



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL



El Trébol
Pub Irlandés, nueva opción de entretenimiento en
Guayaquil

Proyecto Final
Master en Dirección y Administración de Empresas

Autor:
Juan Carlos Viteri Cestonaro

Guayaquil - Ecuador
Febrero 2005

Índice

1. Introducción	3
1.1 Situación Demográfica de la Ciudad de Guayaquil	4
2. Naturaleza del Proyecto	8
2.1 Nombre de la Empresa	8
2.2 Descripción de la Empresa	8
2.2.1 Misión	9
2.2.2 Visión	9
2.3 Análisis FODA	9
2.3.1 Fortalezas	10
2.3.2 Oportunidades	10
2.3.3 Debilidades	11
2.3.4 Amenazas	11
2.4 Objetivos	11
2.4 Claves del Éxito:	12
2.5 Ventajas y Diferencias Competitivas	12
3. Área Comercial y Situación de Mercado	14
3.1 Target de Mercado	14
3.2 Ubicación del Local	14
3.3 Política de Comunicación	16
3.4 Estudio de las 5 Fuerzas	19
3.4.1 Competidores Actuales	19
3.4.2 Competidores Potenciales	20
3.4.3 Productos Sustitutos	20
3.4.4 Análisis de Posibles Proveedores	20
3.4.5 Análisis de los compradores	21
4. Organización de la Empresa	22
4.1 Quienes serían los promotores del Proyecto y su nivel de Implicación	22
4.2 Organigrama de la Empresa	22
4.2.1 Descripción de las funciones del Personal	23
4.2.2 Tabla de Sueldos de Personal y esquema de pago de bonos y sistema de propinas.	26
5. Proceso de Producción	32
5.1 Diseño del lugar y sus características	32
5.2 Equipos que se necesitan y sus características	33

5.3 Materias primas.....	34
5.4 Material publicitario.....	34
5.5 Capacidad instalada.....	35
6. Plan de Fechas-----	36
6.1 Planificación, análisis.....	36
6.2 Objetivos, Corto y Largo Plazo.....	36
7. Análisis Económico – Financiero -----	38
7.1 Datos financieros del Proyecto.....	38
7.1.1 Inversión-----	38
7.2 Presupuesto de Ingresos y Utilidades.....	39
7.2.1 Costos Fijos-----	39
7.2.2 Detalle de los ingresos-----	40
7.2.3 Costos Variables-----	41
7.2.4 Proyección de Venta y Punto de Equilibrio-----	41
7.2.5 Ingresos y Utilidades-----	47
7.3. Flujo de Caja.....	52
7.4 Análisis de retorno de la Inversión.....	52
7.4.1 Rentabilidad sobre la inversión Total-----	52
7.4.2 Rentabilidad sobre las ventas-----	52
7.4.3 Periodo de Recuperación de la Inversión-----	53
7.4.4 Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Valor de Reventa.-----	54
8. Marco Legal-----	56
8.1 Naturaleza de la Empresa.....	56
8.2 Permisos Necesarios.....	56
8.3 Ley de Propiedad Intelectual.....	57
8.4 Código de Trabajo.....	57
9. Conclusiones-----	58
10. Bibliografía-----	59

Anexos

Anotaciones



1. Introducción

La necesidad de entretenimiento y, a opinión de muchos, las pocas opciones y variedad de lugares de esparcimiento que se ofrecen al público en nuestra ciudad nos ha llevado a pensar a muchos de nosotros, en un momento u otro que no tenemos suficientes lugares a donde salir y divertirnos y que nuestras opciones son limitadas a diferencia de otras ciudades del mundo e incluso comparado con la capital Quito que presenta un mayor número de opciones gastronómicas y de distracción.

Buscando dar una nueva opción de entretenimiento para nuestra ciudad surge la idea de poner un Bar-Restaurante en la que se pueda satisfacer a la mayoría de estas personas que buscan algo distinto con un ambiente distinto al que normalmente han encontrado. Aunque bares hay muchos, siempre se busca uno en el la gente se sienta a gusto, como en casa y porque no decirlo, como varios hemos pensado uno como el de la conocida serie de televisión de los 80's, *Cheers*. Casualmente el estilo de este bar, aunque muchos no lo sepan era el de un Pub Irlandés, como los que se pueden encontrar en cada esquina en muchas ciudades del extranjero. ¿Que es lo que tenía este bar de especial? Realmente nada extraño; tenía las características que tiene cualquier Pub Irlandés. Lugar pequeño, acogedor, mucha madera de buen acabado aunque rústico, un poco de bronce en la barra, buena atención y cerveza para todos los gustos. Todo esto combinado en una perfecta armonía brinda a los clientes una combinación que no se encuentra fácilmente en los lugares de este tipo en nuestra ciudad.

El término "Pub" es un diminutivo utilizado del Ingles para "Public House" o casa pública. Esto se refiere a un lugar Público en contraste con lugares privados en el que para tener que entrar se necesitaba ser socio del establecimiento o pertenecer a algún tipo de grupo social. Los Pubs Irlandeses de remontan a la edad media en la historia de Irlanda, donde siempre fueron lugares de recreación para tomar un trago, generalmente frecuentado por la clase trabajadora. Incluso muchos de ellos han



sido plasmados en la historia de Irlanda, ya que en ellos se realizaban reuniones secretas de los revolucionarios que pelearon por la libertad de Irlanda.



Figura 1: Imágen de San Patricio

Una de las celebraciones más importantes y reconocidas de Irlanda es el día de San Patricio (Ver Figura 1). Esta celebración se la realiza los 17 de Marzo, aniversario de la muerte de San Patricio en el siglo quinto, y que ha sido venerado por más de mil años. San patricio es el santo patrono de Irlanda, quien durante el siglo quinto convirtió a miles de irlandeses en cristianos e inculcó y esparció esta religión por todo su territorio. En la imagen podemos apreciar a San Patricio y vemos como en su mano derecha tiene un trébol el cual utilizaba como metáfora para impartir sus

doctrinas y es por esto que este es un símbolo tan famoso para Irlanda desde los Celtas. Debido a que el 17 de Marzo está en los días de la cuaresma, la prohibición de comer carne por parte de la iglesia fue la que hizo que en esta celebración no se come sino que se celebrara con fiestas y bebidas. La emigración de Irlanda de los últimos siglos por distintos motivos, tanto políticos como crisis económicas y alimenticias, han esparcido esta tradición a todo el mundo e incluso en Nueva York se realizan grandes desfiles anuales durante estas fechas y se celebra en los Pubs por todo el que se sienta identificado con la festividad.

1.1 Situación Demográfica de la Ciudad de Guayaquil

Según el último censo de población que se realizó en la ciudad de Guayaquil, la ciudad cuenta con una población de 2'039.789 habitantes al 2001. De estos



habitantes la mayoría de sus habitantes están comprendidos en edades entre 20 y 34 años que es el target de clientes que se busca atender su demanda de lugares de diversión y representa aproximadamente el 26% de la población total (Ver Gráfico 1).

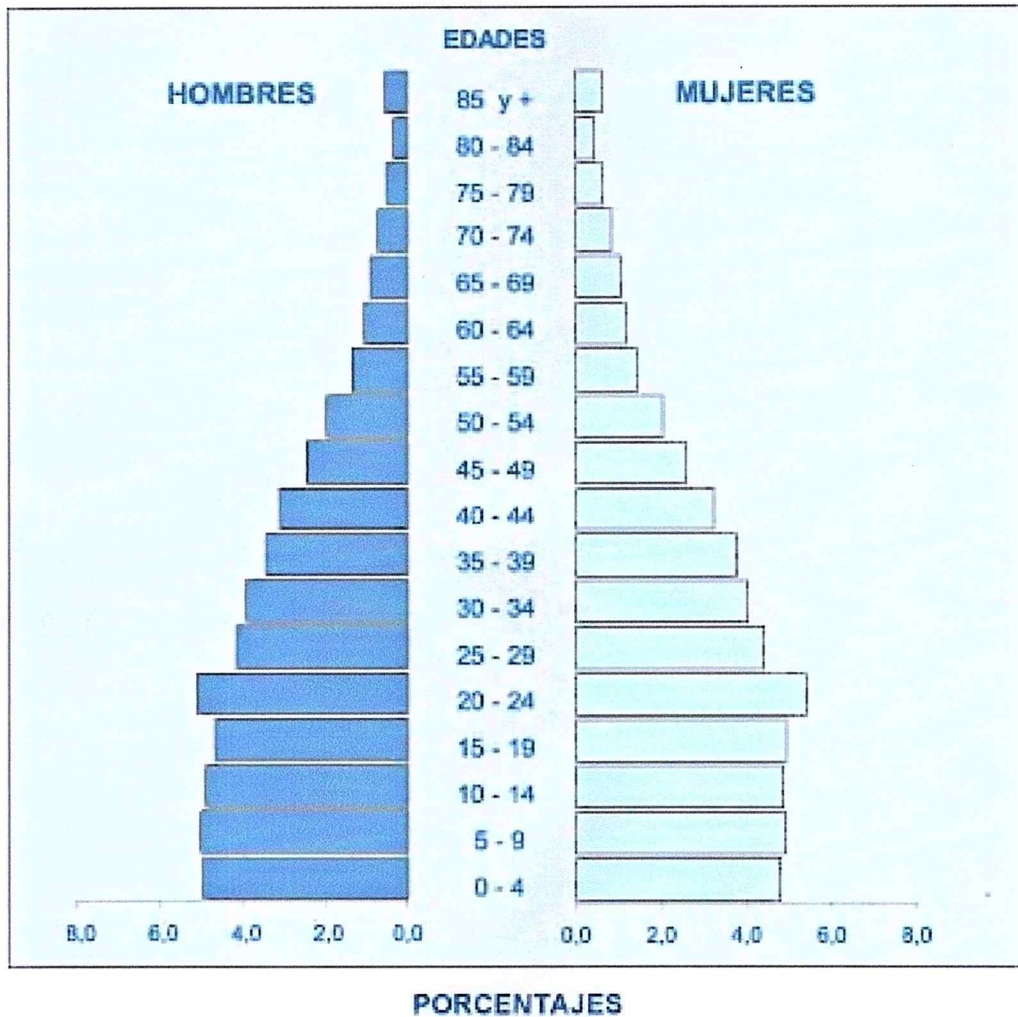


Gráfico 1: Pirámide poblacional por Sexo y Edades del Cantón Guayaquil

Durante los últimos años la ciudad de Guayaquil ha visto muchos cambios en su organización urbana, vial y cívica. Las últimas tres alcaldías de la ciudad emprendieron numerosos proyectos para mejorar y rescatar a la ciudad de los males que la aquejaban. Uno de estos grandes proyectos es el de la regeneración urbana y la construcción del Malecón 2000 y el Malecón del Salado. El 11 de octubre del 2004 se presentó un nuevo proyecto denominada Puerto Santa Ana (Ver Figura 2 y 3), el cual estará ubicado a un lado del Cerro Santa Ana y será un sitio de distracción



para toda la familia que contará con todo tipo de infraestructura turística incluidos Hoteles, restaurantes, bares y cafés. Todos estos proyectos son nuevas oportunidades para emprender negocios de distracción tanto diurna como nocturna.



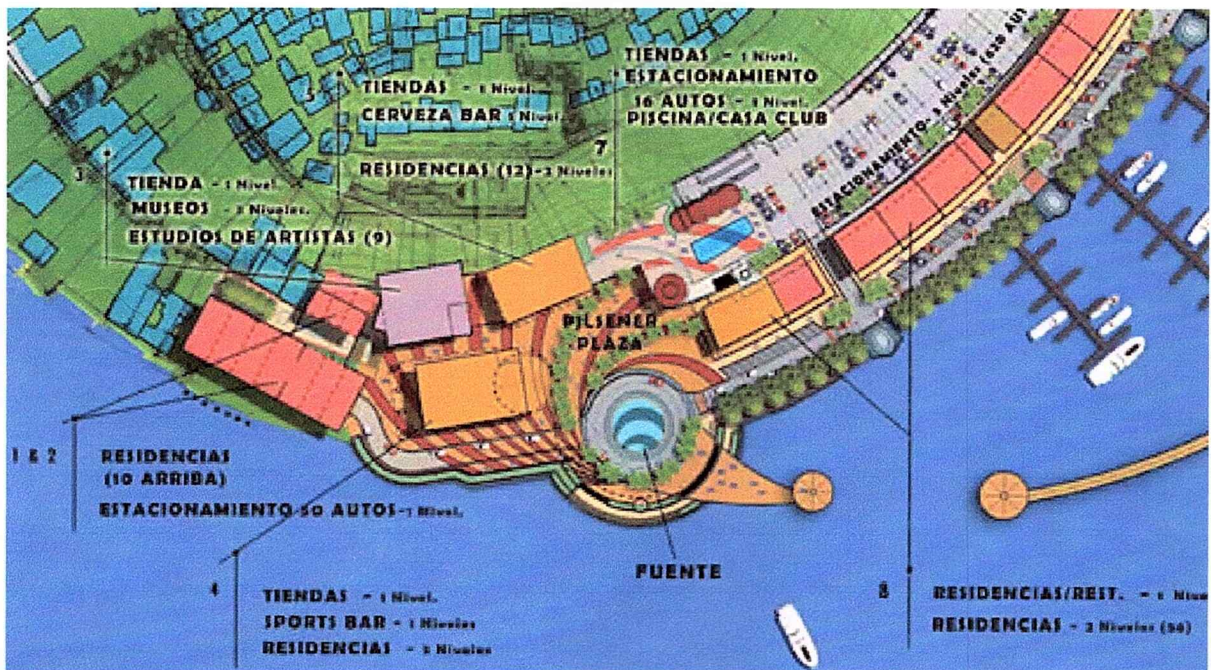
Figura 2: Fotos de Maqueta de Puerto Santa Ana



El proyecto de Puerto Santa Ana comenzó su construcción el primero de enero de este año y debe de estar terminado a finales del 2006. El monto de la inversión aproximada para este proyecto es de 15 millones de dólares. Entre los atractivos que se construirán en este proyecto tenemos: hoteles, edificios de departamentos, edificio de parqueos, marina, museos, bares y restaurantes, además de varias fuentes y plazoletas.



Uno de los puntos en que se enfocará el Puerto Santa Ana es mantener la arquitectura tradicional de la ciudad así como construir un museo de la antigua cervecería nacional y la plazoleta Pilsener en donde se realizar distintos eventos públicos. A continuación podemos observar parte del proyecto Puerto Santa Ana y los lugares destinados para la recreación.





2. Naturaleza del Proyecto

2.1 Nombre de la Empresa

Según el producto que se va a ofrecer y por sus características de irlandés, llamaremos a nuestro proyecto "El Trébol". Este nombre se relaciona con las celebraciones típicas del día de San Patricio, que se celebra en varias ciudades del Mundo. Este año esta celebración será el Jueves 17 de Marzo. Los Tréboles vienen de una tradición ancestral de los Celtas en Irlanda y por San Patricio que lo utilizaba para ilustrar la doctrina de la Trinidad. Es por esto que el trébol se ha convertido en un símbolo reconocido a nivel mundial de los irlandeses.

2.2 Descripción de la Empresa

El Trébol será un Pub Irlandés que abrirá sus puertas en la Ciudad de Guayaquil. Su objetivo es el de crear un ambiente acogedor y brindar toda clase de cervezas, incluso crear su propia cerveza a largo plazo, así como comida rápida, sencilla y de alta calidad. En lo que se refiere a comida lo ideal es el diseño de comida que la podemos clasificar como "divertida", es decir comida que hay que usar las manos, que se tenga que compartir entre varias personas, etc. En resumen, el Pub tiene que brindar una experiencia agradable en todos los ámbitos que va a interactuar con los clientes.

El Trébol estará ubicado en un sitio, de preferencia, de zona de Regeneración Urbana o zonas de clase media, media-alta de la ciudad, buscando atraer a las personas de estos estratos sociales, especialmente a las horas de lunch y luego de la salida del trabajo.

En lo que respecta a la decoración del lugar este es un punto de mucha importancia, ya que es por esto que el bar se diferenciará primordialmente de su competencia. La decoración típica de un Pub Irlandés está llena de madera, bronce, artefactos viejos irlandeses y letreros de cervezas y temas Irlandeses; todo esto brindando un ambiente de bar del viejo continente. Existen muchas referencias con respecto al



diseño que se la puede encontrar en Internet y que estarán más detallados a lo largo de este proyecto.

El proyecto contempla una inversión de \$38,818.25 que está compuesta por una inversión de activos fijos de \$26,025.00 y el resto se divide en capital de trabajo, de operación para los primeros meses y otros gastos administrativos iniciales. El tiempo de duración del proyecto se lo ha diseñado para 4 años, luego de ese tiempo se deberá realizar una nueva inversión y ya sea remodelar el sitio, abrir una sucursal o realizar un cambio de ubicación según sea la necesidad del momento. La razón por este tiempo relativamente corto de inversión es debido al mercado cambiante en lo que respecta a los sitios de distracción, por tal motivo de manera que el proyecto sea atractivo para los inversionistas, este debe de ser planteado de esta forma.

2.2.1 Misión

Crear una atmósfera de estilo de bar de viejo continente, ofreciendo un excelente servicio al cliente y la mejor selección de cervezas y comida de alta calidad.

2.2.2 Visión

Ser los especialistas en cervezas, ofreciendo tanto marcas propias, como marcas locales e internacionales, de manera que seamos el lugar de preferencia de los conocedores del buen beber.

2.3 Análisis FODA

De manera de poder analizar la situación en la que se desempeñará la empresa, a continuación se desarrolla un análisis FODA:



2.3.1 Fortalezas

- Diseño innovador en nuestra ciudad: El Trébol, al ser primero en su género como Bar Irlandés, desde el comienzo ya se si tiene una diferenciación con la competencia lo cual nos de una fortaleza, aunque esta es un poco frágil ya que puede ser copiada fácilmente.
- Variedad de Productos: Otra de las fortalezas que busca el bar, es la variedad en sus productos, tanto en sus bebidas como en sus comidas.
- Horarios de Atención: La idea del Pub es que no sea considerado solo un sitio para ir a tomar un trago, sino que se busca que las personas lo identifiquen como un lugar al que se puede ir a cualquier hora a pasar un buen rato, ya sea bebiendo o comiendo. En lo que respecta a los horarios de atención se atenderá desde el medio día de manera de poder atender a personas que quieren almorzar o a ejecutivos en almuerzos de negocios.
- Calidad de Servicios y Productos a bajo precio: Una de las principales fortalezas tiene que ser la calidad de los productos, cualidad por la cual queremos que se destaque nuestro negocio. Para esto se debe de verificar la calidad de la materia prima y mantener un buen nivel de servicio al cliente.

2.3.2 Oportunidades

- Necesidad de Nuevos Lugares de Esparcimiento: Actualmente en nuestra ciudad las personas se ven limitadas al momento de salir y tener que escoger un sitio de recreación.
- No existe un lugar con el tema Irlandés: En nuestra ciudad no existe un bar tipo Pub Irlandés y es por esto que al montar un negocio como esto nos vamos a diferenciar de la competencia desde un principio.
- Competidores presentan precios altos: Muchos de los que serían nuestra competencia directa mantiene precios altos al consumidor en la mayoría de los casos con un 300% sobre el costo real. Esto es una ventaja para nosotros ya que fácilmente se pueden mejorar estos precios ya que ...?



2.3.3 Debilidades

- Nuevos en el área: Una de las debilidades que tenemos es la falta de experiencia que tenemos los inversionistas en este tipo de negocio.
- Capacidad de Inversión propia limitada: Debido a las características de los promotores de este proyecto no se dispondrán de recursos propios ilimitados.

2.3.4 Amenazas

- Fácil de Copiar: No existe ningún tipo de barrera de entrada para que otros inversionistas pongan un negocio con las mismas características del nuestro. Es por esto que tenemos que situarnos en la mente del consumidor fuertemente desde un principio y mantenernos.

Como podemos ver el panorama para nuestro negocio es positivo, y lo único en lo que hay que poner énfasis es en crear barreras de entradas para futuros competidores. Esto se lo puede hacer ganando el mercado con una fuerte y efectiva campaña de marketing.

2.4 Objetivos

Entre los objetivos claves y sustento de nuestro negocio tenemos:

- Establecer buenas y firmes relaciones con distribuidores locales de cerveza, licores y materias para los platos de comida. Al momento esta es una ventaja debido a la alta competencia que existe entre los dos proveedores del mercado, los cuales mantienen una pelea por captar locales y para hacer esto dan subsidios, patrocinios y dinero para lograr su exclusividad.
- Mantener un control apretado del costo y la operación durante la expansión y duración del negocio, será clave para el progreso y poder alcanzar las metas a mediano y largo plazo.
- Mantener productos y servicios de alta calidad será la prioridad con lo cual se busca que el Pub sea reconocido en el mercado.
- Generar una rentabilidad del 40% al tercer año de funcionamiento.



- Una vez establecida una imagen reconocida del negocio, analizar la opción de ofrecer franquicias a nivel nacional. Actualmente existen varias franquicias del negocio de comidas en nuestro medio las cuales una vez que han establecido el negocio se han dedicado a franquiciar, lo que les ha generado un alto rendimiento de la inversión.

2.4 Claves del Éxito:

- La ubicación será uno de los puntos clave del éxito del negocio
- Disponer de platos de comida para todos los gustos y pensando no solo en los ejecutivos sino también en las familias, es decir tener menús para niños.
- La apertura tiene que ser un evento público, muy publicitado de manera que el local de a conocer desde un principio.
- Mantener un control apretado de costos, de las operaciones, y de flujo de caja mediante una buena y planificada administración, así como por un control automatizado.
- Mantener los precios de alimentos bajos comparados con la competencia.
- Mantener los precios de las bebidas bajos, comparados con la competencia.
- Aplica una campaña exitosa de publicidad y marketing para informar al público acerca de nuestro Pub Irlandés.
- Explotar al máximo la celebración de San Patricio, fecha de mayor afluencia en el mundo para los locales de este tipo.

2.5 Ventajas y Diferencias Competitivas

Entre las ventajas y diferencia competitivas que se tendrán en este proyecto tenemos los siguientes puntos:

- El lugar se presenta no solo como un lugar para la vida nocturna sino también como una opción de entretenimiento familiar.



- Al brindar el servicio de Internet se podrá acceder a un sector de ejecutivos que buscan estar siempre en contacto con su oficina, incluso durante sus horas de almuerzo.
- El ambiente físico que se diseñará para el lugar será acogedor en el cual el cliente se sienta a gusto.
- La presencia del Gerente o del Asistente Administrativo la totalidad del tiempo de funcionamiento del local deberá utilizarse para que estos se relacionen con los clientes, creando un vínculo y fomentando la fidelidad de los clientes.
- La fidelidad de los clientes es uno de los puntos importantes por esto es que se realizarán promociones constantes para reforzar este punto. Entre estas promociones se tendrán tarjetas de descuento de cliente frecuente, tickets de comidas o bebidas gratis en las distintas publicaciones que se realicen.
- La ubicación será también una de las ventajas que se tengan. Ya sea se ubique el local en el Puerto Santa Ana o en el Malecón del Salado, estos dos son lugares de gran afluencia de público, tanto local como extranjero.
- La atención al cliente deberá ser de alta calidad, para esto se buscarán meseros y meseras de preferencia estudiantes de universidades que estén buscando trabajos de medio tiempo. De esta manera se tendrán personas cultas, educadas y agradables.

3. Área Comercial y Situación de Mercado

3.1 Target de Mercado

La segmentación de mercado se divide básicamente en los dos “targets” principales. Esta división se reflejará en la estrategia de mercado a utilizarse para atacar a cada una de ellas: La clase media trabajadora (los que salen de trabajar y visitan el lugar) y las personas que salen en la noche o fines de semana y buscan pasar un buen rato.

Al momento, El Trébol entraría a un mercado altamente competitivo, ya que la industria de servicio de alimentos, bebidas y diversión ha proliferado en los últimos años en la ciudad. Por este motivo se tienen que utilizar bajos márgenes de ganancia. Esto ha creado una industria fragmentada en la que ningún negocio tiene una cuota significativa del mercado. Una de las ventajas que este proyecto ofrece es la diferenciación que tiene, debido a que no existe en la ciudad ningún bar tipo Pub Irlandés.

3.2 Ubicación del Local

La ubicación del lugar es uno de los temas importantes para el éxito del local. Esta tiene que ser en una zona en la sea permitido por el municipio, que brinde seguridad, parqueadero y esté cerca de la zonas de negocio o bancarias de manera que se le haga fácil llegar a nuestro local a los clientes.

Una de las opciones que se han analizado es dentro de las zonas de regeneración urbana y las obras que mencionamos con anterioridad como son Malecón 2000, Malecón del Salado y Puerto Santa Ana. Esto no solo es beneficioso por las prestaciones que nos brindan estos lugares, sino por la facilidad de conseguir los permisos municipales ya que estos locales han sido destinados específicamente para esto.



El lugar ideal para la ubicación de nuestro negocio es en el Puerto Santa Ana. En esta ubicación existen zonas destinadas específicamente a bares y por la arquitectura de antaño que presenta este proyecto también es beneficioso para la imagen que busca nuestro negocio. Adicionalmente se cuentan con parqueaderos y por ser todo el sector un lugar de atractivo turístico, tanto para turistas internos como externos, esto nos brinda una alta afluencia de clientes. Otro de los beneficios y factores que destacarían este proyecto será que la construcción del Puerto Santa Ana va a tener muy arraigado el tema de la cerveza ya que en sus terrenos funcionaba la antigua cervecería y se pretende preservar esto realizando construcciones temáticas relacionadas con ella.

Debido a que este proyecto va a estar listo dentro de 2 años, hemos buscado otras posibilidades para montar el negocio en caso que no se desee esperar hasta que esté listo el proyecto de Puerto Santa Ana. De igual manera se prevé que se tengan precios de alquiler parecidos a los del Malecón 2000 y Malecón del Salado debido a que son manejados por la misma fundación.

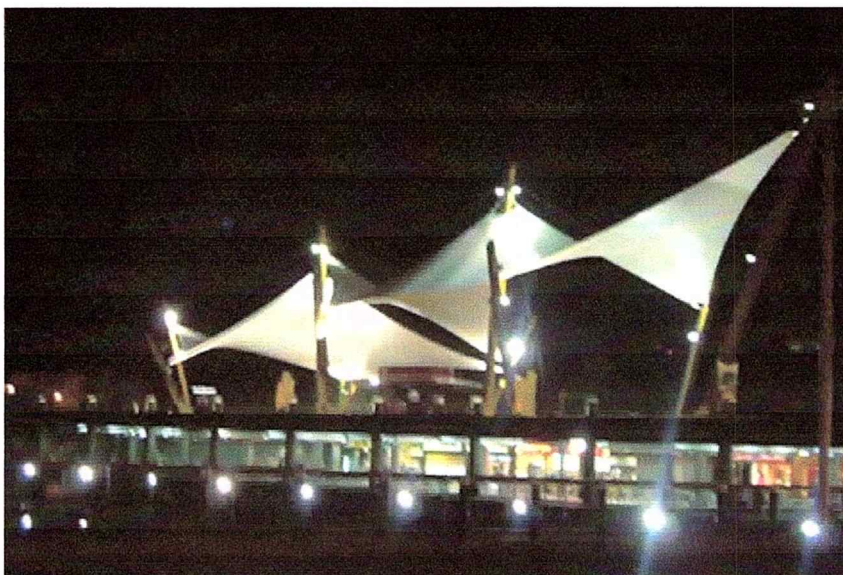


Figura 3: Malecón del Salado

Al momento no se encuentran locales disponibles en el Malecón 2000, pero en Malecón del Salado (Ver figura 3) existen locales destinados para este fin y se encuentran disponibles. Con respecto al proyecto de Puerto Santa Ana, éste tiene

que ser uno de los Megas de nuestro plan de negocio, y hay que trabajar para poner una sucursal de nuestro negocio en esa zona o cambiarse de local en el momento que este proyecto esté listo, que se prevé será para finales del 2006 ya que los trabajos recién van a comenzar ahora a comienzos del 2005.

Los locales del Malecón del Salado, se encuentran junto al parqueadero del Tenis Club y tienen una dimensión de 190 m². El valor del arriendo de estos locales es un poco elevado ya que asciende a los \$1300, sin embargo por su ubicación, la facilidad que presta el municipio para implementar este tipo de negocio y la disponibilidad de parqueaderos seguros los cuales a partir de las 9pm cuestan solo un dólar hasta las 7am del día siguiente, son una combinación perfecta según lo que se busca para el proyecto.

En esta ubicación nos beneficiamos también de la cercanía con los lugares que frecuenta nuestro target de clientes. En primer lugar tenemos muy cerca el sector bancario de la ciudad y por la cercanía a la Av. Carlos Julio Arosemena es muy fácil llegar en poco tiempo al lugar desde Urdesa, Kennedy y Los Ceibos. Al estar ubicado en el centro de la ciudad se puede captar a clientes de todos los sectores de la misma.

Todas estas características, sumadas a la afluencia de posibles clientes al sector por su atractivo turístico, junto con la afluencia que tiene el Tenis Club, nos presenta una buena oferta con relación al arriendo.

3.3 Política de Comunicación

En los gastos iniciales de la empresa se contempla un rubro de \$2000 para la contratación de una agencia de publicidad la cual se encargará del diseño de nuestro logotipo, papelería, imagen institucional, pautas de radio y anuncios en medios escritos tanto para el lanzamiento del negocio como para se utilizados a lo largo del tiempo.



Lo que se busca es hacer conocer a los posibles clientes que tienen esta nueva opción de entretenimiento y comida, cuales son sus características, promociones y horarios. Debido a que se definieron dos targets de clientes de igual manera se han diferenciado los medios en que se difundirá la publicidad del local.

Target de clientes tipo clase media trabajadora:

- Volantés en oficinas, donde se imprimirá el diseño que nos ha dado la empresa de publicidad y será repartido por personal contratado en el sector bancario y empresarial.
- Promociones en boletines informativos de tarjetas de crédito, lo que es gratis al estar afiliado a estas tarjetas de crédito, que el local tiene que estar afiliado a todas ellas.
- Página Web propia y banners en otras páginas locales de alto tráfico de tipo empresarial.
- Listas de distribución de emails en donde se enviarán comunicados semanales, siendo este uno de los canales más económicos ya que se dispondrá de Internet en el local y existen paquetes de software de distribución que son gratuitos.

Target de clientes nocturnos en busca de diversión:

- Publicaciones en diarios de la ciudad, como Notinorte, El Universo.
- Publireportajes en diarios de la ciudad, como Notinorte, El Universo y la Revista.
- Página Web propia y banners en otras páginas locales de alto tráfico de tipo diversión.
- Listas de distribución de emails en donde se enviarán comunicados semanales, siendo este uno de los canales más económicos ya que se dispondrá de Internet en el local y existen paquetes de software de distribución que son gratuitos.

Todos estos esfuerzos de comunicación serán más pronunciados durante la apertura del local y se mantendrán otros durante toda la duración del negocio. De igual

manera se realizaran campañas agresivas en los días próximos a la celebración de San Patricio e inicios de temporadas tanto alta como baja. Es importante siempre realizar algún tipo de publicidad durante las distintas celebraciones que ocurren en nuestra ciudad, como lo son el 9 de Octubre y 24 de Julio fechas en la que se tendrá una masiva afluencia de público en las cercanías del local, por estar ubicado dentro de una zona turística.

Otro lugar en donde se va a promocionar el lugar es en el Internet, creando una página Web propia del local en donde se tenga información actualizada de todos los eventos y promociones que existen en el local. Esta página Web se la puede hacer conocer en nuestras publicidades escritas. De manera que sea visitada con frecuencia se publicarán promociones adicionales exclusivamente para los visitantes de ella, del tipo que se imprimen y se presentan el Pub al momento de llegar o de pagar según sea el caso. Otro punto que se explotará es disponer de una cámara Web que transmita en nuestra página imágenes y fotos en vivo de nuestro local.

Entre los aspectos que queremos posicionar en la mente de nuestro target de clientes tenemos los siguientes puntos:

- **Precio:** Queremos que nuestros clientes sepan y recuerden que nuestro local no es caro, que tiene precios razonables comparado con la competencia.
- **Promociones:** Uno de los puntos importantes que queremos difundir es que siempre hay que porque celebrar en nuestro local, esta manera siempre existirá algún tipo de promoción vigente al momento de visitarnos.
- **Lugar Acogedor con buen servicio:** Hay que dejar constancia que nuestro local tiene un excelente servicio, buen y acogedor ambiente donde se puede tomar y comer relajadamente y disfrutar de una buena conversación.
- **Buenos productos:** Quizás uno de los puntos más importantes será este, ya que la buena calidad de nuestros productos hablará por si sola al momento que nos visiten los clientes. Hay que hacer énfasis en promocionar esta calidad.



3.4 Estudio de las 5 Fuerzas

3.4.1 Competidores Actuales

A continuación un resumen de nuestros competidores más importantes e información relevante de cada uno de ellos y datos promediados de una encuesta (Anexo 1) que se realizó a 30 personas:

Lugar	Dirección	Ubicación	Precios	Servicio	Ambiente	Calidad	Parqueo
Sport Planet	CC. San Marino	Excelente	Altos	Regular	Acogedor	Excelente	Suficiente
Liverpool	Urdesa	Buena	Moderados	Bueno	Acogedor pero ruidoso	Buena	Poco
Fridays	CC. San Marino	Excelente	Muy Altos	Bueno	Acogedor	Excelente	Suficiente
234	Centro	Regular	Económico	Malo	Pequeño	Regular	Poco
Arthurs's	Las Peñas	Buena	Altos	Regular	Regular	Mala	No hay

Si comparamos nuestro local y lo que buscamos ofrecer debemos de enfocarnos en estos puntos que vemos que afectan a la competencia:

- **Ubicación:** En nuestro caso tendremos una buena ubicación por estar en el centro de la ciudad y de una vía rápida
- **Precios:** Nosotros buscamos tener precios competitivos con bajos márgenes de ganancia comparados con la competencia.
- **Servicio:** Uno de los puntos importantes es mantener un buen servicio al cliente. Por tal motivos es que se busca que uno de los administradores se encuentre siempre presente en el local de manera que pueda supervisar el trato y servicio a los clientes.
- **Ambiente:** Debido a tipo de negocio que estamos instalando el diseño de un Pub Irlandés se presenta como acogedor debido a la cantidad de decoraciones que se tienen que montar en el lugar.



- **Calidad:** Siempre se buscará no escatimar esfuerzos para mantener la calidad de nuestro servicio y platos de comida. Para esto se tendrá un control estricto de las compras y preparación de los mismos, así como la consistencia en su preparación de manera que el cliente siempre obtenga lo que pide.
- **Parqueadero:** Por estar ubicados en el malecón del Salado este no será un problema tanto por espacio como por seguridad.

3.4.2 Competidores Potenciales

Entre nuestros competidores potenciales tenemos a cualquier local que al momento se desarrolla como bar, restaurante o café. Todos ellos pueden ofrecer el mismo tipo de bebidas y comidas que vamos a ofrecer en nuestro local. Es por esto que es tan importante diseñar un local con buen ambiente, así como mantener un sistema de promociones e incentivos que mejoren la fidelidad de los clientes. Si se aprovecha la entrada inicial de nuestro negocio con un impacto positivo de esta forma estaremos creando una barrera de entrada para los potenciales competidores.

3.4.3 Productos Sustitutos

Al igual que en los competidores potenciales, como productos sustitutos tenemos a los bares, restaurantes y discotecas, así como lugares de diversión como pueden ser las salas de bolos o salas de juegos. Nuevamente esto se puede contrarrestar atacando a la fidelidad del cliente y mejorando ese vínculo, lo que se puede hacer fácilmente por medio de promociones y servicios de cliente frecuente.

3.4.4 Análisis de Posibles Proveedores

Entre los proveedores de productos nos guiaremos por tres divisiones que hemos realizado que son Bebidas, Licores y Platos de Comida. Esta división se encuentra más detallada en la sección de Presupuesto de Ingresos y Utilidades en Detalle de los Ingresos.

Con respecto a las bebidas tenemos las siguientes divisiones:

- **Gaseosas:** Tenemos dos grandes distribuidores como son Coca Cola y Pepsi. Por lo general el servicio al cliente de Coca Cola es mejor y brindan



mayores facilidades a locales del tipo que estamos proponiendo, ofreciendo refrigeradores para el producto, material publicitario y auspicios.

- **Cervezas:** Al momento el mercado de las cervezas se encuentra en una dura competencia entre sus dos grandes proveedores que son Cervecería Nacional y Ambev con sus diferentes productos. Aunque no queremos tener exclusividad con alguno de los, ya que preferimos ofrecer la opción de escoger al cliente, económicamente podría ser viable un acuerdo de exclusividad con alguno de ellos, ya que por lo general ellos ofrecen incentivos económicos mensuales a cambio de esta exclusividad. Adicionalmente ellos siempre proveen de refrigeradores para su producto y material publicitario.
- **Jugos y Agua:** Estas bebidas y cualquier otro tipo que se necesite simplemente se lo adquirirá de cualquier supermercado de la ciudad.

En lo que a licores se refiere se tienen varios importadores de ellos como son los Almacenes Juan Eljuri, El Bodegón y varios negocios pequeños de la Bahía de la ciudad

Para la materia prima de la comida, esta será adquirida de los distintos supermercados de la ciudad. En el caso de nuestro local por la cercanía del Supertaxi del Centro Comercial Albán Borja este será el lugar de abasto regular, que adicionalmente cuenta con productos de buena calidad y frescos.

3.4.5 Análisis de los compradores

Analizando a nuestros compradores, podemos darnos cuenta que son de clase media, media-alta y alta, del nivel trabajador de edad entre 20 y 35 años, que busca un momento de distracción ya sea en su hora de almuerzo, a la salida del trabajo o en la noche.

Tal y cual se va a trabajar con los competidores potenciales y los productos sustitutos, la clave del éxito es crear un vínculo con los clientes y generar una fidelidad por parte de ellos. Esto se logra con promociones agresivas, sistemas de cliente frecuente, etc.

4. Organización de la Empresa

4.1 Quiénes serían los promotores del Proyecto y su nivel de Implicación

La empresa será constituida por distintos inversionistas los cuales conformarán una Junta Directiva la cual en sus inicios designará a un Gerente General el cual manejará el negocio. Las Utilidades del negocio serán repartidas anualmente entre sus accionistas y empleados. Este Gerente General será el encargado de seleccionar, contratar y supervisar al personal bajo su mando. Entre los accionistas se buscará personas que tengan experiencia de preferencia en el sector de consumo y servicios para que sirvan como una guía en el negocio.

4.2 Organigrama de la Empresa

Considerando las necesidades de la empresa y los niveles de control que se necesitan, el organigrama de la misma estará conformado de la siguiente forma:

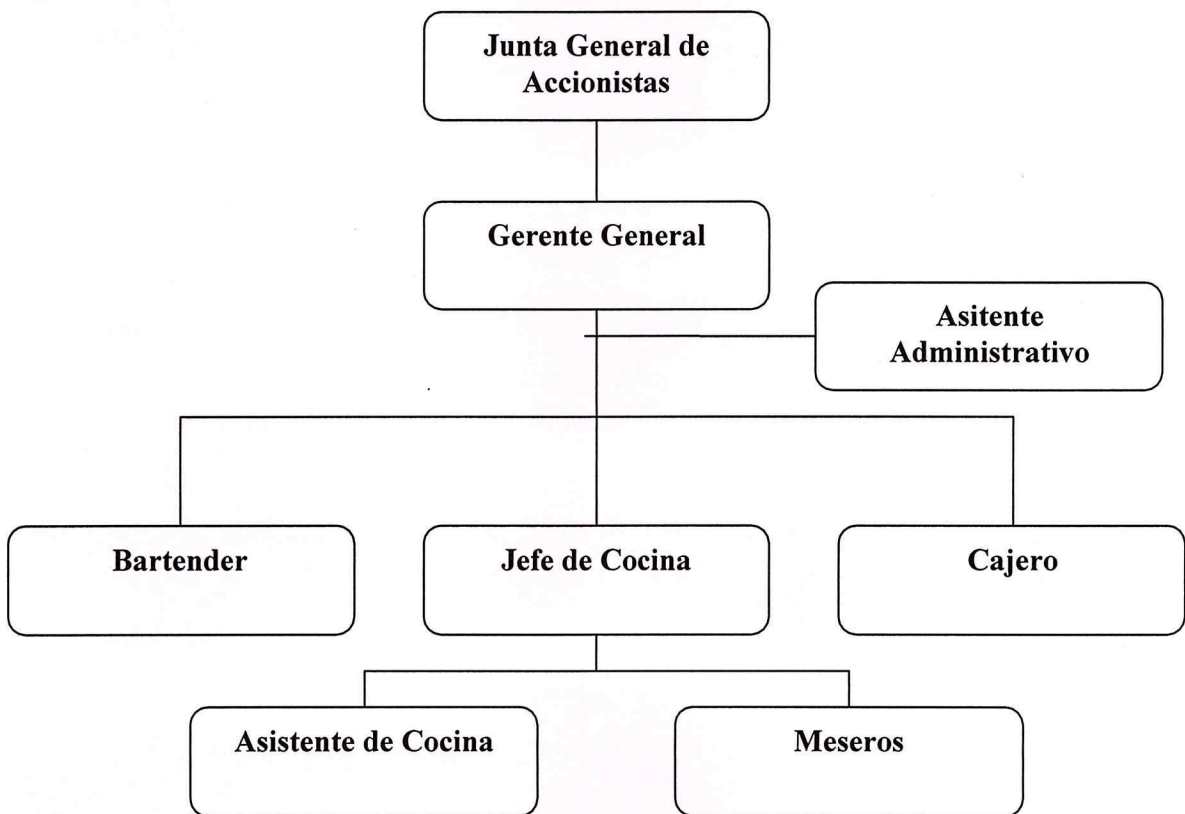


Figura 4: Organigrama de la Empresa



4.2.1 Descripción de las funciones del Personal

Una vez analizadas las necesidades del negocio se han establecidos los puestos y sus responsabilidades, así como una tabla de salarios y bonificaciones.

- **Junta General de Accionistas:** Son los accionistas de la empresa. Ellos se reunirán semanalmente al principio y luego se reducirá la frecuencia de las reuniones a una mensual o según sea necesario. Por ser accionistas ellos no reciben ningún tipo de remuneración salvo las utilidades que genere el negocio.
 - Responsabilidades: Velar por el cumplimiento de la Visión y Misión del negocio, así como supervisar el manejo del mismo.

- **Gerente General:** Para este puesto se necesita de una persona con experiencia en el negocio de restaurantes y o bares, Las responsabilidades de este puesto serán las de controlar las operaciones, manejar al recurso humano, diseñar nuevos planes de promoción. Debido a que este es un negocio pequeño, el gerente general también deberá estar presente en el Pub la mayor parte del tiempo tanto para control como para atender y recibir a los clientes. Este último siendo un factor clave debido que se busca que a los clientes se los atienda de la mejor forma. En horarios que el local esté cerrado es la persona que coordinará las compras y las relaciones con los proveedores. Por este motivo la persona que ocupe este puesto tiene que tener adicional a una formación administrativa (Ing. Comercial o afín) tiene que tener un carácter de servicio y un carisma para relacionarse con los clientes y de preferencia joven. Esta persona también tiene que tener características de Líder y ser ejemplo de organización y responsabilidad. El sueldo para esta posición es de \$800 más bonos por resultados.
 - **Responsabilidades**
 - Dirigir el negocio en su totalidad.
 - Manejar la parte contable, financiera y de recursos humanos.
 - Definir las estrategias a seguir y las promociones en conjunto con las pautas entregadas por la agencia de publicidad.



- Reportar continuamente a la Junta Directiva de Accionistas.
- **Características**
 - Estudios en Administración de Empresas o carreras afines.
 - Experiencia en negocios de Servicio de comidas de preferencia.
 - Tener carisma de Líder, buena presencia, bueno para relacionarse y tener don de servicio.
 - Experiencia en manejo de personal.
- **Asistente Administrativo:** El Asistente Administrativo será la mano derecha del Gerente General y ayudará en todas las responsabilidades de la Gerencia General. La contratación de esta persona está contemplada luego de 3 meses, cuando el negocio tenga una clientela fija y estable. La decisión de la contratación se la tomará en las reuniones de directorio. El perfil para este puesto es igual al del Gerente General aunque puede ser un estudiante universitario. El sueldo para esta posición es de \$350 más bonos por resultados.
 - **Responsabilidades:**
 - Asistir y reportar a la Gerencia General en todos los ámbitos de la empresa y lo que le sea designado por la Gerencia General.
 - Estará al mando de todo el personal, dejando a la Gerencia General libre para dedicarse a otros puntos de mayor importancia estratégica.
 - **Características:**
 - Ser estudiante de Administración de Empresas o carreras afines.
 - Liderazgo, Buena Presencia, Buenas relaciones con colaboradores y clientes, don de servicio.
- **Jefe de Cocina:** Es la persona que se encargará de verificar la calidad de los platos que se sirvan, administrará la cocina y sus compras en conjunto con la gerencia. Para realizar estas funciones tendrá a carga un asistente de cocina



al principio y a medida que crezca el negocio se incorporarán más ayudantes. Otra de las funciones del jefe de cocina, será el de controlar los gastos de la misma así como realizar los pedidos a los proveedores. El sueldo para esta posición es de \$350 más bonos por resultados.

- **Responsabilidades**

- Será el encargado de diseñar los platos de comida.
- Se encargará de proyectar junto con la administración las compras para esta área.
- Manejará al personal de asistentes de cocina.
- Tiene que tener experiencia previa en esta área

- **Características**

- Estudiante de último año o graduado en cocina.
- Responsable, organizado, líder.

- **Asistente de Cocina:** Estará bajo el mando del Jefe de Cocina y serán los que preparen la comida. De preferencia se buscan personas con estudio y experiencia en cocina. El sueldo será de \$160.

- **Bartender:** El bar tender es uno de los puntos claves del local ya que es la persona que más contacto tendrá con el público. Tiene que ser de buena presencia, carismático y debe de relacionarse con los clientes de manera que cree ese vínculo que se busca de manera que estos regresen. El Bartender no solo será el que tenga conocimiento de Licores y prepare los cócteles, sino que también será la persona que anime el lugar, ya que el es el que estará encargado del sistema de sonido del lugar. El sueldo será de \$220 más las propinas.

- **Responsabilidades**

- Deberá tener estudios y experiencia en esta área.

- **Características**

- Carismático
- Buena presencia
- Sociable y bueno para relacionarse con los clientes.



- **Meseros:** Los meseros serán elegidos minuciosamente, ya que ellos serán la cara del local al público. Ellos adicional a servir las bebidas y comidas son las personas que serán como asistentes tanto para el Bartender como el Jefe de Cocina y deberán ayudarlos en caso que se los requiera. El sueldo para esta posición será de \$120 más propinas con turnos rotativos.
- **Cajera:** Se encargará de llevar las cuentas y cobrar el dinero. El sueldo para esta posición será de \$220.

4.2.2 Tabla de Sueldos de Personal y esquema de pago de bonos y sistema de propinas.

Una vez definidos los puestos de trabajos tenemos completa la nómina de personal así como el salario que tendrá cada uno. Los empleados de la empresa estarán afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y se les pagará todos los beneficios de ley. Debido a la gran cantidad de oferta informal que existe en nuestro medio el solo hecho de pagar todos los beneficios de ley y afiliarse al IESS al personal es una forma de crear un vínculo más estrecho entre el empleado y empleador, especialmente en lo que se refiere a meseros y asistentes de cocina.

Cuadro 1 - Tabla de Sueldos de Personal

Posición	Sueldo
Gerente General	\$ 800.00
Asistente Administrativo	\$ 350.00
Jefe de Cocina	\$ 350.00
Bartender	\$ 220.00
Cajero	\$ 220.00
Meseros (3)	\$ 120.00
Asistente de Cocina (2)	\$ 160.00

Todo este personal representará un gasto mensual de \$3231.30 mensuales durante el primer año. En este valor se encuentra incluido los valores ponderados mensualmente de Vacaciones, Décimo Tercero y Décimo cuarto, así como el aporte patronal al IESS. Para los períodos 2, 3 y 4 de funcionamiento del local, se ha incrementado los sueldos anualmente en un 5%, valor que se encuentra relacionado con la inflación que está experimentando nuestro país. (Ver Cuadro 2-1, 2-2, 2-3, 2-4)

**Cuadro 2.1
Tabla de Sueldos de Personal**

Periodo	Año 1												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Sueldos													
Gerente General	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
Asistente Administrativo	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Jefe de Cocina	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Bartender	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00
Cajero	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00	\$ 220.00
Meseros	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00
Asistentes de Cocina	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ 320.00
Total Sueldos	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00	\$2,620.00
Aporte Patronal IESS	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13	\$ 292.13
Décimo Cuarto (Ponderado)	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83
Décimo Tercero (Ponderado)	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33	\$ 218.33
Vacaciones (Ponderado)	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17	\$ 109.17
Total Egresos por Sueldos	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30	\$3,231.30

Cuadro 2.2
Tabla de Sueldos de Personal

Periodo	Año 2												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Sueldos													
Gerente General	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00	\$ 840.00
Asistente Administrativo	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50
Jefe de Cocina	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50	\$ 367.50
Bartender	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00
Cajero	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00	\$ 231.00
Meseros	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00	\$ 378.00
Asistentes de Cocina	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00
Total Sueldos	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00	\$2,751.00
Aporte Patronal IESS	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74	\$ 306.74
Décimo Cuarto (Ponderado)	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83
Décimo Tercero (Ponderado)	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25	\$ 229.25
Vacaciones (Ponderado)	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63	\$ 114.63
Total Egresos por Sueldos	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82	\$3,387.82

Cuadro 2.3
Tabla de Sueldos de Personal

Periodo	Año 3												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Sueldos	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00	\$ 882.00
Gerente General	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88
Asistente Administrativo	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88	\$ 385.88
Jefe de Cocina	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55
Bartender	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55	\$ 242.55
Cajero	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90	\$ 396.90
Meseros	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80	\$ 352.80
Asistentes de Cocina	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55	\$ 2,888.55
Total Sueldos	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07	\$ 322.07
Aporte Patronal IESS	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83
Décimo Cuarto (Ponderado)	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71	\$ 240.71
Décimo Tercero (Ponderado)	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36	\$ 120.36
Total Egresos por Sueldos	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17	\$ 3,552.17

**Cuadro 2.4
Tabla de Sueldos de Personal**

Periodo	Año 4												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Sueldos													
Gerente General	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10	\$ 926.10
Asistente Administrativo	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17
Jefe de Cocina	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17	\$ 405.17
Bartender	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68
Cajero	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68	\$ 254.68
Meseros	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75	\$ 416.75
Asistentes de Cocina	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44	\$ 370.44
Total Sueldos	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98	\$ 3,032.98
Aporte Patronal IESS	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18	\$ 338.18
Décimo Cuarto (Ponderado)	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83	\$ 100.83
Décimo Tercero (Ponderado)	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75	\$ 252.75
Vacaciones (Ponderado)	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37	\$ 126.37
Total Egresos por Sueldos	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74	\$ 3,724.74

Con respecto al pago de bonos, se ha designado un monto igual al 5% de las ventas, el cual será repartido entre el Gerente General, el Asistente Administrativo y el Jefe de Cocina, en partes iguales. Este valor se proyectado al final del primer periodo tributario en \$425 lo que representa un bono adicional al sueldo de \$141.00 (Ver rubro de Gastos por Bonos en Cuadro 5)

Por otro lado con respecto a propinas, se implementará un sistema que se utiliza en varios restaurantes de EE.UU. en donde el mesero es el que decide si se aplica la tasa de servicio o si no se la aplica y se solicita una propina. De esta manera se fomentará la atención al cliente de manera que el mesero busque obtener una buena propina y no esté limitado al 12%. En la mayoría de los casos en EE.UU. se acostumbra dar buenas propinas por un servicio excelente y en vez de cobrar un tasa establecida al cliente se le informa que no ha sido incluida una propina y un aproximado en porcentaje a lo que se debería dar. De esta manera nuestro local no tendrá precios altos desde el punto de vista de los clientes y ese dinero extra que dejan en propina no es visto como en costo adicional del local sino como una gratitud entregada a la persona que los atendió.



5. Proceso de Producción

5.1 Diseño del lugar y sus características

El diseño del lugar se lo encargará a una diseñadora profesional para lo cual se ha destinado un rubro de \$1,000.00 en la inversión inicial. Sin embargo a ella se la darán las pautas a seguir con ejemplos de otros lugares.

Entre los elementos que se tienen que considerar para el diseño y la decoración del local son los siguientes aspectos:

Piso y Paredes: Por lo general de madera o imitación de madera. Tiene que estar protegida contra humedad y polillas, de igual forma es recomendable tratamiento retardantes de fuego en caso de alguna emergencia.

Barra y Anaqueles de Barra: La estructura del bar se la hará de cemento, sin embargo su recubrimiento será de madera de manera que parezca que es totalmente de este material.

Mesas y Sillas: Las sillas y meses tienen que ser de estilo rústico de madera, pero al mismo tiempo tienen que brindar comodidad. La finalidad del estilo rústico no es solo brindar una experiencia visual total del local sino que a medida que pasa el tiempo los daños que presentan no se ven como tales sino que pasan a ser parte del diseño del lugar.

Artículos de decoración: En esto se ha presupuestado un rubro especial ya que son estos pequeños detalles los que harán la diferencia en el lugar. En su mayoría son artículos viejos, postres, etc. Muchos de ellos se pueden recolectar en sitios como los “cochineros” de la ciudad, sin embargo otra gran mayoría habrá que adquirirse e importarse. Existen muchos lugares en el Internet en donde se pueden adquirir artículos diseñados especialmente para Pubs Irlandeses. Un ejemplo de estos sitios es <http://www.celticdragonpubco.com> (Ver Anexo 1), y <http://www.irishpubcompany.com/> (Ver Anexo 2).

Para tener una idea de la imagen que tiene que proyectar un Pub Irlandés se puede recurrir al Anexo 3, 4 y 5 donde hay un compendio de imágenes que resumen lo que se quiere proyectar.



Con respecto a los productos y servicios que se ofrecerán tenemos

- Servicios:
 - Hot Spot gratis: Se instalará un Access Point inalámbrico y se brindará el servicio de Internet a todos nuestros visitantes que deseen conectarse a nuestra red inalámbrica.
 - Reserva de Mesas
 - Reserva del Local para Eventos
 - Noche de Karaoke
 - Proyección de Conciertos y Partidos de Fútbol en los televisores del local
 - Premios por Sugerencias: Se solicitará sugerencias a los clientes y en caso de ser aplicadas se los premiará a los clientes con descuentos o productos gratis.
 - Horario de Atención: El horario de atención del local será de Domingo a Miércoles de 12h00 a 00h00 y de Jueves a Sábado de 12h00 a 02h00 o hasta que salgan los últimos clientes.
- Productos
 - Bebidas y Licores: Se brindará todo tipo de cócteles y se diseñarán nuevos lo cual estará a cargo del Bartender.
 - Comida: Se diseñara en conjunto con la Gerencia General, el Jefe de Cocina y la agencia de publicidad un menú que sea atractivo para el público, tanto económicamente como gastronómicamente, En el anexo 6 y 7 se pueden observar ejemplos de menús de locales de este tipo. No se considera servir platos típicos Irlandeses puesto que no son del todo parecidos a nuestra comida local.
 - Comida para Niños: En busca que el lugar sea familiar en horas diurnas se diseñara un menú especial para los más pequeños.

5.2 Equipos que se necesitan y sus características

Los equipos que se necesitan para la implementación del lugar se han considerado en los montos de inversión, sin embargo algunos de ellos no se encuentran detallados y estos serán comprados con el capital operacional ya que son de costos relativamente bajos.



Entre los equipos a comprar tenemos: Aires Acondicionados, de preferencia de tipos Split con central de Aire ya que ahorra energía, Cocina industrial con 6 quemadores a gas y un horno con Broiler. De igual manera se necesitan 2 microondas, 3 batidoras, una máquina de hielo, un refrigerador y congelador, ruteador inalámbrico, amplificador de sonido, parlantes, micrófonos, un DVD, tres televisores y una computadora con características modernas y tarjeta de sonido.

5.3 Materias primas

Las materias primas para nuestro local en lo que respecta a las bebidas y licores estas son el producto en sí y no hay que presecar nada, salvo en la preparación de los cócteles.

Con respecto a la comida esta será adquirida en los supermercados de la ciudad y será en base al diseño del menú y las decisiones de la Gerencia General y el Jefe de Cocina.

5.4 Material publicitario

El material publicitario estará a cargo de la agencia de publicidad que se va a contratar. Para esto se ha designado un rubro en la inversión inicial del negocio. Entre los artículos que se solicitará que diseñe la agencia tenemos los siguientes:

- Logotipo
- Membrete de Hojas, Facturas y Servilletas
- Letreros, Banners y Neón
- Frase publicitaria
- Diseño general de volantes y páginas Web para ser manipuladas directamente por el personal de la empresa luego del lanzamiento del producto.



5.5 Capacidad instalada

Consultando con arquitectos y observando otros locales que se encuentran en el malecón del Salado con tamaños iguales al de este proyecto se he estimado que entran fácilmente 25 mesas en el local, esto sumado a los bancos que se encuentran junto a la barra que son alrededor 20. Si calculamos que hay 4 personas por mesa tenemos un total de 120 personas sentadas. Si a esto se le suma que existen tres hora picos tenemos que se puede atender más de 360 personas al día en el local en los distintos turnos.

Las normas internacionales como la NFPA de EE.UU. de prevención de incendios indican que el metraje cuadrado multiplicado por 1.6 nos da el máximo de personas que pueden estar al mismo tiempo en un lugar público. Si calculamos que de los 198 m² del local se utilizan alrededor de 25 para la cocina, barra y bodega, los 173 m² restantes nos dan un máximo de personas permitidas de 108, lo que está dentro de los rangos de asistencia que se tendrán en el local.



6. Plan de Fechas

6.1 Planificación, análisis.

Una vez que se decida comenzar con el proyecto se deberá tener listo el negocio en el lapso de 2 meses. Esto es posible ya que al momento del inicio del negocio se realizarán los trámites de la compañía y una vez que estén listos se procederá al arriendo del local que es cuando comienzan los desembolsos fuertes de dinero. Cuando se encuentre a nuestra disposición el negocio se deberá de comenzar los trabajos de obra civil que no deben de demorar más de dos semanas. Paralelamente se deberá contratar a la agencia de publicidad y comenzar con la contratación del personal y compra de todos los equipos necesarios incluidos los muebles.

Una vez terminada la obra civil se procederá a las obras de carpintería tanto del local como de la barra y a la instalación de la cocina industrial y luminarias. Lo que no deberá de demorar más de dos semanas.

Paralelamente se diseñará la imagen de la empresa y los platos del menú así como degustaciones entre los directivos e invitados de manera que se pueda tener una idea de la aceptación de los mismos.

6.2 Objetivos, Corto y Largo Plazo

Entre los objetivos de la empresa se han proyectado los siguientes:

Corto Plazo

- Abrir las puertas del negocio al público dentro de un mes luego de haber contratado todos los servicios de adecuación del local.
- Alcanzar el nivel de ventas deseado a los 6 meses de iniciada la operación. Este nivel de ventas es de \$12,337.50 el cual está repartido en el siguiente porcentaje:
 - 13.37% en Bebidas (Incluye gaseosas y cervezas).



- 19.76% en Licores (Incluye cócteles y shots).
- 66.87% en platos de comida (Incluye piquéos), este es uno de los valores más representativos debido al costo más alto que tienen y ya que nuestro lugar también busca ser visitado en hora de almuerzo. De igual manera en la comida es en donde se tiene un margen de ganancia más alto.
- Generar utilidades desde el primer mes de apertura.
- Ser un sitio reconocido de la ciudad.

Mediano Plazo

- Recuperar la inversión no más allá del tercer mes del tercer periodo.
- Participar en eventos promocionales junto con otras empresas para fomentar el turismo.
- Producir una ganancia del 30% por periodo sobre la inversión.

Largo Plazo

- Al final del cuarto periodo se analizará la posibilidad de reinversión en el local, el cierre del mismo o el cambio de ubicación. Esto debido a que los lugares de entretenimiento en nuestra ciudad siempre están cambiando y pasan de moda. Por este motivo hay que estar en un constante cambio y adaptación.
- En caso de continuar con el negocio, Incluir la producción de una cerveza del mismo local. Es decir que se la procese dentro del local. Para esto se analizará los equipos necesarios y el sabor, tipo y consistencia que se le dará a esta cerveza propia del local. Cabe recalcar que en Ecuador solo existe un lugar en la ciudad de Quito que hace su propia cerveza.
- Otro punto a analizar a largo plazo es hacer del negocio una franquicia y venderla a nivel nacional.

7. Análisis Económico – Financiero

7.1 Datos financieros del Proyecto

7.1.1 Inversión

De los estudios y las necesidades del negocio, adjunto se encuentra la tabla con la descripción de la inversión de activos fijos y de gastos iniciales y capital de operación.

Cuadro 3

Detalle de Inversión

	Cantidad	Precio Unitario	Total
Constitución de la Empresa	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Obra Civil	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Diseñador	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Iluminación	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Cocina Industrial	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Aires Acondicionados	4	\$ 450.00	\$ 1,800.00
Mesas de Madera estilo rustico	25	\$ 120.00	\$ 3,000.00
Sillas de madera estilo rustico	100	\$ 45.00	\$ 4,500.00
Barra y Anaquel trasero	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Varios de Decoración	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Refrigerador	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Congelador	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Computadora	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Sistema de Sonido	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Letrero Exterior y Neón	2	\$ 350.00	\$ 700.00
Televisores de 25"	3	\$ 500.00	\$ 1,500.00
Vasos y Copas	150	\$ 1.50	\$ 225.00
Platos	120	\$ 2.00	\$ 240.00
Papelería	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Total Inversión Activos Fijos			\$ 26,965.00
Margen de Error de Inversión 10%			\$ 2,696.50
Renta	1	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00
Publicidad	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Capital de Operación	1	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Total Inversión			\$ 40,261.50

De estos valores podemos observar como del total de la inversión, un 80.4% será destinado a la adquisición de activos fijos. El resto del monto de inversión incluye un



margen de error de inversión del 10%, más el dinero destinado a los depósitos de Arrendamiento, Publicidad y un estimado de \$6000 de capital de operación para el primer mes en el que se produce un desfase en los ingresos de la empresa tanto por adquisición de un inventario inicial, como por la demora que se tiene por cobro de tarjetas de crédito, y que también se utilizará para la compra inicial de los primeros materiales consumibles como son servilletas, mezcladores, escobas, trapos, etc.

7.2 Presupuesto de Ingresos y Utilidades

7.2.1 Costos Fijos

Los costos fijos del proyecto se pueden ver en el Estado de Pérdidas y Ganancia (Anexo D). Para el primer período estos ascienden a \$5967.02 de los cuales solo el rubro de Gastos de Servicios Públicos va a variar debido a que los gastos de Luz y Gas se incrementan a medida que se atiende a más clientela, sin embargo su variación es mínima por su bajo costo y su utilización normal independientemente de la afluencia de clientes.

Entre los rubros de gastos tenemos:

- Sueldos: Monto a pagar por sueldos de personal, incluye un valor prorrateado de los adicionales los cuales no serán pagadas sino que tiene que ser reservados hasta el momento de su pago.
- Bonos de Venta: Es un valor correspondiente al 5% de las ventas que se reparte entre algunos de los empleados al finalizar cada mes siempre y cuando se hubiese superado el punto de equilibrio de la empresa.
- Renta: Valor a pagar por el alquiler del local.
- Publicidad: Es un valor que se ha destinado mensualmente para hacer promociones del tipo que sea necesario. En caso de no utilizarse un mes, se puede acumular para ser utilizado en el siguiente.
- Servicios Públicos: Incluye los gastos de luz, agua, teléfono y gas. Se ha hecho un estimado puesto que no tenemos los valores de consumo eléctrico de las luminarias y aires acondicionados que son los que más consumen.
- Suministros: Es el rubro destinado a compra de servilletas, papelería, etc.
- Internet y Hosting: Incluye el pago de una conexión de 128 Kbps y el hosting de la página Web



- **Mantenimiento:** Es un valor aproximado para reemplazar y atender cualquier imprevisto que pueda suscitarse en el local, desde el cambio de un foco hasta el arreglo de algún equipo.
- **Seguro:** Se contará con un seguro de incendio y robo para lo cual se ha calculado un valor a pagar mensual de acuerdo a las tasas vigentes y el monto asegurado de la inversión de activos fijos.

A los costos fijos se les ha aplicado un incremento del %5 anual en cada periodo considerando las condiciones económicas de nuestro país.

7.2.2 Detalle de los ingresos

En el anexo C se puede observar claramente las ventas que se han proyectado para el negocio durante los cuatro periodos en estudio. El ingreso por ventas proyectado para el primer año de operaciones asciende a los \$137,303.44.

A fin de poder analizar las ventas del local se han dividido sus productos en tres grandes categorías:

- **Bebidas:** Incluye gaseosas, agua, cervezas y jugos. El margen de utilidad en este rubro es de aproximadamente un 333% con un precio promedio de \$1.00 por vaso. Este margen aunque parece alto es común debido al bajo costo que tiene la cerveza de barril y las colas de máquina. Un ejemplo de esto es el costo de un Barril de Cerveza de aproximadamente \$30 que produce fácilmente 130 vasos a un costo de \$0.23 cada uno.
- **Licores:** Incluye todo tipo de licores como Whiskey, Vodka, Tequila, etc. y sus cócteles. En este caso se ha promediado el costo de una botella en \$15 la cual da aproximadamente 16 medidas y se le ha sumado \$0.20 por el gasto adicional de gaseosas o jugos. El margen en este rubro es de 286% con un precio promedio por bebida de \$3.25
- **Platos de Comida:** Los platos de comida se refieren tanto a platos de piquéos como platos fuertes. El margen de ganancia en este rubro es del 333% y un plato promedio de comida tiene un costo de \$2.00 y un precio final de \$5.00.



Aunque los márgenes de ganancia pueden parecer un poco altos, esto es lo acostumbrado en el mercado de bares y restaurantes ya que gran parte del valor del producto se encuentra en la forma de su preparación y no reside meramente en sus ingredientes. Esto se aplica tanto a las bebidas como a los platos preparados de comida.

7.2.3 Costos Variables

En nuestro caso los costos variables de la empresa no son representativos ya que los materiales a utilizarse para la preparación de platos y bebidas se consideran como Inventario. El único valor que varía a medida que se incrementa el número de clientes.

7.2.4 Proyección de Venta y Punto de Equilibrio

Las proyecciones de venta se las ha realizado de forma muy conservadora considerando la capacidad instalada del local y considerando su horario de atención con sus tres horas picos que son las del almuerzo, cena y la noche. Si consideramos que tenemos 25 mesas de 4 personas y que nuestro local se va a llenar solamente durante las horas picos y cada mesa no rota clientes, tenemos un total de 300 clientes al día. Con esto podemos calcular un consumo promedio de bebidas o licores de 2.5 vasos por hora más un plato de comida por persona. Es decir que en el mejor de los casos tendríamos un consumo de 300 platos de comida, y según la relación de ventas entre bebidas y licores de 2.2 a 1, entonces tendremos una venta de 515 bebidas y 234 licores.

Sin embargo por ser conservadores se ha estimado un total de 60 clientes promedio por día. De estos 60 clientes, 55 van a pedir un plato de comida y una bebida y los otros 5 restantes pedirán 5 licores cada uno. Este estimado de venta se lo mantendrá desde el 6 mes en adelante considerando que hay días de afluencia de clientes baja como los días laborables y los de alta afluencia como los fines de semana. (Ver Cuadro 4-1, 4-2, 4-3 y 4-4)

Cuadro 4-1

Estimado de Ventas por Período

	Año 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Bebidas												
Costo Promedio de Bebidas	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30	\$ 0.30
Precio de Venta Promedio	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00	\$ 1.00
Cantidad de Ventas Diarias	38	43	50	51	53	55	55	55	55	55	55	55
Ventas Mensuales	1140	1290	1500	1530	1590	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Bebidas	\$ 1,140.00	\$ 1,290.00	\$ 1,500.00	\$ 1,530.00	\$ 1,590.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00
Costo de Venta	\$ 342.00	\$ 387.00	\$ 450.00	\$ 459.00	\$ 477.00	\$ 495.00	\$ 495.00	\$ 495.00	\$ 495.00	\$ 495.00	\$ 495.00	\$ 495.00
Licores												
Costo Promedio de Licores	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14	\$ 1.14
Precio de Venta Promedio	\$ 3.25	\$ 2.84	\$ 2.84	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25	\$ 3.25
Cantidad de Ventas Diarias	12	15	20	22	24	25	25	25	25	25	25	25
Ventas Mensuales	360	450	600	660	720	750	750	750	750	750	750	750
Total Venta de Bebidas	\$ 1,170.00	\$ 1,279.69	\$ 1,706.25	\$ 2,145.00	\$ 2,340.00	\$ 2,437.50	\$ 2,437.50	\$ 2,437.50	\$ 2,437.50	\$ 2,437.50	\$ 2,437.50	\$ 2,437.50
Costo de Venta	\$ 409.50	\$ 511.88	\$ 682.50	\$ 750.75	\$ 819.00	\$ 853.13	\$ 853.13	\$ 853.13	\$ 853.13	\$ 853.13	\$ 853.13	\$ 853.13
Platos de Comida												
Costo Promedio de Platos de Comida	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50
Precio de Venta Promedio	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
Cantidad de Ventas Diarias	38	43	50	51	53	55	55	55	55	55	55	55
Ventas Mensuales	1140	1290	1500	1530	1590	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Platos de Comida	\$ 5,700.00	\$ 6,450.00	\$ 7,500.00	\$ 7,650.00	\$ 7,950.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00	\$ 8,250.00
Costo de Venta	\$ 1,710.00	\$ 1,935.00	\$ 2,250.00	\$ 2,295.00	\$ 2,385.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00
Total de Ventas	\$ 8,010.00	\$ 9,019.69	\$ 10,706.25	\$ 11,325.00	\$ 11,880.00	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50
Costo de Ventas	\$ 2,461.50	\$ 2,833.88	\$ 3,382.60	\$ 3,504.75	\$ 3,681.00	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13

Cuadro 4-2

Estimado de Ventas por Período

	Año 2											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Bebidas												
Costo Promedio de Bebidas	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32	\$ 0.32
Precio de Venta Promedio	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05	\$ 1.05
Cantidad de Ventas Diarias	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55
Ventas Mensuales	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Bebidas	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50	\$ 1,732.50
Costo de Venta	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75	\$ 519.75
Licores												
Costo Promedio de Licores	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19	\$ 1.19
Precio de Venta Promedio	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41	\$ 3.41
Cantidad de Ventas Diarias	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ventas Mensuales	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
Total Venta de Bebidas	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38	\$ 2,559.38
Costo de Venta	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78	\$ 895.78
Platos de Comida												
Costo Promedio de Platos de Comida	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58	\$ 1.58
Precio de Venta Promedio	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25	\$ 5.25
Cantidad de Ventas Diarias	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55	.55
Ventas Mensuales	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Platos de Comida	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50	\$ 8,662.50
Costo de Venta	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75	\$ 2,598.75
Total de Ventas	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38
Costo de Ventas	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28

Cuadro 4-3

Estimado de Ventas por Período	Año 3												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Bebidas													
Costo Promedio de Bebidas	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33	\$ 0.33
Precio de Venta Promedio	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10	\$ 1.10
Cantidad de Ventas Diarias	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Ventas Mensuales	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Bebidas	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13	\$ 1,819.13
Costo de Venta	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74	\$ 545.74
Licores													
Costo Promedio de Licores	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25	\$ 1.25
Precio de Venta Promedio	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58	\$ 3.58
Cantidad de Ventas Diarias	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ventas Mensuales	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
Total Venta de Bebidas	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34	\$ 2,687.34
Costo de Venta	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57	\$ 940.57
Platos de Comida													
Costo Promedio de Platos de Comida	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65	\$ 1.65
Precio de Venta Promedio	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51	\$ 5.51
Cantidad de Ventas Diarias	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Ventas Mensuales	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Platos de Comida	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63	\$ 9,095.63
Costo de Venta	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69	\$ 2,728.69
Total de Ventas	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09
Costo de Ventas	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00	\$ 4,216.00

Cuadro 4-4

Estimado de Ventas por Periodo	Año 4												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Bebidas													
Costo Promedio de Bebidas	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35	\$ 0.35
Precio de Venta Promedio	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16	\$ 1.16
Cantidad de Ventas Diarias	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Ventas Mensuales	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Bebidas	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08	\$ 1,910.08
Costo de Venta	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02	\$ 573.02
Licores													
Costo Promedio de Licores	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32	\$ 1.32
Precio de Venta Promedio	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76	\$ 3.76
Cantidad de Ventas Diarias	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ventas Mensuales	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750
Total Venta de Bebidas	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71	\$ 2,821.71
Costo de Venta	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60	\$ 987.60
Platos de Comida													
Costo Promedio de Platos de Comida	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74	\$ 1.74
Precio de Venta Promedio	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79	\$ 5.79
Cantidad de Ventas Diarias	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Ventas Mensuales	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650	1650
Total Venta de Platos de Comida	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41	\$ 9,550.41
Costo de Venta	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12	\$ 2,865.12
Total de Ventas	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20
Costo de Ventas	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76	\$ 4,425.76



El punto de equilibrio serán las ventas que se deberán tener en el local con la finalidad de no tener ni pérdidas ni ganancia. Como sabemos que nuestros costos fijos son iguales a \$5,957.02 tenemos que buscar el mix de venta de productos de los cuales sus márgenes de utilidad sumen un valor igual a los costos fijos.

De la proyección de ventas que se ha realizado se ha estimado que la distribución de las ventas será en los porcentajes abajo indicados y junto a estos valores tenemos la ganancia de cada uno de ellos. Manteniendo esta relación de ventas de los 3 productos generales podemos buscar la cantidad a vender de cada producto para alcanzar nuestro punto de equilibrio.

Cuadro 5

Análisis de la Distribución Porcentual de las ventas por cada Producto

Calculado con la proyección de venta del 6 mes, cuando se estabiliza el negocio

Producto	Unidad Mes	Unidad Día	%	Precio de Venta	Ganancia Unit.	Venta	Ganancia
Bebidas	1650	55	40.7%	\$ 1.00	\$ 0.70	\$ 1,650.00	\$ 1,155.00
Licores	750	25	18.5%	\$ 3.25	\$ 2.11	\$ 2,437.50	\$ 1,584.38
Platos de Comida	1650	55	40.7%	\$ 5.00	\$ 3.50	\$ 8,250.00	\$ 5,775.00
Total	4050	135	100.0%		\$ 2.10	\$ 12,337.50	\$ 8,514.38

De esta proyección de venta tenemos que las ventas unitarias por bebidas son del 40.7%, la de licores el 18.5% y la de comida el 40.7%. Estos valores porcentuales de cantidad de unidades vendidas no deben de ser confundidas con cifras de ganancias o ingresos por productos, las cuales son distintas.

Como conocemos la ganancia por cada producto y el porcentaje del total de unidades vendidas podemos dividir el valor de los costos fijos buscado para el punto de equilibrio y luego buscar el número de unidades necesarias de vender para alcanzar ese ingreso.



Cuadro 6

Punto de Equilibrio para el Primer Periodo

Producto	Unidad		%	Precio de Venta	Ganancia Unit.	Venta	Ganancia
	Mes	Día					
Punto de Equilibrio	2833.55		100%		\$ 2.54	\$ 8,631.83	\$ 5,957.02
Bebidas	1154.4	38.5	40.7%	\$ 1.00	\$ 0.70	\$ 1,154.41	\$ 808.09
Licores	524.7	17.5	18.5%	\$ 3.25	\$ 2.11	\$ 1,705.38	\$ 1,108.50
Platos de Comida	1154.4	38.5	40.7%	\$ 5.00	\$ 3.50	\$ 5,772.05	\$ 4,040.43

De este valor podemos ver que para alcanzar nuestro punto de equilibrio debemos vender diariamente 39 bebidas, 18 licores y 39 platos de comida. Si analizamos la capacidad del local nos damos cuenta que al existir 25 meses en el local y considerando que cada mesa tiene 4 personas y existe las horas picos de almuerzo y cena, solamente debemos de tener 10 mesas llenas durante el almuerzo y 10 mesas en la cena, y basta con que cada persona de la mesa pida una bebida, un plato fuerte. Adicionalmente que se pidan 2.25 licores por mesa. De esta manera tenemos nuestro punto de equilibrio el cual se puede cumplir fácilmente con la capacidad instalada del local.

7.2.5 Ingresos y Utilidades

Una vez ingresados los datos egresos e ingresos en el estado de Pérdidas y Ganancias podemos fijarnos que existen utilidades desde el primer mes de operación, como se puede ver en el cuadro 7 a continuación.

Cuadro 7

Periodo	Utilidad después de Impuestos
1	\$ 14,351.09
2	\$ 19,380.74
3	\$ 20,411.28
4	\$ 21,492.62

Para tener más detalle sobre esto valores, ver el cuadro 7-1, 7-2, 7-3 y 7-4 en donde se detalle el Estado de Pérdidas y Ganancia del Periodo.

Cuadro 7-1

Cuadro 7-1

Estado de Perdidas y Ganancias

	Año 1												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingreso por Ventas		\$ 8,010.00	\$ 9,019.69	\$ 10,706.25	\$ 11,325.00	\$ 11,880.00	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50	\$ 12,337.50
Costos de Ventas		\$ 2,461.50	\$ 2,833.88	\$ 3,382.50	\$ 3,504.75	\$ 3,681.00	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13	\$ 3,823.13
Utilidad Bruta	\$ -	\$ 5,548.50	\$ 6,185.81	\$ 7,323.75	\$ 7,820.25	\$ 8,199.00	\$ 8,514.38	\$ 8,514.38	\$ 8,514.38	\$ 8,514.38	\$ 8,514.38	\$ 8,514.38	\$ 8,514.38
Gastos Operativos		\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30	\$ 3,231.30
Gasto por Sueldos		\$ 2,771.43	\$ 3,095.29	\$ 3,666.19	\$ 3,991.01	\$ 4,099.95	\$ 4,257.72	\$ 4,257.72	\$ 4,257.72	\$ 4,257.72	\$ 4,257.72	\$ 4,257.72	\$ 4,257.72
Gasto por Bonos de Ventas	2600	\$ 1,300.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Gasto por Renta	2000	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 50.00
Gastos de Publicidad		\$ 300.00	\$ 350.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
Gastos por Servicios Pub.		\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Gastos Suministros		\$ 100.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Gastos de Internet y Hosting		\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Gastos de Mantenimiento		\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Gastos de Seguros		\$ 35,661.50	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Inversion Inicial	\$ 35,661.50												
Total Gastos Operativos	\$ 40,261.50	\$ 5,508.72	\$ 5,790.59	\$ 5,897.48	\$ 5,922.31	\$ 5,941.25	\$ 5,957.02	\$ 5,957.02	\$ 5,957.02	\$ 5,957.02	\$ 5,957.02	\$ 5,957.02	\$ 5,957.02
Utilidad Operacional		\$ 39.78	\$ 395.23	\$ 1,426.27	\$ 1,897.94	\$ 2,257.75	\$ 2,557.36	\$ 2,557.36	\$ 2,557.36	\$ 2,557.36	\$ 2,557.36	\$ 2,557.36	\$ 2,557.36
Utilidad 15% Trabajadores		\$ 5.97	\$ 59.28	\$ 213.94	\$ 284.69	\$ 338.66	\$ 383.60	\$ 383.60	\$ 383.60	\$ 383.60	\$ 383.60	\$ 383.60	\$ 383.60
Imp. Renta 25%		\$ 9.94	\$ 98.81	\$ 356.57	\$ 474.49	\$ 564.44	\$ 639.34	\$ 639.34	\$ 639.34	\$ 639.34	\$ 639.34	\$ 639.34	\$ 639.34
Utilidad Operacional		\$ 23.87	\$ 237.14	\$ 855.76	\$ 1,138.76	\$ 1,354.65	\$ 1,534.42	\$ 1,534.42	\$ 1,534.42	\$ 1,534.42	\$ 1,534.42	\$ 1,534.42	\$ 1,534.42

Cuadro 7-2

Cuadro 7-2

Estado de Pérdidas y Ganancias

	Año 2											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingreso por Ventas	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38	\$ 12,954.38
Costos de Ventas	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28	\$ 4,014.28
Utilidad Bruta	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09	\$ 8,940.09
Gastos Operativos												
Gasto por Sueldos	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82	\$ 3,387.82
Gastos por Bonos de Ventas	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00	\$ 447.00
Gasto por Renta	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00	\$ 1,575.00
Gastos de Publicidad	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50	\$ 52.50
Gastos por Servicios Pub.	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00	\$ 420.00
Gastos Suministros	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00
Gastos de Internet y Hosting	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00	\$ 126.00
Gastos de Mantenimiento	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00
Gastos de Seguros	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Inversión Inicial												
Total Gastos Operativos	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32	\$ 6,248.32
Utilidad Operacional	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77	\$ 2,691.77
Utilidad 15% Trabajadores	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77	\$ 403.77
Imp. Renta 25%	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94	\$ 672.94
Utilidad Operacional	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06	\$ 1,615.06

Cuadro 7-3

Cuadro 7-3

Estado de Perdidas y Ganancias

	Año 3											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingreso por Ventas	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09	\$ 13,602.09
Costos de Ventas	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00	\$ 4,215.00
Utilidad Bruta	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10	\$ 9,387.10
Gastos Operativos												
Gasto por Sueldos	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17	\$3,552.17
Gastos por Bonos de Ventas	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35	\$469.35
Gasto por Renta	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75	\$1,653.75
Gastos de Publicidad	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13	\$55.13
Gastos por Servicios Pub.	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00	\$441.00
Gastos de Suministros	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25
Gastos de Internet y Hosting	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30	\$132.30
Gastos de Mantenimiento	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25
Gastos de Seguros	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00	\$28.00
Inversion Inicial												
Total Gastos Operativos	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20	\$6,552.20
Utilidad Operacional	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90	\$ 2,834.90
Utilidad 15% Trabajadores	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23	\$ 425.23
Imp. Renta 25%	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72	\$ 708.72
Utilidad Operacional	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94	\$ 1,700.94

Cuadro 7-4

Cuadro 7-4

Estado de Peridas y Ganancias

	Año 4											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingreso por Ventas	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20	\$ 14,282.20
Costos de Ventas	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75	\$ 4,425.75
Utilidad Bruta	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45	\$ 9,856.45
Gastos Operativos												
Gasto por Sueldos	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74	\$3,724.74
Gasto por Bonos de Ventas	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82	\$492.82
Gasto por Renta	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44	\$ 1,736.44
Gastos de Publicidad	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88	\$ 57.88
Gastos por Servicios Pub.	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05	\$ 463.05
Gastos Suministros	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76
Gastos de Internet y Hosting	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92	\$ 138.92
Gastos de Mantenimiento	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76	\$ 115.76
Gastos de Seguros	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00	\$ 26.00
Inversion Inicial	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37	\$6,871.37
Total Gastos Operativos												
Utilidad Operacional	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09	\$ 2,985.09
Utilidad 15% Trabajadores	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76	\$ 447.76
Imp. Renta 25%	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27	\$ 746.27
Utilidad Operacional	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05	\$ 1,791.05

0

7.3. Flujo de Caja

Del estado de Pérdidas y Ganancias podemos darnos cuenta que existe un ingreso de fondos mayor al ingreso desde el principio, y debido a la previsión y reserva mensual de los componentes salariales del personal no se produce una falta de fondos en los meses que hay que cancelar estos valores. Adicionalmente se ha calculado un monto de capital de operación para el primer mes de \$6000, el cual cubre totalmente los costos de venta del primer mes que ascienden a \$2,461.00, más algunos gastos adicionales que se pagan a principios de mes como son el Internet, publicidad y seguros.

7.4 Análisis de retorno de la Inversión

Analizando los resultados proyectados se han calculado los siguientes valores referenciales sobre el retorno y rendimiento de la inversión:

7.4.1 Rentabilidad sobre la inversión Total

Rent. de la inversión = (Utilidad Antes de Impuestos / Inversión) x 100

$$= (23,918.48 / \$40,261.50) \times 100$$

$$= 59.41 \%$$

7.4.2 Rentabilidad sobre las ventas

Rent. Sobre las ventas = (Utilidad Antes de Impuestos / Ventas Netas) x 100

$$= (\$ 23,918.48 / \$137,303.44) \times 100$$

$$= 17.42\%$$

7.4.3 Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Mes	Flujo Neto	Flujo Neto Acumulado	Inversión	% de Recuperación
1	1	\$ 23.87	\$ 23.87	\$40,261.50	0.06%
1	2	\$ 237.14	\$ 261.00		0.65%
1	3	\$ 855.76	\$ 1,116.76		2.77%
1	4	\$ 1,138.76	\$ 2,255.53		5.60%
1	5	\$ 1,354.65	\$ 3,610.18		8.97%
1	6	\$ 1,534.42	\$ 5,144.59		12.78%
1	7	\$ 1,534.42	\$ 6,679.01		16.59%
1	8	\$ 1,534.42	\$ 8,213.43		20.40%
1	9	\$ 1,534.42	\$ 9,747.84		24.21%
1	10	\$ 1,534.42	\$ 11,282.26		28.02%
1	11	\$ 1,534.42	\$ 12,816.67		31.83%
1	12	\$ 1,534.42	\$ 14,351.09		35.64%
2	1	\$ 1,615.06	\$ 15,966.15		39.66%
2	2	\$ 1,615.06	\$ 17,581.21		43.67%
2	3	\$ 1,615.06	\$ 19,196.27		47.68%
2	4	\$ 1,615.06	\$ 20,811.33		51.69%
2	5	\$ 1,615.06	\$ 22,426.40		55.70%
2	6	\$ 1,615.06	\$ 24,041.46		59.71%
2	7	\$ 1,615.06	\$ 25,656.52		63.72%
2	8	\$ 1,615.06	\$ 27,271.58		67.74%
2	9	\$ 1,615.06	\$ 28,886.64		71.75%
2	10	\$ 1,615.06	\$ 30,501.70		75.76%
2	11	\$ 1,615.06	\$ 32,116.77		79.77%
2	12	\$ 1,615.06	\$ 33,731.83		83.78%
3	1	\$ 1,700.94	\$ 35,432.77		88.01%
3	2	\$ 1,700.94	\$ 37,133.71		92.23%
3	3	\$ 1,700.94	\$ 38,834.65		96.46%
3	4	\$ 1,700.94	\$ 40,535.59		100.68%
3	5	\$ 1,700.94	\$ 42,236.52		104.91%
3	6	\$ 1,700.94	\$ 43,937.46		109.13%
3	7	\$ 1,700.94	\$ 45,638.40		113.35%
3	8	\$ 1,700.94	\$ 47,339.34		117.58%
3	9	\$ 1,700.94	\$ 49,040.28		121.80%
3	10	\$ 1,700.94	\$ 50,741.22		126.03%
3	11	\$ 1,700.94	\$ 52,442.16		130.25%
3	12	\$ 1,700.94	\$ 54,143.10		134.48%
4	1	\$ 1,791.05	\$ 55,934.15		138.93%
4	2	\$ 1,791.05	\$ 57,725.21		143.38%
4	3	\$ 1,791.05	\$ 59,516.26		147.82%
4	4	\$ 1,791.05	\$ 61,307.31		152.27%
4	5	\$ 1,791.05	\$ 63,098.36		156.72%
4	6	\$ 1,791.05	\$ 64,889.41		161.17%
4	7	\$ 1,791.05	\$ 66,680.46		165.62%
4	8	\$ 1,791.05	\$ 68,471.51		170.07%
4	9	\$ 1,791.05	\$ 70,262.57		174.52%
4	10	\$ 1,791.05	\$ 72,053.62		178.96%
4	11	\$ 1,791.05	\$ 73,844.67		183.41%
4	12	\$ 1,791.05	\$ 75,635.72		187.86%

La inversión es recuperada en el cuarto mes del tercer periodo como se puede ver en el cuadro anterior. Lo que ofrece un panorama favorable para la inversión.

7.4.4 Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Valor de Reventa.

Debido a que el proyecto se lo ha pensando a cuatro años, y para poder calcular tasas reales de retornos de inversión, primero se han calculado los valores de reventa de la empresa al final de este periodo utilizando un coeficiente de crecimiento negativo para los periodos luego del 4 año con una producción perpetua menos el descuento para traer los datos a valor presente. De este cálculo, el precio de venta del local al final del cuarto año es de \$53.537.07 según se ve en el cuadro 9.

Cuadro 9

Expectativa de Ganancia		30%	
Tasa de Crecimiento al 5to año		-15%	
Periodo	Flujo	Factor Descuento	Flujo Descontado
1	\$ 14,351.09	0.769230769	\$ 11,039.30
2	\$ 19,380.74	0.591715976	\$ 11,467.89
3	\$ 20,411.28	0.455166136	\$ 9,290.52
4	\$ 62,089.79	0.350127797	\$ 21,739.36
4	\$ 21,492.62		
Perpetuo	\$ 18,268.73	\$ 40,597.17	
Total	\$ 156,830.06		\$ 53,537.07
			Valor de la Empresa

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) el Valor Actual Neto (VAN) se utilizaron los valores de utilidades después de impuestos de los primeros 4 períodos y se agregó la inversión inicial y el precio de venta de la empresa al final de los 4 años. De estos cálculos tenemos un TIR igual a 43.41% y un VAN de \$10,369.59 con una tasa de expectativa de ganancia del 30%. (Ver Cuadro 10)



Cuadro 10

Expectativa de Ganancia por Periodo		30%
Inversión Inicial	\$	(40,261.50)
Periodo 1	\$	14,351.09
Periodo 2	\$	19,380.74
Periodo 3	\$	20,411.28
Periodo 4	\$	21,492.62
Precio de Venta	\$	53,537.07
VAN	\$	10,369.59
TIR		43.41%

Podemos observar que los valores calculados de VAN y TIR así como el tiempo de retorno de la inversión nos dan una buena expectativa de ganancia del negocio y hace muy atractivo el proyecto para sus inversionistas considerando que la tasa del mercado se encuentra alrededor del 12%.



8. Marco Legal

8.1 Naturaleza de la Empresa

Debido a que la empresa busca tener varios socios y que sea manejada por un Gerente General designado y controlado por ellos, la constitución ideal de esta estructura será la de una Sociedad Anónima, legalmente registrada en la Superintendencia de Compañías. Este tipo de sociedad debe contar con un Capital Inicial de \$800.00, contribuir con el 25% de sus utilidades al impuesto a la renta así como repartir el 15% de las utilidades a sus empleados según las leyes vigentes de nuestro país. Todas estas variables han sido consideradas en los flujos y cálculos financieros.

8.2 Permisos Necesarios

Entre los permisos que se necesitan para que el negocio entre en funcionamiento tenemos:

- Patente Municipal (M.I. Municipalidad de Guayaquil)
- Permiso de Uso de Suelo (M.I. Municipalidad de Guayaquil)
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (BCBG)
- Tasa de Habilitación (M.I. Municipalidad de Guayaquil)
- Permiso de Expendio de Licores y Cigarrillos (Intendencia de Policía)
- Permiso de Expendio de Comidas (Ministerio de Salud Pública)
- Permisos individuales para el personal de la Comisaría de Salud
- Permiso de la Dirección Nacional de Turismo
- Permiso para Tocar Música (SAYCE)

La mayoría de estos permisos tienen costos, siendo el más caro de todos ellos el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil. Todos estos permisos en total ascienden a un costo aproximado de \$300 los cuales están reflejados en los flujos y cálculos financieros de todos los años. Sin embargo

dependiendo del lugar donde se instale el local se pueden obviar muchos de estos permisos debido a que al estar suspendido por el municipio la entrega de permisos de funcionamiento para bares, este tipo de establecimiento tiene que funcionar bajo la figura de restaurante, lo cual este proyecto es en esencia. En este caso los restaurantes no necesitan tener un permiso de venta de licores y lo pueden hacer libremente.

8.3 Ley de Propiedad Intelectual

Según la ley de Propiedad Intelectual vigente el nombre comercial de un local puede ser registrado de manera que este no puede ser utilizado por nadie más. Sin embargo si se puede comprobar que un negocio ha funcionado con un Nombre Comercial durante 6 meses, este no necesita ser registrado y se lo considera como propiedad intelectual de su dueño y no podrá ser utilizado.

8.4 Código de Trabajo

De acuerdo al código de trabajo los empleados de una Sociedad Anónima deberán estar afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), así como deberán ser provistos de Uniformes, Tarjetas de Comisariato, Vacaciones, Décimos de acuerdo a la ley, y participación de utilidades de la empresa.



9. Conclusiones

Una vez analizado el mercado de nuestra ciudad y expuesto el proyecto para la instalación de un bar tipo Pub Irlandés, hemos calculado los montos de inversión y proyectado las ventas por los próximos cuatro años. De estas observaciones tenemos que este proyecto es una inversión muy interesante para cualquier inversionista por el margen de ganancia que ofrece, más lo es si se considera que en las proyecciones de venta se incluído valores conservadores, muy por debajo de la capacidad instalada del local lo que nos indica que los resultados pueden ser superiores a los esperados.



10. Bibliografía

History Channel – Historia de San Patricio

<http://www.historychannel.com/exhibits/stpatricksday>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) – Datos Demográficos

<http://www.inec.gov.ec>

Banco Central del Ecuador – Datos Financieros

<http://www.bce.fin.ec>

Celtic Dragon Pub Co.

<http://www.celticdragonpubco.com>

Irish Pub Company

<http://www.irishpubcompany.com>

Fundación Malecón 2000 – Datos sobre Puerto Santa Ana

<http://www.malecon2000.org>

Guayaquil Caliente – Puerto Santa Ana

<http://www.guayaquilcaliente.com/Actualidad-Puertosantana.htm>

Sistema de Información sobre Propiedad Intelectual – Leyes del Ecuador

http://www.sice.oas.org/int_prop/nat_leg/Ecuador/L320ind.asp

Anexo 1

Irish Pub Decor, Pub Design, and Irish Bar Mirrors - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://www.celticdragonpubco.com/shop/>













Home E-Mail Us

List of Products

Irish Decor and Gifts

Celtic Dragon Pub Co. Online Shops

PLEASE ALLOW 4 TO 6 WEEKS FOR DELIVERY. "Thanks"

<p>Guinness Posters</p>  <p>NOW AVAILABLE GUINNESS POSTERS All posters measure 34" X 21"</p>	<p>Celtic Design Stencils</p>  <p>Keeping alive the images of Irish culture. Over 25 beautiful Celtic designs.</p>	<p>Guinness Metal Signs</p>  <p>Classic Guinness Tin signs. Available in many sizes!</p>	<p>Freedom Poster Irish Proclamation</p>  <p>Commemorative poster depicting the Irish Proclamation of Freedom</p>
<p>Burlap Grain Bags</p>  <p>These bags make great shelf decor, measuring 16 1/2" x 28 1/2".</p>	<p>"Old" Sepia Photographs</p>  <p>Vintage Irish photographs, some as early as 1800. A wonderful collection of prints from days gone by</p>	<p>Wood & Metal Signs</p>  <p>Irish pub wood and metal signs. Some signs can be personalized.</p>	<p>Nostalgic Pub Signs</p>  <p>These 3D tin plated signs are produced using state of the art embossing techniques allowing almost any image to come to life!</p>
<p>Personalized Bar Coasters</p> 	<p>Irish Bodhráns</p> 	<p>Old Irish Maps Art Prints</p> 	<p>Help Wanted Sign</p> 

Internet

Anexo 2

The screenshot shows a web browser window displaying the website for The Irish Pub Company. The browser's address bar shows the URL <http://www.irishpubcompany.com/>. The website has a blue header with the company name and navigation links: CONTACT, ABOUT, PUB STYLES, FACTS & FIGURES, and SERVICES. A vertical sidebar on the left contains a search bar, a 'Recommend this site!' form, and a list of navigation items: bric a' brac, food, music, investors, training, and home. The main content area is titled 'The Irish Pub Company' and features a large image of a pub exterior. Text describes the company's history, its role as the foremost designer of Irish pubs, and its global reach. A smaller image shows the interior of a pub, captioned 'Fadó, Atlanta Georgia, USA'. A 'Join our mailing list' form is located in the bottom right corner. The browser's status bar at the bottom indicates 'Internet'.

The Irish Pub Company

CONTACT ABOUT PUB STYLES FACTS & FIGURES SERVICES

The Irish Pub Company

The Irish Pub Company, which is a division of the McNally Design Group, was established in 1991 and specialises in the design, manufacture and installation of authentic Irish Pubs worldwide.

The IPCo has become the foremost designer of Irish Pubs by operating to world class standards in design and customer service.

Since the company's formation, we have designed and built over 400 pubs in over forty different countries world-wide.

The company succeeded by initially researching pubs in Ireland - their origins, history, styles; their role in Irish culture, and what made them enduring and successful.

Then, the Irish Pub Company developed ways of recreating Irish pubs which would be successful culturally and commercially, anywhere in the world. The initial focus was on Western Europe, later extended to Eastern Europe, then to the Middle East, Asia and Australia/New Zealand, and later to North America.

Fadó, Atlanta Georgia, USA

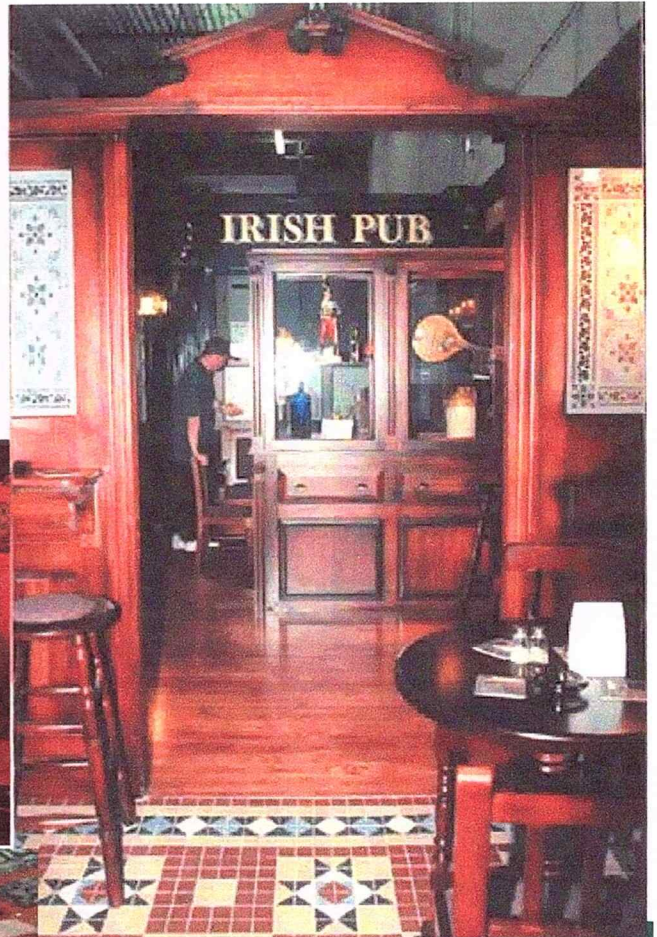
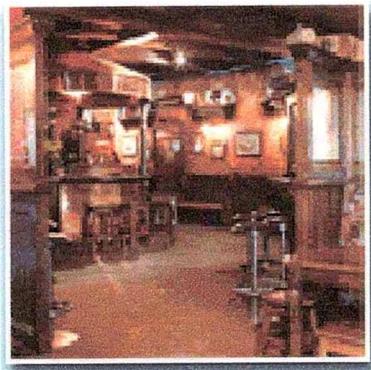
Excellent design and authenticity are at the heart of the new generation of Irish pubs. Without these central platforms, the other important elements of the concept - Irish staff, Irish music, Irish food and Irish drink, cannot be put into their proper perspective.

Join our mailing list

Internet

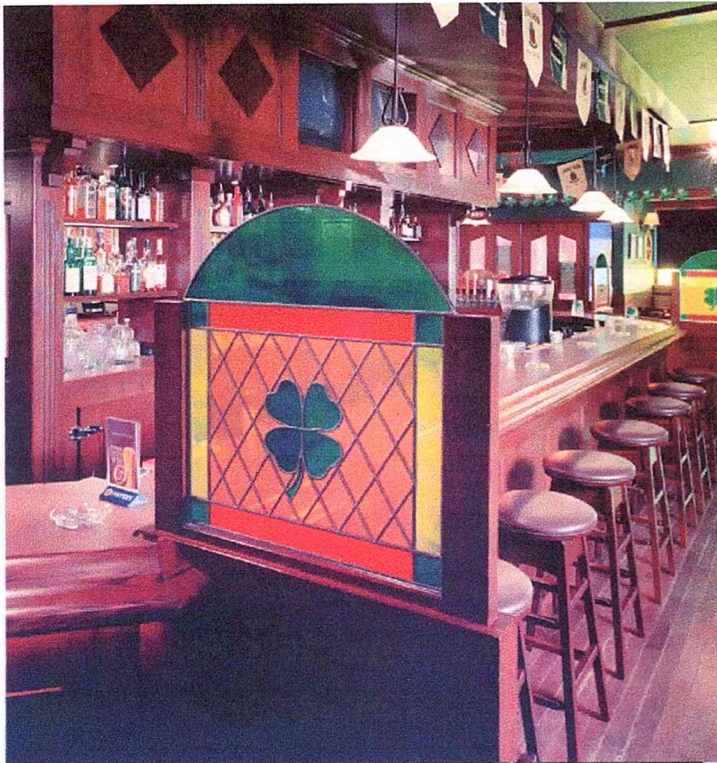


Anexo 3





Anexo 4






Anexo 5



The Bigos'



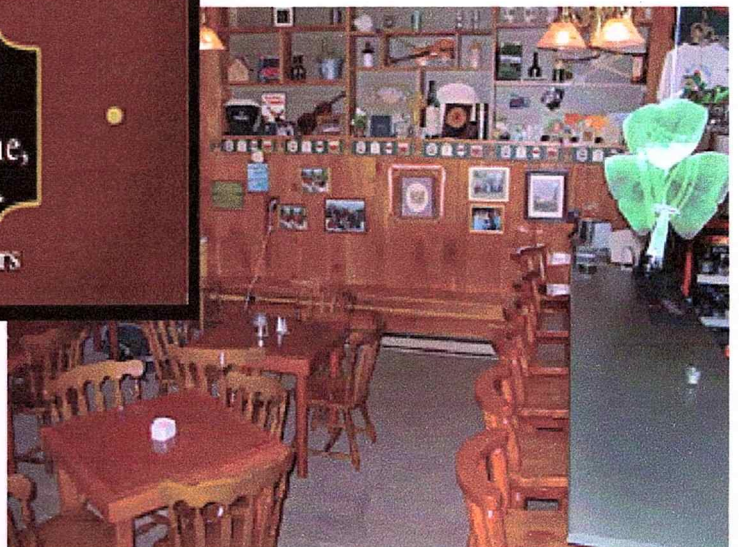
IRISH PUB

Sláinte!

• *Pull Up A Stool* •

Drink what you want,
drink what you're able.
If you are drinking with me,
you'll be under the table.

John & Amy Bigos - Proprietors





Anexo 6

Soups, Starters, Salads & Sides

Irish Potato Soup - a Paddy's Tradition \$ 3.75
Loaded baked potato soup, with sour cream, cheese, bacon bits and green onion.

Paddy's Pub Salad \$ 4.25
Fresh greens, julienne, corned beef, Irish loin bacon, shredded cheese, sliced hard cooked egg & plum tomato slices.
Served with house dressing and watercress aioli.

Wings & Paddy's Green Sauce \$ 6.95
Kettle fried Flappers & Drumettes, Smothered in our own Paddy's green sauce.
Served with celery and blue cheese dipping.

Paddy's Pub Fries & Curry Sauce \$ 2.95
Wedge sliced potatoes deep - fried in the kettle. Irish curry sauce for dipping.

Irish Crisps \$ 1.25
Paddy's choice of imported Pub snacks.

Paddy's Offering

Bangers & Mash \$ 10.75
Quartet of mildly seasoned imported sausages, served on a heap of steaming mashed potatoes, topped with sauteed peppers, onions and gravy.

Paddy's Pub Corned Beef On Rye \$9.50
Thinly sliced Corned Beef, blanketed around finely shredded cabbage, Grilled & smothered with cheese and served with mayonnaise, fresh lettuce, tomato and Pub fries.

Shepherd's Pie with Coleannon \$ 10.25
Braised lean chopped beef, baked with fresh vegetables & spices, topped with colcannon.
Served cassereole style.

Bookmaker's Sandwich \$ 9.75
Thinly sliced marinated flank steak sauteed with onions, served on a fresh roll with sliced plum tomatoes, mayonnaise, lettuce and served with Pub fries.

Grilled Chicken Sandwich \$ 8.75
Marinated breast on a toasted roll, slice of loin bacon, watercress mayonnaise, chutney spread, onions, lettuce & sliced plum tomatoes served with Pub fries.

Grilled Irish Flat Iron Steak \$ 21.95
A 12oz Premium Grade Sirloin Steak with Green Herb Butter served with your choice of Pub Fries or Onion Rings.

Salmon \$ 16.95
Grilled 8oz filet lightly seasoned with sauteed vegetables. Served over mashed potatoes.

Paddy's Fish & Chips \$ 10.75
Beer battered fresh Atlantic cod kettle fried to a honey brown, accompanied by Pub fries, tartar sauce & fresh lemon.

Paddy's Patty (it's a hamburger) \$ 8.75
Angus beef, imported loin bacon, cheese, tomato, lettuce and watercress mayonnaise, make this the perfect burger, served with Pub fries.

Substitute mashed potatoes for Pub fries \$ 1.00

Desserts

Bailey's Irish Cream Mousse \$ 3.95
Paddy's Bread pudding \$ 3.95



Anexo 7

GUINNESS
GUINNESS

[Home](#) [Menu](#) [Functions](#) [Calendar](#) [Buzz](#) [Gallery](#) [Contact](#) [Directions](#)

Tieman's Menu

Our traditional Irish restaurant combines cultural fare from the Emerald Isle with comfortable American favorites. The majority of the dishes are authentic family recipes straight from the Tieman family. Whether you're looking for a quick business lunch, some appetizers after work or a hearty dinner, you'll find what your looking for at Tieman's. And don't forget to peruse our beer and wine page to select that perfect combination.

Have a look at our appetizer and dessert list below, then visit the [lunch](#), [dinner](#), [function](#) and [beverage](#) menus.


>> **Appetizers**

<p>Guinness Mussels Native Mussels, steamed in a broth of Guinness, white wine, & herbs. 11.95</p>	<p>Potato Skins A blend of three cheeses with bacon bits baked in the oven and served with sour cream 9.95</p>	<p>Bowl of French Fries Something to nibble on. Our very popular shoestring French fries 3.95</p>
<p>Popcorn Shrimp Rock shrimp fried in a crunchy spiced batter & served with cocktail sauce. 9.95</p>	<p>Chips and Salsa Peppers, onions, tomatoes, cilantro, lime juice and garlic 6.95</p>	<p>Chicken Tenders Deep fried chicken tenders served with a honey mustard sauce. 9.95</p>
<p>Calamari Breaded Calamari served with Poblano chili & cilantro sauce. 9.95</p>	<p>Sweet Potato Fries Great tasting shoestring sweet potato fries served with B.B.Q. sauce. 7.95</p>	<p>Onion Rings Deep fried in seasoned spiced bread crumbs. Delicious!!! 7.95</p>
<p>Quesadilla Shredded marinated chicken, tomatoes, onions, peppers, cheese served with sour cream and salsa 10.95</p>	<p>Buffalo Tenders Our zingy hot sauce, served with celery sticks and bleu cheese dressing. 9.95</p>	<p>Nachos Homemade chili with melted cheeses and all the fixen's 9.95</p>


>> **Desserts**

Boston Cream Pie
Strawberry Cheesecake
Chocolate Mouse Torte
Hot Fudge Brownie Sundae
Homemade Bread Pudding with Whiskey Sauce
Apple Crisp with Vanilla Ice Cream


Prices are seasonal



Lunch - Our famous club sandwich



Dinner - Try some traditional Irish fare like Liver and Onions



Dessert - Scrumptious delights from local pastry chefs and bakeries



Anotaciones