



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS**

**TÍTULO:
PROYECTO PARA LA CREACION DE UN RESTAURANTE
TEMATICO EN LA CIUDAD DE MACHALA ENFOCADO EN
LOS NIÑOS Y NIÑAS, COMO NUEVA TENDENCIA.**

**AUTOR (A):
MONICA ALEXANDRA MACAS BLACIO**

**INGENIERIA EN ADMINISTRACION D EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS**

**TUTOR:
Dra. MARIA AUXILIADORA EGAS MIRAGLIA, MGS**

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Mónica Alexandra Macas Blacio**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Administración De Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR (A)

Dra. María Auxiliadora Egas Miraglia Mgs.

REVISOR(ES)

Econ. Pedro Cedeño Guerrero, Mgs.

Lcda. Nadia Acosta Ramírez, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Mónica Alexandra Macas Blacio

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Proyecto para la creación de un restaurante temático en la ciudad de Machala enfocado en los niños y niñas, como nueva tendencia.** Previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

EL AUTOR (A)

Mónica Alexandra Macas Blacio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Mónica Alexandra Macas Blacio

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Proyecto para la creación de un restaurante temático en la ciudad de Machala enfocado en los niños y niñas, como nueva tendencia**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

LA AUTOR(A):

Mónica Alexandra Macas Blacio

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por apoyarme en todo, hermana, a mi esposo Washington Ortega con el que he compartido las aulas de clase, gracias por la paciencia y la ayuda constante que siempre me brindas, a mi hermoso hijo Thomas Ortega.

Mónica Alexandra Macas Blacio

DEDICATORIA

El presente trabajo, el cual representa el fruto de lo aprendido en mi carrera universitaria, se lo dedico a mi madre Rosa Blacio Ramírez y a mi padre Rogelio Macas los cuales han sido mi base para no desplomar y rendirme pese a las adversidades, los cuales día a día me han recordado que debo ser paciente y luchar por lo que quiero, a los cuales les dedico la conquista de esta meta.

Mónica Alexandra Macas Blacio

ÍNDICE GENERAL

1 CONTENIDO

1	Aspectos generales.....	17
1.1	Antecedentes.....	17
1.1.1	Franquicias internacionales en Ecuador.....	19
1.1.2	Historia de la restauración.....	19
1.2	Planteamiento del problema.....	21
1.3	Formulación de la hipótesis.....	21
1.4	Justificación.....	21
1.5	Objetivo general.....	22
1.5.1	Objetivos específicos.....	23
2	Fundamentación de las teorías.....	24
2.1	Marco teórico.....	24
2.1.1	Teoría de la seguridad alimentaria.....	24
2.2	Teoría de la calidad.....	26
2.3	Calidad en el servicio.....	27
2.4	Manipulación de alimentos.....	27
2.5	Mejoramiento continuo.....	28
2.6	Marco referencial.....	29
2.7	Marco conceptual.....	30
2.7.1	Restaurantes temáticos.....	32
2.7.2	Los alimentos.....	32
2.7.3	Niños, gustos, y preferencias.....	32
2.7.4	Comer sano puede ser divertido.....	33
2.8	Marco legal.....	34
3	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	39
3.1	Metodología de la investigación.....	39
3.1.1	Tipo de investigación.....	39
3.1.2	Enfoque para investigación.....	39
3.1.3	Técnica de Investigación.....	40
3.2	Estudio de mercado.....	40

3.2.1	Objetivo general.....	40
3.2.2	Tamaño de la muestra	41
3.2.3	Análisis de las encuestas	43
3.2.4	Conclusiones de la encuesta.....	51
4	Proyecto para la creación de un restaurante temático en la ciudad de Machala enfocado en los niños y niñas, como nueva tendencia.	52
4.1	Descripción de la empresa	52
4.1.1	Objetivos y políticas de la empresa.....	53
4.2	Políticas.....	53
4.3	Segmento de mercado	54
4.4	Localización	54
4.5	Nombre de la empresa.....	54
4.6	Logotipo y eslogan.....	54
4.7	Diseño de logotipo	55
4.8	Eslogan.....	55
4.9	Misión, vision y valores	55
4.9.1	Misión	55
4.9.2	Visión.....	55
4.9.3	Valores	56
4.10	Aspecto legal de la empresa.....	56
4.10.1	Permisos y trámites necesarios para el funcionamiento de una entidad privada..	57
4.10.2	Requisitos para registrar una empresa de restauración	57
4.10.3	Requisitos para obtener permiso de funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818	58
4.11	Descripción de operaciones	62
4.11.1	Organigrama	62
4.12	Personal.....	63
4.12.1	Funciones y perfiles del personal.....	63
4.13	Políticas de calidad	67
4.14	Teorías aplicadas al proyecto.....	68
4.14.1	Seguridad industrial	68
4.14.2	Sistema de seguridad.....	68

4.14.3	La manipulación de los alimentos.....	68
4.14.4	Refrigerado	69
4.14.5	Calidad en el servicio aplicado a Banana Restaurant & Kids Events	69
4.15	Estándares del producto	70
4.16	Distribución de planta	70
4.16.1	Planos.....	75
5	ANÁLISIS ESTRATEGICO	76
5.1	Análisis del macroentorno PEST	76
5.1.1	Político	76
5.1.2	Económico	77
5.1.3	Social.....	79
5.1.4	Tecnológico.....	82
5.2	Análisis de las 5 fuerzas de Porter	83
5.2.1	Rivalidad entre los competidores existentes	83
5.2.2	Amenaza de los nuevos competidores	84
5.2.3	Poder de negociación con los clientes.....	84
5.2.4	Poder de negociación con los proveedores	84
5.2.5	Amenaza de productos y servicios sustitutos.....	84
5.3	Impactos políticos, económico, social, ambiental.....	84
5.3.1	Político	84
5.3.2	Económico	85
5.3.3	Social.....	85
5.3.4	Ambiental.....	85
5.4	Competencia	86
5.5	Análisis foda	88
5.5.1	Fortalezas:	88
5.5.2	Oportunidades:.....	88
5.5.3	Debilidades	88
5.5.4	Amenazas:.....	89
5.6	Marketing mix.....	89

5.6.1	Producto	89
5.6.2	Precio	90
5.6.3	Plaza o canales de distribución	90
6	PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	92
6.1	Inversión inicial	92
6.1.1	Balance inicial.....	93
6.2	Depreciación y amortización	93
6.3	Fuentes de financiamiento	94
6.4	Sueldos.....	95
6.5	Ingresos	95
6.6	Egresos.....	96
6.7	Estado de resultados.....	97
6.8	Balance general.....	99
6.9	Flujo de caja.....	100
6.10	Evaluación financiera.....	101
6.11	Ratios financieros.....	102
6.12	Punto de equilibrio.....	103
	García, J. (2008). <i>La alimentación infantil y sus dificultades</i> , grupo gesfomedia	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Centros de educación	17
Tabla 2: Centros de educación 2.....	17
Tabla 3: Centros de educación 3.....	18
Tabla 4: Financiero.....	94
Tabla 5: Ingresos anuales.....	95
Tabla 6: Estado de resultados mensuales.....	97
Tabla 7: Estado de resultados anual.....	98
Tabla 8: Balance general estimado para 5 años.....	99
Tabla 9: Flujo de caja.....	100
Tabla 10: Van, TIR, BC	101
Tabla 11 :Punto de equilibrio.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Porcentaje de edad	18
Gráfico N. 2: Resultado censo económico.....	29
Gráfico 3: Sexo de la población.....	43
Gráfico 4: Edad de la población.....	44
Gráfico 5: Frecuencia de visita	45
Gráfico 6: Hora de preferencia de visita a un restaurante.....	46
Gráfico 7: Tipo de restaurantes.....	47
Gráfico 8: Tipo de comida	47
Gráfico 9: Disponibilidad de dinero.....	48
Gráfico 10: Al momento de visitar un restaurante	49
Gráfico 11: Plato De Su Eleccion	49
Gráfico 12: Alimentos dentro de su platillo.....	50
Gráfico 13: Motivo de regreso al mismo restaurante.....	51
Gráfico 14: Logotipo.....	55
Gráfico 15: Batido de banano	59
Gráfico 16: Desayuno para mami	60
Gráfico 17: Desayuno infantil.....	60
Gráfico 18: Cupcakesito cumpleaños	61
Gráfico 19: Crepes de pollo	61
Gráfico 20: Espagueti de pollo	62
Gráfico 21: Juego de kids damas	73
Gráfico 22: Juego de cartas.....	73
Gráfico 23: Plano restaurante interno	75
Gráfico 24: Crecimiento económico del pib y del pib per capita.....	79
Gráfico 25: Tasa de crecimiento de la población.....	80
Gráfico 26: Triangulo de estratos sociales	81
Figure 27 :Uso de telefonos inteligentes.....	83
Grafico 28: Competencia directa.....	87
Grafico 29: Mc Donald Ciudad del Sol	87
Gráfico 30 : Analisis de rentabilidad del proyecto.....	102

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 modelo de encuesta	109
Anexo 2 :foto local.....	111
Anexo 3: Plano de restaurante interno	112
Anexo 4: Plano mesas restaurante	113
Anexo 5: Sala De Juegos	113
Anexo 6: Vista total restaurante	114
Anexo 7: Inversion Inicial	115
Anexo 8: Depreciaciones y amortizaciones	116
Anexo 9: Cuadro de amortización anual del préstamo	116
Anexo 10: Sueldos	117
Anexo 11: Sueldos incluido fondo de reserva	118
Anexo 12: Proyección de cantidades anualmente	119
Anexo 13: Proyección anual de precios	119
Anexo 14: Costo operativo	120
ANEXO 15: Costeo de receta	121

RESUMEN

El presente proyecto está hecho a base de un estudio exhaustivo, para demostrar las necesidades, de las personas de la ciudad de Machala y poder intervenir creando una solución a la problemática.

La finalidad es conocer si resulta rentable o no la apertura de un restaurante temático, para lo cual se han empleado métodos de investigación, modelo de encuesta y trabajo de campo. Para comprobar si es aceptado en la ciudad esta tendencia de restaurantes . El cual ofrecerá una amplia gama de platillos elaborados con los más frescos ingredientes.

La ciudad de Machala es una ciudad que en los últimos años ha crecido de forma casi trascendental, ha crecido en infraestructura, comercial y financieramente. Empresas internacionales han puesto los ojos en esta ciudad ya que se encuentra en proceso de crecimiento.

Palabras Claves: Alimentos, Seguridad, Restaurante, Niños, preferencias, balance.

ABSTRACT

The purpose of this project is to know whether it is profitable or not opening a themed restaurant, for which we have employed various methods of study to see if it is accepted in the city of Machala this trend of theme restaurants. Which offer a wide range of dishes made with the freshest ingredients.

The city of Machala is a city that in recent years has grown almost transcendental, has grown in infrastructure, commercial and financially. International companies have laid eyes on this city as it is in the process of growth.

This project is made based on a comprehensive study to show the needs of the people of the city of Machala and to intervene by creating a solution to the problem.

Key words: Food, Security, Restaurant, Children, preferences, balance.

INTRODUCCIÓN

El turismo en Ecuador se ha desarrollado de tal manera que se lo considera un importante sector productivo, debido a que es una de las principales fuentes de divisas y ha atraído a gran parte de las multinacionales a invertir en el país. El gobierno central se ha encargado de incentivar y promover el turismo en todas sus formas, el ministerio de turismo ha creado campañas publicitarias, una de estas es Ecuador potencia turística (MINTUR, 2013) donde se resaltan los atractivos naturales y patrimoniales del Ecuador además se trata de promover un servicio de calidad, una de las tareas que tiene el gobierno para el incremento de la inversión en turismo es la constante capacitación del talento humano.

Este proyecto busca implementar un restaurante familiar temático en la ciudad de Machala, el cual intenta satisfacer necesidades que no han sido cubiertas por la oferta gastronómica actual y superar las grandes falencias que existen en el servicio al cliente. El concepto del restaurante está dirigido a las familias con niños de 2 a 12 años, por lo tanto será diseñado con artículos y juegos infantiles además de shows en vivo.

Aparte del servicio de restaurant, se debe destacar que existirá un salón de eventos que estará equipado con amenidades y juegos que servirán para la ejecución de fiestas infantiles. Se creara un ambiente familiar que mantendrá la armonía entre los comensales.

CAPITULO I

1 Aspectos generales

1.1 Antecedentes

La Ciudad de Machala está ubicada al lado sur de Ecuador. Es la capital de la provincia de El Oro con una población de aproximadamente 600.659 habitantes en su área urbana, actualmente, es considerada también una de las ciudades más importantes en el sector comercial.

La mayoría de su población se dedica a actividades agrícolas, industrial y portuaria de tal forma se la reconoce a nivel internacional como la capital bananera del mundo.

Según Datos Proporcionados por la Dirección de educación de la ciudad de Machala, esta cuenta con los siguientes datos que servirán de guía para saber la amplitud de nuestro mercado.

Centros de educación inicial particulares	Centros de educación inicial fiscal
6	10

Tabla 1: Centros de educación

Fuente: Entrevista a estadísticas de Dirección de educación Machala (2013)

Escuelas particulares	Escuelas fiscales
33	90

Tabla 2: Centros de educación 2

Fuente: Entrevista a estadísticas Dirección de estudios Machala (2013)

Centros de educación especial

3

Tabla 3: Centros de educación 3

Fuente: Entrevista a estadísticas Dirección de Estudios Machala (2013)

Elaboración propia

Con respecto a datos estadísticos sobre la cantidad de personas según sexo y edad que habitan en la provincia de El Oro. Se presenta lo siguiente:

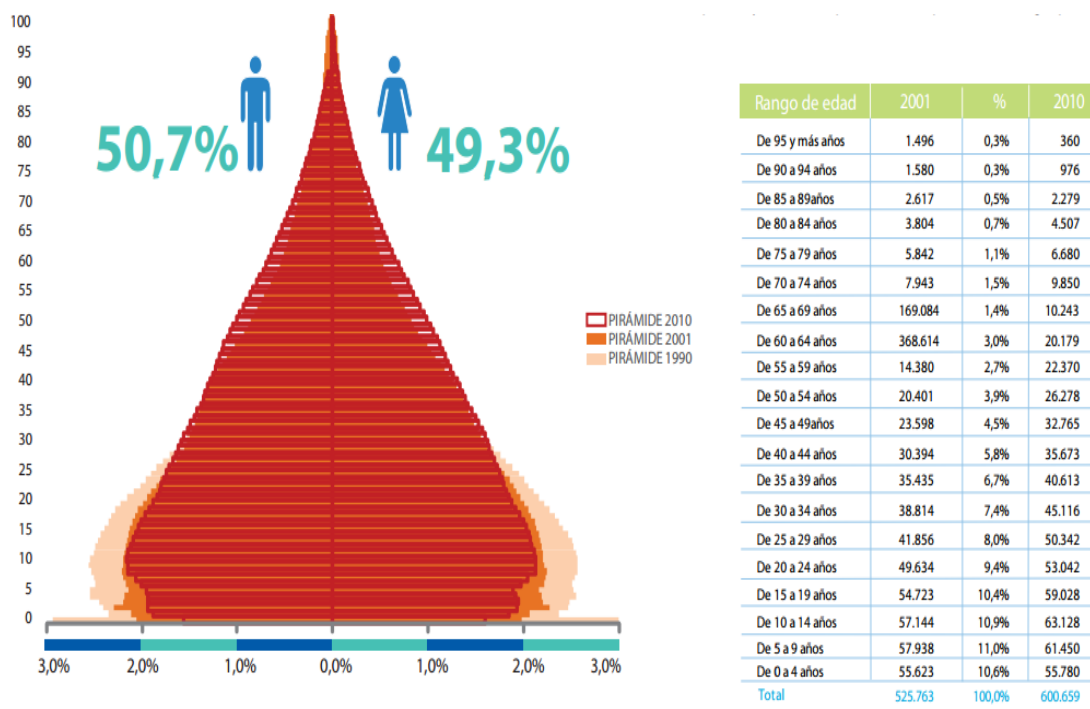


Gráfico 1: Porcentaje de edad

Fuente: Tomado de la pagina web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2010)

Como se puede apreciar en la tabla el 31% de la población de la provincia de El Oro está comprendida entre niños y adolescentes, lo cual es un porcentaje representativo frente al proyecto, que busca este nicho para satisfacer necesidades.

1.1.1 Franquicias internacionales en Ecuador

Según Ecu franquicias, Las primeras franquicias de restaurantes de comida rápida que llegaron a Ecuador son: Kentucky Fried Chicken (KFC) en 1975 Pizza Hut en 1982, Burguer King en 1986 y Mc Donalds en 1996 y Subway en el 2010, se localizaron en la ciudad de Guayaquil. Después se extendieron a otras ciudades como Quito.

A Machala llego hace cuatro años KFC teniendo actualmente dos locales. Y dentro de poco tiempo tendrá la apertura de Mc Donald para el 2014.

1.1.2 Historia de la restauración

Según (Wayne. (2003).La Restauración se ha venido transformando a medida que pasa el tiempo, diferentes culturas han venido cambiando el concepto, trayendo consigo tendencias nuevas dirigidas a un grupo de mercado más sofisticado.

Las Tabernas como antes se llamaban a los que hoy en día se los conoce como Restaurante; éstas ya existían 1700 A.C Dichas tabernas tenían un menú limitado, sin embargo eran más conocidos por vender bebidas alcohólicas más que comida.

En Paris en 1765 se fundó el primer restaurante como tal el mismo que fue creado por Monsieur Boulanger llamado “Champs d Oiseau“el cual tenía una inscripción en la puerta que decía: “Venite ad me omnes qui stomacho laboratoratis et ego restaurabos vos” que significa: venid a mi todos aquellos cuyis estomagos clamen

angustiads que yo los restaurare”. Por eso es que esta industria es conocida como la RESTAURACION.

Ya en 1794 dicho concepto fue llevado a Estados Unidos, desde Francia por Jean Baptiste Gilbert Paypalt Fundando el restaurant Juliens Restorator en el cual ofrecía ciertos platos franceses y es así como influyo y llego la comida Francesa a América.

De allí en adelante se han venido creando muchos restaurantes cada vez más lujosos y con un menú bastante variado; hasta los años 30s que se creó un nuevo estilo de restaurantes llamados “Temáticos” esto nace de la apertura de los fantasías pacific Seas estos tenían como temática la recreación de paraísos tropicales con chozas dentro del lugar dando pie a una nueva tendencia con lo que respecta a estilos de restaurantes. De tan creativo acontecimiento en adelante se fue extendiendo el concepto de restaurantes temáticos

En la época actual, el concepto de Restaurante ha ido transformándose y tomando formas distintas, el concepto cada vez es más llamativo, extrovertido, y diferente porque esta es la forma de llamar la atención de los clientes, que cada vez son más exigentes. Un ejemplo en cuanto a restaurantes temáticos según el tipo de comida, hacen ciertos tipos de platillos fusionando sabores como lo es la cocina peruana adaptada a Ecuador, introduciendo los ingredientes propios de Ecuador, otro ejemplo es el concepto de los restaurantes temáticos, lo que buscan es discernirse de los restaurantes comunes, haciendo uso de la decoración como un medio, para lograr ser únicos y diferentes del resto, diferenciándose también por el servicio que brindan. De allí a que cada uno tiene su toque personal se puede estar seguro, y cada uno busca

acaparar la atención de sus huéspedes de distintas formas, pero algo queda claro es que el que no innova e impone no tiene posibilidad alguna a crecer en el campo.

1.2 Planteamiento del problema

La desmejorada oferta en servicios gastronómicos es notable en la ciudad de Machala, debido a la dificultad para encontrar un establecimiento que cumpla las expectativas de los consumidores, en cuanto al producto y servicio de buena calidad. Esta problemática ha causado el excesivo incremento de precios en los pocos restaurantes que ofrecen un servicio de primera, por este motivo es necesaria la implementación de un restaurante temático que cubra la demanda actual, ofreciendo gastronomía y eventos en un ambiente familiar con personal amable que brinde un buen servicio.

1.3 Formulación de la hipótesis

¿En que beneficiaría la creación de un restaurante temático familiar que ofrezca un servicio de calidad en el aspecto gastronómico, y el desarrollo de eventos infantiles en la ciudad de Machala?.

- Se estima brindar servicio de alimentos y bebidas, planificación y acción de eventos infantiles.
- Se influenciará reunión familiar, disfrutar de comida y juegos de integración.

1.4 Justificación

La propuesta se va a llevar a cabo, para ayudar a satisfacer la demanda de padres de familia y niños de la ciudad de Machala que hoy en día no cuentan con un lugar exclusivo para ellos, y sobre todo un lugar en el cual puedan realizar sus fiestas infantiles y tengan "todo en uno" .Todo con respecto a comida, juegos y eventos en

un solo lugar, y de esta manera las madres podrán estar tranquilas en un lugar agradable y sobre todo en el cual sus hijos estén a gusto, y disfrutando de un buen momento.

En la ciudad de Machala existen varios restaurantes desde comida rápida como KFC hasta comida al grill pero asada con muchos condimentos es por ello, que la propuesta quiere enfocarse a algo nuevo como lo es restaurantes temáticos.

Muchas veces las personas asemejen “comida rápida” con “comida chatarra”; pero no siempre es así, ya que existe la comida rápida donde se sirven hamburguesas las cuales llevan pan, carne y vegetales y no siempre esto significa chatarra para el organismo. Siendo este el punto de partida para ofrecer servicio de comida, servido con rapidez, hasta servir alimentos con ingredientes sanos donde los niños a más de disfrutar su comida, se nutran de manera divertida con productos sanos como lo son las frutas y verduras de temporada. (Siempre Frescas).

¿De qué manera el proyecto aporta a la sociedad de la ciudad de Machala?

- Crear una fuente de trabajo, para la población
- Promover los lazos en familia
- Mejorar el estilo de vida de las personas
- Ofrecer productos gastronómicos y servicios de eventos

1.5 Objetivo general

Liderar el mercado Gastronómico de la ciudad de Machala, ofertando un restaurante temático familiar, que preste un servicio de calidad, satisfaciendo la demanda, determinada mediante una investigación de mercado y una adecuada capacitación del personal.

1.5.1 Objetivos específicos

1. Investigar la aceptación de un restaurante temático en la ciudad de Machala
2. Construir el proyecto del restaurante temático
3. Diseñar la propuesta alimentaria para ser ofrecida en el restaurante (Menú)
4. Desarrollar programas de entretenimiento infantiles (fiestas temáticas).

CAPITULO 2

2 Fundamentación de las teorías

2.1 Marco teórico

2.1.1 Teoría de la seguridad alimentaria

“Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana.”

Según FAO en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación, (1996) La seguridad alimentaria llega a ser una realidad cuando el individuo consume alimentos saludables que cumplan sus requerimientos diarios aun mas en la disponibilidad de los productos de alta necesidad, y sobre todo estos alimentos actúen como motor en las diferentes actividades diarias.

Por otro lado Según IICA, (2009)

En la seguridad alimentaria, hay presencia de ciertas circunstancias que facilitan a las personas tener acceso a una dieta saludable y balanceada que se ajuste a cada región o preferencia, de esta forma nos va a permitir vivir en armonía y rendir en nuestra vida cotidiana.

A continuación se plantean las 4 dimensiones de la seguridad alimentaria:

1. Recurso material de los alimentos.- Este representa la parte en la cual se oferta el producto para el comercio.
2. Recurso material y físico a los alimentos.- Muchas veces la producción de alimentos para el comercio no garantiza que ciertos hogares tengan acceso a ellos, ya que hay hogares que no tienen un sueldo digno, ni la oportunidad de comprar productos para una dieta adecuada y balanceada son los que carecen de este recurso.

3. Uso de los alimentos.- Para una buena seguridad alimentaria debemos tener en cuenta que nuestro cuerpo necesita alimentarse bien, dormir adecuado, conseguir una dieta acorde a las necesidades de cada persona entre otros factores, los alimentos deben ser bien aprovechados por el cuerpo.

4. La estabilidad en el tiempo de las tres dimensiones anteriores.- Hoy en día cierto nicho de personas no cuenta con una seguridad alimentaria adecuada ya que no tienen el acceso monetario para hacerlo, o por cuestiones climáticas no se tiene acceso a los alimentos. Por otro lado están los conflictos políticos o desastres naturales los cuales impiden el acceso adecuado a alimentos nutricionales para el desarrollo de las actividades del día a día.

Por otro lado Jorge Samaniego (s.f.). aporta lo siguiente

“Decimos que existe seguridad alimentaria cuando existe disponibilidad de alimentos, cuando estos alimentos son accesibles para un individuo y cuando las prácticas de consumo y utilización de esos alimentos son las adecuadas, el resultado es que existe seguridad alimentaria y nutricional y otra dimensión adicional es que estas tres condiciones existan de forma estable” (p.48).

Por las aseveraciones dichas anteriormente, se puede concluir que la seguridad alimentaria en el Ecuador depende de varios elementos tales como:

1. Elemento Monetario
2. Elemento climático
3. Disponibilidad
4. Elemento Físico

Dichos elementos pueden incidir en la correcta seguridad alimentaria, dado que en ausencia de uno de estos es casi imposible una dieta balanceada. En algunos casos como lo es el elemento monetario; en Ecuador se está tomando medidas correctivas mediante el ministerio pertinente y organismos internacionales tales como la UNESCO¹. Que contribuye con ayuda humanitaria para llegar a lugares donde realmente hay carencia de seguridad alimentaria como lo es África y la India.

¹ Organización de las Naciones Unidas para la ciencia, educación y cultura

De esta manera, aplicado al restaurante temático se pretende asegurar una correcta puesta en marcha de los procesos de la seguridad alimentaria tales como: estándares de calidad, almacenamiento de alimentos, manipulación, preparación, y finalmente un correcto servicio a la mesa que es lo que garantiza un huésped bien servido y bien atendido, por lo se obtendrá un huésped satisfecho el cual regresara en otra ocasión.

2.2 Teoría de la calidad

Según James, (1997). “Define a la calidad como adecuación para el uso. Juran considera que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio. Juran aplicó a la calidad dos significados diferentes: característica y ausencia de defectos. Manejar con eficacia estos tipos de calidad significa utilizar lo que ahora parece un concepto muy antiguo de su trilogía de la calidad planificación, control y mejora de la calidad. (Juran, 1986)”.

Según Garvín, (1984)

“Este autor desarrolló las ocho dimensiones de la calidad. Las cuales son: actuación, características, conformidad, fiabilidad, durabilidad, utilidad, estética y calidad percibida”.

Garvín también estableció las cinco bases de la calidad:

- Trascendencia
- Producto
- Usuario
- Fabricación
- Valor

En síntesis Juran y Garvín sostienen que la calidad hace alusión directa al Producto- Cliente calificando desde la óptica del servicio como la parte fundamental para llevar cabo la satisfacción plena del posible futuro cliente, creando un producto de buena calidad, con alimentos ricos en nutrientes, para satisfacer las necesidades nutricionales de los niños y de sus padres, agregando precios adecuados; pero

principalmente brindando un servicio impecable, haciéndoles sentir a los huéspedes como si estuvieran en casa. No obstante invitándoles a regresar. Para estudiar si tuvo o no trascendencia de la compra del producto y servicio entregado.

2.3 Calidad en el service

Según Carlos Colunga (s.f.) en su libro *Calidad En El Servicio* (p. 49) dice que: “Sin embargo, para que se pueda aplicar el proceso de la mejora del servicio en toda una organización, se requiere que todas las personas que trabajan en la misma alcancen el nivel de autocontrol o sea el: Poseer los conocimientos, las habilidades y las actitudes requeridas para prestar el servicio”.

A lo que hace alusión el autor, es que cada cliente interno como se lo conoce a nivel organizacional a todos sus colaboradores; para brindar un servicio de calidad se necesita de previos conocimientos en atención al cliente, el personal debe estar capacitado para crear un ambiente agradable y hacer sentir al huésped único, como una perla precioso dentro de una ostra la cual no debe ser perturbada por factores externos, y así lograr la satisfacción del mismo.

La calidad en el servicio debe ofrecerse tanto para satisfacción del cliente como para el personal. Desde la llegada del huésped al restaurante, dándole la bienvenida con una sonrisa cordial y amable, brindar platos con ingredientes frescos y de calidad lo cual causen impresión y deleiten el paladar de los comensales, hacer servicio secundario como preguntar si disfrutaron y tuvieron una buena experiencia con su comida, hasta el momento de despedir al huésped invitándolo a regresar. Este tipo de servicio genera que le huésped esté dispuesto a regresar para volver a vivir de la experiencia de comida deliciosa servida por gente amable.

2.4 Manipulación de alimentos

Según el Ministerio de salud pública (2002) en el Reglamento de Buenas prácticas para alimentos procesados (art. 2) menciona lo siguiente:

Para Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de

garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

El Ministerio De Salud Pública lo que busca es controlar a los entes fabricantes, productores de alimentos que desarrollen técnicas y sistemas de manipulación, cocción, sellado y envasado bajo estrictos estándares de higiene, para que de esta manera no haya contaminación y las personas que consuman sus alimentos no estén en riegos de enfermar a causa de algún tipo de intoxicación por alimentos mal preparados. Por otro lado si no se cumple con la norma dispuesta por el Ministerio, este puede llegar hasta el punto de clausurar el local en el mayor de los casos.

2.5 Mejoramiento continuo

Según La UNAD (s.f.) La mejora continua es, desde el punto de vista de la Organización, una declaración de intenciones en el sentido de estar comprometida con el incremento paulatino de la Calidad. Para lograr este incremento paulatino la Organización debe analizar los indicadores, los resultados de las auditorías, las incidencias y sugerencias de cualquier tipo y, en fin, cualquier información que le permita determinar aquellos aspectos menos favorables (determinar dónde están los problemas de Calidad), estudiar sus causas y tomar medidas para mejorar en el próximo análisis.

Es así, que se llega a la conclusión que para obtener calidad tanto en lo productos que se ofrecerá, como en el servicio, el mejoramiento continuo es parte fundamental, debido a que gracias a ello el personal que es la base principal de toda organización, estarán en condiciones de: solucionar problemas, evitar repetir los mismos errores que se hayan hecho anteriormente, y mejorar tanto en el aspecto personal, como en el trato a los clientes; obteniendo así resultados inmediatos.

2.6 Marco referencial

Este trabajo se lo realizo gracias a una exhaustiva investigación dentro de la ciudad de Machala, a nivel nacional, y contando con criterios internacionales .Que aportan de una u otra forma para cimentar los conocimientos estudiados.

En cuanto a Restaurantes la ciudad hoy en día cuenta con una infinidad de estos, también podemos encontrar locales de comida rápida y carretas. Los cuales tienen cada día más acogida tanto de personas que viven en la ciudad, como de turistas, Dichos restaurantes han ido creciendo en forma progresiva debido a los grandes cambios que se han venido presentando hoy en día, gracias al gran trabajo del actual alcalde; la regeneración urbana y embellecimiento de la ciudad ayudan a que haya más afluencia de personas y así futuros clientes. No obstante las franquicias internacionales han situado ya sus cadenas, tal es el caso que actualmente en Machala hay dos locales de Kentucky Fried Chicken, la pronta apertura de McDonald para el 2014 en Oro plaza que es un nuevo centro comercial próximo a abrirse, Sports Planet Algunos datos estadísticos sobre la situación económica de la ciudad de Machala

Según el censo de INEC 2010 arroja los siguientes resultados con respecto al sector económico.

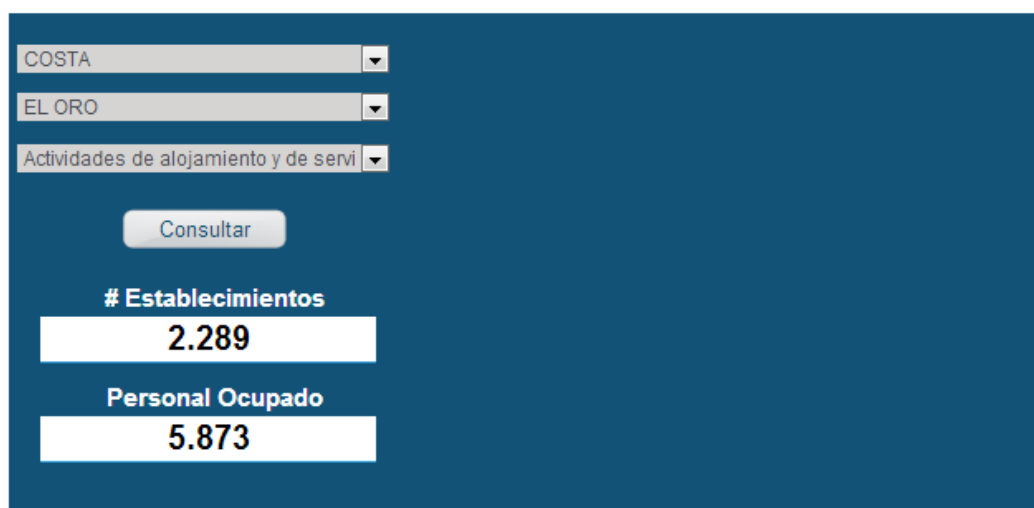


Gráfico N. 2: Resultado censo económico

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos, (Año 2010)

Hay 2.289 establecimientos comerciales en la provincia de EL Oro, y 5.873 de personas ocupadas. Lo cual Machala se convierte en una de las ciudades rentables para invertir.

La oferta gastronómica de asados es variada existen restaurantes con años de experiencia como lo es El Mesón Hispano que también ofrece mariscos en su menú, Como también locales de comida al paso como lo es; las parrillas que se encuentran situadas en la Av. Las Palmeras al lado del Estadio 9 de Mayo, que cuentan con gran demanda por parte de los Machaleños y turistas; ya que ofrecen asados con arroz y menestra un tradicional plato que se sirve desde hace mucho tiempo atrás.

Dentro de la oferta gastronómica de Mariscos, El puerto Bolívar a 10 minutos de la ciudad cuenta con una gran y variada oferta, dentro de la calle principal al frente del malecón.

2.7 Marco conceptual

Comienzos de la Restauración:

Según Andrews (s.f.).

Califica a un restaurante o restorán como un establecimiento comercial, en el mayor de los casos, público donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina.

Sudhir Andrews expone que dentro de los Tipos De Establecimientos y Formas De Restauración tenemos:

- Restaurante buffet. Es posible que la misma persona pueda ir escogiendo de una gran variedad de platos cocinados . Surgido en los años 70's, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona.
- Restaurante de comida rápida (*fast food*). Estos son Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, pollo, entre otros.
- Restaurantes de alta cocina (*gourmet*). Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "*a la carta*" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen *mozos* o *camareros*, dirigidos por un *Maitre*. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.
- Restaurantes temáticos. Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina colombiana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros.
- Comida para llevar (*take away*). Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición.

2.7.1 Restaurantes temáticos

Según en el libro de Servicio Básico De Alimentos Y Bebidas Y Tareas De Post Servicio En el Restaurante redactado por Editorial Vértice (2009). Sostiene que “Entre muchas clasificaciones, cuando se trata de la cocina como criterio de restaurante comenta sobre “Restaurantes Temáticos”. Que hoy en día se los conoce como el tipo de establecimiento que recoge varios elementos como: (decoración, oferta gastronómica, espectáculos, animación entre otros). Giran alrededor de un determinado tema. Así podemos mencionar los restaurantes medievales, restaurantes de terror, restaurantes animados entre otros”.

2.7.2 Los alimentos

Según el libro que impulso el Ministerio De Educación de España, Alimentación Sana- Guía Para Padres (2007) (pag. 12) dice que: “Un alimento es cualquier sustancia que, por sus características, aplicación y o preparación, sirven para la nutrición humana normal”.

2.7.3 Niños, gustos, y preferencias

Según el grupo Molinare en su libro Marketing y Niños (2008) pág. (28) “Los niños de hoy en día disponen de más dinero para gastar que antes, porque han crecido el número de personas que contribuyen a incrementar el presupuesto familiar. “

Prácticamente desde los dos años, los niños empiezan a manifestar preferencias por determinados consumos que se producen en el ámbito familiar. Esto ira modificándose conforme el niño vaya creciendo.

De esta forma podemos acotar que los niños de hoy en día, ya no son los mismos que la generación pasada, ya que cada vez son más activos e inteligentes los mismos son los futuros clientes de un negocio, debido a la influencia que tienen sobre los padres, y a que estos en la mayoría de los casos atienden a sus pedidos, logrando complacerlos. Esto hace que ellos se conviertan en un nicho de mercado muy atractivo por las empresas de juguetes, tecnología y restauración.

Jesús Jarque García en su libro: Alimentación Infantil dice lo siguiente:

“El exceso de comida rápida y la carencia de ejercicio son graves amenazas sanitarias para los niños de hoy pero, como sabe cualquier padre, resulta muy difícil fomentar una nutrición adecuada y un estilo de vida activo”. (García, 2012)

2.7.4 Comer sano puede ser divertido

“Algunas personas piensan que una dieta saludable es aburrida y que carece de sabores agradables. Una razón por la que las personas piensan así es porque la mayoría de los anuncios publicitarios promueven alimentos con un alto contenido en calorías, grasas o azúcar, y sólo un pequeño porcentaje de la publicidad de alimentos se hace para las frutas, verduras, semillas y frijoles. Por lo tanto si hubiese más educación nutricional, más y más personas encontrarían la alimentación saludable agradable y sabrosa”. (Salud Bio, 2010).

En todo caso los niños cuando son pequeños pueden comer absolutamente de todo, ya que su cuerpo lo asimila; pueden comer desde hamburguesas hasta pizza ya que esto es lo que más les gusta, esto debe permitirse siempre y cuando los padres hagan que el niño se ejercite. De manera que el ejercicio les ayude a mantenerse en forma. Los padres deben llevarlos al parque al menos media hora diaria, donde los pequeños puedan jugar, saltar, correr etc., ya que eso les va ayudar a no llevar una vida de sedentarismo ya que de ahí radica todo mal. Si un niño es sedentario puede llegar a sufrir de obesidad y muchas enfermedades que esta acarrea consigo. Por eso

se recomienda que al niño haya que acostumbrarlo a una vida activa, de allí que puede comer con mesura de todo.

2.8 Marco legal

Dentro del ámbito legal, para la creación de una empresa de índole turística como lo es un restaurante; está, es precedida por varias entidades públicas como lo son: Superintendencia de Compañías, Ministerio de Salud pública, servicio de rentas Internas y el ministerio de Turismo.

Dentro de las regularizaciones se procederá a lo siguiente:

Actualmente ya no se debe inscribir la compañía a la cámara de comercio ya que por decreto de estado, esta solo podrá inscribirse si así lo deseara, sin embargo no está en la obligación de hacerlo.

Según la ley de compañías, (1999).

En el siguiente artículo nos detalla lo que las compañías están obligadas a hacer, ya que si no cumplen con las disposiciones se tendrá que someter a procesos legales. Uno de los principales puntos es la declaración del Impuesto Al Valor Agregado o conocido en sus siglas como: IVA lo cual debe ser pagado por el consumidor final al adquirir un bien o servicio prestado por la empresa.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley.

- La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y, los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

Las leyes anteriormente citadas hacen alusión en primera instancia, a las obligaciones que tienen las empresas privadas que se hayan creado dentro del territorio Ecuatoriano a enviar cada cierto tiempo a la Superintendencia de Compañías, documentos en los cuales se debe reflejar las utilidades que tengan las empresas, para su posterior revisión. Así también se debe enviar las nominas de sus colaboradores, los cuales representen ante la ley, la responsabilidad absoluta sobre las entidades a la cual pertenecen, para tener control al momento de alguna sanción por parte de la Superintendencia de Compañías.

Dentro de las regulaciones del SRI tenemos:

La empresa, deberá hacer sus declaraciones del Impuesto Al Valor Agregado, también conocido en sus siglas IVA. Este pago se deberá hacer de forma mensual o semestralmente, seguido de esto, una vez al año deberá pagar el Impuesto a la Renta en los plazos establecidos por la Ley, tener en un lugar visible de todos, toda la documentación vigente para su funcionamiento, estos deberán ser actualizados anualmente. Posterior a aquello es de carácter ineludible facturar todas las ventas que realice el negocio, y totalmente obligatorio llevar la contabilidad de la misma de forma ordenada. (SRI, 2012)

Dentro de la Ley De Turismo, (2002) que debe regir en cuanto a restaurantes ya que son entidades turísticas tenemos que:

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a) Alojamiento

Servicios de hospedaje, siendo estos hoteles, hosterías entre otros

b) Servicio de alimentos y bebidas

Comprenden restaurantes, servicios de catering, bares, etc.

c) Transportación

Se refiere a transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y de alquiler

d) Operación

Agencias de viajes que provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento

e) La de intermediación

Agencia de servicios turísticos, organizadoras de eventos, congresos y convenciones, casinos, salas de juego, hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

El restaurant debe cumplir con las normas técnicas y legales cumpliendo con los reglamentos de ley antes expuestos

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades Turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Toda actividad comercial dedicada al turismo debe obtener, el registro de turismo y licencias anuales de funcionamiento, cumpliendo con las obligaciones de ley

En Efecto, para el ejercicio de empresas dedicadas a la producción y elaboración de alimentos y bebidas están vigentes las normas de calidad ISO2000, así como las de higiene y seguridad industrial.

En este artículo se clasificarán a la empresas, de acuerdo a la categoría a la que pertenecen.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. De acuerdo al artículo #5 mencionado anteriormente, en el cual se debe hacer la clasificación de acuerdo a las actividades a la cual se va a dedicar. Este articulo muestra que la suscripción se debe hacer en el Ministerio de Turismo sin otro particular.

La inscripción del restaurant se debe hacer una sola vez en el Ministerio de Turismo, registrando la actividad a las que nos estamos dedicando de acuerdo a su clasificación.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b) Dar publicidad a su categoría; c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento; d)

Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e). No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

El Ministerio de Turismo otorgara la licencia de funcionamiento solo serán anuales como contempla la ley.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

- Este artículo hace alusión a las comunas, las cuales se organizan para brindar sus casas como alojamiento; para turistas nacionales y extranjeros, otra de las actividades que realizan es brindar servicio de guía turística, entre otras actividades que desarrollan para bien de la comuna y de sus familias.

Actualmente, organizaciones protectoras del medio ambiente, junto con el Ministerio de Turismo, buscan concientizar a las personas para hacer actividades de turismo sostenible, preocupándonos de las áreas verdes, comprometiéndonos con el medio ambiente sin maltratar senderos, y lugares turísticos para que estos perduren en el tiempo. Esto se lo considera Ecoturismo.

CAPITULO 3

3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1 Metodología de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

Para la investigación del proyecto se ha decidido realizar el método descriptivo, debido a que permite explorar relaciones en grupos de datos. Estos son estudios de desarrollo evolutivos de encuesta, de casos y observaciones, y se recogen y analizan información con fines exploratorios y constituyen aportación a futuros estudios correlacionales, predictivos o de corte experimental. (METODOLOGIAS y METODOS, S.F.).

El acoplamiento a la problemática existente afianza este tipo de investigación, puesto que no existe información real, que detalle demográficamente los gustos y preferencias de una población.

De esta forma se realizarán los análisis descriptivos de cada uno de los fenómenos del universo poblacional.

3.1.2 Enfoque para investigación

La investigación se realizará con un enfoque cuantitativo, puesto que permite realizar un análisis numérico, el cual será clave para desarrollo investigativo.

Este método utiliza herramientas estadísticas, las cuales ayudan al entendimiento colectivo con tabulación de datos y finalmente con ilustraciones, de modo que se establecerán comportamientos poblacionales, así como datos demográficos y preferenciales mediante la medición numérica.

3.1.3 Técnica de Investigación

Para la investigación del proyecto se empleará la investigación de campo, el cual tendrá desarrollo en la ciudad de Machala, donde se realizará un estudio de mercado a base de encuestas y observaciones que ayudaran a recopilar información detallada de todos los aspectos peculiares que existen en el medio, para saber gustos preferencias, y datos demográficos de la población.

Para complementar el estudio de mercado, se utilizará una investigación documental, la cual se basa en información existente en portales web, revistas, libros, artículos y entre otras fuentes fidedignas de información.

3.2 Estudio de mercado

En el siguiente trabajo, se procederá a hacer una investigación previa de mercado en la Ciudad de Machala, para tener en cuenta cual es la realidad a la cual se debe enfrentar la empresa, y cuáles serían las posibles ventajas frente a otras empresas similares. De esta manera servirá de guía para tomar decisiones y correctivos necesarios.

Otro punto importante es la recopilación de datos, gracias al modelo de encuesta que se realizara, así se puede identificar las necesidades, gustos, y preferencias de las personas de la ciudad de Machala. Así poder brindar mejores productos y servicios atendiendo siempre a lo que demandan en esta región.

Se hará uso del enfoque cuantitativo, de esta manera mostrar por medio de porcentajes los resultados obtenidos.

3.2.1 Objetivo general

Reconocer la necesidad de un restaurante temático familiar con servicios de calidad que satisfaga las necesidades gastronómicas en la ciudad de Machala

Criterios de selección

1. Residentes en la ciudad de Machala

2. Adultos de ambos sexos
3. Edades comprendidas entre 20 a 65 años

3.2.2 Tamaño de la muestra

Para conocer el tamaño de la muestra, se ha escogido la población de la ciudad de Machala, de clase media y alta. Este es nuestro universo.

Según el Instituto de Estadísticas y Censos (2010) de la provincia de El Oro .La población total de El Oro es 600.659 personas entre hombres y mujeres, del cual el 30% de la población comprende a niños de entre 0 a 14 años de edad. Siendo este nuestro nicho escogido y estudiar. De esta forma se empleara la siguiente fórmula para determinar a cuantas personas se deberá realizar la encuesta.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{i^2(N - 1) + Z^2 P \cdot Q}$$

n= tamaño de la muestra

Z^2 = nivel de confianza

P = probabilidad de que el evento ocurra

Q= probabilidad de que el evento no ocurra

i^2 = error permitido

$(N - 1)$ = factor de corrección por finitud

N = Tamaño de la población

Siendo n la variable a buscar:

n= i

Z^2 = 96% =1.96

$$P = 0,50$$

$$Q = 0,50$$

$$i^2 = 10\% = 0.1$$

$(N - 1)$ = factor de corrección por finitud

$$N = 600.659$$

De esta forma para obtener la muestra

Se ha considerado un margen de error del 10%, el nivel de confianza es del 96%, ya que este es el recomendado para investigaciones de mercado, la probabilidad de que un evento ocurra, así mismo como el que no ocurra es del 50%.

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{i^2(N - 1) + Z^2 P \cdot Q}$$

$$3,8416$$

$$60065,8$$

$$(1,96)^2 \cdot (600.659) \cdot (0,7)(0,3)$$

$$n = \frac{0,01 (600.659 - 1) + (1,96)^2(0,7) \cdot (0,3)}{}$$

$$n = \frac{484573,239024}{1262,188536}$$

$n = 384$ esta es la cantidad de encuestas que se deben realizar.

3.2.3 Análisis de las encuestas

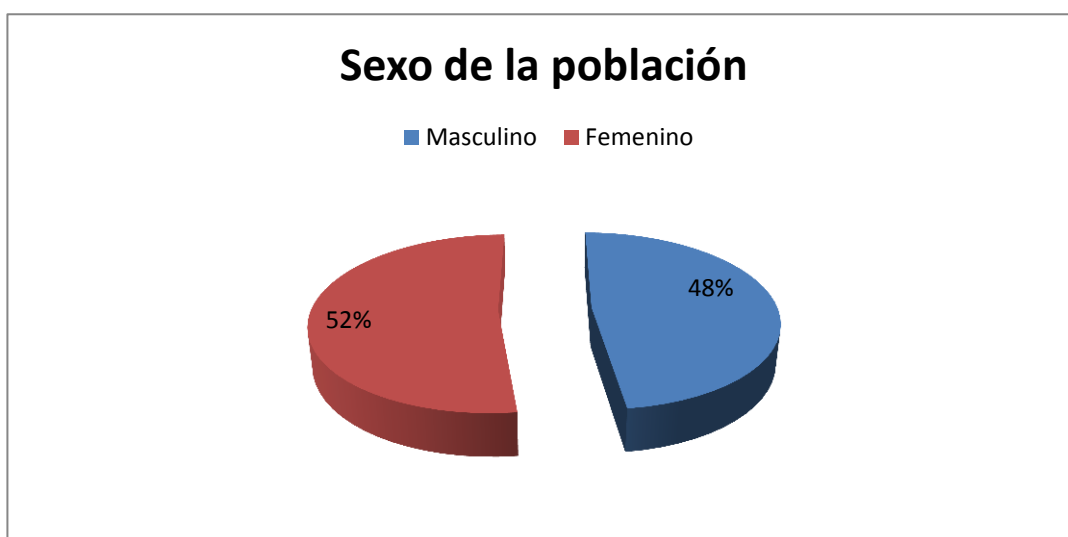


Gráfico 3: Sexo de la población

Fuente: Elaboración propia

El gráfico muestra que el sexo de la población encuestada corresponde un 52 % a mujeres y el 48% a hombres, imperando el sexo femenino.

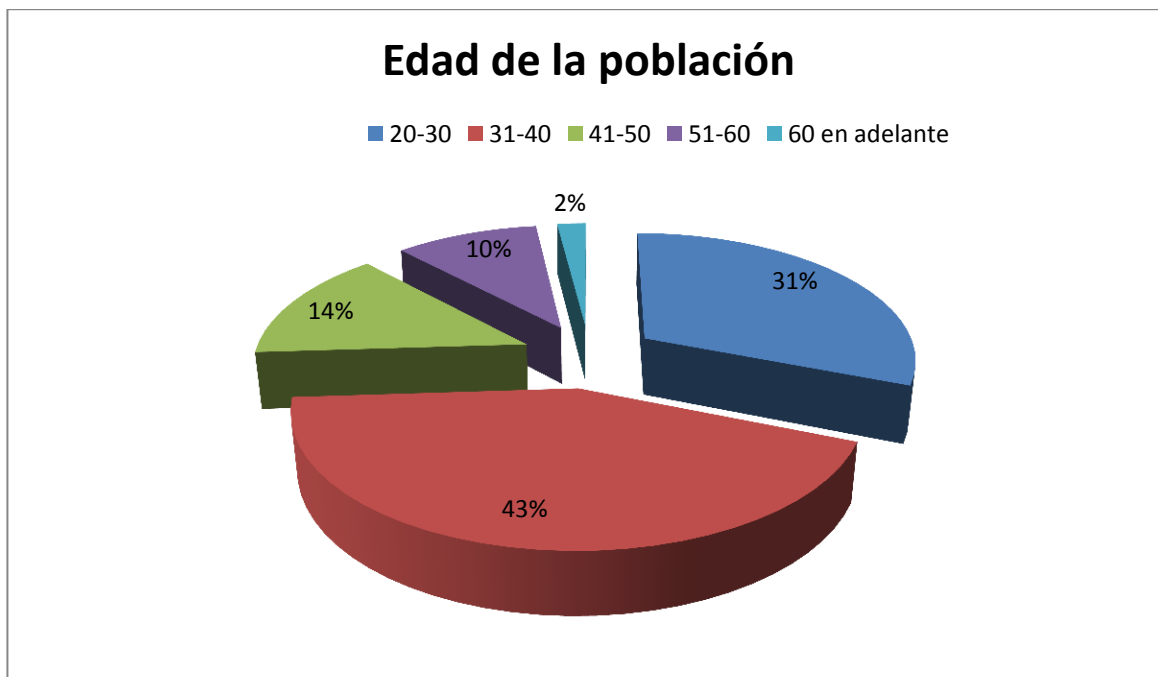


Gráfico 4: Edad de la población

Elaborado por: Mónica Macas

El Gráfico muestra que la edad de la población se divide en rangos de 20 a 30 años con 31%; de 31 a 40 años con 43%; de 41 a 50 años con 14% ; de 51 a 60 años con un 10% y finalmente de 60 años en adelante con un 2%, nos indica que existe una población muy joven en la ciudad.

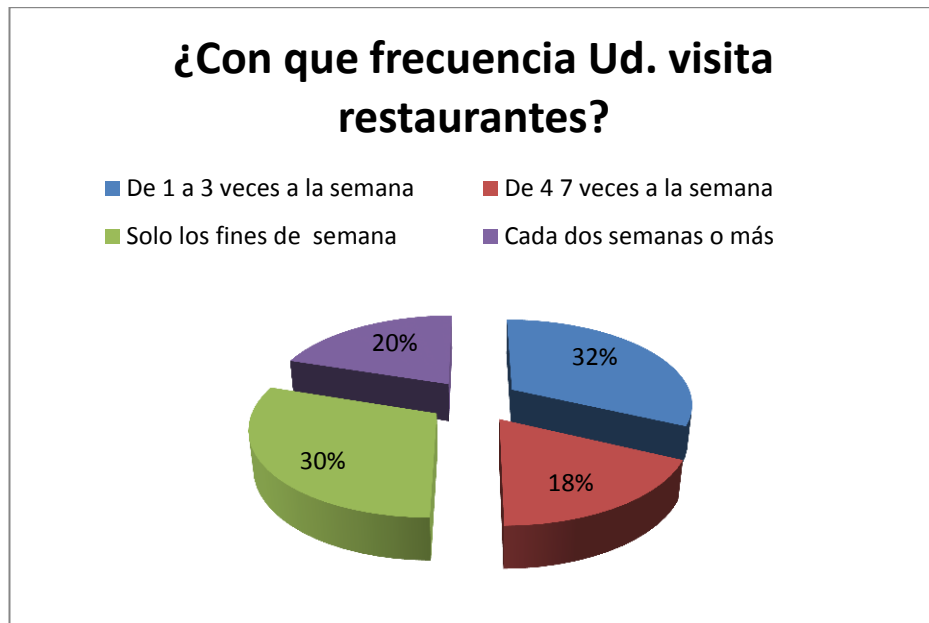


Gráfico 5: Frecuencia de visita

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra las cantidad de veces que la población encuestada visita restaurantes lo que afirma que un 32% visita restaurantes 1 o 3 veces por semana; otro 18% dice que lo hace 4 o 7 veces por semana; el 30% dice que solo los fines de semana lo hace y un 20% visita restaurantes cada 2 semanas, en la ciudad de Machala existe una efectividad de visita de un 33% por semana de acuerdo a los estudios es un porcentaje en crecimiento.

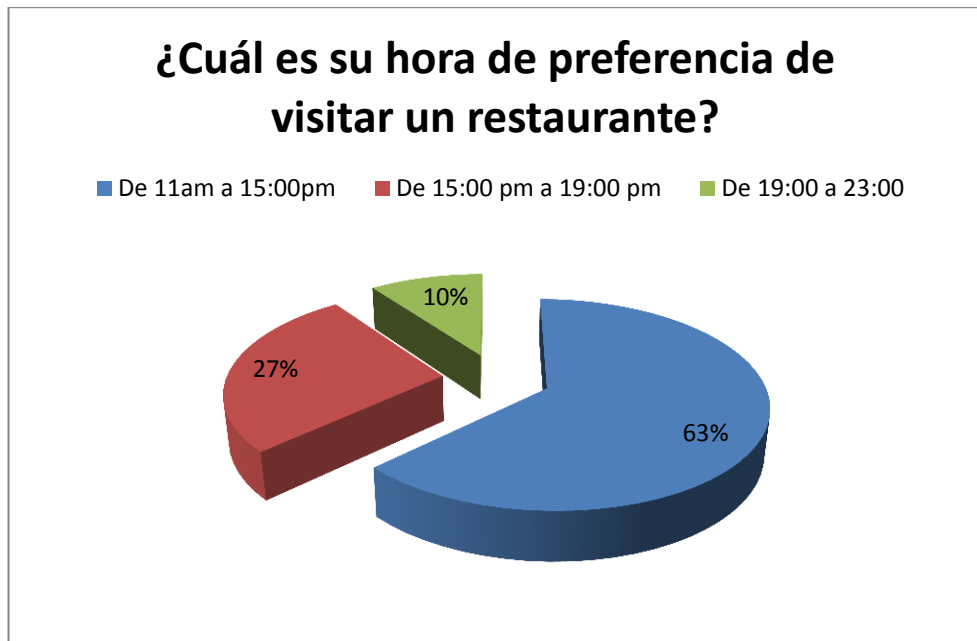


Gráfico 6: Hora de preferencia de visita a un restaurante

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra la preferencia de horarios de visita a restaurantes y los resultados dicen que un 63 % lo hace de 11 de la mañana hasta las 3 de la tarde, otro 27% lo hace desde las 3 de la tarde hasta las 7 de la noche y finalmente un 10% lo hacen desde las 7 hasta las 11 de la noche, la hora de almuerzo sigue siendo el momento preferido de visita a un restaurante en la ciudad.

¿Qué tipo de restaurantes frecuenta a menudo?

■ Bar - Restaurante ■ Temático ■ Formal ■ Casual

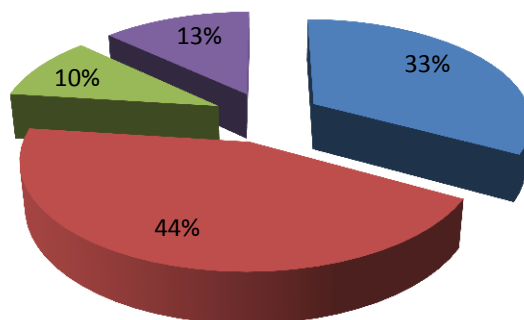


Gráfico 7: Tipo de restaurantes

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra la preferencia de acuerdo al tipo de restaurant de la población encuestada, lo cual dice que un 33% frecuente bares-restaurantes, otro 44% afirma frecuentar restaurantes temáticos, el 10 % frecuente restaurantes casuales y el 13% restaurantes formales.

¿Qué tipo de comida acostumbra a comer?

■ Vegetariano ■ comida típica ■ comida rápida. ■ otros

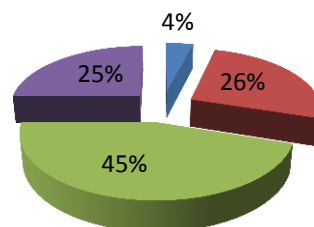


Gráfico 8: Tipo de comida

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra la preferencia de acuerdo al tipo de comida de la población encuestada, lo cual dice que un 9% gusta de comida vegetariana, otro 26% afirma que le gusta la comida típica, el 45 % gusta de comida rápida y el 25% de comida especializada.



Gráfico 9: Disponibilidad de dinero

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra la disponibilidad de la población encuestada a pagar de acuerdo al precio de la comida, lo cual dice que un 30% pagaría entre 3 a 5 dólares, otro 40% pagaría entre 5 y 8 dólares, el 20 % pagaría entre 8 y 12 dólares y el 10% pagaría 12 dólares o más. El precio que mayor porcentaje tiene es el rango de 8 a 12 dólares lo cual es favorable debido a que dentro de ese rango se pretende manejar los precios de los diferentes platos, nos indica que las personas están dispuestas a pagar un mejor precio por una mejor calidad

¿Al momento de visitar un restaurante, que es lo primero que toma en cuenta? Elija 1 o más...

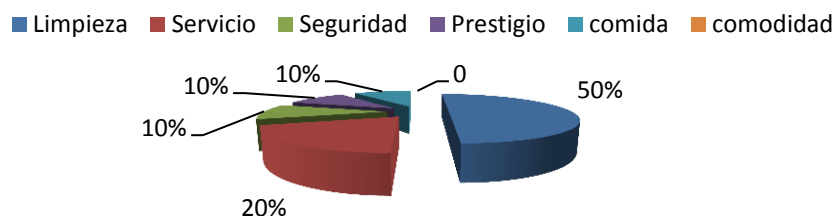


Gráfico 10: Al momento de visitar un restaurante

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra las preferencias de la población encuestada a pagar de acuerdo variables establecidas, la limpieza fue la más elegida por la muestra con un 50 % seguido del servicio con 20%, y finalmente la seguridad, prestigio y comida con 10%. . De tal forma nos indica que se debe cuidar la higiene ya que el huésped al momento de visitar un restaurante es lo primordial que se fija.

¿Al momento de consumir el plato de su elección, que es lo primero que toma en cuenta?

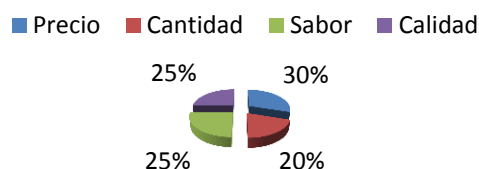


Gráfico 11: Plato De Su Eleccion

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra las preferencias de la población encuestada a pagar al momento de consumir un platillo, el precio fue el más elegido por la muestra con un 30 % seguido de la cantidad con 20%, y finalmente la calidad y sabor comparten un 25% cada uno. Al momento de poner un precio este deberá estar basado en la cantidad y los costes que resulta hacer tal platillo, también tiene que ver la competencia y el margen de ganancia que se ponga, siendo una preferencia la imagen y el precio más que la cantidad de nuestro productos ofrecer

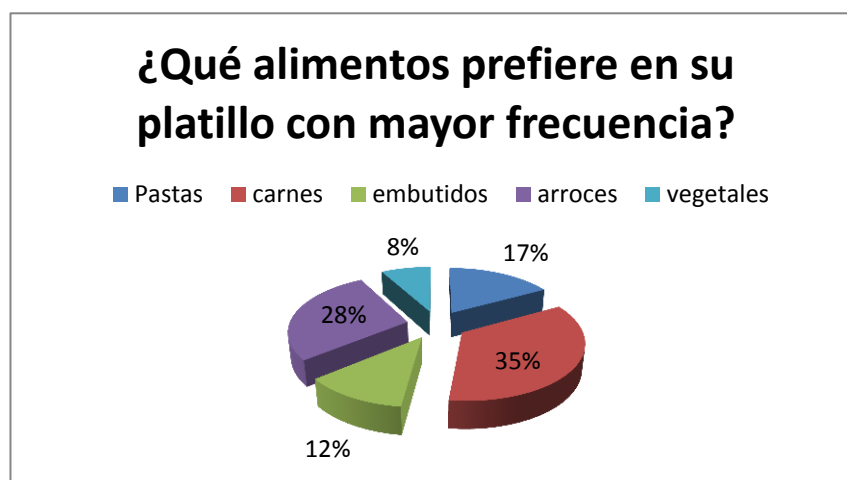


Gráfico 12: Alimentos dentro de su platillo

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra las preferencias alimentarias de la población encuestada, la carne fue la más elegida por la muestra con un 35 % seguido el arroz con 28%, luego están las pastas con 17%, seguido de embutidos con 12% y finalmente los vegetales con 8%.

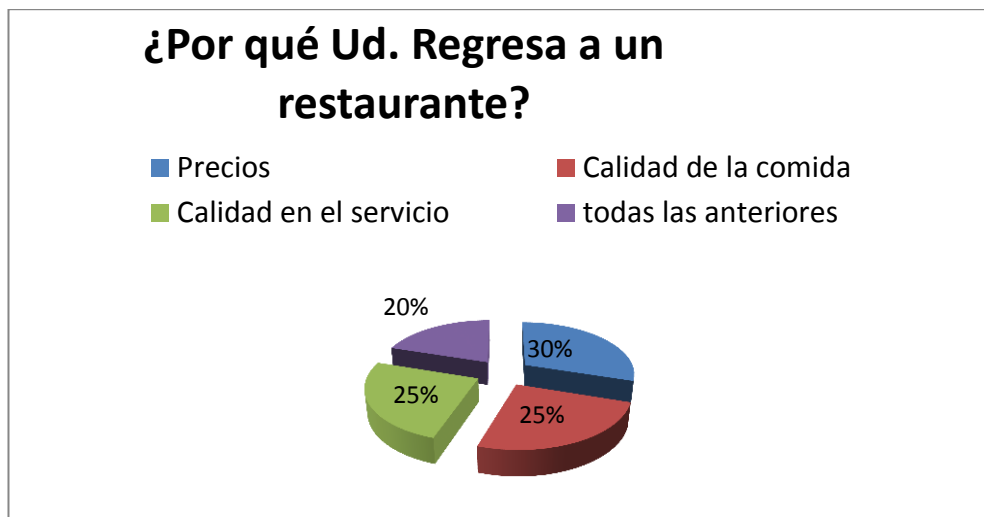


Gráfico 13: Motivo de regreso al mismo restaurante

Fuente: Elaboración propia

El Gráfico muestra la retroalimentación del servicio de población encuestada, la calidad en la comida y servicio fueron las más elegidas por la muestra con un 25 % cada una seguido los precios con 30% y finalmente todas las anteriores con un 20%.

3.2.4 Conclusiones de la encuesta

Los resultados que arrojaron las encuestas son muy positivos, luego de la tabulación y el análisis, se pudo conocer las preferencias de la población, con respecto al tipo de restaurantes que aprecian y el tipo de comida preferida tales como: comida rápida teniendo el mayor porcentaje, frente a las otras opciones. Lo cual la rapidez y el tiempo, son factores importantes para lo cual eligieron esta opción.

Muestra también gran porcentaje de aceptación que tiene el restaurante temático frente a otras opciones como restaurantes formales o bar restaurantes.

CAPITULO 4

4 Proyecto para la creación de un restaurante temático en la ciudad de Machala enfocado en los niños y niñas, como nueva tendencia.

4.1 Descripción de la empresa

El proyecto de negocio es la creación de un restaurante temático familiar enfocado en los niños y niñas de la ciudad de Machala. Dentro del cual se va a servir platos elaborados con productos autóctonos de la ciudad de Machala, frutas y vegetales de la estación; así como también carnes rojas y blancas de la más alta calidad del mercado interno local como lo es el cantón Balsas.

El proyecto pretende principalmente ofrecer alimentos y bebidas así también el desarrollo de eventos infantiles, tales como fiestas temáticas, y juegos familiares para fomentar la integración familiar. Ofrecer platos deliciosos, servidos por gente amable, bajo estándares de calidad de preparación de las recetas. Habrá menús que deleitaran el paladar de los más pequeños hasta platos a la carta para los adultos. La filosofía es “que todos queden satisfechos y regresen por más”.

Los precios van a ser módicos y habrá opciones de pago como lo son tarjetas de crédito, débito, efectivo, canjes y gift card o tarjetas de regalos por consumo.

Se atenderá en horario de martes a domingo desde las 10 am siendo esta la hora de apertura y desayunos, hasta las 11 pm siendo este el cierre del restaurante. Se abrirá en feriados y días festivos. Logrando acaparar las masas de visitantes turistas de las ciudades aledañas como lo son: Santa Rosa, Balsas, El Guabo, Piñas, Zaruma, Portobelo, entre otros cantones y ciudades vecinas.

4.1.1 Objetivos y políticas de la empresa

4.1.1.1 Objetivos

- Crear fuentes de trabajo
- Lograr posicionarnos como restaurante familiar
- Generar ingresos económicos
- Fomentar la integridad de la familia
- Ofrecer diversión y gastronomía deliciosa con las últimas tendencias de preparación
- Infraestructura adecuada para el buen desenvolvimiento de los colaboradores
- Establecer cordialidad en nuestros empleados para un buen servicio al cliente

4.2 Políticas

- Selección de personal de acuerdo al perfil que se solicite
- La jornada laboral será lo establecido por la ley²
- Los turnos y horarios serán rotativos, según sea la necesidad de la empresa
- Los uniformes serán los que facilite la empresa
- Los salario y beneficios del empleado serán lo establecido por la ley
- Se le afiliara al IESS desde el momento que entre a trabajar
- Habrá un periodo de prueba que será de 5 días a tiempo parcial

² Derecho laboral

- El ingreso a laborar es de 15 minutos antes

4.3 Segmento de mercado

El nicho de mercado será atraer el mercado de la niñez y adolescencia por ende, las familias de clase media- alta, las cuales tendrán un lugar para pasar a meno con los suyos, rodeados de un ambiente agradable.

4.4 Localización

El restaurante estará ubicado en el centro de la ciudad de Machala en las calles 25 de Junio y Av. 9 de Mayo frente al parque Juan Montalvo. Este parque es uno de los más importantes de la ciudad, debido a que en él está situada la Iglesia Catedral a la cual recurren mucho peregrinos los días domingos. Es un lugar excepcional y muy concurrido.

4.5 Nombre de la empresa

Se ha elegido el nombre de “Banana Restaurant & Kid’s Events” en relación a la ciudad de Machala ya que esta es urbe capital bananera de mundo, que es conocida tanto a nivel nacional como internacional. Y es la que nos va a representar tanto comercial como jurídicamente.

“Banana Restaurant & Kid’s Events” surgió como idea de negocio debido a la necesidad de crear un concepto diferente de Restaurante, tomando en cuenta que el nicho de mayor importancia van a ser los niños y las familias de la ciudad de Machala, dado que esta ciudad está en un importante crecimiento tanto en su infraestructura como en su desarrollo comercial.

El Oro está en el puesto N. 6 con el 4.6% de establecimientos comerciales con respecto al de otras ciudades según el INEC (Censo Económico 2010).

4.6 Logotipo y eslogan

El Logotipo que se ha diseñado va de acuerdo a la temática del restaurante con diseños de bananas y monos, pensado en la fruta de la ciudad como su sello.

4.7 Diseño de logotipo



Gráfico 14: Logotipo

Fuente: Elaboración propia, (Año: 2014)

4.8 Eslogan

“Comer sano y divertido nunca fue tan fácil “

4.9 Misión, vision y valores

4.9.1 Misión

Elaborar deliciosos platos a base de banana, otros frutos y productos autóctonos de la provincia de El Oro, para satisfacer el paladar de las familias creando un ambiente agradable y único, servido por personas amables.

4.9.2 Visión

Lograr posicionarnos como marca al ser el restaurante con más acogida en la ciudad, ofreciendo productos de calidad con el mejor servicio.

4.9.3 Valores

Los valores de la empresa van en relación con los proveedores, colaboradores y clientes siendo estos los factores más importantes para realización de las actividades que se llevaran a cabo para futuros resultados.

Responsabilidad: responsabilidad tanto de los proveedores como de cada uno de los colaboradores con la empresa: En sus actividades asignadas, respetando los horarios establecidos, toma de decisiones, entregas de pedidos y productos.

Compañerismo: El trabajo en equipo es parte fundamental para un buen desempeño dentro de la institución, de esta manera se construye confianza entre colaboradores, jefes y nuestros futuros clientes.

Respeto: Respeto al prójimo, a personas de alto rango, de jefes a empleado, a clientes y a nosotros mismos sin dejar de lado a nuestros proveedores.

Amabilidad: La amabilidad de todos los empleados es parte fundamental. Comida servida por gente amable, hará posible la confianza de nuestros posibles clientes.

4.10 Aspecto legal de la empresa

A continuación se menciona el tipo de compañía que se constituirá:

Compañía De Responsabilidad Anónima la cual necesita un mínimo de socios que pueden ser dos o más personas con un capital mínimo de \$800.

4.10.1 Permisos y trámites necesarios para el funcionamiento de una entidad privada

Pasos a seguir para constituir una compañía anónima

1. Reservar el nombre para la sociedad en la siguiente pagina web³:
<https://www.supercias.gov.ec/Web/privado/seguridad/htm/servicios%20personalizados.htm>
2. Abrir una cuenta de integración de capital, Capital mínimo \$800 dólares americanos, Carta de socios en la que se requiere la participación detallada de cada uno de ellos, se requiere mínimo de 2 socios.
3. Elaboración de los estatutos o contrato social. Este documento regirá a la sociedad, se lo realiza mediante una minuta firmada por un abogado.
4. Elevar a escritura pública la minuta de constitución
5. Posterior se debe ingresar a la Superintendencia De Compañías para su revisión y aprobación mediante resolución.
6. Publicación del extracto en un diario de circulación nacional.
7. Previo a esto se debe realizar el pago de la patente municipal
8. Obtener el R.U.C ⁴
9. Inscripción en el registro mercantil

4.10.2 Requisitos para registrar una empresa de restauración

- Sacar la Patente Municipal⁵
- Permisos De funcionamiento del local
- Permisos De Bomberos
- Permiso Sanitario (M.S.P)⁶

³ Súper Intendencia de Compañías

⁴ Registro único De Contribuyentes.

Ley de Régimen Municipal

⁶ Ministerio de salud publica

4.10.3 Requisitos para obtener permiso de funcionamiento del MSP

Acuerdo Ministerial 818

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes. Costos del permiso: (Descritos en el Ac. Ministerial No 818 del 19 de diciembre del 2008).

Creación del menú para desayunos

Descripción del desayuno para mami: espectacular batido de banano, acompañado de tostadas de pan y fruta, este combo puede variar el contenido; ya que puede cambiar el pan por galletas integrales o cereales. Vease Anexo N.15 sobre el costeo de la receta.

P.V.P: 3,50



Gráfico 15: Batido de banano

Fuente: Elaboración propia

Descripción del desayuno para papi: delicioso batido de banano, acompañado de cereales y fruta a su elección

P.V.P: \$3,50



Gráfico 16: Desayuno para mami

Fuente: Elaboración propia

Descripción del desayuno para pequeñines: exquisito cupcake de fruta a su elección, acompañado de chocolate o jugo de fruta a elección, se puede cambiar el cupcake por huevos perico o revueltos. Todos los desayunos vienen acompañados de una porción de pan.



Gráfico 17: Desayuno infantil

Fuente: Elaboración propia

Creación de un menú para cumpleaños:

Este puede ser menú de niños el cual incluye crepes acompañado de bebida a elección y un cupcake con la vela de cumpleaños.



Gráfico 18: Cupcakesito cumpleaños

Fuente: Elaboración propia

Platos a la carta

Crepes de pollo: tortilla de maíz, vegetales, pollo a la parrilla cortado en cubos, acompañado con aderezo feta. Lo puede pedir solo o con papas Brown (son papas ralladas al horno).



Gráfico 19: Crepes de pollo

Fuente: Elaboración propia

Descripción de espagueti de pollo: espectacular espagueti al dente, bañado con salsa de la casa, acompañado de pollo salteado y opción a vegetales.



Gráfico 20: Espagueti de pollo

Fuente: Elaboración propia

4.11 Descripción de operaciones

4.11.1 Organigrama

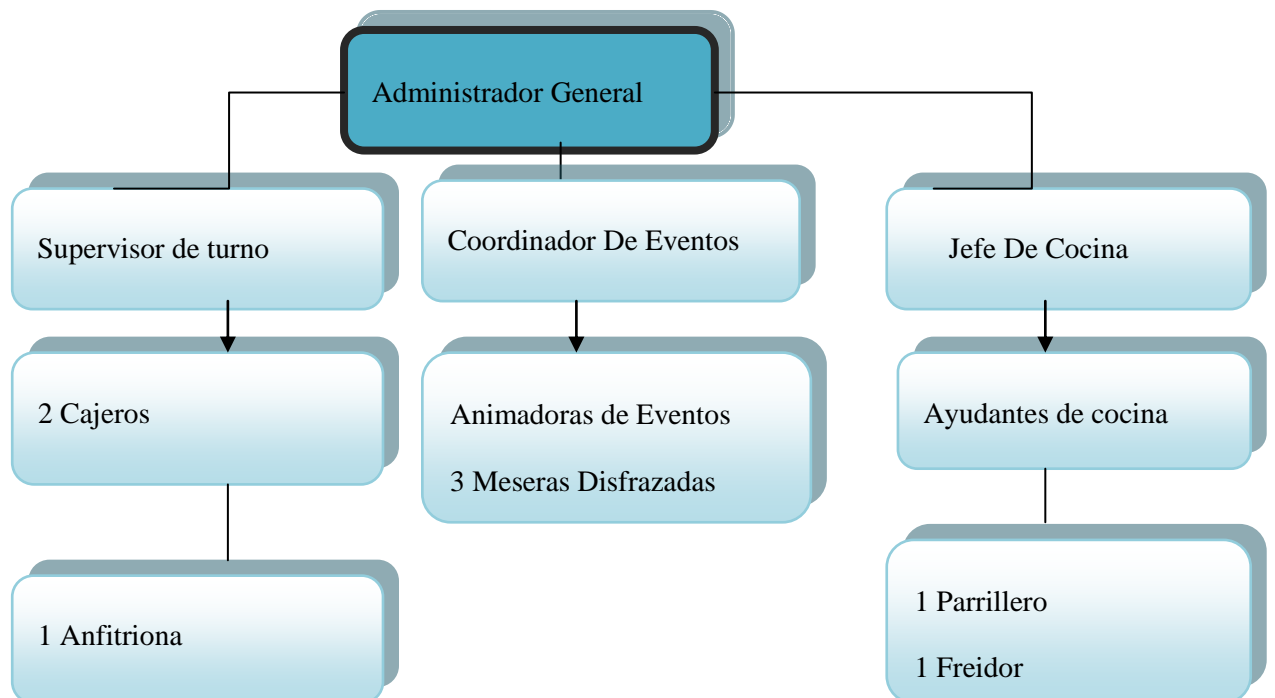


Gráfico N. 2 Organigrama organizacional

4.12 Personal

4.12.1 Funciones y perfiles del personal

Para la elaboración de exquisitos platos, se necesita de maquinaria especializada, debido a que estas no tendrían un buen funcionamiento, al no ser operadas por personal capacitado, y manteniendo los estándares de calidad.

Administrador

Perfil

Este cargo requiere profesionales con competencias desarrolladas para liderar, administrar, planificar organizar al personal, preparar los horarios de las supervisoras de turno, tomar decisiones rápidas, solucionar problemas, trabajar en equipo, pero sobre todo buen servicio al huésped.

Debe tener título universitario en área de hotelería y turismo o carreras afines, tener mínimo 2 años de experiencia en cargos similares.

Supervisor de turno

Perfil

El supervisor de turno tiene a cargo a los meseros que brindan el servicio. Desarrollando y orientándolos al trabajo en equipo. Este se encargara de la elaboración de los horarios la planificación y organización de los mismos, así como también tomar decisiones cuando el administrador se encuentre ausente.

Requiere encontrarse estudiando carreras a fin, haberse desempeñado en cargos similares mínimo 1 año.

Coordinador de eventos

Es el encargado de planificar, organizar y poner puesta a punto de las fiestas y eventos que se realicen en el salón de eventos del restaurante, como también de organizar a los meseros disfrazados y personal a cargo.

Necesita bachillerato y tener más de 18 años de edad, no necesita experiencia previa.

Jefe de cocina

El Jefe de cocina es la parte fundamental dentro de esta, ya que es el encargado de dirigir y organizar al personal del BOH o back of the house traducido al español como atrás de la casa, que son la cocina y áreas a fin.

El Jefe de cocina elaborara los horarios del personal a su cargo como lo son: los asistentes de cocina, parrilleros, freidor, pastelero.

Necesita tener conocimiento de manipulación de alimentos, elaboración de platos, estándares de platos, debe ser poli funcional y trabajar en equipo.

Ayudantes de cocina

El ayudante de cocina es el encargado de la preparación de platillos bajo instrucciones del jefe de cocina, trabajar en conjunto, se encarga de que los platos salgan como lo indica la receta de preparación.

Debe tener estudios secundarios, conocimiento de elaboración de recetas.

Parrillero

El parrillero es el encargado de asar las carnes y productos que sean al grill, trabajando bajo las instrucciones del jefe de cocina, trabajar bajo presión y en equipo.

Su instrucción, requiere del bachillerato y tener conocimiento en las temperaturas de cocción.

Perfil

Hombre de 19 a 30 años de edad

Pastelero

El pastelero es el encargado de elaborar los postres y tortas para los huéspedes y para los eventos infantiles. Debe tener conocimiento en preparación con fondant y otras técnicas de pastelería

Perfil

Entre 19 a 30 años, que se encuentre estudiando pastelería o carreras afines.

Freidor

El Freidor es el encargado de freír valga la redundancia, preparación de pastas, hacer su producción, trabajar bajo receta y supervisión del jefe de cocina, trabajar bajo presión y en equipo

Perfil

Tener bachillerato, mayor a 18 años de edad hasta 38 años

Cajeros

El cajero debe ser una persona honrada, honesta, puntual, poli funcional, capaz de trabajar bajo presión, tener conocimiento en arqueo de caja, facturas, y retención en la fuente.

Perfil

Cursar estudios superiores en Hotelería y turismo o carreras a fines, tener mínimo 1 año de experiencia, preferencia que sea mujer de 19 a 30 años de edad.

Anfitriona

La anfitriona en la carta de presentación del restaurante, ella deberá recibir al cliente con una sonrisa y dirigirlo a su mesa, entregar el menú a los integrantes, al final despedirlos e invitarlos a regresar.

Perfil

Mujer de 19 a 25 años de edad, buena presencia

Asistente de seguridad

El asistente de seguridad es el encargado de dar seguridad, tanto al restaurante y sus alrededores, como a los huéspedes, también debe estar pendiente de que no hayan conflictos tanto dentro y fuera de las instalaciones.

Perfil

Edad entre 28 a 40 años, tener conocimientos de seguridad, pertenecer a empresa de seguridad

Animadores de eventos

Es el encargado de realizar los juegos para los niños, hacer que estos se diviertan, ser persona proactiva, debe gustarle los niños.

Perfil

Estudios en parvulario, tener conocimiento del cuidado de niños, edad entre 18 y 27 años.

Meseras disfrazadas

Son los encargados de servir alimentos con bondad, de retirar objetos de las mesas y el piso, debe tener conocimiento en servicio al cliente, trabajar en equipo y ser polifuncional y versátil.

Perfil

Edad entre 18 a 25 años de sexo femenino, experiencia mínimo un año en cargos similares.

4.13 Políticas de calidad

Se desea brindar el mejor servicio, ofreciendo platos deliciosos, servidos por gente amable y hospitalaria. Para ello se implementará la dirección de las normas ISO 9001 y 2000 como requisito para cumplir las metas y objetivos establecidos para la mejora continua del restaurante. Por ende se ha trazado políticas de calidad que se puede mencionar a continuación.

Asegurar el aseo y la higiene total del restaurante, áreas comunes, y sobre todo al momento de la preparación de alimentos.

Esto se llevara a cabo, haciendo uso de los materiales y utensilios necesarios para la limpieza e higiene del local y de la preparación de los alimentos, se debe vigilar que estos tengan la manipulación correcta para así garantizar un producto final de calidad.

- Motivación, para el personal para que sean reconocidos por sus méritos y al final del mes sean reconocidos como el empleado del mes.

De esta manera brindar un servicio de excelencia, crear comunicación entre el huésped y el vendedor ante todo, ya que es el principio de un buen fin.

- Garantizar la preparación de platillos deliciosos para paladares exigentes

Escogiendo siempre los productos frescos de los proveedores que se crea conveniente, además de esto Se contara con un chef profesional en su rama, el cual tendrá la tarea de realizar deliciosos manjares con los productos que nos ofrece la provincia de El Oro, productos de la estación, para que cada platillo tenga ingredientes frescos y nutritivos, garantizando buena manipulación de estos para resultados óptimos.

- Brindar Post Servicio

Tomando fotos a los huéspedes y luego publicarlas en la cuenta oficial de las redes sociales como twitter, facebook e Instagram, para interactuar con ellos.

4.14 Teorías aplicadas al proyecto

4.14.1 Seguridad industrial

Se contara con un sistema de evacuación, puertas de escape con barras en caso de emergencia, una manguera de agua, extintores en varias zonas del local, cuadros de información del restaurante y del salón de eventos.

El plan de evacuación que lo debe presidir el gerente en caso de que este no se encuentre en una emergencia, la debe presidir cualquiera de los empleados, ya que todos los que conforman la empresa deben tener conocimiento sobre evacuación del personal en una emergencia o incendio, para esto ellos deben contar con capacitación necesaria en cuanto a seguridad industrial y primeros auxilios.

4.14.2 Sistema de seguridad

El sistema de seguridad será implementado para asegurar la estabilidad de huésped, que este no tenga inconvenientes con factores externos los cuales vayan a afectar su integridad y seguridad, para ellos se implementara cámaras de seguridad en lugares estratégicos, así como también se contara con el personal de seguridad necesario.

4.14.3 La manipulación de los alimentos

Aplicado a la empresa La manipulación de alimentos debe llevarse a cabo bajo estrictos estándares de calidad e higiene como la utilización de guantes para la manipulación y preparación de estos, para evitar la contaminación por parte del que manipula, por otro lado es una vía de protección para posibles quemaduras en las manos al momento de la cocción.

Para optimización de los alimentos se debe llevar a cabo lo siguiente:

El etiquetado, se hace con distintivos de papel las cuales contienen: nombre del producto, fecha de elaboración, fecha aproximada de duración, esto se lleva a cabo para prevenir posibles desperdicios y aprovechar al máximo el uso de los alimentos.

4.14.4Refrigerado

Todos los alimentos necesitan refrigeración, obviando los alimentos no perecibles. La refrigeración se lleva a cabo clasificando los productos de tal forma que no exista la contaminación cruzada, es decir, que los productos no tomen olores desagradables o se contaminen de líquidos ajenos al de su naturaleza.

Según el grupo vértice en su libro Dietética y Manipulación de alimentos (2011) dice que:

“La contaminación cruzada se produce cuando los contaminantes pasan de un alimento a otro, a través de alguna superficie no alimentaria (por ejemplo utensilios, o equipo de trabajo, a través de las manos de los portadores, etc).” Pag. 60.

Para tener un panorama más claro de la contaminación cruzada tenemos el ejemplo de que cuando se ponen en refrigeración carnes y legumbres, si estos no contienen un envasado adecuado dichos alimentos van a tomar olores extraños y puede que haya proliferación de bacterias. Como se ha mencionado anteriormente en manipulación de los alimentos los guantes son indispensables para que no haya contaminación de la persona al alimento por cortaduras.

4.14.5Calidad en el servicio aplicado a Banana Restaurant & Kids Events

La calidad en el servicio que brindaremos, es de total importancia, ya que este marcara la diferencia entre Banana Restaurant & Kids Events y otros restaurantes. Para esto se capacitara al personal un mes antes de la apertura total del restaurante. Esto se llevara a cabo con profesionales en el asunto.

Para mayores resultados de calidad y calidez en el servicio el empleado debe poner su granito de arena y así contribuir en atenderlo de forma amable, de darle un

servicio a mas; para que de esta manera el huésped tenga una buena experiencia a la hora de visitar Banana Restaurant y regrese en otra ocasión.

4.15 Estándares del producto

Cada platillo que se preparara debe elaborarse bajo gramajes establecidos para evitar pérdidas y desperdicios, y que el producto final tenga aceptación y cubra las necesidades nutricionales del consumidor. De esta manera el huésped sabrá cual es la cantidad que se le servir en su visita.

4.16 Distribución de planta

4.16.2 Las áreas del restaurante son las siguientes:

- Baño De Empleados
- Baño de huéspedes
- Bodega
- Caja
- Cocina
- Comedor
- Recepción
- Oficina

4.16.3 Dentro de la distribución de los equipos tenemos:

- Cocina Industrial
- Campana o extractor de olores
- Dispensador de Jugos
- Gramera o balanza
- Freidora
- Mesa De trabajo
- Microondas
- Trampa De grasa

- Parrilla
- Licuadora industrial
- Batidora industrial
- Congelador
- Refrigerador
- Utensilios de cocina y enseres en general
- Equipos de computo
- Equipos de oficina
- Aire acondicionado

4.16.4 Materiales De Limpieza

- Desinfectante
- Cloro
- Trapeador
- Escoba
- Recogedor
- Limpiador de madera
- Desinfectante para manos
- Guantes
- Tachos de basura ecológicos

4.16.5 Artículos y equipos para montaje y decoración de restaurante:

- Mesas mediana y pequeñas en forma de banana y monos
- Sillas en forma de banana
- Archivador
- Escritorio
- Silla para escritorio

- Estaciones de madera en formas
- Yute
- Plantas de banano artificiales
- Plantas naturales
- Manteletas decorativas con personajes
- Pintura
- Cuadros

4.16.6 Uniforme para el personal

- Camisa beige
- Camiseta polo beige (solo para entrenamiento)
- Pantalón largo de tela café
- Pañuelo amarillo
- Sombrero Terra con logo
- Mandil café
- Limpión café

4.16.7 Artículos para montaje y decoración de salón de eventos:

- Mesas y sillas sin diseño
- Menaje y mantelería acorde al evento
- Disfraces

Actividades y juegos entre padres e hijos



Gráfico 21: Juego de kids damas

Fuente: Recuperado de www.padresonones.es

Jugar kids damas es una excelente opción antes de la comida o después de ella, posibilita que la espera sea más corta.



Gráfico 22: Juego de cartas

Fuente: Recuperado de www.diariofemenino.com

Jugar cartas mientras se disfruta de un delicioso postre, una experiencia inigualable. El jugar cartas con los padres estimula el afecto entre hijos y padres, además de poner en práctica nuestra matemática.

Además de los juegos mencionadas anteriormente, existe el juego de “adivina adivina” el cual los padres preguntaran y los hijos responden y viceversa. Esto estimula la imaginación de los pequeños.

4.16.1 Planos



Gráfico 23: Plano restaurante interno

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO 5

5 ANALISIS ESTRATEGICO

El plan de marketing nos ayudará a poner en práctica la evaluación sobre el entorno, la empresa y el huésped, para la toma de decisiones.

5.1 Análisis del macroentorno PEST

Para que una compañía obtenga una ventaja competitiva, debe permanecer vigilante, y estar permanentemente rastreando los cambios que se producen en su entorno. También tiene que ser ágil para alterar sus estrategias y planes cuando surge alguna dificultad.

Mediante la utilización de esta herramienta, se verificará el enfoque en el que se encuentra la empresa de forma regular y continua, y así mediante esto poder analizar su desarrollo, su estabilidad, sus declives y sus falencias, para tomar las decisiones necesarias enfocándonos en un mejoramiento masivo.

5.1.1 Político

Indudablemente el gobierno Del Economista Rafael Correa, ha luchado incansablemente a lo largo de su periodo presidencial impulsando a las personas emprendedoras, ha sido uno de los gobiernos mejor ponderados en cuanto a la ayuda de las micro y medianas empresas, existen muchos recursos con los cuales las personas pueden acceder a micro créditos para así poder emprender su negocio propio, en la actualidad existen préstamos quirografarios por medio del IESS para las personas cuyas aportaciones tengan un mínimo de 32 y cabe recalcar que los financiamientos para poder ir cancelando los prestamos son muy accesibles ya que cuentan con un interés mínimo y con cuotas de bajo costo, dependiendo de los años a los que se desee ser prolongada

Esta labor es digna de ser elogiada ya que el impulsar a los propios ciudadanos en crear empresas es un beneficio masivo, las personas emprendedoras cumplen con el

objetivo de tener su negocio propio, lo cual fomenta trabajos dignificantes para los ciudadanos y este proceso crea la fuente de recursos nacionales que se desarrollan en el país el desarrollo político económico y social es de beneficio no solo para las personas involucradas en el negocio, sino también es de aporte para toda la ciudadanía.

Ya que así como se crea o se produce el producto, este es consumido por nosotros mismos, El Restaurante Temático Banana Restaurant & Kid's Events se registrará de acuerdo a las leyes.

La propuesta está destinada hacer uso adecuado de los desechos orgánicos, e inorgánicos clasificando estos de acuerdo al que pertenezcan para reducir el impacto ambiental y sobre todo poder reciclar y que esto ayude disminuir la contaminación ambiental por ende poner un granito de arena contra la contaminación global. El gobierno apoya a la industria del turismo gracias a ello ve el futuro de Ecuador por eso su eslogan "Ecuador Ama La Vida".

Las empresas que tienen un mercado meta de niños, estos deben garantizar que sus productos se elaboraran con ingredientes que certifiquen la buena alimentación y nutrición de niño o niña.

5.1.2 Económico

Si bien es cierto el Ecuador está impulsando nuevos impuestos, como lo son el impuesto a la salida de divisas, que impactaría en los productos que se elaboran en el país y el impuesto verde que afecta a los importadores del sector automotriz, aumentando su valor en el mercado local y quien termina pagando el incremento es el consumidor final.

Una de las ventajas con las que ahora contamos es que existe una campaña denominada "Consumo de lo Nuestro" lo cual permite la concientización de las personas en adquirir cosas del mercado local, productos que contienen la calidad necesaria para ser consumidos y obviamente con los elementos de materia prima de Ecuador, esto como resultado obtiene un producto basado en las normas de calidad con elementos nuestros, esto obliga de una u otra forma a que los Ecuatorianos

consuman y compren lo que hacen nuestros artesanos, trabajadores locales, y empresas locales gracias a ello el capital se quedaría en el país, y eso generaría más plazas de trabajos para muchos Ecuatorianos haciendo rotar el dinero dentro del país.

Por otro lado la economía del país ha mejorado, se ha disminuido el nivel de pobreza y de desempleo. Gracias a ello se tendrá liquidez y mayor poder adquisitivo por parte de los consumidores.

Banana Restaurant & Kids Events hará un estudio del estrato social que este abarcara para saber si nos es rentable o no el nicho al cual se dirige y cuales serian las posibles otras alternativas a la cual se dirige. Es por ello que vamos a consultar cifras aproximadas en el Instituto Nacional De Estadísticas y Censos y también en el Banco Central Del Ecuador para tener un panorama claro de los posibles clientes y su poder de adquisición o consumo que estos tienen.

- Tasa de interés activa 9.53%. (tasas de interés BCE 2012).

La tasa de interés activa se considera, ya que es la que las empresas bancarias cobran a sus usuarios por préstamos de créditos en caso de que la empresa solicite un crédito este será el porcentaje a pagar.

Tasa de interés pasiva 4.53%. (Tasas de interés BCE 2012).

Esta tasa en cambio es la que la banca paga a sus usuarios por depositar dinero en sus entidades.

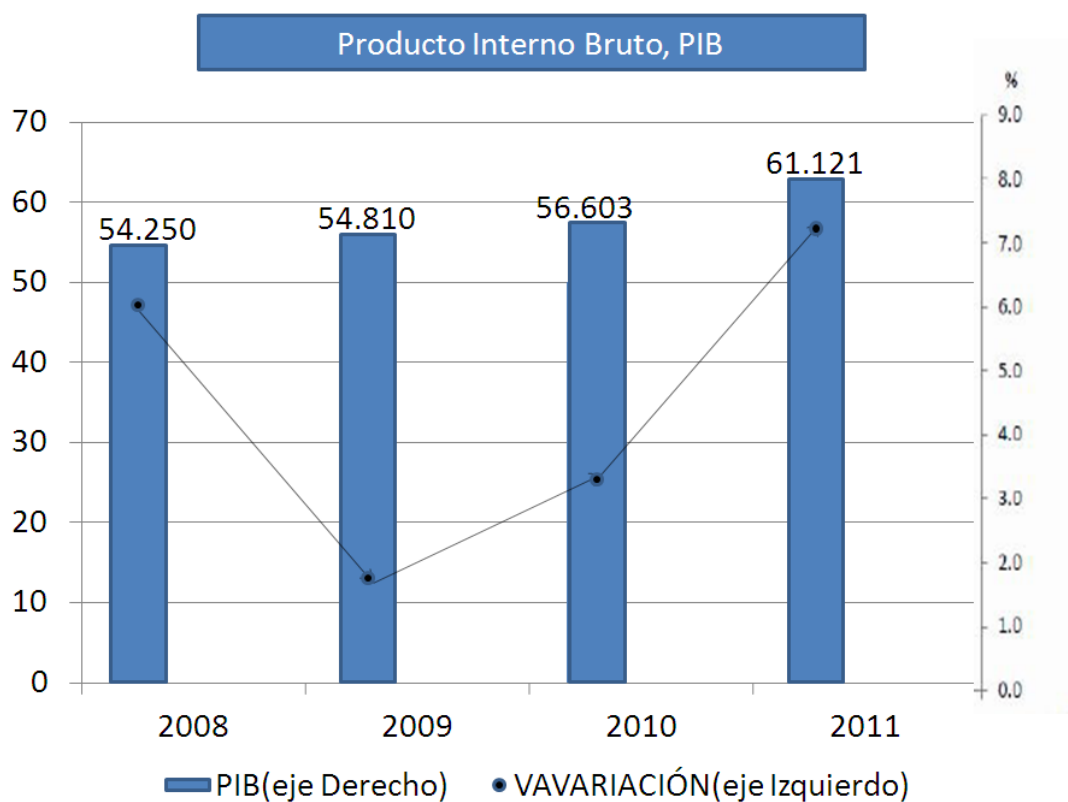


Gráfico 24: Crecimiento económico del pib y del pib per capita

Fuente: Elaboración propia, tomado del Banco Central Del Ecuador (BCE), (Año 2012)

El Grafico refleja que el Producto Interno Bruto se ubicó en el año 2011 en \$61.121, por lo tanto existe un crecimiento anual del 8% con respecto al año anterior.

5.1.3 Social

Tomando en cuenta que el proyecto está basado en la creación de un restaurante se puede afirmar que el aspecto social al cual se dirige estará basado en los niños y niñas, pero lo fundamental del proyecto es el poder realizar un entorno social agradable para todas aquellas personas que visiten o conozcan el restaurante, es importante saber a qué mercado dirigirse.

Según INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2013), en Ecuador existen 15'866774 al momento, la población ha tenido un gran crecimiento desde el último censo en el 2010 donde existían 14'483499 habitantes según se muestra en la siguiente tasa de crecimiento.

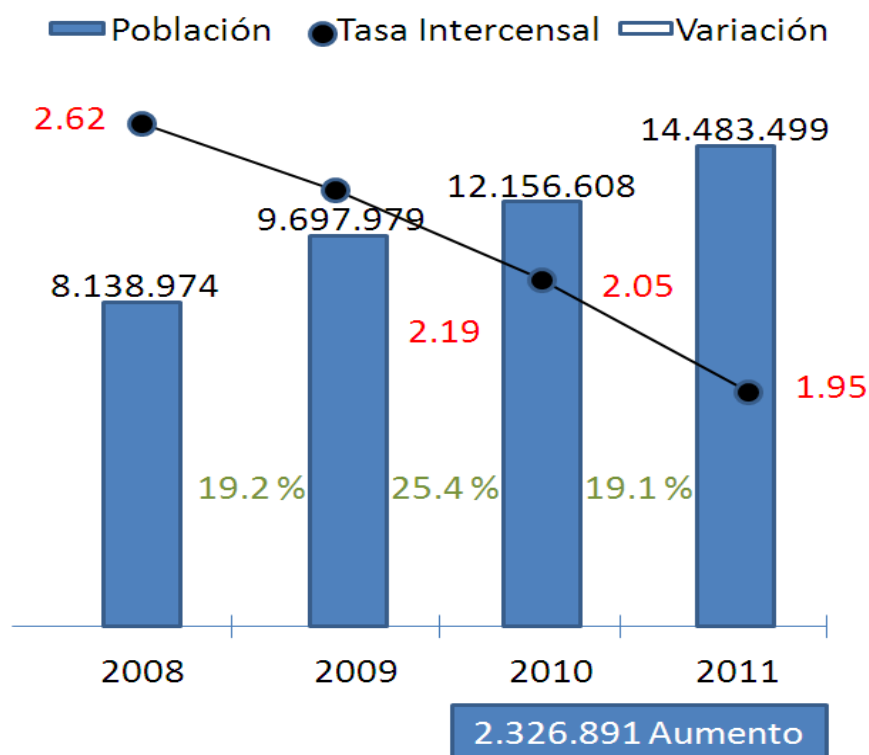


Gráfico 25: Tasa de crecimiento de la población

Fuente: Basado en un análisis del INEC

La población está en crecimiento debido a la migración masiva que se vive en el mundo entero, personas extranjeras encuentran al Ecuador como la nueva oportunidad económica deseada, ya que muchos de ellos solo vienen por turismo pero se encuentran con un país rico en muchos aspectos

La llegada de nuevas culturas ha cambiado la cultura local, es decir con el desarrollo del turismo y las actividades económicas, los pobladores abandonaron sus chacras y se volvieron en su mayoría, empresarios turísticos ya que esta actividad les generaba más ingresos.

El crecimiento de la población provocó un aumento de la demanda de bienes y servicios y una mayor dependencia de los productos más industrializados, pues la oferta local es incapaz de cubrir la demanda.

Según Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, (2010).

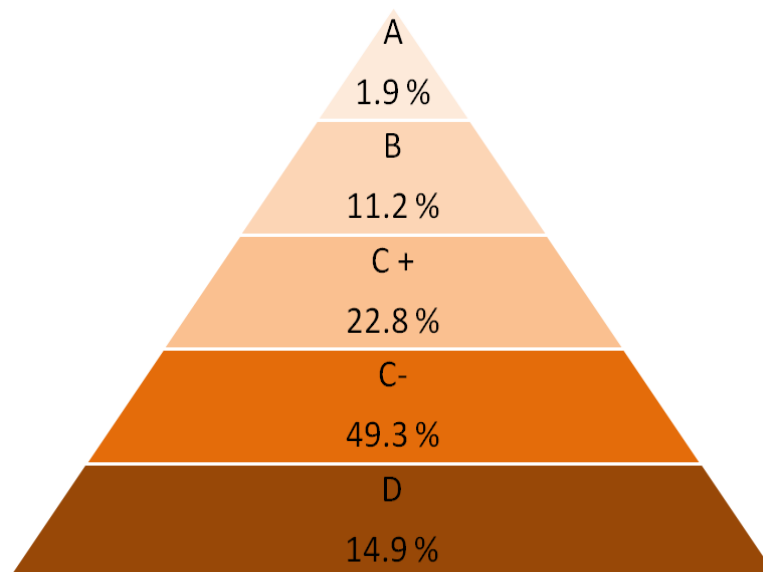


Gráfico 26: Triángulo de estratos sociales

Fuente: Análisis social basado en gráfico INEC

Mediante el gráfico podemos observar o definir lo que es el consumismo masivo, el mismo que es clasificado dependiendo de las necesidades de la sociedad. Este estudio se realizó a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato.

La encuesta reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.

Para esta clasificación se utilizó un sistema de puntuación a las variables. Las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos,

características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos

Es fundamental conocer que esta estratificación no tiene nada que ver ni guarda relación con indicadores de pobreza o desigualdad. Son dos mecanismos, dos objetivos y dos metodologías distintas para clasificar a los hogares.

5.1.4 Tecnológico

Una de las ventajas de hoy en días es el poder contar con el avance tecnológico, si bien es cierto en el principio existía los medios de comunicación pero de una forma muy retórica, si alguien deseaba comunicarse con una persona que se encontraba a larga distancia, tenía que enviarle una carta y después de varios días la misma llegaría a su destinatario, gracias a los nuevos recursos tecnológicos que actualmente existen se puede hacer visitas internacionales desde la comunidad de cualquier lugar, es decir por medio de la computadora hemos podido romper barreras y paradigmas, en la actualidad la computadora no solo es el único recurso que permite esta ventaja, ahora desde nuestros celulares o tableta podemos hacer las mismas funciones.

Gracias a este desarrollo podemos realizar investigaciones más profundas y consultar algunos medios o autores sobre algún tema en específico, la tecnología es parte de la vanguardia de la sociedad actual, hoy en día se dice que menos del 10% de los habitantes humanos del mundo cuentan con algunas herramientas multimedia.

Es por eso que se dice que las fronteras se derrotan cada día más.

Porcentaje de Uso de Celular

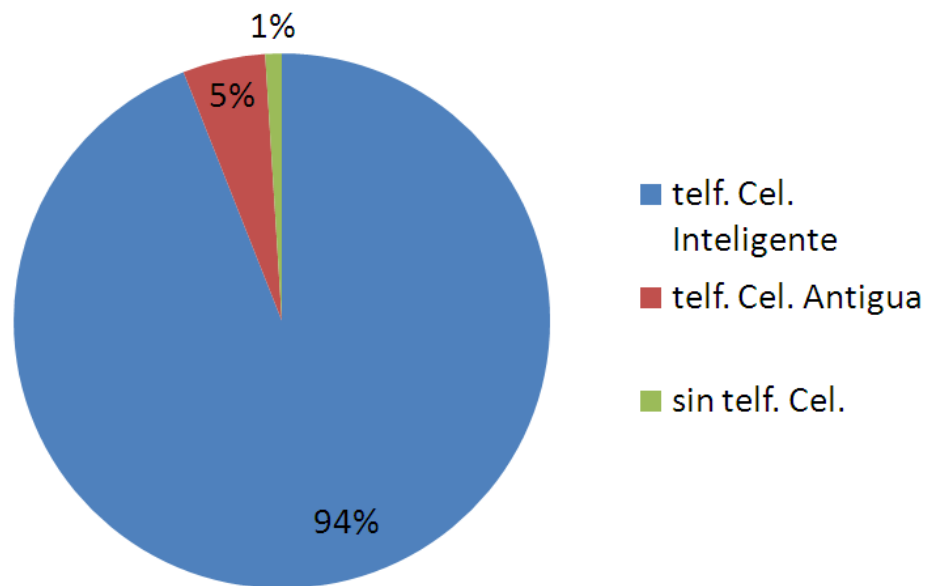


Figure 27 :Uso de telefonos inteligentes

Fuente: Basado en datos INEC

Mediante este pastel demostramos como aquí en el Ecuador solo existe un 1% de la población que no cuenta con telefonía celular, el 4% tiene dicha telefonía pero en modelos antiguos y un 94% de la población cuenta con telefonía celular tecnológica. Por lo que en este estudio nos damos cuenta que es verídico el hecho que la mayoría de ecuatorianos contamos con algún recurso tecnológico a disposición de nosotros.

5.2 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

5.2.1 Rivalidad entre los competidores existentes

En la ciudad de Machala la rivalidad entre competidores no es muy fuerte, ya que cada restaurante ofrece sus productos de manera pasiva, solo hay dos cadenas internacionales fuertes que son KFC y Chilis y en el 2014 la apertura de Mc Donald Y Sports Planet. Las cuales son introducidas y aceptadas de manera masiva, ya que no necesitan publicidad porque son fuertes por su trayectoria.

5.2.2 Amenaza de los nuevos competidores

La ventaja de la propuesta es que es algo innovador y con productos de calidad. La amenaza que podría haber yace de la apertura de una nueva empresa de restauración, la cual entre haciendo Benchmarking a la propuesta y mejorándola. Por lo general la barrera de entrada es relativamente baja por lo cual cualquiera puede entrar al mercado.

5.2.3 Poder de negociación con los clientes

Los clientes tienen cierto poder de negociación con la empresa, como lo es cuando llegan a consumir en grupos grandes, o las reservaciones de fechas importantes o eventos importantes, tales eventos merecen descuentos especiales, los cuales van a ser negociados con los huéspedes. En cierta forma se debe complacer a su sugerencia y ganar más clientela.

5.2.4 Poder de negociación con los proveedores

Los proveedores su poder de negociación es bajo ya que hay muchos en el mercado que ofrecen la misma materia prima y a bajo costos, lo cual es una ventaja que hay que aprovecharla al máximo. Pero no porque sean precios bajos quiere decir que sea mala calidad, al contrario. Se adquirirá productos de muy buena calidad a la altura de Banana Restaurant.

5.2.5 Amenaza de productos y servicios sustitutos

A pesar que puedan existir productos sustitutos, lo cual es posible, ya que existe un gran mercado con lo que respecto a los asados, pero cabe recalcar que estos son cortes de carne popular lo que cambia completamente el panorama haciendo variar la calidad en sus platos, la propuesta de Banana Restaurant en cambio no descuidará la garantía de ofrecer productos de calidad con materia prima de primera, y por sobre todo si es una propuesta original no habrá sustitutos.

5.3 Impactos políticos, económico, social, ambiental

5.3.1 Político

El país en la actualidad cuenta con estabilidad política, el gobierno impulsa aquellas pequeñas y media empresas con facilidad en préstamos bancarios y BIESS.

Actualmente los restaurantes no están obligados a inscribirse en la cámara de turismo.

Las leyes de turismo cuentan con un artículo en el cual hace alusión al medio ambiente, en el cual actividad turística debe ser sostenible y evitar la contaminación del mismo.

5.3.2 Económico

El gobierno recientemente apoyo leyes impulsando el turismo en nuestro país ya que además del petróleo este sería la segunda fuente de ingresos más grande del país.

Al abrir un nuevo restaurante abra plazas de trabajo, lo cual beneficiara a la ciudadanía, esto generara en si más turismo a la ciudad de Machala creando entrada de dinero para la ciudad.

5.3.3 Social

- Banana Restaurant & Kids Events operara con liderazgo y responsabilidad social, creando en los colaboradores el trabajo en equipo, para garantizar el éxito.
- Las personas tendrán varias opciones de conceptos en Restaurantes para escoger el de su preferencia.
- Habrá más inversión en la ciudad
- Conciencia social de parte de las personas ayudando a reciclar los desechos de acuerdo a su naturaleza.
- Tendrán bienestar económico
- La propuesta ofrece crear y preservar los valores en las familias de comer y compartir juntos.

5.3.4 Ambiental

- Es el deber de los restaurantes clasificar sus desechos, para evitar posterior contaminación.

- Es preferible utilizar luces ahorradores, lo cual nos proporcionara ahorro de energía y el impacto hacia el medio ambiente sería menor.
- Reciclar es la opción más segura para los plásticos de esta manera poder reutilizarlos.

5.4 Competencia

En varias avenidas de la ciudad de Machala existe una infinidad de establecimientos de asados y comida de mariscos, estos se encuentran en el mercado con años de trayectoria, con clientes de toda categoría, estos varían de acuerdo a que no existe un correcto uso de recetas estandarizadas y el usuario es susceptible a esto y cada vez más exigente en cuanto a la atención al cliente, y en estos establecimientos no brindan un buen servicio al huésped lo cual es punto a favor.

A continuación se describirá nuestra competencia directa, así como también la competencia indirecta.

Dentro de la competencia directa tenemos:

- Kentucky Fried Chicken
- Mc Donalds Próximamente

Competencia Indirecta:

- 200 Millas
- Pollos Gus
- El Meson Hispano
- Piguari

Kentucky Fried Chicken



Grafico 28: Competencia directa

Fuente: Tomada de guiarte.com (año 2011)

Kentucky Fried Chicken cuenta con dos locales en la ciudad de Machala los cuales están distribuidos de la siguiente manera: en el centro en las calles Rocafuerte entre Juan Montalvo y 9 de Mayo, y el otro en el centro comercial Paseo Shopping. Estos locales ofrecen comida rápida como hamburguesas, sándwich, combos de arroz menestra, presa de pollo y ensalada etc.



Grafico 29: Mc Donald Ciudad del Sol

Fuente: Tomado de internet de Skyscraperlife.com (Año 2011)

Mc Donald está próximo a inaugurarse para el año 2014 en Ciudad del sol.

Es una gran cadena mundial, es la competencia más fuerte ya que ofrece productos de comida rápida tales como: hamburguesas, gaseosas ensaladas y la muy conocida cajita feliz y cabe recalcar el buen servicio al cliente que ofrecen, esto se debe porque cuenta con un personal capacitado y con experiencia, además de su larga trayectoria en el mercado

5.5 Análisis foda

5.5.1 Fortalezas:

- Un nuevo concepto dentro de la restauración, fusionando gastronomía y entretenimiento para los más pequeños.
- No existe competencia ya que no hay restaurantes temáticos
- Ubicación prestigiosa, con mucha acogida de los Machaleños
- Gran motivación de nuestros colaboradores para ofrecer un servicio personalizado
- Creatividad, emprendimiento, destrezas
- Infraestructura creativa

5.5.2 Oportunidades:

- Existe la posibilidad de expansión en varias sucursales dentro de la provincia
- Aprovechar el plátano como materia prima, y así reducir costos
- Alianza con empresas turísticas, hoteleras y de catering
- Nuestra Propuesta al ser novedosa atraerá personas a probar algo nuevo

5.5.3 Debilidades

- Al ser una propuesta nueva, puede ser aceptada con facilidad o no causar gran impacto dentro de la ciudad.

- En el año 2014 se estima la apertura del restaurante de comida rápida que más adeptos tiene; que es Mc Donalds.
- LA inversión inicial del proyecto es alta, por lo que se estima recuperar lo invertido largo plazo.

5.5.4 Amenazas:

- Aumento de impuestos
- Catástrofes climáticas
- Índice de delincuencia
- Inestabilidad política y económica

5.6 Marketing mix

5.6.1 Producto

Los productos que Banana Restaurant & Kids Events ofrecerá dentro del restaurante son: Desayunos asados, mariscos, hamburguesas, pizzas para niños, helados (Banana split), jugos naturales, vegetales al vapor entre otros alimentos.

- Los Desayunos se servirán de 9 a 11:30 am.
Se servirá tigrillo, desayuno al estilo Machaleño, desayuno Orense, desayuno continental.
- Los Asados se harán a la parrilla según el termino de asado que el huésped elija.
- Los mariscos deben ser preparados bajo estrictos estándares, ya que es un producto delicado que no todas las personas lo pueden comer, debido a que resulta irritante o alérgico en ciertos organismos.
- Las hamburguesas y pizzas se harán en piezas pequeñas
- Los jugos de fruta natural

- Bebidas como iced tea, gaseosas opcional

Los productos que se ofrecerá dentro del salón de eventos:

Decoración de la temática elegida, Piñatas, sorpresas, pastel, mantelería, servicio de catering, servicio de entretenimiento, servicio de meseras, servicios de caritas pintadas, servicio de títeres.

5.6.2 Precio

Banana Restaurant & Kids Events contara con precios módicos mas no económicos, ya que el nicho al cual está dirigido, es considerado como personas pudientes con alta fluidez económica.

Los precios van a variar siendo el plato de menor precio las entradas que oscilan entre \$4 a\$6 dólares.

Los platos fuertes van alrededor de \$12 dólares, siendo este el de menor valor, y de \$23 dólares el de mayor valor.

5.6.3 Plaza o canales de distribución

Dentro de los canales de distribución tenemos:

- Alianzas estratégicas con colegios y escuelas privadas de la ciudad de Machala ofreciendo descuento a los grupos grandes
- Cuñas Radiales

5.6.3.1 Promoción o distribución

Las ventas del producto se llevarán a cabo en el local del negocio, el cual se encuentra ubicado en la ciudad de Machala en las calles Juan Montalvo y Rocafuerte frente a la Iglesia Catedral central.

La venta es directa entre cajero y cliente el hará el pago y recibirá en la mesa sus alimentos.

5.6.3.2 Promoción y publicidad

Se promocionara a Banana Restaurant & Kids Events en las escuelas y colegios de la provincia por medio de volantes en las cuales van a describir los productos que se ofrecerá.

- Hará uso del internet, para promocionar la empresa mediante una cuenta en facebook, twitter e instagram que son las redes sociales con mayor aceptación en el medio y lo que está en boga actualmente.
- Uso del periódico local para hacernos conocer
- Producirá y reproducirá un video en las redes sociales mencionadas anteriormente, y en YouTube.
- Venderán gift card por consumo en los principales centros súper mercados.

CAPITULO 6

6 PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

6.1 Inversión inicial

Para la inversión inicial del proyecto se va a contar con un monto de \$ 51,586.42 dólares, los cuales representan cada uno de los elementos necesarios para que el proyecto pueda funcionar como lo son: sueldos, local comercial, edificios, equipos de oficina, muebles y enseres, equipos de computación, equipos de producción, gastos por constitución, y un monto para imprevistos que tenga la empresa. Estos se detallan en el Anexo 7.

6.1.1 Balance inicial

En el balance inicial de Banana Restaurant & Kids Events se da a conocer los activos, pasivos y patrimonio respectivamente se muestran en la tabla N.4.

ACTIVO		PASIVO		
CORRIENTE		CORRIENTE		
CAJA	\$ 16.544,09	PRESTAMO BANCARIO	\$ 34.380,00	68%
FIJOS		TOTAL PASIVO	\$ 34.380,00	
LOCAL COMERCIAL	\$ 1.700,00			
ADECUACIONES	\$ 5.000,00	PATRIMONIO		
MUEBLES Y ENCERES	\$ 6.520,00			
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 5.680,00	CAPITAL PROPIO	\$ 16.544,09	32%
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 6.760,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 16.544,09	
EQUIPO DE PRODUCCION	\$ 7.400,00			
DIFERIDO				
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 1.320,00			
TOTAL ACTIVO	\$ 50.924,09	TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 50.924,09	

Tabla N.4 Balance inicial

Fuente: Elaboración propia

6.2 Depreciación y amortización

Estos son los bienes que se deprecian en el tiempo, estos tienen un tiempo de vida útil. De esta manera tenemos las maquinarias, instalaciones, vehículos que tenga la empresa. Para esto se ha detallado cómo y en qué tiempo se deprecian cada uno de ellos. Ver Anexo N.8

6.3 Fuentes de financiamiento

La inversión inicial es de \$ 51,586.42 dólares, este monto va a ser financiado en un 33% lo cual representa en dólares \$17206,42 de capital propio y el restante que equivale al 67% lo cual va a ser financiado por la Corporación Financiera Nacional este valor es de \$34.380.

Se ha tomado una tasa de interés mensual de 0.82%, y una tasa anual de 9.80% para un periodo de 5 años.

A continuación se detalla el financiamiento, ver Anexo N. 9 sobre la amortización del préstamo.

INVERSION INICIAL	\$ 50.924,09
Principal (deuda)	\$ 34.380,00
Plazo (en años)	5
Plazo (en meses)	60
Tasa de Interés Anual	9,80%
Tasa de Interés Mensual	0,82%
Cuota Anual	\$ 9.023,07
Cuota Mensual	\$ 727,09

Tabla 4: Financiero

Fuente: Elaboración propia

6.4 Sueldos

Los sueldos han sido fijados de acuerdo al cargo, y a lo estipulado por la ley. Estos están considerados en un sueldo básico más los beneficios de ley. Se puede valorar más detallado en el Anexo 10 lo que respecta al primer año, y en el Anexo 11 el correspondiente al sueldo con fondos de reserva incluido.

6.5 Ingresos

Banana Restaurant & Kids Events se dedicara a la producción de alimentos para la venta, servicio al cliente y recepción de fiestas y eventos infantiles, ofreciendo productos frescos de la estación. Para conocer el ingreso anual por la producción, venta de alimentos y producción de eventos infantiles se tomó en consideración el mercado meta de niños entre 2 a 14 años de la ciudad de Machala siendo este de clase social media y alta lo cual representa a un 32,5% que son 180.358 niños y niñas Machaleños. En la siguiente tabla se refleja los ingresos que el proyecto espera percibir en su primero año, como se muestra a continuación:

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESTAURANT					
CARNES (LOMO FINO)	\$ 19.200,00	\$ 20.928,00	\$ 22.811,52	\$ 24.864,56	\$ 27.102,37
MARISCOS	\$ 19.200,00	\$ 20.928,00	\$ 22.811,52	\$ 24.864,56	\$ 27.102,37
POSTRES	\$ 5.760,00	\$ 6.278,40	\$ 6.843,46	\$ 7.459,37	\$ 8.130,71
HAMBURGUESAS					
DESAYUNOS	\$ 5.760,00	\$ 6.278,40	\$ 6.843,46	\$ 7.459,37	\$ 8.130,71
PIZZAS	\$ 18.000,00	\$ 19.620,00	\$ 21.385,80	\$ 23.310,52	\$ 25.408,47
PAPAS FRITAS	\$ 19.200,00	\$ 20.928,00	\$ 22.811,52	\$ 24.864,56	\$ 27.102,37
JUGOS NATURALES	\$ 10.800,00	\$ 11.772,00	\$ 12.831,48	\$ 13.986,31	\$ 15.245,08
VINO	\$ 3.360,00	\$ 3.662,40	\$ 3.992,02	\$ 4.351,30	\$ 4.742,91
HELADOS	\$ 7.680,00	\$ 8.371,20	\$ 9.124,61	\$ 9.945,82	\$ 10.840,95
ACTIVIDADES POR EVENTOS					
ANIMACION	\$ 13.440,00	\$ 14.649,60	\$ 15.968,06	\$ 17.405,19	\$ 18.971,66
DECORACION	\$ 28.800,00	\$ 31.392,00	\$ 34.217,28	\$ 37.296,84	\$ 40.653,55
CATERING	\$ 38.400,00	\$ 41.856,00	\$ 45.623,04	\$ 49.729,11	\$ 54.204,73
TOTAL INGRESOS	\$ 189.600,00	\$ 206.664,00	\$ 225.263,76	\$ 245.537,50	\$ 267.635,87

Tabla 5: Ingresos anuales

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la proyección anual de los precios y la proyección de venta de las cantidades que se pretende vender, esta proyección se cálculo para 5 años con la tasa anual de 4,16% en cada una véase Anexo N.12 y N.13.

6.6 Egresos

Los Egresos es todo aquel dinero que se convierte en un gasto y costo dentro de las operaciones del restaurante, los egresos jamás deben ser mayores a los ingresos, ya que esto ocasionaría pérdidas y por consiguiente la falta de liquidez.

En el Anexo N.14 se detalla los ingresos la proyección de gastos mensuales y anuales, se detallan los costos operacionales para 5 años con una inflación del 4,16% en cada año.

6.7 Estado de resultados

Este le va a permitir a la empresa conocer las pérdidas y ganancias de la misma, con lo cual pueden constatar si están ganando dinero o por el contrario si están perdiendo, de esta manera tomar decisiones.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL						
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
TOTAL INGRESOS	189.600,00	206.664,00	225.263,76	245.537,50	267.635,87	
(-) Costo de Operativos	158.787,24	170.338,22	182.765,35	184.119,35	185.529,67	
= Utilidad Bruta	30.812,76	36.325,78	42.498,41	61.418,15	82.106,21	
(-)Gastos Generales	43.354,13	43.509,09	41.389,24	34.730,50	34.798,29	
= Utilidad/Perdida antes de participacion e im	(12.541,37)	(7.183,30)	1.109,17	26.687,65	47.307,91	
(-) 15% Participación a trabajadores	(1.881,21)	(1.077,50)	166,37	4.003,15	7.096,19	
= Utilidad/Perdida antes de imptos	(10.660,16)	(6.105,81)	942,79	22.684,50	40.211,73	
(-) 23% Impuesto a la Renta	(2.451,84)	(1.404,34)	216,84	5.217,44	9.248,70	
UTILIDAD NETA	(8.208,32)	(4.701,47)	725,95	17.467,07	30.963,03	

Tabla 6: Estado de resultados mensuales

Fuente: Elaboración propia

PROYECCION ANUAL DEL FLUJO DE CAJA						
RUBROS	ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ingresos de Caja</i>						
Total de ingresos		189.600,00	206.664,00	225.263,76	245.537,50	267.635,87
<i>Egresos de Caja</i>						
Costo operativo		158.787,24	170.338,22	182.765,35	184.119,35	185.529,67
Gastos generales (menos deprec. y amort.)		20.413,33	20.568,29	20.698,44	20.799,70	20.867,49
Participacion a trabajadores		-	(1.881,21)	(1.077,50)	166,37	4.003,15
Impuesto a la Renta			(2.451,84)	(1.404,34)	216,84	5.217,44
Pago del prestamo(pago principal)		5.653,83	6.207,90	6.816,28	7.484,27	8.217,73
Total Egresos						
= Flujo Neto de Caja	(50.924,09)	4.745,61	13.882,64	17.465,52	32.750,97	43.800,40

Tabla 7: Estado de resultados anual

Fuente: Elaboración propia

6.8 Balance general

En el siguiente balance general se detallan todos aquellos materiales, equipos y recursos que la empresa va a necesitar para la operación de sus funciones, así mismo los entes bancarios que financiarían el proyecto.

PROYECCION ANUAL BALANCE GENERAL						
ACTIVOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	\$ 16.544,09	\$ 21.289,69	\$ 35.172,33	\$ 52.637,85	\$ 85.388,82	\$ 129.189,22
ACTIVOS FIJOS						
Terreno	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
Edificios	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Muebles y enseres	\$ 6.520,00	\$ 6.520,00	\$ 6.520,00	\$ 6.520,00	\$ 6.520,00	\$ 6.520,00
Equipos de oficina	\$ 5.680,00	\$ 5.680,00	\$ 5.680,00	\$ 5.680,00	\$ 5.680,00	\$ 5.680,00
Equipos de computo	\$ 6.760,00	\$ 6.760,00	\$ 6.760,00	\$ 6.760,00	\$ 6.760,00	\$ 6.760,00
Equipo de produccion	\$ 7.400,00	\$ 7.400,00	\$ 7.400,00	\$ 7.400,00	\$ 7.400,00	\$ 7.400,00
(-) Depreciacion Acumulada		-\$ 22.676,80	-\$ 45.353,60	-\$ 65.780,40	-\$ 79.447,20	-\$ 93.114,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de constitucion	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00	\$ 1.320,00
(-) Amortizacion Acumulada		-\$ 264,00	-\$ 528,00	-\$ 792,00	-\$ 1.056,00	-\$ 1.320,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 50.924,09	\$ 32.728,89	\$ 23.670,73	\$ 20.445,45	\$ 39.265,62	\$ 69.135,22
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Participacion a trabajadores por pagar		-\$ 1.881,21	-\$ 1.077,50	\$ 166,37	\$ 4.003,15	\$ 7.096,19
Impuesto a la Renta por Pagar		-\$ 2.451,84	-\$ 1.404,34	\$ 216,84	\$ 5.217,44	\$ 9.248,70
PASIVO DE LARGO PLAZO						
Prestamos por Pagar	\$ 34.380,00	\$ 28.726,17	\$ 22.518,27	\$ 15.702,00	\$ 8.217,73	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 34.380,00	\$ 24.393,13	\$ 20.036,44	\$ 16.085,21	\$ 17.438,31	\$ 16.344,88
PATRIMONIO						
Capital	\$ 16.544,09	\$ 16.544,09	\$ 16.544,09	\$ 16.544,09	\$ 16.544,09	\$ 16.544,09
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 0,00	-\$ 8.208,32	-\$ 4.701,47	\$ 725,95	\$ 17.467,07	\$ 30.963,03
Utilidad de Años Anteriores	\$ 0,00	\$ 0,00	-\$ 8.208,32	-\$ 12.909,80	-\$ 12.183,85	\$ 5.283,22
TOTAL PATRIMONIO	\$ 16.544,09	\$ 8.335,76	\$ 3.634,29	\$ 4.360,24	\$ 21.827,31	\$ 52.790,34
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 50.924,09	\$ 32.728,89	\$ 23.670,73	\$ 20.445,45	\$ 39.265,62	\$ 69.135,22

Tabla 8: Balance general estimado para 5 años

Fuente: Elaboración propia

6.9 Flujo de caja

El flujo de Caja Es la Fluidez con la que cuenta la Banana Restaurant & Kids Events para operar.

PROYECCION ANUAL DEL FLUJO DE CAJA						
RUBROS	ACTUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Ingresos de Caja</i>						
Total de ingresos		189.600,00	206.664,00	225.263,76	245.537,50	267.635,87
<i>Egresos de Caja</i>						
Costo operativo		158.787,24	170.338,22	182.765,35	184.119,35	185.529,67
Gastos generales (menos deprec. y amort.)		20.413,33	20.568,29	20.698,44	20.799,70	20.867,49
Participacion a trabajadores		-	(1.881,21)	(1.077,50)	166,37	4.003,15
Impuesto a la Renta			(2.451,84)	(1.404,34)	216,84	5.217,44
Pago del prestamo(pago principal)		5.653,83	6.207,90	6.816,28	7.484,27	8.217,73
Total Egresos						
= Flujo Neto de Caja	(50.924,09)	4.745,61	13.882,64	17.465,52	32.750,97	43.800,40

Tabla 9: Flujo de caja

Fuente: Elaboración propia

6.10 Evaluación financiera

En este punto podremos identificar el grado de rentabilidad del proyecto teniendo como tasa de descuento el 12%, tenemos el valor presente del Valor Actual Neta es de \$ 71,516.76 este resultado esta positivo, lo cual es beneficioso para el proyecto y le resulta rentable. Tenemos también la Tasa Interna De Retorno que representa el 48.91%, el TIR representa un valor mayor a la tasa de descuento esto denota que el proyecto es rentable. Por otro lado tenemos la tasa de beneficio costo que es de \$ 1.39 no indica la diferencia entre el costo de producción y los beneficios de las utilidades.

El periodo de recuperación es de aproximadamente 3 años, de esta manera podremos destacar que el proyecto es netamente rentable.

EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO =

VALOR PRESENTE NETO (VAN) =

TASA INTERNA DE RETORNO TIR =

RELACIÓN BENEFICIO COSTO Rb/c =

PERIODO DE RECUPERACIÓN =

12.00%
\$ 71,516.76
48.91%
\$ 1.39
3 años

Tabla 10: Van, TIR, BC

Fuente: Elaboración propia

6.11 Ratios financieros

Los ratios a continuación presentados, indican el porcentaje que se obtiene de utilidad por ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de producción/operación.

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO						
INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ingresos Totales = %	16,25%	17,58%	18,87%	25,01%	30,68%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ingresos Totales = %	-4,33%	-2,27%	0,32%	7,11%	11,57%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	(0,25)	(0,20)	0,04	0,44	0,45
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	(0,50)	(0,28)	0,04	1,06	1,87

Gráfico 30 : Analisis de rentabilidad del proyecto

Fuente: Elaboración propia

6.12 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda a percibir el punto medio cuando hay posibilidad de estar neutral ni de pérdida ni ganancia.

			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>COSTOS FIJOS TOTALES: Gastos Generales</i>			\$ 43.354,13	\$ 43.509,09	\$ 41.389,24	\$ 34.730,50	\$ 34.798,29
<i>COSTOS VARIABLES: Costos de Ventas</i>			\$ 158.787,24	\$ 170.338,22	\$ 182.765,35	\$ 184.119,35	\$ 185.529,67
<i>% COSTOS VARIABLES: Costo de Ventas / Ingresos Totales</i>			83,75%	82,42%	81,13%	74,99%	69,32%
<i>Punto de Equilibrio para el primer año =</i>			\$ 266.770,73	\$ 247.531,13	\$ 219.384,61	\$ 138.845,60	\$ 113.429,57

Tabla 11 :Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

- Se puede concluir que el proyecto “ Banana Restaurant & Kids Events, puede satisfacer las necesidades de la ciudad de Machala como restaurante temático. Ya que en el estudio de mercado refleja que el 32% de la población visita hasta 3 veces a la semana un restaurante para comer.
- Dentro del plan de Marketing se pudo concluir que la competencia de las cadenas internacionales que existen al momento, y las que están próximas a abrirse son fuertes. Este proyecto lo que busca es emerger en el mercado ofreciendo productos de calidad basándose en las normas de producción de alimentos e higiene; donde el cliente podrá elegir entre varias opciones, la que mejor se ajuste a sus necesidades siendo una tentadora opción al momento de su elección, el servicio que se brinde de la mano con los alimentos será un factor primordial. (Ver gráfico #18 y 19).
- El estudio financiero demostró que es rentable la apertura del restaurante, tanto así que el valor de la inversión se podría recuperar en 3 años aproximadamente. La propuesta creará fuentes de trabajo e ingresos para los ciudadanos de esta localidad.
- Se creó carta de menú para como desayunos y platos a la carta.
- Se dio pie al desarrollo de los programas de entretenimiento para cumpleaños y juegos diarios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda hacer un estudio de mercado, para conocer las necesidades específicas de las personas.
- Se deben gestionar todos los permisos y normativas de ley, para evitar posibles inconvenientes con las instituciones públicas.
- Es necesario ejecutar los procedimientos de seguridad industrial que dicta la ley, de esta manera la probabilidad de accidentes laborales será mínima.
- Se debe priorizar el servicio al cliente y la constante capacitación del recurso humano, de esta forma se alcanzaran resultados positivos para la organización.
- Es recomendable clasificar la competencia entre directa e indirecta, para establecer precios y diferenciar servicios.
- Se debe optar por prácticas que ayuden a preservar el medio ambiente y contribuir con la sociedad para el crecimiento económico de esta.
- Es recomendable invertir en el turismo, debido al crecimiento de la ciudad y la rentabilidad que producen los restaurantes.

BIBLIOGRAFIA

Andrews, S. (2007). *Origins of the Food Service Industry Food & Beverage Management*. McGraw Hill.

Colunga, C. (1995). *La calidad en el servicio*. México: Panorama editorial.

FAO, (1996). Declaración de Roma sobre la seguridad alimentaria mundial: Cumbre mundial de la alimentación

García, J. (2008). *La alimentación infantil y sus dificultades*, grupo gesfomedia

Garvín, (1984). 8 dimensiones de la calidad: Gestión, Calidad y Agregación de valor en información. Recuperado de: <http://b3.bibliotecologia.cl/ar-gestion.htm>

<http://www.inec.gob.ec/cpv/>

<http://www.rap.com.ec/es/franquicias-en-el-ecuador>

<http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

Iica, (2009, Marzo). La seguridad alimentaria para el IICA.[Documento pdf]

.Recuperado de:

http://www.iica.int/Esp/Programas/SeguridadAlimentaria/Documents/SeguridadAlimentarias_Quees_Esp.pdf

INEC. (2012). Censo Poblacional 2010. Recuperado de

James, (2007). Teorías de Calidad. [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://uva.anahuac.mx/content/catalogo/diplanes/modulos/mod5/11t2m5.htm>

Ley de compañías (1999). Recuperado de
http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Ley de Turismo. 97. (2002). Recuperado de
<http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>

Ministerio de Salud Publica del Ecuador (s.f.): permisos de funcionamiento.
Recuperado de:

Molinare, (2008). *Marketing y niños*. ESIC Editorial.

Romero, D. (s.f.). Franquicias en el Ecuador [lectura en línea]. Recuperado de:

SALUDBIO, (s.f.) La alimentación saludable y los hábitos alimenticios. [Lectura en
línea]. Recuperado de :

<http://saludbio.com/articulo/la-alimentacion-saludable-y-los-habitos-alimenticios>

Samaniego, J. (2013). **SEGURIDAD ALIMENTARIA Y CAMBIO CLIMÁTICO:**
Primer simposio internacional cambio climático y salud. Recuperado de:
http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=713&Itemid=1926

Snavelly, B. (2000). *Restaurants themed enviroments*. New York: Prentice Hall.

Superintendencia de compañías del Ecuador (s.f.): Constitución de compañías.
Recuperado de:
<https://www.supercias.gov.ec/Web/privado/seguridad/htm/servicios%20personalizados.htm>

UNAD. (s.f). Mejora continua [lectura en línea]. Recuperado de:
http://calidad.unad.org/asesoramiento/mejora_continua.html

Wayne. (2010, Junio 30). Introducción to restaurants [lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.costaadeje.net/pag/introduccion.htm>.

ANEXOS

Anexo 1 modelo de encuesta

Modelo de la encuesta

Sexo:

Edad: 20-30 31- 40 41- 50 51- 60 60 en adelante.

1. ¿Con que frecuencia Ud. visita restaurantes?

- De 1 a 3 veces a la semana
- De 4 7 veces a la semana
- Solo los fines de semana
- Cada dos semanas o más

2. ¿Cuál es su hora de preferencia de visitar un restaurante?

- De 11am a 15:00pm
- De 15:00 pm a 19:00 pm
- De 19:00 a 23:00

3. ¿Qué tipo de restaurantes frecuenta a menudo?

- Bar - Restaurante temático formal casual otros

4. ¿Qué tipo de comida acostumbra a comer?

- Vegetariano comida típica comida rápida
- otros.....mencione

5. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por cada plato?

- De \$ 3 a 5 De \$ 5 a 8 De\$ 8 a 12 De 12 a mas

6. ¿Al momento de visitar un restaurante, que es lo primero que toma en cuenta?

Elija 1 o más opciones.

- Limpieza comida

Servicio comodidad

Seguridad

Prestigio

7. ¿Al momento de consumir el plato de su elección, que es lo primero que toma en cuenta?

Precio cantidad sabor calidad

8. ¿Qué alimentos prefiere en su platillo con mayor frecuencia?

Pastas carnes embutidos arroces vegetales

9. ¿Por qué Ud. Regresa a un restaurante?

Precios calidad de la comida calidad del servicio todas las anteriores

Anexo 2 :foto local

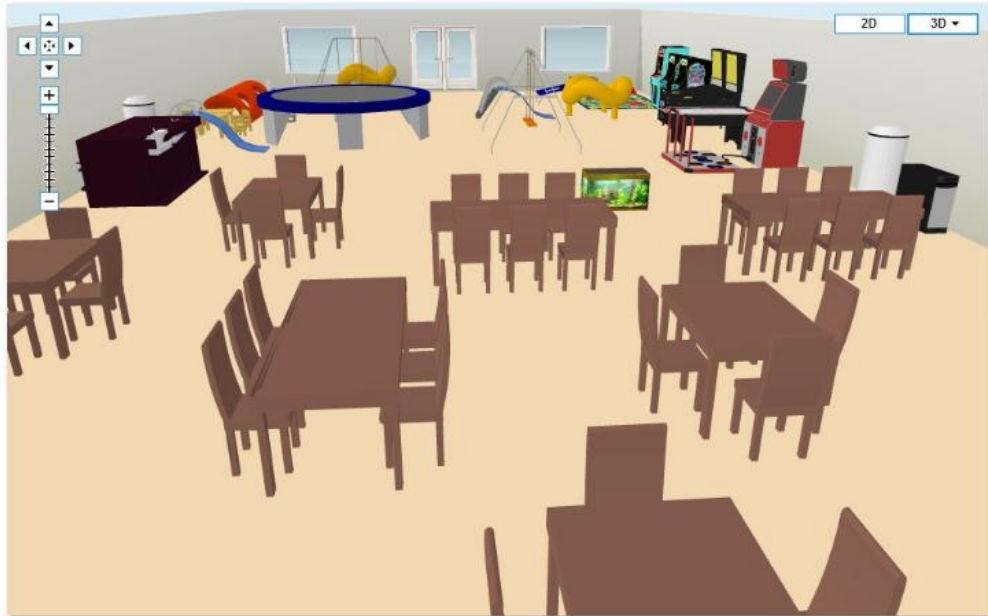


Anexo 3: Plano de restaurante interno



Fuente: Elaboración propia

Anexo 4: Plano mesas restaurante



Fuente: Elaboración propia

Anexo 5: Sala De Juegos



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6: Vista total restaurante



Fuente: Elaboración propia

Anexo 7: Inversión Inicial

Efectivo	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Sueldos	1	\$ 14.544,09	\$ 14.544,09	
Imprevistos	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
TOTAL EFECTIVO				\$ 16.544,09
Local Comercial	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Arriendo de Local Comercial	1	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00	
Total local comercial				\$ 1.700,00
Adecuaciones	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Decoraciones	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	
Total adecuaciones				\$ 5.000,00
Equipos de oficina	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Televisor Led 42'	3	\$ 900,00	\$ 2.700,00	
Blue ray	1	\$ 180,00	\$ 180,00	
Aire acondicionado	2	\$ 1.300,00	\$ 2.600,00	
Microfono	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
Telefono	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
TOTAL Equipos de oficina				\$ 5.680,00
Muebles y Enseres	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Sillas	56	\$ 35,00	\$ 1.960,00	
Mesas	10	\$ 300,00	\$ 3.000,00	
Escritorio	1	\$ 280,00	\$ 280,00	
Silla de oficina	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
Equipamiento de seguridad	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
Archivador	1	\$ 380,00	\$ 380,00	
TOTAL Muebles y enseres				\$ 6.520,00
Equipos computacion	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Laptop	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Sistema para restaurant	1	\$ 3.800,00	\$ 3.800,00	
Maquina Cajera	2	\$ 650,00	\$ 1.300,00	
Impresora laser	2	\$ 230,00	\$ 460,00	
TOTAL Equipos de computacion				\$ 6.760,00
Equipos de produccion	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Cocina industrial	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
Dispensador de jugos	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Congelador	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
Gramera	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Freidora	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Mesa de trabajo	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Trampa de grasa	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
Parrilla	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
Microhondas	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Licuadaora	1	\$ 120,00	\$ 120,00	
Batidora	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
Refridora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Utensilios de cocina	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
Campana\extractor	1	\$ 450,00	\$ 450,00	
Articulos de montaje	1	\$ 380,00	\$ 380,00	
TOTAL Equipos de produccion				\$ 7.400,00
Gastos por constitucion	Cantidad	P. Unitario	P. Total	Total
Permisos	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
Tasas	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
Planos	1	\$ 320,00	\$ 320,00	
TOTAL Gastos por constitucion				\$ 1.320,00
			Total Inversion	\$ 50.924,09

Fuente: Elaboración propia

Anexo 8: Depreciaciones y amortizaciones

DEPRECIACIONES	VALOR	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Adecuaciones	\$ 5.000,00	10%	2	\$ 2.250,00	\$ 187,50
Muebles y Enseres	\$ 6.520,00	10%	10	\$ 586,80	\$ 48,90
Equipos de Oficina	\$ 5.680,00	10%	10	\$ 511,20	\$ 42,60
Equipos de Computo	\$ 6.760,00	10%	3	\$ 2.028,00	\$ 169,00
Equipos de Produccion	\$ 7.400,00	10%	10	\$ 666,00	\$ 55,50
Amortizacion	VALOR	VIDA UTIL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL	
Gastos Preoperacionales	\$ 1.320,00	5	\$ 264,00	\$ 22,00	

Fuente: elaboración propia

Anexo 9: Cuadro de amortización anual del préstamo

CUADRO DE AMORTIZACIÓN ANUAL DEL PRÉSTAMO (M. FRANCES)					
Año	Principal	Pago Capital	Intereses	Cuota Anual	Saldo
1	\$ 34.380,00	\$ 5.653,83	\$ 3.369,24	\$ 9.023,07	\$ 28.726,17
2	\$ 28.726,17	\$ 6.207,90	\$ 2.815,17	\$ 9.023,07	\$ 22.518,27
3	\$ 22.518,27	\$ 6.816,28	\$ 2.206,79	\$ 9.023,07	\$ 15.702,00
4	\$ 15.702,00	\$ 7.484,27	\$ 1.538,80	\$ 9.023,07	\$ 8.217,73
5	\$ 8.217,73	\$ 8.217,73	\$ 805,34	\$ 9.023,07	\$ -

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10: Sueldos

Cargo	Sueldos	Sueldo hasta anual	13er sueldo	14to sueldo	Vacaciones	Fondo de reserva	AP. Patronal IESS 11,15% + 9,35%	Costo total anual	Costo total mensual
Administrador general	\$ 1.300,00	\$ 15.600,00	\$ 1.300,00	\$ 340,00	\$ 7.800,00	\$ -	\$ 1.895,40	\$ 28.235,40	\$ 2.352,95
Supervisor de turno	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 340,00	\$ 4.800,00	\$ -	\$ 1.166,40	\$ 17.506,40	\$ 1.458,87
Jefe de Cocina	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 900	\$ 340,00	\$ 5.400,00	\$ -	\$ 1.312,20	\$ 19.652,20	\$ 1.637,68
Coordinador de eventos	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800	\$ 340,00	\$ 4.800,00	\$ -	\$ 1.166,40	\$ 17.506,40	\$ 1.458,87
Cajero	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Cajero	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Ayudante de cocina	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Parrillero	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Freidor	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Pastelero	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Mesera	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Mesera	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Mesera	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Asistente de Seguridad	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Anfitriona	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
Animadora de eventos	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 495,72	\$ 7.635,72	\$ 636,31
TOTAL	\$ 7.880,00	\$ 94.560,00	\$ 7.880,00	\$ 5.440,00	\$ 47.280,00	\$ -	\$ 11.489,04	\$ 174.529,04	\$ 14.544,09

Fuente: Elaboración propia

Anexo 11: Sueldos incluido fondo de reserva

CARGO	SUELDO	SUELDO BASICO ANUAL	13er SUELDO	14to SUELDO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	AP. PATRONAL IESS	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Administrador general	\$ 1.404,00	\$ 16.848,00	\$ 1.404,00	\$ 367,20	\$ 8.424,00	\$ 1.404,00	\$ 2.047,03	\$ 31.898,23	\$ 2.658,19
Supervisor de turno	\$ 864,00	\$ 10.368,00	\$ 864,00	\$ 367,20	\$ 5.184,00	\$ 864,00	\$ 1.259,71	\$ 19.770,91	\$ 1.647,58
Jefe de Cocina	\$ 972,00	\$ 11.664,00	\$ 972,00	\$ 367,20	\$ 5.832,00	\$ 972,00	\$ 1.417,18	\$ 22.196,38	\$ 1.849,70
Coordinador de eventos	\$ 864,00	\$ 10.368,00	\$ 864,00	\$ 367,20	\$ 5.184,00	\$ 864,00	\$ 1.259,71	\$ 19.770,91	\$ 1.647,58
Cajero	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Cajero	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Ayudante de cocina	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Parrillero	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Freidor	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Pastelero	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Mesera	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Mesera	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Mesera	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Asistente de Seguridad	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Anfitriona	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
Animadora de eventos	\$ 367,20	\$ 4.406,40	\$ 367,20	\$ 367,20	\$ 2.203,20	\$ 367,20	\$ 535,38	\$ 8.613,78	\$ 717,81
TOTAL	\$ 8.510,40	\$ 102.124,80	\$ 8.510,40	\$ 5.875,20	\$ 51.062,40	\$ 8.510,40	\$ 12.408,16	\$ 197.001,76	\$ 16.416,81

Fuente: Elaboración propia

Anexo 12: Proyección de cantidades anualmente

PROYECCION DE CANTIDADES							
SERVICIO/PRODUCTO	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESTAURANT							
CARNES (LOMO FINO)	20	80	960	1000	1042	1085	1130
MARISCOS	20	80	960	1000	1042	1085	1130
POSTRES	30	120	1440	1500	1562	1627	1695
HAMBURGUESAS							
DESAYUNOS	20	80	960	1000	1042	1085	1130
PIZZAS	25	100	1200	1250	1302	1356	1412
PAPAS FRITAS	100	400	4800	5000	5208	5424	5650
JUGOS NATURALES	75	300	3600	3750	3906	4068	4237
VINO	10	40	480	500	521	542	565
HELADOS	40	160	1920	2000	2083	2170	2260
ACTIVIDADES POR EVENTOS							
ANIMACION	4	16	192	200	208	217	226
DECORACION	4	16	192	200	208	217	226
CATERING	4	16	192	200	208	217	226

Fuente: Elaboración propia

Anexo 13: Proyección anual de precios

PROYECCION ANUAL DE PRECIOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESTAURANT					
CARNES (LOMO FINO)	\$ 20,00	\$ 20,83	\$ 21,70	\$ 22,60	\$ 23,54
MARISCOS	\$ 20,00	\$ 20,83	\$ 21,70	\$ 22,60	\$ 23,54
POSTRES	\$ 4,00	\$ 4,17	\$ 4,34	\$ 4,52	\$ 4,71
HAMBURGUESAS	\$ 10,00	\$ 10,42	\$ 10,85	\$ 11,30	\$ 11,77
DESAYUNOS	\$ 6,00	\$ 6,25	\$ 6,51	\$ 6,78	\$ 7,06
PIZZAS	\$ 15,00	\$ 15,62	\$ 16,27	\$ 16,95	\$ 17,66
PAPAS FRITAS	\$ 4,00	\$ 4,17	\$ 4,34	\$ 4,52	\$ 4,71
JUGOS NATURALES	\$ 3,00	\$ 3,12	\$ 3,25	\$ 3,39	\$ 3,53
VINO	\$ 7,00	\$ 7,29	\$ 7,59	\$ 7,91	\$ 8,24
HELADOS	\$ 4,00	\$ 4,17	\$ 4,34	\$ 4,52	\$ 4,71
ACTIVIDADES POR EVENTOS					
ANIMACION	\$ 70,00	\$ 72,91	\$ 75,95	\$ 79,10	\$ 82,40
DECORACION	\$ 150,00	\$ 156,24	\$ 162,74	\$ 169,51	\$ 176,56
CATERING	\$ 200,00	\$ 208,32	\$ 216,99	\$ 226,01	\$ 235,41

Fuente: Elaboración propia

Anexo 14: Costo operativo

COSTO OPERATIVO												
RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Inflación						
Materiales Directos	\$ 24,000,00	\$ 24,998,40	\$ 26,038,33	\$ 27,121,53	\$ 28,249,78	4,16%						
Materiales Indirectos	\$ 6,000,00	\$ 6,249,60	\$ 6,509,58	\$ 6,780,38	\$ 7,062,45	8%						
Mano de obra	\$ 128,787,24	\$ 139,090,22	\$ 150,217,44	\$ 150,217,44	\$ 150,217,44							
Total costos operativos	\$ 158,787,24	\$ 170,338,22	\$ 182,765,35	\$ 184,119,35	\$ 185,529,67							
RUBRO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Materiales Directos	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00	\$ 2,000,00
Materiales Indirectos	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Mano de obra	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27	\$ 10,732,27
Total costos operativos	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27	\$ 13,232,27

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 15: Costeo de receta

Lista de Precios TOTAL				
		Compra 1		
Producto	U.Medida	Fecha:	Mar-06	
Legumbres		Cantidad	P. Unitario	Total
leche	litro	0,5	0,90	0,45
banano	unidad	1	0,05	0,05
pan	funda	4	1,50	0,24
manzana	unidad	1	0,25	0,25

RECETA DE COSTO				
Receta No. 1	Plato	Desayuno		
	Porciones	1	Capacid	
	INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	UNITARIO
	leche	UNIDAD	1	0,90
	banano	gr	1	0,05
	pan	gr	4	0,06
	manzana	unidad	1	0,25
			Sub Total	1,44
			% Decoración	10 0,25
			Total Ingredientes	0,29
			Costo por Porcion	0,29
			(%) Porcentaje de Venta	50%
			PRECIO DE VENTA	3,50
			Utilidad	3,21

Fuente: Elaboración propia