera la opción de restaurante temático para niños, 6 personas que corresponde al 4% asistirían 3 veces al mes y 47 personas que corresponden al 29%, asistirían más de 3 veces al mes.

6.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en un restaurante temático para niños?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en un restaurante temático para niños?

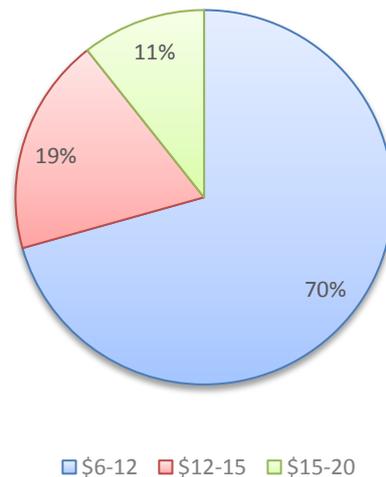


Figura 6. Tabulación de la encuesta pregunta 6.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 113 personas que corresponde al 70%, están dispuestas a pagar entre \$6 y \$12 dólares por persona en un restaurante temático especializado en niños, 30 personas que corresponden al 19%, están dispuestos a pagar entre \$12 y \$15 dólares por persona y 17 personas que corresponde al 11%, están dispuestas a pagar entre \$15 y \$20 dólares por persona.

7.¿Le gustaría que el restaurante también tenga un enfoque de comida saludable para adultos?

¿Le gustaría que el restaurante también tenga un enfoque de comida saludable para adultos?

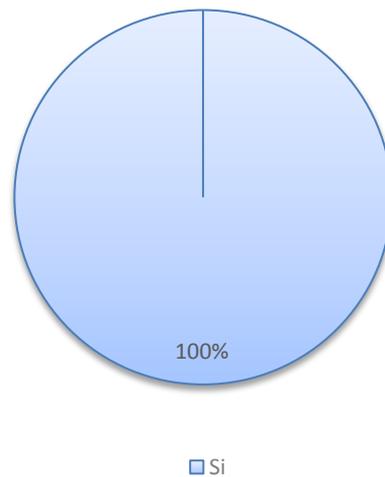


Figura 7. Tabulación de la encuesta pregunta 7.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 160 personas que corresponden al 100%, están de acuerdo que el restaurante temático tenga un enfoque en comida saludable para adultos.

8.¿Le gustaría que el restaurante brinde información nutricional para niños?

¿Le gustaría que el restaurante brinde información nutricional para niños?

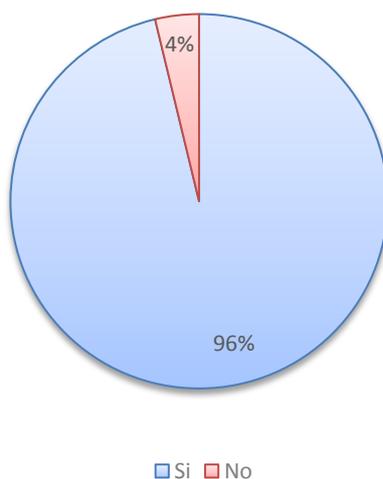


Figura 8. Tabulación de la encuesta pregunta 8.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Dónde 154 personas que corresponde al 96%, desean que se brinde información nutricional para niños ya que creen importante saber lo que sus hijos ingieren, las vitaminas que les aporta, además creen fundamental que desde pequeños se les eduque para que se alimenten sano y cuiden su salud. Mientras que 6 personas que corresponden al 4%, no desean que se brinde información nutricional.

9. ¿Le gustaría un menú con oferta para niños y adultos?

¿Le gustaría un menú con oferta para niños y adultos?

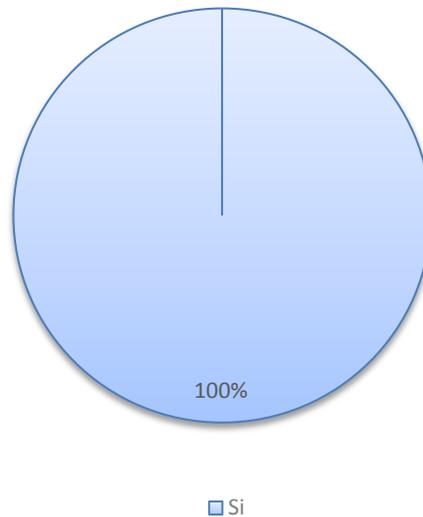


Figura 9. Tabulación de la encuesta pregunta 9.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 160 personas que corresponden al 100% están de acuerdo que se oferte un menú tanto para niños como para los padres.

10. ¿Qué actividades le gustaría que su hijo/a disfrute?

¿Qué actividades le gustaría que su hijo/a disfrute?



Figura 10. Tabulación de la encuesta pregunta 10.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 61 personas que corresponden al 38% desean juegos al aire libre para sus hijos, 52 personas que corresponde al 32% prefieren caritas pintadas del personaje favorito de su hijo, 11 personas que corresponden al 7% desean que se realice concurso al mejor disfraz y 36 personas que corresponden al 23% desean que se realice espectáculos de magia para que sus hijos disfruten.

11. ¿Dónde preferiría que este ubicado el restaurante con espacios verdes?

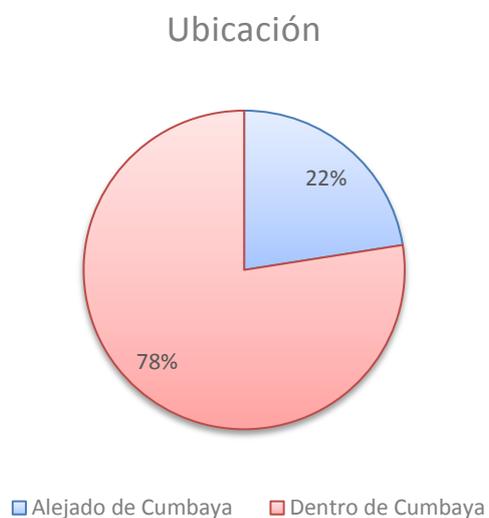


Figura 11. Tabulación de la encuesta pregunta 11.

Interpretación

El total de personas encuestadas fue 160, según la fórmula de la muestra. Donde 124 personas que corresponden al 78% prefieren que el restaurante temático este ubicado dentro de Cumbayá, mientras que 36 personas que corresponden al 22% prefieren que se ubique alejado de Cumbayá.

2.2.9. Proyección de la demanda

Tabla 4. *Proyección demanda*

Total población	% de familias con hijos	Total
4611	25.84%	1191
Pregunta 1	% familias	Total
¿Los fines de semana visitan restaurantes con su familia?	97% de las familias si visitan restaurantes los fines de semana	$1191 * 97\% = 1155$
Pregunta 2	% familias	Total
¿Qué tipo de comida prefiere para su hijo/a en fin de semana?	81% de las familias prefieren comida saludable para sus hijos los fines de semana	$1155 * 81\% = 936$
Pregunta 6	% familias	Total
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona en un restaurante temático para niños?	70% de las familias que están dispuestos a pagar de \$ 6 a 12 dólares por persona en un restaurante temático	$936 * 70\% = 655$
	Marketing	Total de la demanda
	10%	66

El total de las familias por sectores es 4611, donde según el (INEC, 2016), el porcentaje de familias con hijos menores a 12 años es de 25.84%. Por lo tanto se obtuvo el 25.84% de 4611 y el resultado es 1181 familias.

Para continuar con el desarrollo de la proyección de la demanda se utilizó la pregunta 1, 2 y 6 de la encuesta con sus respectivos porcentajes máximos para obtener el total de familias.

Finalmente, para conseguir el total de la demanda se obtiene el 10% (marketing) de 655 y el resultado es 66 personas. Por lo tanto cada fin de semana se proyecta que 66 personas asistirán al restaurante.

2.3. Conclusiones del estudio de mercado

Después de haber realizado el estudio de mercado por medio de encuestas e investigaciones estadísticas se concluye que el 97% de familias se alimentan

fuera de casa los fines de semana y están dispuestos a visitar un restaurante temático especializado en nutrición infantil que brinda una propuesta diferente y saludable para sus hijos. Del total de la población, se concluye que cada fin de semana la demanda en el restaurante será de 66 personas aproximadamente.

3. CAPITULO III: ESTUDIO ORGANIZACIONAL- ADMINISTRATIVO

3.1. Modelo de negocio

Nombre del restaurante: Enjoy Funny Food



Figura 12. Logo del restaurante

Establecimiento de alimentos y bebidas temático para fines de semana que ofrece alimentos sanos, nutritivos con montajes divertidos para incentivar a que los niños se alimenten con gusto.

El concepto de este restaurante se enfoca en brindar una alimentación sana a cada familia que lo visite, enfocándose en los niños para que cada uno de ellos tenga experiencia única y diferente cuando visite el establecimiento. Ofrece un menú divertido para los niños y para los padres y demás familiares un menú sano para que estén satisfechos al igual que los niños.

Para cumplir con lo dicho anteriormente el restaurante estará decorado con temática de personajes que les agrada a los niños, juegos infantiles al aire libre para que cada niño pueda disfrutar de la naturaleza junto a sus familias. Los mobiliarios, baños, puertas estarán adecuadas para los niños y sus acompañantes. Dentro del restaurante los niños podrán disfrutar de varias actividades increíbles e inolvidables.

3.2. FODA

Tabla 5. *Análisis FODA*

<p>FORTALEZAS</p> <p>Aporte con información nutricional para niños y adultos</p> <p>Ofrecerá variedad de alimentos nutritivos y orgánicos</p> <p>Personal capacitado en nutrición infantil</p> <p>Montaje de los platos de forma divertida y única.</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>El crecimiento de la zona en la que se establecerá el restaurante.</p> <p>Crecimiento exponencial a tener una segmentación diferente en el ámbito de A&B</p> <p>Restaurante temático especializado en niños en el sector no existen.</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>Horarios de atención solamente en fines de semana</p> <p>Al ser nuevo no es conocido y no está posicionado en la mente de los consumidores.</p> <p>Está dirigido a un segmento muy específico.</p> <p>Necesidad de espacios amplios</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Crecimiento acelerado en el número de restaurantes en el sector de Cumbayá.</p> <p>Existe una gran posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar las características.</p> <p>Escases de productos por temporada en el sector</p>

3.3. Formalización del negocio

3.3.1. Misión

Somos un restaurante temático icono enfocado en brindar un servicio de calidad, con el uso de productos frescos, acompañado de alimentos saludables y divertidos donde se busca dejar huella de una experiencia inolvidable en los niños.

3.3.2. Visión

Ser un restaurante referente en alimentación saludable, especializado en la nutrición infantil, cuidando minuciosamente la alimentación de los niños desarrollando nuestros productos como concepto innovador y proyectándolo como un restaurante líder en servicio infantil en un periodo de cinco años.

3.3.3. Valores

Ética: El comportamiento de las personas dentro del restaurante es muy importante, los empleados/administrador deben cumplir con todas las normas

que el establecimiento exige y de esa manera crear un ambiente de trabajo ameno.

Honestidad: Ser honesto consigo mismo y con los demás es fundamental para el crecimiento y desarrollo del restaurante. Los empleados deben ser sinceros en todo momento con los clientes.

Responsabilidad: Cumplir con todas las obligaciones que le corresponda de manera correcta en el tiempo determinado. Respetar a los empleados, clientes y a las instalaciones del restaurante.

Justicia: Tratar a todos los empleados de la misma manera, es importante la equidad entre el personal y los clientes.

3.3.4. Objetivos estratégicos del negocio

- Ser el mejor restaurante por la atención brindada a los niños y su comida con estilo divertido dentro de los 2 años de funcionamiento.
- Ser un referente en alimentación infantil en el sector de Jacaranda dentro de los 4 años de funcionamiento.

3.4. Estructura organizacional- Organigrama

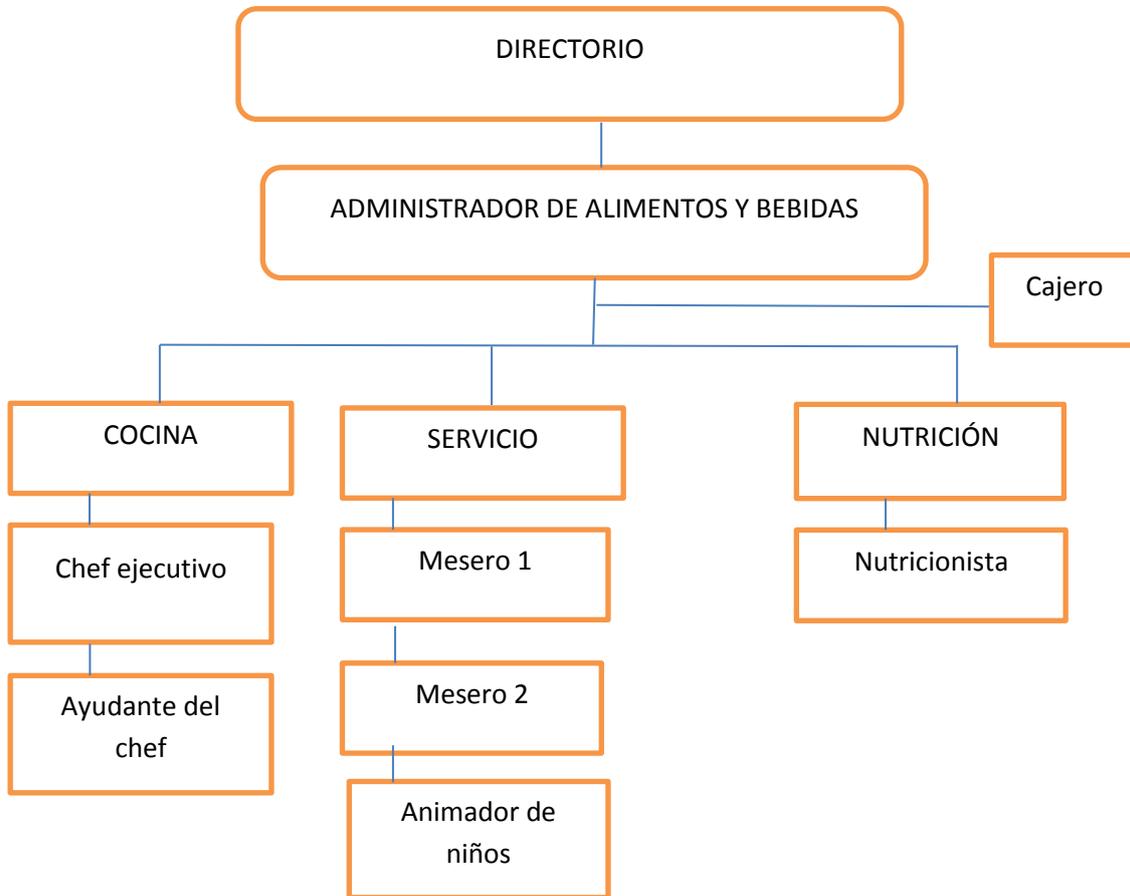


Figura 13. Organigrama del restaurante.

3.5. Funciones específicas por puesto

Administrador de alimentos y bebidas: Será la persona clave del negocio, su función principal es administrar el servicio, además que liderará a todo el equipo del restaurante para que cumplan todas sus funciones correctamente y todas las normas establecidas para los empleados. Así como también está encargado de controlar los inventarios de menaje y producción para que no existan pérdidas en el restaurante. El administrador debe estar preparado en todo momento para solucionar cualquier problema que se genere en el servicio, de esa manera lograr que los clientes siempre estén satisfechos.

Cajero: Es la persona encargada de la cobranza de las cuentas de los clientes del restaurante, el mismo que debe realizar las facturas en caso que el cliente lo disponga o caso contrario lo realizará como consumidor final, al momento de

cobrar verificar que los billetes estén en buen estado y sean verdaderos, al final de turno debe realizar un cierre de caja para saber los ingresos que genero el restaurante en el día, es importante realizar un cuadro de caja para verificar que se cobró bien al cliente y que no hace falta dinero en la caja. Finalmente debe depositar el dinero del día en la cuenta que posee el restaurante en el banco ya serán cantidad grandes de dinero.

Al momento de desempeñar la función de cajero hay que ser cuidadoso debido a que manejará mucho dinero y debe estar pendiente que los billetes no sean falsos.

Chef ejecutivo: Es la persona responsable del área de cocina, las recetas gastronómicas deben ser de acuerdo a la demanda que existe actualmente, es decir en base a los productos que el consumidor prefiere para alimentarse. El chef ejecutivo debe “costear las recetas con un formato estándar para que exista un control correcto de costo y de materia prima”(Coreshot.2016).

Así como también es encargado de planificar las tareas para el ayudante, cantar las comandas, verificar que los sabores de las preparaciones estén correctas, despachar los platos, realizar inventarios de materia prima cada cierto tiempo.

Nutricionista: Es la persona encargada de la alimentación de los clientes, trabajará conjuntamente con el chef ejecutivo para verificar que todas las preparaciones tengan un equilibrio nutricional y sean sanas. Aportará con su conocimiento con los padres de familia para que conozcan sobre la correcta nutrición de sus hijos.

Ayudante del chef: Es la persona que cumplirá las funciones que el chef ejecutivo le designe, así como también debe tener todas las áreas limpias ya sea mesas de trabajo, utensilios de cocina.

Además debe realizar el “mise in place” de todas las preparaciones del restaurante, este punto es importante debido a que se debe tener todo listo como las proteínas porcionadas, salsas ya listas, las verduras ya picadas, entre

otras, para que el momento de preparar no les tome demasiado tiempo y el cliente no se angustie.

Meseros: Son personas encargadas de cumplir con las necesidades del cliente, porque son los que tendrán contacto directo con los mismos. Es importante que los meseros sean amables, siempre mostrando una sonrisa para que los consumidores se sientan en un buen ambiente.

Encargados de recibir a los clientes, ubicarles en una mesa en el restaurante, explicar el menú, tomar órdenes, pasar platos y bebidas, pasar cuentas y estar listos para contestar cualquier pregunta que el cliente les pueda hacer así como también solucionar cualquier situación que se les presente.

Animador de niños: Es la persona encargada de que los niños tengan un momento único y divertido en el restaurante, previamente el animador de niños debe tener experiencia en niños para que sepa la manera correcta de cómo tratarlos.

3.6. Contratación de personal y proyección de costos de mano de obra

Según el Ministerio de Trabajo, los sueldos mínimos por puesto son los expresados en la siguiente tabla:

Tabla 6. *Costos fijos Año 1*

PUESTO	SUELDO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL MENSUAL
Administrador	800	66,67	30,5	97,20	994,37
Chef ejecutivo	470	39,17	30,5	57,11	596,77
Nutricionista	470	39,17	30,5	57,11	596,77
Ayudante de cocina	369,04	30,75	30,5	44,84	475,13
Mesero 1	369,62	30,80	30,5	44,91	475,83
Mesero 2	369,62	30,80	30,5	44,91	475,83
Animador de niños	366,00	30,50	30,5	44,47	471,47
Cajero	370,14	30,85	30,5	44,97	476,46
				TOTAL MENSUAL	4562,63
				TOTAL AÑO 1	54751,54

Como se observa en la tabla, los gastos de proyección de mano de obra por todos los empleados: MENSUAL \$4562,63 y ANUAL \$54751,54

Tabla 7. *Costos fijos año 2 en adelante*

PUESTO	SUELDO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	APORTE PATRONAL (12,15%)	FONDO DE RESERVA (8,33%)	TOTAL MENSUAL
Administrador	800	66,67	30,5	97,20	66,64	1061,01
Chef ejecutivo	470	39,17	30,5	57,11	39,15	635,92
Nutricionista	470	39,17	30,5	57,11	39,15	635,92
Ayudante de cocina	369,04	30,75	30,5	44,84	30,74	505,87
Mesero 1	369,62	30,80	30,5	44,91	30,79	506,62
Mesero 2	369,62	30,80	30,5	44,91	30,79	506,62
Animador de niños	366,00	30,50	30,5	44,47	30,49	501,96
Cajero	370,14	30,85	30,5	44,97	30,83	507,29
					TOTAL MENSUAL	4861,21
					TOTAL AÑO 2 EN ADELANTE	58334,53

Como se observa en la tabla, los gastos de proyección de mano de obra por todos los empleados: MENSUAL \$4861,21 y ANUAL \$58334,53

3.7. Estructura legal del negocio

La empresa se constituirá como persona natural, que es la que realiza cualquier actividad económica legal. Esta obligada a obtener un RUC, entregar comprobantes de venta que esten autorizados por el Servicio de Rentas Internas y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a la actividad economica que realice. (SRI, 2016). Para legalizar el negocio se debe obtener ciertos permisos necesarios para el funcionamiento correcto del restaurante.

Según el Servicio de Rentas Internas o también llamado SRI, se debe obtener el RUC, donde se requiere los presentar los siguientes documentos tales como:

- Planilla de agua, luz y teléfono
- Estado bancario, estado de cuenta de tarjeta de crédito o telefonía móvil. Es importante que cualquiera de estos documentos este a nombre del socio o dueño del restaurante.
- Certificado de la junta Parroquial más cercana del sector.
- Contrato de arrendamiento o escritura de la propiedad en caso de que haya comprado la propiedad.

Después de haber obtenido el RUC para el negocio se debe conseguir la patente Municipal donde es necesario que el representante legal presente los siguientes documentos:

- Copia de RUC
- Formulario para el permiso Metropolitano de funcionamiento
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación
- Informe de compatibilidad de uso de suelo
- Carné de salud de los empleados que estarán en constante manipulación de alimentos

Según el (Ministerio del Turismo, 2015), para obtener el permiso de funcionamiento es necesario obtener lo siguiente:

- Permiso de uso del suelo del Municipio
- Copia de cédula
- Certificado de votación
- Copia del RUC.

Para obtener el permiso de funcionamiento de la LUAE (Licencia Única de actividades Económicas) se necesita acudir a la Administración zonal más cercana, en este caso es Valle de Tumbaco (Juan Montalvo S/N y Av. Oswaldo Guayasamín (Vía Interoceánica). El permiso LUAE está conformado por:

Según el (Cuerpo de Bomberos , 2016), se necesita los siguientes documentos:

- Informe de inspección
- Copia de cédula del representante legal
- Copia de RUC del representante legal
- Copia de la patente municipal

Según el (Ministerio de Interior, 2016) los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son los siguientes:

- Número de RUC
- Razón Social, es decir la denominación legal del establecimiento
- Nombre comercial, es decir el nombre del establecimiento
- Datos del representante legal como Nombres, Apellidos, número de cédula
- Datos del administrador como Nombres, Apellidos
- Número de establecimientos, es decir 001

Según el (Ministerio del Ambiente, 2016), se requiere los siguientes documentos:

- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal
- Crear usuario y contraseña en la página del Ministerio del Ambiente
- Para el formulario se requiere saber la actividad que se realiza, ubicación geográfica del restaurante
- Completando los requisitos se obtiene la categorización del restaurante.

Según el (Ministerio de Turismo , 2016), se requiere lo siguientes requisitos:

- Número de RUC
- Número de cédula de ciudadanía del representante legal
- Papeleta de votación
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI), donde debe estar registrado el nombre comercial del establecimiento
- Lista de precios de los servicios que se ofrecen
- Declaración de activos fijos del representante legal
- Inventario de la empresa firmado por el representante legal

Según el (Ministerio de Salud, 2016), se requiere los siguientes requisitos:

- Planilla de inspección
- Solicitud del permiso de funcionamiento
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Turismo
- Copia de RUC
- Copia de cédula y certificado de votación del representante legal
- Copia del certificado de salud ocupacional (emitido por centros de salud de la zona)
- Certificado de capacitación acerca de manipulación de alimentos

Según la (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2016) (ARCSA) se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Número de cédula del representante legal
- Número de RUC
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo

3.8. Plan de ventas

3.8.1. Estrategias para precio

Según (Lamb, 2013) a un producto nuevo se le debe fijar un precio inicial que será usado a largo plazo. En el restaurante se ofrecerán productos de calidad, a los mismos que se les debe fijar un precio para generar ganancia en el negocio, por lo tanto se debe usar una estrategia.

La fijación de precios para cada plato del restaurante se realizó en base a la competencia indirecta que existe en el mercado. Por lo tanto se usó la estrategia de "Follow the leader", según (Agueda, 2012) el principal objetivo es mantener los precios frente a la competencia para obtener clientes y con el tiempo lograr posicionar la marca en la mente de los mismos.

Los precios que se pueden observar a continuación cubren gastos de operación, materia prima, dejando un margen de contribución por cada uno de ellos para el restaurante.

Tabla 8. *Precio de venta de cada ítem del restaurante*

Nombre del plato	Precio de venta (SIN IVA)	Precio de venta (CON IVA)
Tigre sorprendido	\$6.00	\$6.84
Berenjena en alta mar	\$6.80	\$7.75
Crema feliz	\$6.75	\$7.69
Cocodrilo sonriente	\$8.75	\$9.97
Pájaro vigilante	\$8.50	\$9.69
Nido de spaguetti	\$8.90	\$10.14
Fresca ensalada	\$7.00	\$7.98
Berenjena rellena de pollo	\$7.80	\$8.89
Crema bicolor	\$7.20	\$8.20
Salmón grillado en salsa de cítricos	\$10.50	\$11.97
Tilapia a la plancha	\$10.30	\$11.74
Spaguetti integral en salsa camembert	\$10.00	\$11.40
Paletas endulzadas con chocolate y avena	\$3.50	\$3.99
Pizza dulce de sandía	\$3.75	\$4.27
Ratonsito de limón	\$4.30	\$4.90

Tabla 9. *Precio de venta de bebidas*

Nombre de las bebidas	Precio de venta (SIN IVA)	Precio de venta (CON IVA)
Batido de fresa y banano	\$3.50	\$3.99
Jugo de mora y guanabana	\$2.75	\$3.13
Jugo de piña y coco	\$2.90	\$3.30

3.8.2. Estrategias para producto

Según (Kotler, 2012), un producto es lo que se ofrece al mercado para su compra, consumo. Los productos que se ofrecerán en el restaurante son innovadores y saludables por lo tanto se usará la estrategia de nuevo producto y nueva marca ya que no existen marcas en el mercado que se manejen con productos saludables y divertido enfocado en niños.

Los platos tienen un diferenciador que aparte de ser divertidos por sus figuras, son totalmente saludables para los niños y los adultos. Para la preparación de los mismos se usa materia prima fresca y de calidad, el uso de verduras es

primordial así como también la preparación de proteínas donde se evita el uso de grasa.

A continuación la valoración nutricional de un plato de niños y un plato de adultos para demostrar que los alimentos que el restaurante ofrece son saludables y aporta con energía y proteínas que el cuerpo humano necesita en la cantidad necesaria.

Nidos spaguetti

Tabla 10. *Valoración nutricional de un plato de niños*

Valoración nutricional	(1 comensal)
Energía	408,94 kcal
Proteínas totales	17,09g
Lípidos totales	21,30g
Ácidos grasos saturados	7,89g
Glúcidos	37,22g

Esta receta aporta con proteínas, calcio, vitaminas A y D. Así como también con vitamina E y ácido linoleico que es esencial en la dieta de los niños.

Salmón en salsa de cítricos

Tabla 11. *Valoración nutricional de un plato de adultos*

Valoración nutricional	(1 comensal)
Energía	208,00 kcal
Proteínas totales	19,09g
Ácido fólico	123mcg
Ácidos grasos saturados	10,08g

Esta receta aporta con proteínas, zinc vitaminas E, C, B6, B12. Así como también con ácido fólico que es esencial en la dieta de los adultos.

El restaurante brindará a los comensales el servicio a la americana, según (Cronis, 2016), consiste en que los platos que el restaurante ofrece, saldrán servidos de la cocina directamente al comensal, siendo así un servicio rápido y

que no requiere gran cantidad de personal en el área de servicio. Los niños podrán disfrutar de varias actividades antes, durante y después de comer los alimentos sanos. Los platos de los niños son decorados lo cuál toma un poco de tiempo en su montaje.

3.8.3. Estrategias para plaza

Son canales de distribución que permite que el producto que se ofrece llegue al consumidor, por lo tanto se usará la estrategia de sistemas de distribución integrados la misma que consiste en que en el restaurante se producirán los platos y directamente sale el producto al consumidor.

El restaurante estará adecuado para los niños, donde podrán encontrar zonas de diversión dentro y fuera del restaurante. Estará ambientado de forma infantil para que los niños se sientan en un lugar acogedor, animado y feliz, logrando de esa manera que tengan una experiencia única durante su visita en el restaurante.

3.8.4. Estrategias para promoción

Según (Stanton, 2011) la promoción es una forma de comunicarse directamente con el consumidor, tiene como objetivo incentivar a que el consumidor compre un producto. La promoción puede ser visual, verbal o física, en este caso se usarán las redes sociales para publicitar el restaurante con las actividades de cada fin de semana.

Así como también se creará una página web, la misma que será www.enjoyfunnyfood.com para que el mercado conozca todo sobre el restaurante innovador y temático para los niños. Se podrá observar el menú del restaurante de manera digital, las promociones de la semana y las actividades que los niños pueden realizar durante la visita al restaurante. Horarios de atención, fotos del establecimiento para que los clientes se animen a visitar el lugar, un mapa donde se colocará la ubicación exacta para que los clientes no tengan problemas al momento de llegar .Finalmente abra una pestaña donde los clientes se podran comunicar de manera eficaz con el restaurante para aclarar cualquier duda.

Como parte de la promoción que realiza el restaurante, se elaboró un menú de todos los platos y bebidas. El mismo que tiene fotografías, colores que atraen la atención del cliente y un logo, de esta manera crear un impacto visual en el consumidor.

El logo del restaurante es colorido y grande para que se posicione rápidamente en la mente de los clientes. El menú está dividido en tres partes las cuales son:

- Menú de niños que posee dos secciones que son entradas y platos fuertes con fotos de montajes divertidos.
- Postres y bebidas
- Menú de adultos que posee igualmente dos secciones que son entradas y platos fuertes con fotos de montajes normales.

Cada sección del menú tiene el precio de venta sin iva y con iva, para que el cliente tenga claro los costos (Ver anexo 1).

4. CAPITULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño

4.1.1. Análisis de la capacidad instalada

Según el (Municipio de Quito, 2016) el metro cuadrado que ocupa una persona es de 0.87m², por lo tanto se debe calcular:

Total de la demanda: 66 pax

M² por pax: 0.87

Entonces:

$$0.87 \times 66 = 57.42 \text{m}^2$$

El área de servicio deberá medir 57.42m² que equivale al 60% del área total del restaurante. El 40% pertenece al área restante del restaurante.

Entonces:

$$57.42 \times 0.40 = 22,96 \text{ M}^2$$

El área restante del restaurante será de 22,96M².

Área total interna: 57,42 + 22,96= 80,38 M²

4.1.2. Distribución de planta y diseño del local (Ver anexo 4)

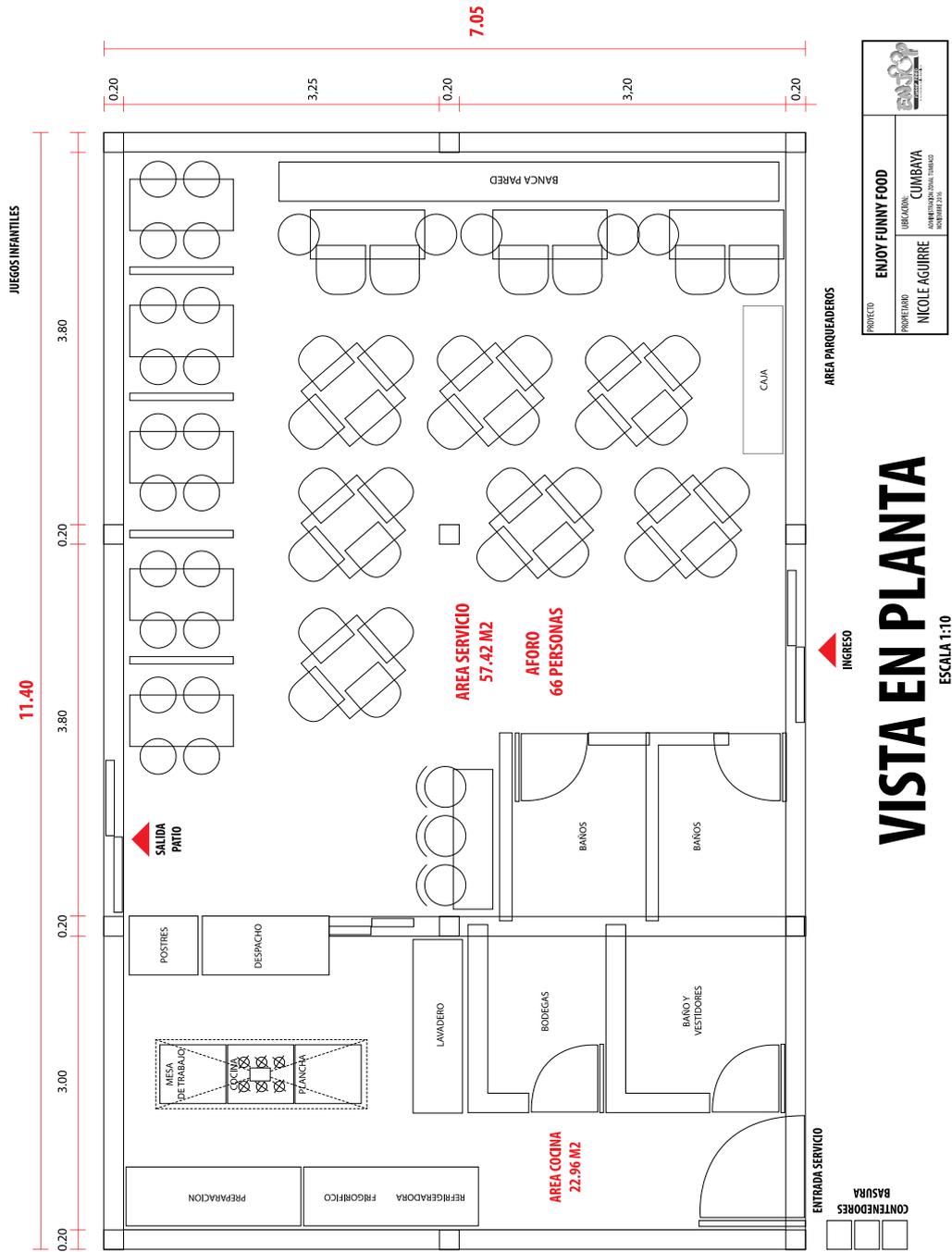


Figura 14. Plano arquitectónico interno

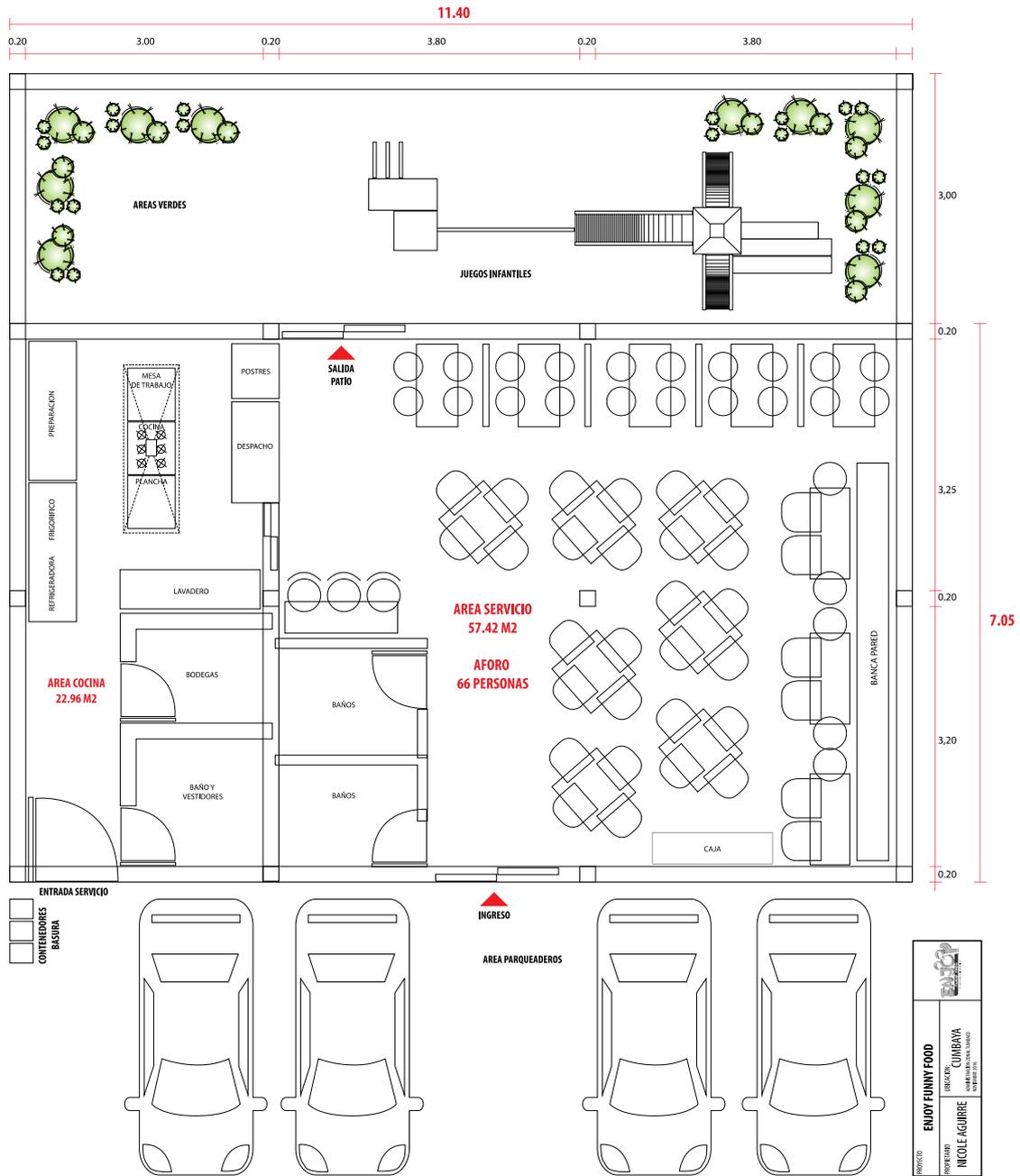


Figura 15. Plano arquitectónico externo.

4.2. Localización

4.2.1. Análisis de la localización

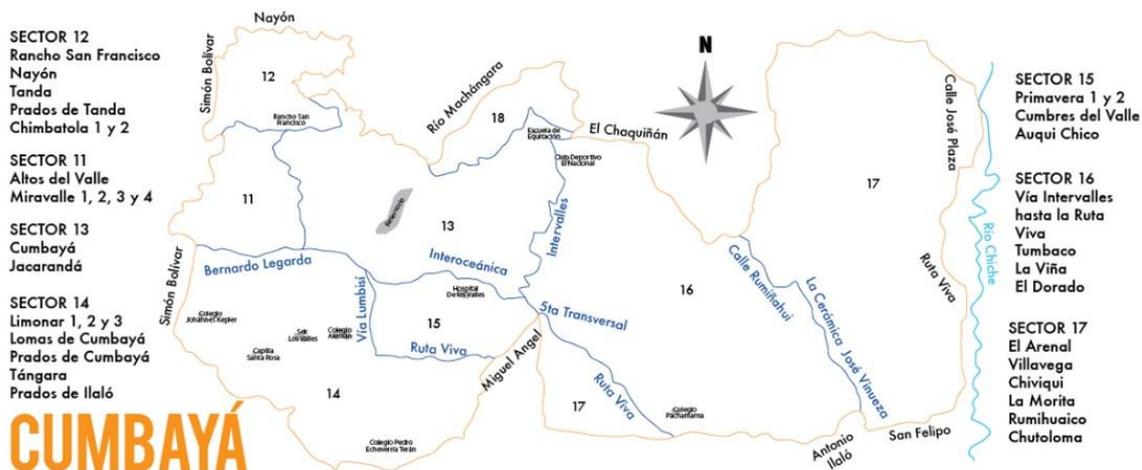


Figura 16. Mapa por sectores Cumbayá.
Tomado de (Google,2016)

Tabla 12. Método cualitativo por puntos según la ubicación

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS / FACTORES DE LOCALIZACIÓN							
SECTORES:		NAYÓN		JACARANDA		LA PRIMAVERA	
FACTOR	PESO	CALIF.	PONDERACIÓN	CALIF.	PONDERACIÓN	CALIF.	PONDERACIÓN
Parqueadero	0,3	7	2,1	10	3	7	2,1
Costos	0,18	8	1,44	9	1,62	9	1,62
Disponibilidad de locales	0,18	9	1,62	9	1,62	8	1,44
Espacios verdes	0,2	3	0,6	7	1,4	9	1,8
Competencia	0,10	9	0,9	5	0,5	6	0,6
Tamaño del local	0,18	7	1,26	10	1,8	8	1,44
Servicios básicos	0,3	10	3	10	3	10	3
Ubicación central	0,5	9	4,5	9	4,5	8	4
TOTAL	1,00		15,42		17,44		16

Ubicación: Por lo tanto el restaurante estará situado en el sector de Cumbayá, en las calles Chimborazo y Francisco de Orellana.

Arriendo: \$1600

4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Descripción técnica del producto o servicio- Recetas estándar

(Ver anexo 2)

Tabla 13. Muestra de receta estándar menú niños

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA		
NOMBRE DE LA RECETA	Tigre sorprendido			
GÉNERO	Entrada			
PESO X PORCIÓN	80gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	1			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,24	kg	tomate riñon	1,62	0,39
0,025	Kg	pepinillo	1,14	0,03
0,01	kg	aceituna negra	5,80	0,06
0,01	kg	aceituna verde	2,30	0,02
0,012	kg	zanahoria	0,83	0,01
0,02	kg	uvilla	4,00	0,08
0,005	kg	perejil	1,02	0,01
0,03	lt	yogurt natural	1,72	0,05
0,005	kg	miel	5,00	0,03
0,002	kg	sal	0,48	0,00
			COSTO 1	0,67
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	0,89
			PVP SUGERIDO	6,00
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	Cortar la punta del tomate de riñon, cortar en rodajas la zanahoria, pepinillo. La aceituna verde y negra cortar en rodajas. Vinagreta: Mezclar el yogurt con la miel agregar sal.			

4.3.2. Diagrama de procesos de producción y venta

Diagrama de venta:

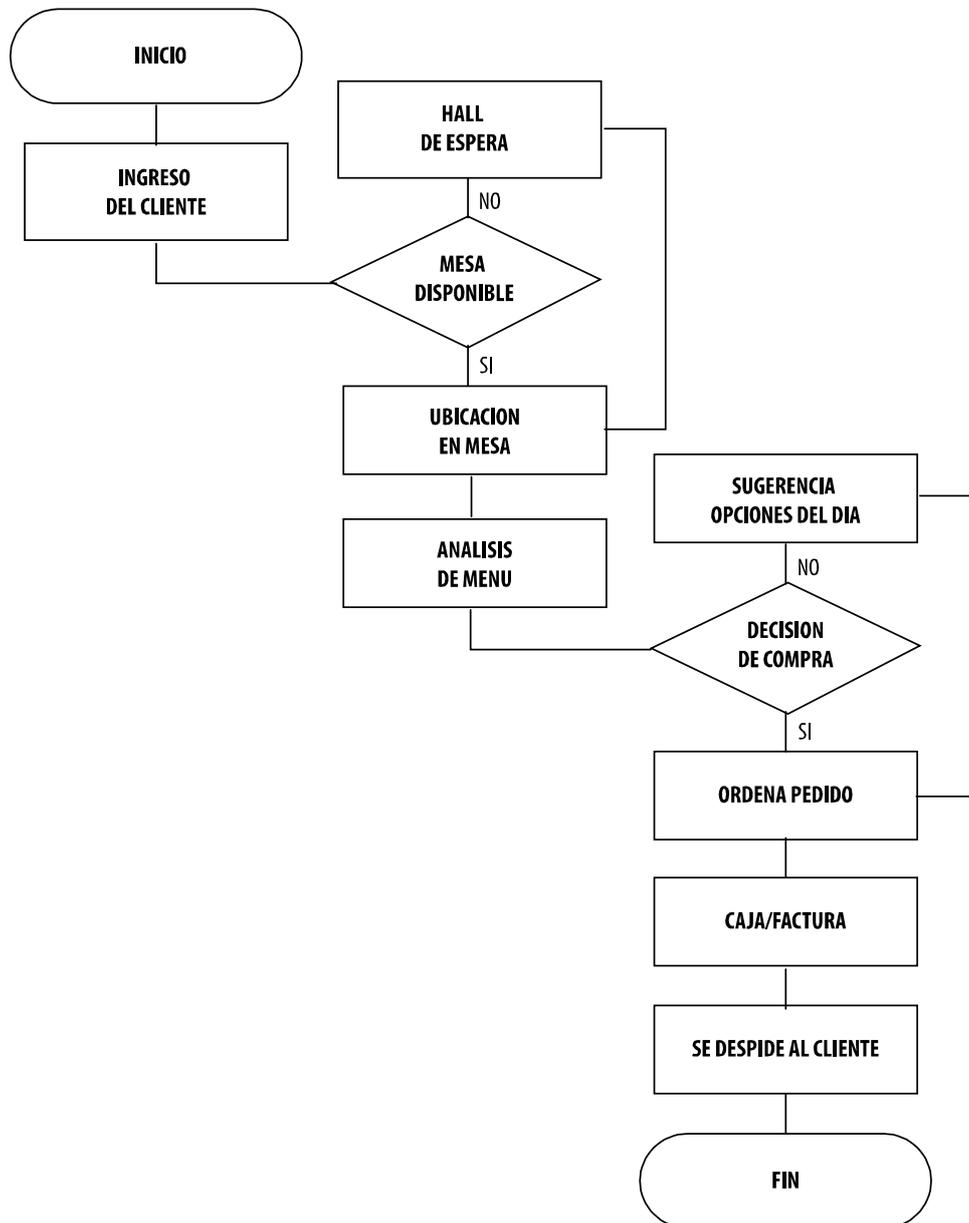


Figura 17. Flujograma de ventas

Diagrama de producción:

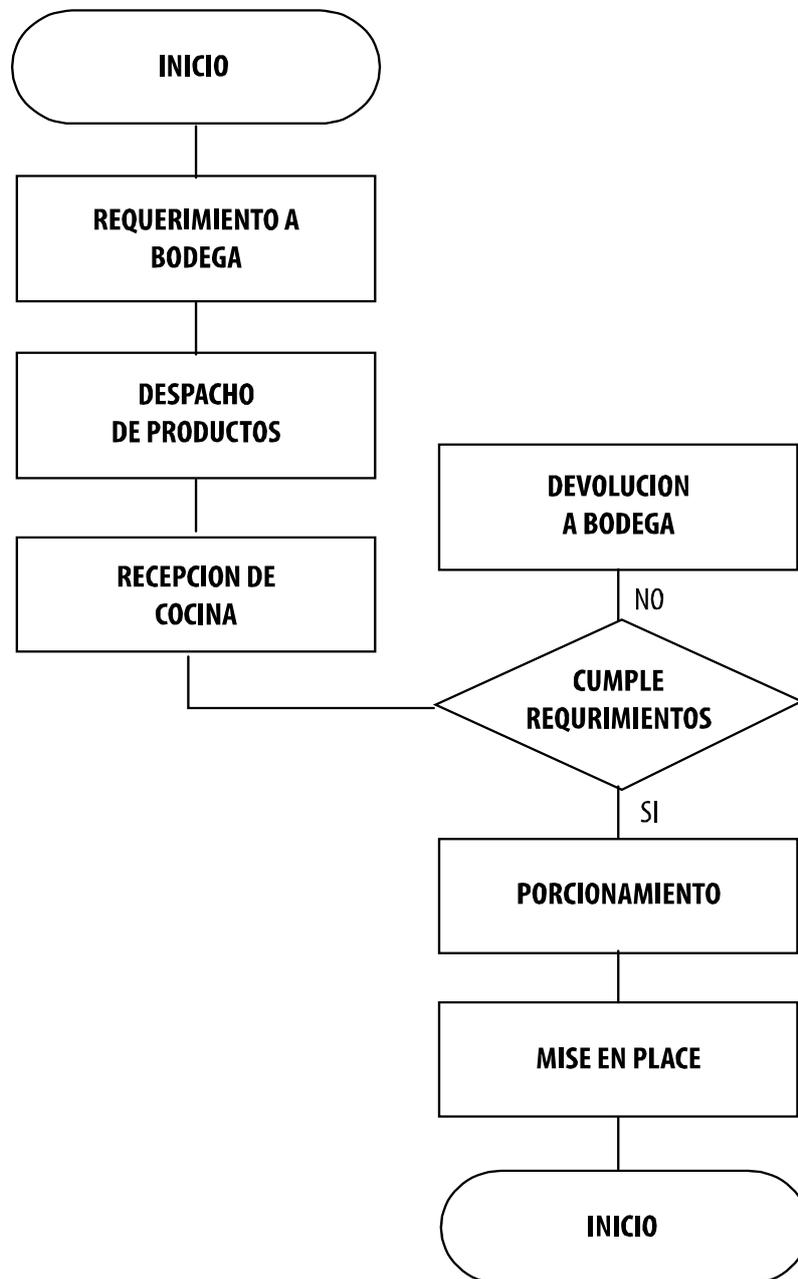


Figura 18. Flujograma de producción.

4.4. Características tecnológicas

4.4.1. Selección de maquinaria, equipos.

Para tener efectividad en el restaurante se debe tener los equipos y maquinaria correcta para su eficaz funcionamiento y esto depende directamente del menú que se ofrecerá, por lo tanto es necesario:

AREA DE COCINA

Cocina Industrial de 6 quemadores

Campana extractora

Plancha a gas de 24 pulgadas

Mesa de despacho con divisiones

Microondas de 1000 WATTS

Licuada de 24 onzas

Balanza digital

Refrigeradora 2 puertas

Ollas

Sartenes

Cucharas de palo

Espátulas de goma

AREA DE SERVICIO

Caja registradora

Computadora que contiene el teclado, mouse, monitor, disco duro, parlantes.

Sonido

Mesas

Sillas

Menaje: Vajilla completa, cubiertos para cada curso, vasos.

5. CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión inicial

La inversión inicial consta de todo el capital necesario para la puesta en marcha de la empresa comprende a todos los activos fijos, diferidos y circulante, para determinar la inversión inicial del proyecto es preciso establecer el capital de trabajo requerido para el inicio de las operaciones.(Marín, 2013).

Tabla 14. *Inversión inicial*

DESCRIPCION	TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Equipos de Oficina	368,50
Muebles y Enseres	12.635,51
Equipo de Computación	1.013,96
Maquinaria y Equipo de cocina	10.666,62
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	498,00
Publicidad Inicial (creación página web)	400,00
Adecuación del local	8.820,00
Uniformes personal	205,72
ACTIVO CIRCULANTE	
Capital de trabajo	6.554,80
TOTAL	41.163,11

5.1.1. Activo fijo

Está conformado por todos aquellos bienes tangibles de propiedad de la empresa, que han de tener permanencia y estarán sujetas a depreciación. Según (Westernfield, 2013), los activos fijos tienen una vida útil más o menos larga-

Tabla 15. *Activos fijos*

DESCRIPCION	VALOR
Equipos de Oficina	368,50
Muebles y Enseres	12.635,51
Equipo de Computación	1.013,96
Maquinaria y Equipo de cocina	10.666,62
TOTAL	24.684,59

Para realizar el cálculo de activos fijos se tomo valores reales, que fueron obtenidos de las cotizaciones. (Ver anexo 5)

5.1.2. Activos diferidos

Son aquellos bienes intangibles necesarios para la puesta en marcha de la empresa, como los aspectos legales, gastos de organización, adecuación y publicidad inicial, entre otros. Según (Meza, 2010), el valor de la inversión realizada en los activos diferidos, se recuperan mediante la amortización.

Tabla 16. Activos diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Constitución	498,00
Publicidad Inicial (creación página web)	400,00
Adecuación del local	8.820,00
Uniformes personal	205,72
TOTAL	9.923,72

5.1.3. Activo circulante

Según (Westernfield, 2013), corresponde a todos los costos y gastos necesarios para la operación normal de la empresa. Tienen una vida menor de un año, por lo tanto se convertirá en efectivo en 12 meses.

Materia Prima: Se presenta la materia prima requerida para poner en marcha el plan de negocios para la creación de un restaurante temático para niños.

Tabla 17. *Materia prima*

Materia prima	FOOD COST \$
Entrada y fuertes niños	
Tigre sorprendido	0,89
Berenjena en alta mar	1,23
Crema feliz	0,63
Cocodrilo sonriente	1,08
Pájaro vigilante	1,50
Nidos de spaguetti	2,97
Entrada y fuertes padres	
Fresca ensalada	1,01
Berenjena rellena	1,89
Crema bicolor	0,69
Salmón grillado	6,94

Tilapia a la plancha	2,30
Spaguetti integral	8,81
Postres y bebidas	
Paletas endulzadas	3,68
Pizzas dulces	0,70
Ratonsito de limón	0,38
Batido de fresas y banano	1,82
Jugo mora y guanábana	2,16
Jugo de piña con coco	1,55
TOTAL	40,22

Acontinuación se muestra la proyección de 5 años de materia prima, donde se observa el gasto en materia prima del total de recetas de restaurante y el gasto de materia prima de un estimado de 9 recetas que se tomo para realizar la proyección.

Tabla 18. Proyección materia prima

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL MATERIA PRIMA RECETAS	40,22	40,75	41,29	41,83	42,37
TOTAL MATERIA PRIMA RECETAS (9)	20,11	20,37	20,64	20,91	21,18
TOTAL ANUAL	18.825,01	20.945,66	23.335,15	26.031,09	29.076,84

Mano de obra Directa: Esta dado por aquel personal que se encargará de la producción de los menús, el cual está conformado por un chef ejecutivo y un ayudante de cocina. El pago del salario consta de las prestaciones sociales obligatorias. Se realiza la proyección a 5 años.

Tabla 19. Mano de obra directa chef ejecutivo

CHEF EJECUTIVO							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	470,00	39,17	30,50	0,00	57,11	0,00	596,77
Año 1	5.640,00	470,00	366,00	0,00	685,26	0,00	7.161,26
Año 2	5.922,00	493,50	384,30	493,50	719,52	246,75	8.259,57
Año 3	6.218,10	518,18	403,52	518,18	755,50	259,09	8.672,55
Año 4	6.529,01	544,08	423,69	544,08	793,27	272,04	9.106,18
Año 5	6.855,46	571,29	444,88	571,29	832,94	285,64	9.561,49

Tabla 20. *Mano de obra directa ayudante cocina*

AYUDANTE DE COCINA							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	369,04	30,75	30,50	0,00	44,84	0,00	475,13
Año 1	4.428,48	369,04	366,00	0,00	538,06	0,00	5.701,58
Año 2	4.649,90	387,49	384,30	387,49	564,96	193,75	6.567,90
Año 3	4.882,40	406,87	403,52	406,87	593,21	203,43	6.896,29
Año 4	5.126,52	427,21	423,69	427,21	622,87	213,60	7.241,11
Año 5	5.382,85	448,57	444,88	448,57	654,02	224,29	7.603,16

Mano de Obra Indirecta: Está dado por el personal que no interviene en la preparación de los menús, el cual está formado por dos meseros y nutricionista. Se realiza la proyección a 5 años.

Tabla 21. *Mano de obra indirecta meseros*

MESERO = 2							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	369,62	30,80	30,50	0,00	44,91	0,00	475,83
Año 1	8.870,88	739,24	732,00	0,00	538,91	0,00	10.881,03
Año 2	9.314,42	776,20	768,60	776,20	1.131,70	388,10	13.155,23
Año 3	9.780,15	815,01	807,03	815,01	1.188,29	407,51	13.812,99
Año 4	10.269,15	855,76	847,38	855,76	1.247,70	427,88	14.503,64
Año 5	10.782,61	898,55	889,75	898,55	1.310,09	449,28	15.228,82

Tabla 22. *Mano de obra indirecta nutricionista*

NUTRICIONISTA							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	470,00	39,17	30,50	0,00	57,11	0,00	596,77
Año 1	5.640,00	470,00	366,00	0,00	685,26	0,00	7.161,26
Año 2	5.922,00	493,50	384,30	493,50	719,52	246,75	8.259,57
Año 3	6.218,10	518,18	403,52	518,18	755,50	259,09	8.672,55
Año 4	6.529,01	544,08	423,69	544,08	793,27	272,04	9.106,18
Año 5	6.855,46	571,29	444,88	571,29	832,94	285,64	9.561,49

Costos indirectos de fabricación: Corresponde a todos los costos de fabricación distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa, para la elaboración de los menús. (Westernfield, 2013)

- **Gastos Administrativos**

Los gastos de administración están representados por todos aquellos gastos que son necesarios para la prestación del servicio.

Tabla 23. *Sueldo administrador*

ADMINISTRADOR							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	800,00	66,67	30,50	0,00	97,20	0,00	994,37
Año 1	9.600,00	800,00	366,00	0,00	1.166,40	0,00	11.932,40
Año 2	10.080,00	840,00	384,30	840,00	1.224,72	420,00	13.789,02
Año 3	10.584,00	882,00	403,52	882,00	1.285,96	441,00	14.478,47
Año 4	11.113,20	926,10	423,69	926,10	1.350,25	463,05	15.202,39
Año 5	11.668,86	972,41	444,88	972,41	1.417,77	486,20	15.962,51

Tabla 24. *Sueldo cajero*

CAJERO							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	370,14	30,85	30,50	0,00	44,97	0,00	476,46
Año 1	4.441,68	370,14	366,00	0,00	539,66	0,00	5.717,48
Año 2	4.663,76	388,65	384,30	388,65	566,65	194,32	6.586,33
Año 3	4.896,95	408,08	403,52	408,08	594,98	204,04	6.915,65
Año 4	5.141,80	428,48	423,69	428,48	624,73	214,24	7.261,43
Año 5	5.398,89	449,91	444,88	449,91	655,97	224,95	7.624,50

Tabla 25. *Sueldo animador*

ANIMADOR							
DETALLE	SALARIO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	TOTAL
Mensual	366,00	30,50	30,50	0,00	44,47	0,00	471,47
Año 1	4.392,00	366,00	366,00	0,00	533,63	0,00	5.657,63
Año 2	4.611,60	384,30	384,30	384,30	560,31	192,15	6.516,96
Año 3	4.842,18	403,52	403,52	403,52	588,32	201,76	6.842,81
Año 4	5.084,29	423,69	423,69	423,69	617,74	211,85	7.184,95
Año 5	5.338,50	444,88	444,88	444,88	648,63	222,44	7.544,20

- **Depreciaciones**

La depreciación es el sistema mediante el cuál se reconoce los desgastes que sufren los bienes por su uso. Los activos fijos, con excepción del terreno, son para uso del restaurante por un número limitado de años. (Meza, 2010).

Tabla 26. *Depreciación activos fijos*

DESCRIPCIÓN	VALOR INVERSION	VIDA UTIL	% DEPREC	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
Equipos de Oficina	368,50	10	10%	3,07	36,85
Muebles y Enseres	12.635,51	10	10%	105,30	1.263,55
Equipo de Computación	1.013,96	3	33,33%	28,16	337,95
Maquinaria y Equipo de Cocina	10.666,62	10	10%	88,89	1.066,66

- **Amortización**

Según (Meza, 2010), la amortización permite medir la pérdida de valor de los activos de la empresa.

Tabla 27. *Amortización gastos de constitución*

DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑOS	%	TOTAL
Gastos de Constitución	498,00	5	20	99,6

- **Servicios Básicos**

Son los gastos necesarios para el funcionamiento de una empresa como son los servicios de energía eléctrica, agua potable e internet.

Tabla 28. *Servicios básicos*

DESCRIPCIÓN	VALOR
Energía eléctrica	65,00
Agua potable	35,00
Internet	35,00
Teléfono	15,00
SUBTOTAL	150,00

- **Suministros**

Tabla 29. *Suministros de limpieza*

CONCEPTO	CANT	VALOR UNITARIO	TOTAL ANUAL
Escobas	2	2,35	9,40
Trapeadores	2	4,25	17,00
Guantes	4	1,98	15,84
Esponjas	4	0,75	6,00
Lava Vajillas	3	2,14	12,84
Funda de Basura	40	0,10	8,00
Tachos de Basura Baños	3	5,60	33,60
Tacho de Basura Barra y cocina	3	6,90	41,40
Papel Higiénico x 12	7	5,90	82,60
Desinfectante	3	2,87	17,22
Cloro	3	2,90	17,40
Jabón Líquido	5	5,15	51,50
TOTAL			312,80

Tabla 30. *Suministros de oficina*

CONCEPTO	CANT	VALOR UNITARIO	TOTAL ANUAL
Grapadora	1	2,38	2,38
Perforadora	1	2,57	2,57
Carpetas	8	0,35	2,80
Caja de Esferos	1	3,90	3,90
Cartucho	1	45,00	45,00
Cinta Adhesiva	2	0,68	1,36
Resma de papel bond	1	4,50	4,50
TOTAL			62,51

Tabla 31. *Costos indirectos de fabricación*

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
Servilletas	Caja	9,50	114,00
Tarrinas y tapas térmicas	paquete	32,00	384,00
Rollo fundas 6*8	paquete	6,00	72,00
Rollo fundas 7*10	paquete	7,00	84,00
Paquete fundas de halar pequeña	paquete	0,50	6,00
Paquete fundas de halar mediana	paquete	2,50	30,00
TOTAL		57,50	690,00

- **Capital de trabajo**

El capital de trabajo está conformado por: Materia prima, mano de obra directa, mano de obra indirecta, costos indirectos de fabricación y gastos administrativos. (Meza, 2010).

Tabla 32. *Capital de trabajo*

DESCRIPCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL ANUAL
Costos Directos de Fabricación				
Materia Prima Directa		18.825,01	1.568,75	18.825,01
Mano de Obra Directa		12.862,84	1.071,90	12.862,84
Costos Indirectos de Fabricación				
Mano de Obra Indirecta		18.042,29	1.503,52	18.042,29
Materiales Indirectos	690,00		57,50	690,00
Gastos				
Energía Eléctrica	65,00		5,42	65,00
Agua Potable	35,00		2,92	35,00
Teléfono	15,00		1,25	15,00
Internet	35,00		2,92	35,00
Depreciación Maquinaria	1.066,66		88,89	1.066,66
Suministros de Limpieza	312,80		26,07	312,80
TOTAL COSTOS OPERACIONALES				
COSTOS NO OPERACIONALES				

Gastos Administrativos				
Arriendo	1.600,00		133,33	1.600,00
Suministros de Oficina	62,51		5,21	62,51
Depreciación de Muebles y Enseres	1.263,55		105,30	1.263,55
Depreciación de Equipo Oficina	36,85		3,07	36,85
Depreciación de Equipo de Computación	337,95		28,16	337,95
Suelos Administrativos	23.307,51		1.942,29	23.307,51
Amortización Gastos de Constitución	99,60		8,30	99,60
TOTAL COSTOS NO OPERACIONALES				
COSTO TOTAL	28.927,44	49.730,14	6.554,80	78.657,58

El método de desfase permite calcular el valor de la inversión en capital de trabajo, que debe ser financiado desde el momento que se tiene los insumos hasta el momento que vende los productos. (Meza, 2010). Para este cálculo se usa la siguiente fórmula.

Tabla 33. *Método de desfase*

MÉTODO PERIODO DE DESFASE	KT =	$\frac{(C T \text{ ANUAL}^*}{30/360)}{=}$	78.657,58 /360	= 218,49
	KT =	\$ 6.554,80		

5.2. Fuentes de financiamiento

5.2.1. Aporte propio

El 30% del total de la inversión que corresponde a USD. 12.348,93 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

5.2.2. Aporte a terceros

El crédito que mantendrá el proyecto con el Banco Pacífico constituirá el 70% que corresponde a \$ 28.814,18 dólares a 3 años plazo al 11,23% de interés anual, para financiar la adquisición de activos fijos y parte de las adecuaciones, los pagos de las cuotas serán mensuales. Este tipo de crédito está destinado específicamente para Mipymes.

Tabla 34. Amortización del préstamo

Monto del Préstamo	28.814,18
Tasa de Interés anual	11,23%
Periodo de pago meses	1
Numero de pagos	36

Numero de Pago	Cuota fija	Interés	Amortización	Capital Adeudado	Amortización del Préstamo
				28814,18	
1	946,48	269,65	676,83	28.137,35	676,83
2	946,48	263,32	683,16	27.454,19	1.359,99
3	946,48	256,93	689,56	26.764,63	2.049,55
4	946,48	250,47	696,01	26.068,62	2.745,55
5	946,48	243,96	702,52	25.366,10	3.448,08
6	946,48	237,38	709,10	24.657,00	4.157,17
7	946,48	230,75	715,73	23.941,27	4.872,90
8	946,48	224,05	722,43	23.218,84	5.595,33
9	946,48	217,29	729,19	22.489,65	6.324,53
10	946,48	210,47	736,02	21.753,64	7.060,54
11	946,48	203,58	742,90	21.010,73	7.803,44
12	946,48	196,63	749,86	20.260,88	8.553,30
13	946,48	189,61	756,87	19.504,00	9.310,17
14	946,48	182,52	763,96	18.740,05	10.074,13
15	946,48	175,38	771,11	17.968,94	10.845,23
16	946,48	168,16	778,32	17.190,62	11.623,55
17	946,48	160,88	785,61	16.405,02	12.409,16
18	946,48	153,52	792,96	15.612,06	13.202,12
19	946,48	146,10	800,38	14.811,68	14.002,49
20	946,48	138,61	807,87	14.003,81	14.810,36
21	946,48	131,05	815,43	13.188,39	15.625,79
22	946,48	123,42	823,06	12.365,33	16.448,85
23	946,48	115,72	830,76	11.534,57	17.279,61
24	946,48	107,94	838,54	10.696,03	18.118,15
25	946,48	100,10	846,38	9.849,65	18.964,53
26	946,48	92,18	854,30	8.995,34	19.818,83
27	946,48	84,18	862,30	8.133,04	20.681,13
28	946,48	76,11	870,37	7.262,67	21.551,50
29	946,48	67,97	878,51	6.384,16	22.430,02
30	946,48	59,75	886,74	5.497,42	23.316,75
31	946,48	51,45	895,03	4.602,39	24.211,79
32	946,48	43,07	903,41	3.698,98	25.115,20
33	946,48	34,62	911,86	2.787,11	26.027,06
34	946,48	26,08	920,40	1.866,72	26.947,46
35	946,48	17,47	929,01	937,71	27.876,47
36	946,48	8,78	937,71	0,00	28.814,18

5.3. Estructura de Costos y Establecimiento de Ingresos del Proyecto

5.3.1. Estructura de costos y gastos

Para la proyección de los costos se tomó el 1.31 % que es la tasa promedio de inflación a octubre de 2016, según el (Banco Central , 2016). A continuación, se presentan los costos totales del proyecto:

Tabla 35. Estructura de costos y gastos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Directos de Fabricación					
Materia Prima Directa	18.825,01	20.945,66	23.335,15	26.031,09	29.076,84
Mano de Obra Directa	12.862,84	14.827,47	15.568,84	16.347,29	17.164,65
Costos Indirectos de Fabricación					
Mano de Obra Indirecta	18.042,29	21.414,80	22.485,54	23.609,82	24.790,31
Materiales Indirectos	690,00	699,04	708,20	717,47	726,87
Gastos					
Energía Eléctrica	65,00	65,85	66,71	67,59	68,47
Agua Potable	35,00	35,46	35,92	36,39	36,87
Teléfono	15,00	15,20	15,40	15,60	15,80
Internet	35,00	35,46	35,92	36,39	36,87
Depreciación Maquinaria	1.066,66	1.066,66	1.066,66	1.066,66	1.066,66
Suministros de Limpieza	312,80	316,90	321,05	325,25	329,52
TOTAL COSTOS OPERACIONALES					
COSTOS NO OPERACIONALES					
Gastos Administrativos					
Arriendo	1.600,00	1.600,00	1.620,96	1.642,19	1.663,71
Suministros de Oficina	62,51	63,33	64,16	65,00	65,85
Depreciación de Muebles y Enseres	1.263,55	1.263,55	1.263,55	1.263,55	1.263,55
Depreciación de Equipo Oficina	36,85	36,85	36,85	36,85	36,85
Depreciación de Equipo de Computación	337,95	337,95	337,95		
Suelos Administrativos	23.307,51	26.892,31	28.236,92	29.648,77	30.771,96
Amortización Gastos de Constitución	99,60	99,60	99,60	99,60	99,60
Gastos Financieros					
Interés por préstamo	2.804,47	1.792,92	661,74		
TOTAL COSTOS NO OPERACIONALES					
COSTO TOTAL	81.462,05	91.509,01	95.961,13	101.009,53	107.214,39

5.3.2. Ingresos

Corresponde a los ingresos obtenidos en un período determinado, mediante la venta de un bien o servicio producido en el proyecto. Los ingresos obtenidos en

el proyecto están representados en su totalidad por la entrega del servicio de alimento saludable para niños y padres en el sector de Cumbayá.

Para la proyección de los ingresos se empleó la tasa de inflación mensual a octubre de 2016 correspondiente a 1,31%, según el (Banco Central, 2016), y para la proyección de pax que ingresan al restaurante se toma la tasa de crecimiento poblacional según (Indez Mundi, 2015) que corresponde a 1,37% anual para la ciudad de Quito.

Tabla 36. Proyección ventas

MENÚ	VALOR UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Entrada y fuertes niños						
Tigre sorprendido	6,00	5.616,00	6.314,33	7.110,81	8.020,68	8.959,13
Berenjena en alta mar	6,80	6.364,80	7.167,99	8.085,56	9.135,51	10.204,41
Crema feliz	6,75	6.318,00	7.114,59	8.024,54	9.065,68	10.126,40
Cocodrilo sonriente	8,75	8.190,00	9.254,03	10.473,62	11.873,86	13.263,16
Pájaro vigilante	8,50	7.956,00	8.986,21	10.166,60	11.521,30	12.869,35
Nidos de espagueti	8,90	8.330,40	9.414,76	10.657,94	12.085,59	13.499,66
Entrada y fuertes padres			0,00	0,00	0,00	0,00
Fresca ensalada	7,00	6.552,00	7.381,61	8.329,73	9.415,07	10.516,67
Berenjena rellena	7,80	7.300,80	8.236,89	9.308,23	10.536,37	11.769,18
Crema feliz	7,20	6.739,20	7.595,32	8.574,09	9.694,94	10.829,29
Salmón grillado	10,50	9.828,00	11.131,39	12.628,92	14.352,45	16.031,75
Tilapia a la plancha	10,30	9.640,80	10.916,61	12.382,09	14.068,29	15.714,34
Espagueti integral	10,00	9.360,00	10.594,55	12.012,08	13.642,47	15.238,70
Postres y bebidas			0,00	0,00	0,00	0,00
Paletas endulzadas	3,50	3.276,00	3.657,44	4.089,43	4.579,39	5.115,19
Pizzas dulces	3,75	3.510,00	3.922,23	4.389,51	4.919,98	5.495,64
Ratoncito de limón	4,30	4.024,80	4.505,56	5.051,50	5.672,41	6.336,10
Batido de fresas y banano	3,50	3.276,00	3.657,44	4.089,43	4.579,39	5.115,19
Jugo mora y guanábana	2,75	2.574,00	2.864,64	3.192,75	3.563,70	3.980,67
Jugo de piña con coco	2,90	2.714,40	3.023,00	3.371,62	3.766,04	4.206,69
TOTAL	119,20	111.571,20	125.738,59	141.938,45	160.493,12	179.271,51

5.4. Proyección de BG

En este estado financiero se refleja la situación económica de la empresa en un momento determinado. El balance general se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto. El Balance General Inicial está conformado por activos, pasivos y el patrimonio. (Westernfield, 2013).

Tabla 37. *Balance general inicial*

ACTIVOS	
Activos Corrientes	
Caja - Bancos	6.554,80
Activos Fijos	
Equipos de Oficina	368,50
Muebles y Enseres	12.635,51
Equipo de Computación	1.013,96
Maquinaria y Equipo de cocina	10.666,62
Activos Diferidos	
Gastos de Constitución	498,00
Publicidad Inicial (creación página web)	400,00
Adecuación del local	8.820,00
Uniformes personal	205,72
TOTAL ACTIVOS	41.163,11
PASIVOS	
Pasivos Corrientes	
Préstamo	28.814
TOTAL PASIVO	28.814
PATRIMONIO	
Capital Social	12.349
TOTAL PATRIMONIO	12.349
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	41.163,11

5.5. Proyección de PyG

Después de establecida la inversión, costos, gastos e ingresos, se procede a pronosticar el Estado de Pérdidas y Ganancias, el cual refleja los ingresos y egresos en que incurrirá la empresa durante el periodo de 5 años de proyección del proyecto. Esto indica la rentabilidad del restaurante.

Tabla 38. *Estado pérdidas y ganancias*

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	111.571,20	125.738,59	141.938,45	160.493,12	179.271,51
Costos Total	81.462,05	91.509,01	95.961,13	101.009,53	107.214,39
UTILIDAD BRUTA	30.109,15	34.229,58	45.977,31	59.483,59	72.057,12
Participación Utilidades 15%	4.516,37	5.134,44	6.896,60	8.922,54	10.808,57
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	25.592,78	29.095,14	39.080,71	50.561,05	61.248,55
Impuesto a la Renta 22%	5.630,41	6.400,93	8.597,76	11.123,43	13.474,68
UTILIDAD NETA	19.962,37	22.694,21	30.482,96	39.437,62	47.773,87

5.6. Estado de flujo de caja

Es una herramienta financiera que refleja los ingresos y costos proyectados a 5 años para el restaurante, además permite estimar la tasa interna de retorno, la cual representa la tasa de rentabilidad del proyecto que el inversionista recibirá. (Meza, 2010).

Tabla 39. Estado de flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		111.571,20	125.738,59	141.938,45	160.493,12	179.271,51
Crédito Banco Pacífico	28.814,18					
Capital Propio	12.348,93					
Valor Residual				337,95		
TOTAL INGRESOS		111.571,20	125.738,59	142.276,40	160.493,12	179.271,51
Presupuesto de operación		81.462,05	91.509,01	95.961,13	101.009,53	107.214,39
Activo Fijo	24.684,59					
Activo Diferido	9.923,72					
Activo Circulante	6.554,80					
TOTAL EGRESOS	41.163,11	81.462,05	91.509,01	95.961,13	101.009,53	107.214,39
= UTILIDAD BRUTA		30.109,15	34.229,58	46.315,26	59.483,59	72.057,12
- 22% Impuesto a la Renta		5.630,41	6.400,93	8.597,76	11.123,43	13.474,68
- 15% Distribución Utilidad		4.516,37	5.134,44	6.896,60	8.922,54	10.808,57
= UTILIDAD DESPUES IMPUESTOS		19.962,37	22.694,21	30.820,91	39.437,62	47.773,87
+ Amortización activos diferidos		99,60	99,60	99,60	99,60	99,60
+ Depreciaciones		2.705,02	2.705,02	2.705,02	2.367,06	2.367,06
= UTILIDAD ANTES DEL PAGO CRÉDITO		22.766,98	25.498,83	33.625,53	41.904,28	50.240,53
- Amortización del crédito		8.553,30	9.564,85	10.696,03		
= FLUJO DE CAJA		14.213,69	15.933,98	22.929,50	41.904,28	50.240,53

5.7. Indicadores financieros

Los índices financieros son técnicas que se utilizan para analizar la situación financiera de la empresa, siendo los estados financieros los instrumentos principales para la evaluación financiera. (Westernfield, 2013).

- **Tasa mínima aceptable de rentabilidad**

El TMAR, es el cálculo que se realiza para conocer si el restaurante dará ganancias y será rentable en un futuro. Para conocer si la inversión se recuperará. (Meza, 2010).

Tabla 40. *TMAR*

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	VALOR	ESTRUCTURA %	TASA %	COSTO CAPITAL
Aporte Socios	12.348,93	30	20	0,06
Crédito Bancario	28.814,18	70	11,23	0,08
TOTAL	41.163,11	100	31,23	0,14
* Los inversionistas aspiran una rentabilidad del 20%				

TMAR = 31,23%

5.7.1. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador determina el tiempo en que se recupera el valor de la inversión. Si el VAN es positivo, significa que habrá ganancias y por tanto se alcanza a cubrir los costos de oportunidad obteniendo un margen de utilidad adicional; si es negativo, significa que las ganancias no son suficientes para cubrir con los costos de oportunidad; si es igual a cero, significa que las utilidades alcanzadas sirven para compensar los costos de oportunidad. (Meza, 2010). Este indicador permite conocer si el proyecto es o no rentable.

Tabla 41. *VAN*

PERIODO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO	FACTOR ACTUAL 31,23%	VALOR ACTUALIZADO
0	(41.163,11)			
1		14.213,69	0,76202088	10.831,13
2		15.933,98	0,58067582	9.252,48
3		22.929,50	0,4424871	10.146,01
4		41.904,28	0,33718441	14.129,47
5		50.240,53	0,25694156	12.908,88
TOTAL				57.267,96

VAN = 16.104,85

Interpretación: El VAN del proyecto es de \$ **16.104,85** por lo que se acepta el proyecto, ya que es mayor a cero.

5.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este indicador presenta el porcentaje de rentabilidad que el inversionista obtendrá como premio a la decisión de invertir en este proyecto de inversión seleccionada. (Meza, 2010). La TIR se define como la máxima tasa de interés a la cual el inversionista tomaría el dinero para financiar la totalidad del proyecto, repagando con su producto la totalidad del capital y sus intereses, y sin perder un centavo.

El cálculo es a través de un análisis de prueba y error el cual busca que tasa de oportunidad permite obtener un valor del VAN igual a cero, mediante una tasa de oportunidad que obtenga un VAN positivo y una tasa de oportunidad que obtenga un VAN negativo para con ello realizar una interpolación para determina el valor de la TIR.

Tabla 42. TIR

PERÍODOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		46%		47%	
0	(41.163,11)		(41.163,11)		(41.163,11)
1	14.213,69	0,7	9.735,40	0,7	9.669,17
2	15.933,98	0,5	7.475,13	0,5	7.373,77
3	22.929,50	0,3	7.367,77	0,3	7.218,43
4	41.904,28	0,2	6.316,76	0,2	8.974,06
5	50.240,53	0,2	11.057,14	0,1	7.319,27
TOTAL			41.952,19		40.554,70
VAN			789,08		(608,41)

$$\text{TIR} = 46 + \frac{789,08}{1.397,49}$$

$$\text{TIR} = 46 + 0,56$$

$$\text{TIR} = 46,56 \%$$

Interpretación: La TIR del proyecto es 46,56%; de esta manera se evidencia que es mayor a la tasa mínima aceptable de rentabilidad del mercado (31,23%), por lo que se considera que el proyecto es factible.

5.7.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Este indicador permite conocer el tiempo que va a tardar la inversión inicial en recuperarse. (Meza, 2010).

5.7.4. Ticket promedio

Es un indicador financiero que permite conocer el valor promedio de gasto de cada cliente que asistirá al restaurante. Para el cálculo del mismo, es necesario tener los ingresos totales / demanda promedio.

Tabla 43. *Ticket promedio*

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$10,83	\$11,17	\$11,53	\$11,68	\$11,86

5.7.5. Punto de equilibrio

Tabla 44. *Punto de equilibrio*

DESC.	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES								
Costos Directos de Fabricación										
Materia Prima Directa		18.825,01		20.945,66		23.335,15		26.031,09		29.076,84
Mano de Obra Directa		12.862,84		14.827,47		15.568,84		16.347,29		17.164,65
Costos Indirectos de Fabricación										
Mano de Obra Indirecta		18.042,29		21.414,80		22.485,54		23.609,82		24.790,31
Materiales Indirectos	690,00		699,04		708,20		717,47		726,87	
Gastos										
Energía Eléctrica	65,00		65,85		66,71		67,59		68,47	
Agua Potable	35,00		35,46		35,92		36,39		36,87	
Teléfono	15,00		15,20		15,40		15,60		15,80	
Internet	35,00		35,46		35,92		36,39		36,87	
Depreciación Maquinaria	1.066,66		1.066,66		1.066,66		1.066,66		1.066,66	
Suministros de Limpieza	312,80		316,90		321,05		325,25		329,52	

TOTAL COSTOS OPERACIONALES										
COSTOS NO OPERACIONALES										
Gastos Administrativos										
Arriendo	1.600,00		1.600,00		1.620,96		1.642,19		1.663,71	
Suministros de Oficina	62,51		63,33		64,16		65,00		65,85	
Depreciación de Muebles y Enseres	1.263,55		1.263,55		1.263,55		1.263,55		1.263,55	
Depreciación de Equipo Oficina	36,85		36,85		36,85		36,85		36,85	
Depreciación de Equipo de Computación	337,95		337,95		337,95					
Suelos Administrativos	23.307,51		26.892,31		28.236,92		29.648,77		30.771,96	
Amortización Gastos de Constitución	99,60		99,60		99,60		99,60		99,60	
Gastos Financieros										
Interés por préstamo	2.804,47		1.792,92		661,74					
TOTAL COSTOS NO OPERACIONALES										
COSTO TOTAL	31.731,91	49.730,14	34.321,07	57.187,94	34.571,60	61.389,54	35.021,33	65.988,20	36.182,59	71.031,80

Se utiliza la siguiente fórmula para obtener el punto de equilibrio de cada año:

La fórmula es: costos fijos totales año 1 dividido para (1 – costos variables año 1/ ventas totales año 1). Por lo tanto:

$$PE = \frac{31.731,91}{1 - \frac{49.730,14}{111.571,20}}$$

$$PE = \frac{31.731,91}{1 - 0,44572559}$$

$$PE = \frac{31.731,91}{0,55427441}$$

$$PE = 57.249,46$$

Tabla 45. *Cálculo punto de equilibrio*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	31.731,91	34.321,07	34.571,60	35.021,33	36.182,59
COSTOS VARIABLES	49.730,14	57.187,94	61.389,54	65.988,20	71.031,80
COSTOS TOTALES	81.462,05	91.509,01	95.961,13	101.009,53	107.214,39
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	53,13	55,63	54,31	53,01	51,76
VENTAS	111.571,20	125.738,59	141.938,45	160.493,12	179.271,51
PUNTO EQUILIBRIO	57.249,46	62.953,21	60.919,99	59.475,02	59.927,24

Finalmente se puede concluir con el estudio financiero realizado, que el restaurante temático especializado en niños de fines de semana es rentable y viable debido a que si genera utilidad.

6. CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones y recomendaciones

Los hábitos alimenticios han variado en los últimos años en cada familia del país, por lo tanto por medio de este restaurante saludable se creará conciencia en los consumidores a que mejoren su alimentación para en un futuro evitar enfermedades como la obesidad o desnutrición.

Las familias de los diversos sectores que rodean Jacaranda (sector elegido), están dispuestas a asistir a un restaurante saludable para los niños, ya que les interesa que sus hijos se alimenten sano y de una forma divertida.

Este proyecto es rentable, debido a que los indicadores financieros muestran que el VAN es de \$ 16.104,85 que es un valor positivo y el TIR es de 46,56% que es un valor mayor a la tasa mínima de rentabilidad que es de 31,23%. Con una inversión inicial de \$ 41.163,11.

Después de un largo estudio de mercado y estudio financiero, el plan de negocios para la creación del restaurante es una propuesta innovadora y creativa que no existe en el sector, la misma que será rentable en el mercado para su eficaz funcionamiento.

Con la creación del restaurante aparte de brindar un servicio hacia los clientes, se hará conocer la marca, con el tiempo se posicionará en el mercado y en la mente de los consumidores.

El objetivo principal del restaurante es satisfacer las necesidades alimentarias de los clientes. Es muy importante tomar en cuenta la opinión los consumidores para poder mejorar los productos y servicios que el restaurante ofrece en base a sus comentarios.

7. Referencias

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2016). *permiso de funcionamiento*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Agueda, E. (2012). *Promonegocios*. Recuperado el 23 de enero de 2017, de Estrategia de precios: <http://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Banco Central . (2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de ENCUESTA TRIMESTRAL DE OFERTA Y DEMANDA DE CRÉDITO: <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/324-encuesta-trimestral-de-oferta-y-demanda-de-cr%C3%A9dito>
- Banco Central. (2016). *Encuesta trimestral del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/324-encuesta-trimestral-de-oferta-y-demanda-de-cr%C3%A9dito>
- Brackett, R. (2009). *Romerlabs Industry Food*. Obtenido de <http://www.romerlabs.com/es/industries/food-beverages/>
- Burner, F. (2009). *Historia de la cocina*. Obtenido de <http://www.imchef.org/historia-de-la-cocina-un-buen-resumen/>
- Carillo, D. (2009). *La industria de alimentos y bebidas en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/ALIMENTOS.pdf>
- Cenzano, P. (2013). *Origen y conservación de alimentos*. Obtenido de <http://www.teinteresasaber.com/2011/08/origen-y-conservacion-de-los-alimentos.html>
- Chain, N. S. (2014). *Preparación y Evaluación de proyectos* . México: Interamericana.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la Administración*. Interamericana.
- Cronis. (2016). *Protocolo.org*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de servicio de mesa: https://www.protocolo.org/social/la_mesa/servicios_de_mesa_como_servir_la_mesa_servicio_a_la_francesa_a_la_inglesa_o_a_la_rusa_gueridon.html

- Cuerpo de Bomberos . (2016). *Cuerpo de Bomberos Quito*. Obtenido de <https://www.bomberosquito.gob.ec/index.php/atencion-al-ciudadano/guia-de-tramites/506-guia-de-tramites>
- Gardey, A. (2009). *Definición.De*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de definición de oferta : <http://definicion.de/oferta/>
- Gil, M. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. Mexico: ESIC.
- Gonzales, L. (2012). *Estructura Organizacional*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/luismarimg/estructura-organizacional-13045747>
- Grupo Banco Mundial. (29 de septiembre de 2016). *Banco Mundial*. Obtenido de Ecuador Panórama General: <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana.
- Indez Mundi. (2015). *Tasa crecimiento Ecuador*. Obtenido de http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_crecimiento.html
- INEC. (2013). *INEC*. Recuperado el 25 de septiembre de 2016, de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ENSANUT.pdf
- INEC. (2016). *INEC*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/>
- INEC. (26 de junio de 2016). *Instituto Nacional De Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-publica-cifras-del-mercado-laboral-de-junio-2016/>
- Joss, J. (2013). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México: Mcgraw Hill.
- López, F. (2012). *La empresa*. España: Libros de Cabecera.
- Mejía, F. (2016). *En Colombia*. Recuperado el 11 de noviembre de 2016, de Clasificación de empresas: <https://encolombia.com/economia/empresas/definicionyclasificaciondelae mpresa/>
- Meza, J. (2010). *Evaluación financiera de proyectos* . Bogotá : Ecoe.
- Miespa. (2015). *Miespa.es*. Recuperado el 19 de enero de 2017, de Historia de la alimentación saludable:

http://www.miespa.es/Salud_y_Bienestar/Naturopatia/Alimentacion_saludable_La_historia

Ministerio de Interior. (2016). *Permisos de funcionamiento*. Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/permiso-anual-de-funcionamiento/>

Ministerio de Salud. (2016). *permiso de funcionamiento*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>

Ministerio de Turismo . (2016). *Permiso de funcionamiento*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>

Ministerio del Ambiente. (2016). *Permiso de funcionamiento*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/ambiental/ministerio-de-ambiente/procedimiento-para-emision-de-licencias-ambientales/>

Ministerio del Turismo. (2015). *Ecuador potencia turística*. Obtenido de Registro de alimentos y bebidas: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/registro-de-establecimientos-turisticos/registro-de-alimentos-y-bebidas/110>

Monroy, P. (2002). *Introducción a la gastronomía*. México: Limusa.

Páginas Web Ecuador y Kornea. (2011). *Ecuador Orgánico*. Recuperado el 10 de 11 de 2016, de <http://www.ecuadororganico.com/quienes%20somos.html>

Palacio, T. (2014). *Prezi.com*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de comportamiento de la demanda de un producto: <https://prezi.com/cbo9jjiqyojx/comportamiento-de-la-demanda-del-producto/>

Peña, M. d. (2014). *El diario Montanés*. Recuperado el 17 de enero de 2017, de Restaurantes temáticos: <http://www.eldiariomontanes.es/20091017/sociedad/cantabria-mesa/restaurantes-tematicos-novedoso-hosteleria-20091017.html>

Ponce, A. (2004). *Administración de Empresas*. Mexico: Limusa.

Ramirez, S. (2016). Servicio e innovación son un plus. *Líderes* .

Rodian, F. (2011). *Sabor Madrid*. Recuperado el 17 de enero de 2017, de restaurantes temáticos: <http://www.sabormadrid.es/reportajes/tematicos/restaurantes.php>

- Roldán, P. (2015). *Historia y antecedentes de Alimentos y Bebidas*. Obtenido de <https://prezi.com/b3nfbcgdbu8/historia-y-antecedentes-de-alimentos-y-bebidas/>
- SRI. (2016). *SRI*. Recuperado el 22 de enero de 2017, de personas naturales: <http://www.sri.gob.ec/de/31>
- Ventura, J. (2008). *Análisis estratégico de la empresa*. España: Paraninfo.
- Vinueza, D. (29 de 03 de 2015). *Los Andes*. Recuperado el 10 de 11 de 2016, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/productos-100-nacionales-saludables-comercializan-capital-ecuador.html>
- West, T. (2015). *Food Navigator*. Recuperado el 17 de enero de 2017, de Una parte de la población consume alimentos saludables: http://www.foodnavigator.com/Market-Trends/Just-one-third-of-consumers-claim-to-have-a-healthy-diet?utm_source=RSS_text_news&utm_medium=RSS_feed&utm_campaign=RSS_Text_News
- Westernfield, J. (2013). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México: Mcgraw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Diseño del menú

MENÚ NIÑOS		MENÚ ADULTOS	
ENTRADAS * Pajaro sorprendido \$ 6.00 (\$6.84 más IVA) * Berenjena en alta mar \$ 6.80 (\$7.75 más IVA) * Crema feliz \$ 6.75 (\$7.69 más IVA)		ENTRADAS * Fresca ensalada \$ 7.00 (\$7.99 más IVA) * Berenjena rellena de pollo \$ 7.80 (\$8.89 más IVA) * Crema bicolor \$ 7.20 (\$8.20 más IVA)	
POSTRES * Paletas endulzadas con chocolate y avena \$ 3.50 (\$3.99 más IVA) * Piza dulce de sandia \$ 3.75 (\$4.27 más IVA) * Ratoncito de limón \$ 4.30 (\$4.90 más IVA)		PLATOS FUERTES * Salmón grillado en salsa de cítricos \$ 10.50 (\$11.97 más IVA) * Tilapia a la plancha \$ 10.30 (\$11.74 más IVA) * Spagueti integral en salsa carnembert \$ 10.00 (\$11.40 más IVA)	
BEBIDAS * Batido de fresa y banana \$ 3.50 (\$3.99 más IVA) * Jugo de maná y guarábana \$ 2.75 (\$3.13 más IVA) * Jugo de piña y coco \$ 2.90 (\$3.30 más IVA)		ENJOY FUNNY FOOD - comida saludable - 	
ENTRADAS * Cocardillo sonriente \$ 8.75 (\$10.27 más IVA) * Pájaro vigilante \$ 8.50 (\$9.69 más IVA) * Nidos de Spagueti \$ 8.90 (\$10.14 más IVA)		BEBIDAS * Batido de fresa y banana \$ 3.50 (\$3.99 más IVA) * Jugo de maná y guarábana \$ 2.75 (\$3.13 más IVA) * Jugo de piña y coco \$ 2.90 (\$3.30 más IVA)	

www.enjoyfunnyfood.com

Anexo 2. Recetas estándar

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA		
NOMBRE DE LA RECETA	Berenjena en alta mar			
GÉNERO	Entrada			
PESO X PORCIÓN	80gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	2			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,16	kg	berenjena	2,46	0,39
0,04	kg	pollo	7,13	0,29
0,002	kg	aceite oliva	10,29	0,02
0,01	kg	cebolla perla	1,63	0,02
0,01	kg	pimiento rojo	3,50	0,04
0,015	kg	maiz dulce	3,30	0,05
0,02	kg	queso ricotta	5,86	0,12
0,02	kg	zanahoria	0,83	0,02
0,002	kg	sal	0,48	0,00
			COSTO 1	0,93
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	1,24
			PVP SUGERIDO	6,8
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Cortar la berenjena, quitar el exceso de pulpa. Hornear la berenjena con aceite de oliva. Cortar los vegetales en fino brunoise, colocar en la plancha el pollo, desmenuzar y mexclar con los vegetales, Agregar sal. Cortar una rodaja de zanahoria poner encima de la berenjena y colocar queso ricotta desmenuzado en la parte superior.</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Crema feliz			
GÉNERO	Entrada			
PESO X PORCIÓN	80gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	3			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,08	kg	zanahoria	0,83	0,07
0,08	kg	coliflor	1,32	0,11
0,02	kg	papa chola	0,88	0,02
0,02	kg	pan	4,75	0,10
0,004	kg	ajo	3,33	0,01
0,115	kg	caldo verduras	1,50	0,17
0,008	kg	crema de leche	5,60	0,04
			COSTO 1	0,47
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	0,63
			PVP SUGERIDO	6,75
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Pelar las papas, colocar en una olla la mitad del caldo de verduras, zanahoria en cubos, ajo. En otra olla colocar la mitad restante del caldo de verduras, coliflor, papa, ajo. Dejar hervir .Agregar el pan en trozos. Licuar por separado y servir</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Cocodrilo sonriente			
GÉNERO	Plato fuerte			
PESO X PORCIÓN	100gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	4			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,12	kg	salmón	29,11	2,00
0,03	kg	aceituna negra	5,80	0,17
0,03	kg	tomate cherry	8,75	0,26
0,03	kg	aceite oliva	10,29	0,31
0,005	kg	sal	0,48	0,00
0,005	kg	romero	15,00	0,08
0,08	kg	papa	0,88	0,07
0,03	kg	naranja	3,85	0,12
0,03	kg	limón	1,00	0,03
0,003	kg	cilantro	1,54	0,00
0,005	kg	azúcar	0,91	0,00
			COSTO 1	3,05
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	4,20
			PVP SUGERIDO	8,75
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Marinar el salmón con aceite de oliva, sal y romero. Poner en el grill. Corar los tomates cherry, cortar una rodaja de naranja. Cortar las aceitunas en rodajas, Cocinar la papa y cortar en batonnet. Extraer el jugo de limon y naranja, mezclar con azúcar, cilantro</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Pájaro vigilante			
GÉNERO	Plato fuerte			
PESO X PORCIÓN	100gr			
Nª pax	4 pax			
Ficha Nª	5			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
TILAPIA				
0,12	Kg	filete de tilapia	6,51	0,78
0,002	kg	sal	0,48	0,01
0,002	kg	pasta de ajo	4,00	0,01
PURÉ				
0,12	kg	zanahoria	0,83	0,10
0,2	LT	agua		0,00
0,002	kg	sal	0,48	0,00
DECORACIÓN				
0,008	kg	zanahoria baby	9,05	0,07
0,1	kg	vainita	1,56	0,16
0,025	kg	zuquini	1,25	0,03
0,002	kg	sal	0,48	0,01
0,005	LT	aceite oliva	10,29	0,05
			COSTO 1	1,15
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	1,53
			PVP SUGERIDO	8,5
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Condimental la tilapia, poner en la plancha. Cortar en rodajas el zuquini y grillar. Blanquear y saltear las vainitas con aceite de oliva, junto con las zanahorias baby. Pelar las zanahorias cocinar hasta que esten suaves. Licuar, agregar sal. Si esta muy espesa agregar el agua de cocción.</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Nidos de spaguetti			
GÉNERO	Plato fuerte			
PESO X PORCIÓN	100gr			
Nª pax	4 pax			
Ficha Nª	6			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,2	kg	spaguetti integral	4,40	0,88
0,03	kg	queso camembert	12,10	0,36
0,02	kg	nueces	30,82	0,62
0,05	LT	fondo de pollo	2,00	0,10
0,12	kg	pechuga de pollo	7,13	0,86
0,005	kg	cilantro	1,54	0,01
0,004	kg	sal	0,48	0,00
			COSTO 1	2,82
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	2,97
			PVP SUGERIDO	8,90
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Cocinar la pasta en agua con sal. En una olla colocar el caldo con la crema de leche, queso rallado dejar que se reduzca , mezclar con la pasta. Sazonar el pollo y poner a la plancha, cortar en cubos. Agregar las nueces picadas</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Berenjena rellena de pollo con vegetales y toque de queso ricotta			
GÉNERO	Entrada			
PESO X PORCIÓN	100gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	8			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,24	kg	berenjena	2,46	0,59
0,08	kg	pollo	7,13	0,57
0,002	kg	aceite oliva	10,29	0,02
0,015	kg	cebolla perla	1,63	0,02
0,015	kg	pimiento rojo	3,50	0,05
0,02	kg	maiz dulce	3,30	0,07
0,02	kg	queso ricotta	5,86	0,12
0,002	kg	sal	0,48	0,00
			COSTO 1	1,44
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	1,89
			PVP SUGERIDO	7,8
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Cortar la berenjena, quitar el exceso de pulpa. Hornear la berenjena con aceite de oliva. Cortar los vegetales en fino brunoise, colocar en la plancha el pollo, desmenuzar y mexclar con los vegetales, Agregar sal. Colocar queso ricotta desmenuzado en la parte superior.</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Crema bicolor			
GÉNERO	Entrada			
PESO X PORCIÓN	100gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	9			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,1	kg	zanahoria	0,83	0,08
0,1	kg	coliflor	1,32	0,13
0,04	kg	papa chola	0,88	0,04
0,02	kg	pan	4,75	0,10
0,004	kg	ajo	3,33	0,01
0,13	kg	caldo verduras	1,50	0,20
0,008	kg	crema de leche	5,60	0,04
			COSTO 1	0,52
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	0,69
			PVP SUGERIDO	7,20
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Pelar las papas, colocar en una olla la mitad del caldo de verduras, zanahoria en cubos, ajo. En otra olla colocar la mitad restante del caldo de verduras, coliflor, papa, ajo. Dejar hervir. Agregar el pan en trozos. Licuar por separado y servir</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA		Tilapia a la plancha acompañada de puré de zanahoria y vegetales salteados		
GÉNERO		Plato fuerte		
PESO X PORCIÓN		150gr		
Nº pax		4 pax		
Ficha Nº		11		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
TILAPIA				
0,2	Kg	filete de tilapia	6,51	1,30
0,002	kg	sal	0,48	0,01
0,002	kg	pasta de ajo	4,00	0,01
PURÉ				
0,2	kg	zanahoria	0,83	0,17
0,3	LT	agua		0,00
0,002	kg	sal	0,48	0,00
DECORACIÓN				
0,008	kg	zanahoria baby	9,05	0,07
0,1	kg	vainita	1,56	0,16
0,025	kg	zuquini	1,25	0,03
0,002	kg	sal	0,48	0,01
0,005	LT	aceite oliva	10,29	0,05
			COSTO 1	1,81
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	2,30
			PVP SUGERIDO	10,3
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		<p>Condimental la tilapia, poner en la plancha. Cortar en rodajas el zuquini y grillar. Blanquear y saltear las vainitas con aceite de oliva, junto con las zanahorias baby. Pelar las zanahorias cocinar hasta que estén suaves. Licuar, agregar sal. Si esta muy espesa agregar el agua de cocción.</p>		

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA		
NOMBRE DE LA RECETA	Spaguetti integral en salsa camembert con pollo			
GÉNERO	Plato fuerte			
PESO X PORCIÓN	150gr			
Nª pax	4 pax			
Ficha Nª	12			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,32	kg	spaguetti integral	4,40	1,41
0,5	kg	queso camembert	8,00	4,00
0,02	kg	nueces	7,50	0,15
0,08	lt	fondo de pollo	2,00	0,16
0,15	kg	pechuga de pollo	7,13	1,07
0,005	kg	cilantro	1,54	0,01
0,004	kg	sal	0,48	0,00
			COSTO 1	6,80
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	8,81
			PVP SUGERIDO	10,00
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Cocinar la pasta en agua con sal. En una olla colocar el caldo con la crema de leche, queso rallado dejar que se reduzca , mezclar con la pasta. Sazonar el pollo y poner a la plancha, cortar en tiras. Agregar las nueces picadas</p>			

Postres para niños y adultos:

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA		
NOMBRE DE LA RECETA	Paletas endulzadas con chocolate y avena			
GÉNERO	Postre			
PESO X PORCIÓN	20gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	13			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,08	kg	kiwi	2,35	0,19
0,1	kg	chocolate al 70%	25,00	2,50
0,05	kg	avena	1,52	0,08
			COSTO 1	2,76
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	3,68
			PVP SUGERIDO	3,50
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Poner a baño maria el chocolate . Cortar el kiwi en rodajas . Una vez disuelto el chocolate sumergir el kiwi. Ponerle avena</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Pizzas dulces de sandia			
GÉNERO	Postre			
PESO X PORCIÓN	50 gr			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	14			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,32	kg	sandia	1,42	0,45
0,02	kg	banano	1,64	0,03
0,012	kg	uva	3,50	0,04
0,02	kg	fresas	3,44	0,07
0,02	kg	coco	1,16	0,02
0,030	lt	miel	5,00	0,15
			COSTO 1	0,50
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	0,70
			PVP SUGERIDO	3,75
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Cortar la sandia en triángulos, el banano en rodajas, las uvas por la mitad, fresas por la mitad, agregar coco rallado y miel</p>			



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Ratonsito de limón			
GÉNERO	Postre			
PESO X PORCIÓN				
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	15			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,015	kg	mandarina	1,03	0,02
0,045	u	yema	0,30	0,01
0,015	kg	limón	1,00	0,02
0,02	kg	azúcar	0,91	0,02
0,1	lt	leche	1,25	0,13
0,05	kg	galleta maria	2,00	0,10
			COSTO 1	0,29
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	0,38
			PVP SUGERIDO	4,3
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Realizar un savayón, agregar el zumo de la mandarina y limón, agregar la leche y refrigerar. Rallar el cáscara de limón. Montar sobre una galleta</p>			

Bebidas para niños y adultos:

		FACULTAD DE GASTRONOMÍA		
NOMBRE DE LA RECETA		batido de fresa y banano		
GÉNERO		Bebidas		
Nº pax		4 pax		
Ficha Nº		16		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,1	kg	banano	1,64	0,16
0,15	kg	frutilla	3,44	0,52
0,4	lt	yogurth natural	1,72	0,69
			COSTO 1	1,37
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	1,82
			PVP SUGERIDO	3,50
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		
		<p>Licuar el banano con el yogur y las fresas. Reservar dos fresas para decorar</p>		



FACULTAD DE GASTRONOMÍA

NOMBRE DE LA RECETA	Jugo mora y guanabana			
GÉNERO	Bebidas			
Nº pax	4 pax			
Ficha Nº	17			
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	COSTO X KILO	COSTO TOTAL
0,2	kg	pulpa mora	3,94	0,79
0,2	kg	pulpa guanabana	4,14	0,83
0,01	kg	azúcar	0,91	0,01
			COSTO 1	1,63
			GASTO OPERACIÓN	0,33
			COSTO 2	1,96
			PVP SUGERIDO	2,75
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	<p>Licuar la pulpa de guanabana con la pulpa de mora, azúcar y servir</p>			

Anexo 3. Encuesta

ENCUESTA

TEMA: Creación de un restaurante temático con comida saludable para niños de 3 años en adelante de fin de semana

OBJETIVOS

- Identificar la población de familias de estatus medio con hijos menores a 12 años en Cumbayá
- Conocer que prefieren los consumidores al momento de alimentarse.
- Conocer cuanto el consumidor está dispuesto a pagar por una alimentación nutricional, servicio de calidad y una experiencia única para sus hijos.

Género

Masculino Femenino Otro

Edad

20-25 26-30 31-35 40 o más

HIJOS/AS

Si No Que edad tienen?

PREGUNTAS

1. ¿Los fines de semana visita restaurantes con su familia?

- Si
- No

2. Qué tipo de comida prefiere para su hijo/a en fin de semana? Escoja una opción

- Comida rápida
- Comida saludable

- Dulces
- 3. Conoce de un restaurante temático especializado en comida saludable para niños?**
- Si
 - No
- 4. Que considera usted que es importante al momento de ir a un restaurante? *Escoja 3 opciones***
- Buen servicio
 - Limpieza
 - Seguridad
 - Parqueadero
 - Calidad de la comida
 - Comida saludable
 - Buen ambiente
 - Diversión para sus hijos
- 5. Si tuviera la opción de un restaurante temático para niños con comida saludable cuantas veces al mes asistiría? *Seleccione una respuesta.***
- 1 vez
 - 2 veces
 - 3 veces
 - Más de 3 veces
- 6. Cuanto estaría dispuesto a pagar por persona en un restaurante temático para niños? *Seleccione una respuesta.***
- \$ 6-12
 - \$12-15
 - \$15-20

- Más de \$20

7. Le gustaría que el restaurante también tenga un enfoque de comida saludable para adultos?

- Sí
- No

8. Le gustaría que el restaurante brinde información nutricional para niños?

- Si
- No

Por qué?

9. Le gustaría un menú con oferta para niños y adultos?

- Si
- No

10. Qué actividades le gustaría que su hijo/a disfrute? *Escoja 2 opciones*

Caritas pintadas de su personaje favorito

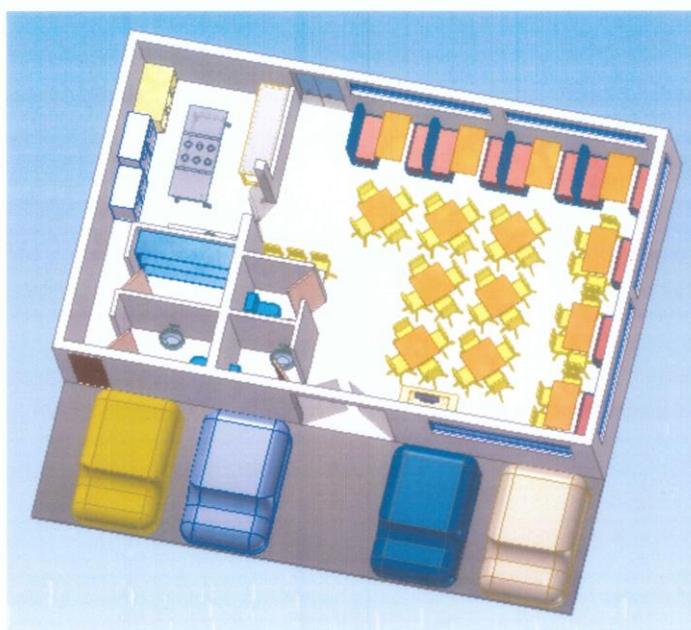
Juegos al aire libre

Concurso del mejor disfraz

11. Donde preferiría que este ubicado el restaurante con espacios verdes?

- Alejado de Cumbayá
- Cerca de Cumbayá

Anexo 4. Planos



Anexo 5. Cotizaciones

El Uniforme

Quicentro

004-001-0003096

Linea completa para todo trabajo

FECHA: martes, noviembre 29 de 2016

CODIGO CLIENTE : 83245
 EMPRESA : AGUIRRE NICOL
 DIRECCION : POMASQUI
 ATENCION:
 E-MAIL: N/D

R.U.C. / CEDULA : 1720985718
 TELEFONO: P593A02T2350773
 FAX: PAT

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT	V. TOTAL
06.13.03.3	CHAQUETA CHEF GABARD T/L	2	19.30 \$	38.60
14.1.05.3	PANTALÓN CHEF UNISEX ELÁSTICO	2	17.99 \$	35.98
10.10.03.1	GORRO CHEF HONGO	2	4.91 \$	9.82
19.6.11.1	ZAPATO CLOGS	2	22.31 \$	44.62
08.1.03.2	DELANTAL CHEF GABARDINA GRANDE	2	9.38 \$	18.76
04.1.10.3	CAMISETA POLI-ALGODÓN S/CUELLO T/L	3	5.13 \$	15.39
02.6.12.3	BLUSA M/L CAMISERO POLIALGODON /	1	19.29 \$	19.29

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	\$	180.46
DESCUENTO	\$	0.00
SUBTOTAL CON IVA	\$	180.46
SUBTOTAL SIN IVA	\$	0.00
I. V. A	\$	25.26
TOTAL A PAGAR	\$	205.72

PLAZO DE ENTREGA: STOCK ENTREGA INMEDIATA / o 15 DIAS LABORABLES
 FORMA DE PAGO: DE CONTADO / 80% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA
 VALIDEZ DE LA PROFORMA: 15 DIAS
 CHEQUE A NOMBRE DE: CONFECCIONES MEVIL

A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA
 Observaciones:


 GABRIELA ROCHA

*MATRIZ Telefs: 223-9616 / 254-6500
 *QUICENTRO SHOPPING Telefs: 3824-014 * C.C VILLA CUMBAYA telefs: 289-2922
 *C.C EL BOSQUE Telefs: 226-0451
 www.eluniforme.com.ec e-mail: eluniforme@punto.net.ec



MEGAMOBILIER S.A. / RUC 0992715189001

Fabricación, Importación y Distribución de Muebles para Oficina, Peluquería y Spa, Hospitales, Restaurantes, e Instituciones Educativas

Empresa:

PROFORMA

Atención: Monica Mora.

Fecha: lunes, 28 de noviembre de 2016

E-Mail:

Asesor: Michelle Mendieta.

Telfs.:

Telfs. Asesor: 0990258008

Dirección:

C.I./Ruc:

No.	Cant.	Imagen	Descripción	Precio U.	Dcto.	Precio Desc.	Total
1	1		BOOTH WESTBURY DOBLE (BASE MADERA). Estructura en madera de alta calidad. Asiento y espaldar inyectado con esponja de alta densidad, tapizado en color a elegir. Base maderada como soporte. Medidas: (1,20 largo ó 1,15 largo) x (0,55 ancho ó 0,60 ancho) x (0,92 alto ó 1,07 alto). Profundidad del asiento 0,45 ó 0,50 cm	\$ 688.04	10.00%	\$ 619.24	\$ 619.24
2	1		BOOTH WESTBURY DOBLE (BASE METAL). Estructura en madera de alta calidad. Asiento y espaldar inyectado con esponja de alta densidad, tapizado en color a elegir. Base metálica como soporte. Medidas: (1,20 largo ó 1,15 largo) x (1,10 ancho ó 1,20 ancho) x (0,92 alto ó 1,07 alto). Profundidad del asiento 0,45 ó 0,50 cm.	\$ 896.12	10.00%	\$ 806.51	\$ 806.51
3	1		BANCA SHELL 4 PUESTOS (Tablero 15 mm Melamina). Estructura en acero reforzado y pintura electrostática resistente al rayado, conchas de polietileno y tablero RH melamínico de 15 mm bordeado en canto duro. Medidas de Tablero: 120 x 60.	\$ 319.74	10.00%	\$ 287.77	\$ 287.77



Lo mejor en papelería y tecnología

Av. Colón E4-81 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
Telf.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
www.superpaco.com
QUITO - ECUADOR

PROFORMA: 029-002-000005425

RUC : 1790040275001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 02/06/1995

Fecha : 28 DE NOVIEMBRE DEL 2016

Fecha Entrega: DE MES: DEL

Emission Sist.: 16/11/28 19:00:08

No. Control : 27-PR-00005425

Cliente : 9999 NICOLE AGUIERRE

Dirección : POMASQUI No:

Telefono : 2350773 Ciudad :

RUC/Cedula : 1720995719

Razon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
Dirección : AV. COLON E4-81 Y AV. 9 DE OCTUBRE
Almacén : PA-CO CONDADO
Dirección : AV. DE LA PRENSA Y KENNEDY CC. EL CONDADO L.304-6
Telefonos : 3802108 0
QUITO

Página: 1 de 1

Orden: (27-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: cvallejo Autoriza: rtilleri

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSE.
1 0000000372756	IMPRESORA TMU-220D MATRICIAL PUERTO USB	EPSON	2.00	UN	350.00000	700.00	
	VELOCIDAD DE IMPRESION 4,7 LINEAS POR SEGUNDO COLUMNAS 56 CAPACIDAD DE COPIAS ORIGINAL + 1COPIA PUERTO USB						
2 0000000477796	COMBO CPU+MONITOR JAMAC AMD ATHLON QUAD ARI		2.00	UN	692.98000	1,385.96	
	CORE 8GB RAM 1TB WINDOWS 10						
	PROCESADOR AMD ATHLON X4 660K QUAD CORE 3.7GHZ, 8GB RAM DDR3, 1TB DISCO DURO, DVD WRITER, MONITOR 19.5PLG, MOUSE, TECLADO Y PARLANTES, WINDOWS 10, OFFICE 365						
	*PRECIO OFERTA PAGO EFECTIVO						

IMPRESO POR "EBC" - 007029 J.P. - 01/11/2016

- ADQUIRIENTE -



Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones en las condiciones oficiales que afecten
la validez de la oferta, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.

SUBTOTAL :	2,085.96
TARIFA 0%:	.00
TARIFA 14%:	2,085.96
I V A 14%:	292.03
TOTAL :	2,377.99

No.	CANT	DESCRIPCION	CODIGO	PRECIO U.	DSCTO.	P. TOTAL
1		Salcero Sencillo Porcelana	PA1101909024	1,52	0,00%	1,52
1		Olla Con Tapa Aluminium Cookware	U-ALP-14T	73,62	0,00%	73,62
1		Cacerola	U-ASP-5	31,11	0,00%	31,11
1		Cacerola Aluminio 8 Lts	67308	64,24	0,00%	64,24
1		Sarten	U-AFP-10	21,80	0,00%	21,80
1		Olla De Presion	921-AL	490,66	0,00%	490,66
1		Colador Cromo	U-CCB-08R	45,19	0,00%	45,19
1		Cuchareta Solida Convencional 27,9 Cms	2750	2,04	0,00%	2,04
1		Cuchareta Perforada Convencional	K-BS21 PE	1,97	0,00%	1,97
1		Pinza 13 Cms	4780910	12,80	0,00%	12,80
1		Espatula Plastica	U-RSC-10HR	3,36	0,00%	3,36
1		Espatula Plancha	U-WT-7	4,67	0,00%	4,67
1		Cuchareta Metalica	M4613LA	8,32	0,00%	8,32
1		Balanza Digital	DKS-3002A	94,08	0,00%	94,08
1		Charol Redondo Anti Pp Plg Negra	P-JWR1600P	8,31	0,00%	8,31
1		Cuchilo Cebollero	24609/070	13,52	0,00%	13,52
1		Cuchillo	24609/088	10,50	0,00%	10,50
1		Cuchillo	24609/058	11,15	0,00%	11,15
1		Batidor Plano 30,5 Cms	L-WW-2112	5,70	0,00%	5,70
1		Contenedores Aluminio Gde	L-ASN-3200	29,45	0,00%	29,45
1		Contenedores Aluminio Mediano	98134	10,83	0,00%	10,83
1		Contenedores Aluminio Pequeño	98132	8,68	0,00%	8,68
1		Jarra Vidrio	P-JW603	5,36	0,00%	5,36

FORMA DE PAGO: A convenir.

PLAZO DE ENTREGA: Inmediato salvo previa venta

VALIDEZ DE LA OFERTA: 5 días a partir de la presente

LUGAR DE ENTREGA: Bodegas de Termalimex en la ciudad de Quito.

SUMAN:	25,950.93
DESCUENTO:	0.00
SUBTOTAL:	25,950.93
I.V.A. 14% :	3,633.13
TOTAL:	29,584.06

NOTA.

Los precios no incluyen materiales ni mano de obra de instalación
El cliente ejecutará las obras de pre - instalación; acometidas eléctricas; sanitarias; hidráulicas; gas; obra civil; etc. de acuerdo a las instrucciones de las Memorias Técnicas que entregará Termalimex Cia. Ltda

NOTA.

Los precios están sujetos a variación debido a las políticas arancelarias adoptadas por el Gobierno. En el caso de incremento de aranceles; salvaguarda; etc. que afecte a las partidas arancelarias dentro de las cuales se importa estos artículos; los precios serán modificados.

GARANTIA

* Un año contra defectos de fabricación. Se excluye de la Garantía daños que pudieran presentarse por fluctuaciones de voltaje; deficiente suministro de agua; negligencia y/o mala operación de los equipos y repuestos de desgaste normal.

* En el caso de que el Cliente realice la instalación de los equipos; en las excepciones de la Garantía se debe incluir también mala instalación.

* La garantía se aplicará en talleres de Quito y Guayaquil; en caso de Provincia el Cliente asumirá el costo de visita Técnica.

Atentamente;

María Jose Vaca
DPTO. COMERCIAL
TERMALIMEX CIA. LTDA.
Celi: 0984425223
Telf. 2275912 ext 103

