

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que se ha caracterizado por poseer una amplia gama de culturas y una mezcla de folklore en donde la Historia de la cocina es tan antigua como la Humanidad.

La comida Típica ecuatoriana es la representación más clara de la cultura de cada una de las ciudades que conforman nuestro país, debido a que cada pueblo, cada provincia, cada región, poseen diferentes formas de cocinar, presentándonos una gran variedad de delicias que son representativas de la cultura ancestral de nuestro país

“EL RIOBAMBEÑITO” es un restaurante de comida típica ecuatoriana, que se define como un punto de encuentro entre la gastronomía, el arte y la cultura, el mismo que brinda un ambiente familiar, amigable y acogedor que se encarga de prestar sus servicios a personas que buscan satisfacer sus necesidades.

Se encuentra ubicado en el Valle de Guayllabamba, el cual se caracteriza por su microclima cálido, sus frutas tropicales y sus áreas verdes entre tierras más bien áridas, razón por la cual recibe a un sin número de turistas tanto nacionales como extranjeros.

El restaurante se encuentra prestando sus servicios aproximadamente quince años, el cual fue fundado con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes que visitaban la zona, puesto que no existía un restaurante de comida nacional que ofreciera servicios de excelente calidad y un ambiente confortable.

Los clientes que visitaban el valle de Guayllabamba eran personas que normalmente se trasladaban hacia el norte del país, y debido a que el valle es una zona céntrica, se detenían a comer y descansar para poder continuar con su viaje. En la actualidad el “El Riobambeñito” no solo recibe clientes que viajan con frecuencia por la zona, sino clientes capitalinos que deciden visitar el restaurante con el fin de pasar un momento agradable y en familia.

A través de los tiempos el restaurante ha logrado posicionarse en la mente de sus consumidores potenciales, lo que le ha permitido llegar a la etapa de madurez debido a su

tiempo de vida y a la afluencia de clientes que tienden a visitarlo, en especial los fines de semana y feriados.

Debido a la trayectoria que el restaurante “El Riobambeño” posee y por el posicionamiento actual de mercado, se pretende analizar los problemas y oportunidades de la puesta en marcha de un sucursal del restaurante en el norte de Quito.

Este proyecto de factibilidad se lo lleva a cabo con la finalidad de satisfacer a los posibles clientes que laboran o habitan por la zona, con el propósito de que puedan degustar de comida típica ecuatoriana el momento que gusten sin la necesidad de trasladarse al valle de Guayllabamba.

Con el presente proyecto se busca conocer las ventajas de extenderse y los problemas tanto internos como externos que puedan presentarse a lo largo de la vida útil del proyecto, así como también es importante realizar proyecciones financieras con el propósito de conocer la posible rentabilidad que el restaurante poseerá a través del tiempo.

CAPITULO I

PLAN DE TESIS

1.1. TEMA DE TESIS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UNA SUCURSAL DEL RESTAURANTE “EL RIOBAMBEÑITO” EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

“EL RIOBAMBEÑITO” es un restaurante de comida típica ecuatoriana ubicado en el valle de Guayllabamba, el mismo que ha prestado sus servicios aproximadamente quince años logrando una fuerte presencia en el mercado especialmente en la ciudad de Quito y en aquellas ciudades ubicadas en el norte del país. En sus inicios el restaurante recibía clientes que viajaban y se detenían en el valle, únicamente a degustar de la comida típica, actualmente “El Riobambeñito” presta sus servicios a toda clase de personas que buscan compartir un momento agradable y en familia.

En la Actualidad, el restaurante ofrece una amplia gama de platos típicos de la Sierra ecuatoriana los cuales se han ido incrementando a través del tiempo debido a la fuerte demanda que ha existido por parte de los clientes y la gran afluencia de personas que tienden a visitarlo especialmente los fines de semana y feriados, lo que ha permitido que el restaurante logre posicionarse en el mercado y se ubique en su etapa de madurez.

Debido a la trayectoria y posicionamiento que “El Riobambeñito” posee, la presente investigación será realizada con la objetivo de conocer las ventajas de crecer y extenderse, mediante la elaboración de un estudio de factibilidad, con la finalidad de obtener

información relacionada con la viabilidad de la instalación de una sucursal del restaurante “El Riobambeñito”, en el norte de la ciudad de Quito.

1.3. FORMULACIÓN DEL OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la apertura de la sucursal del Restaurante “El Riobambeñito” en el norte de la ciudad de Quito.

1.4. FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el estudio de mercado correspondiente con la finalidad de evaluar tanto la oferta y la demanda relevante para la apertura de la nueva sucursal.
- Elaborar el estudio técnico con el objetivo de determinar los equipos, maquinarias, procesos y requerimiento de recursos humanos necesarios para la apertura de la nueva sucursal.
- Conocer cuáles son las leyes o normas que regulan los restaurantes en el Distrito Metropolitano de Quito, mediante la elaboración del estudio administrativo y legal.
- Realizar el estudio financiero basado en proyecciones financieras a cinco años y establecer la viabilidad de la apertura del nuevo local.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

A través del tiempo el restaurante “El Riobambeñito” ha logrado posicionarse en la mente de cada uno de sus consumidores, lo que le ha permitido mantener un buen reconocimiento en el mercado, razón por la cual se ha visto la oportunidad de la realización de un proyecto de factibilidad para la puesta en marcha de una sucursal del restaurante “El Riobambeñito” en el norte de la ciudad de Quito, con la finalidad de conocer la viabilidad del proyecto en aspectos relacionados con la factibilidad de mercado, infraestructura, aspectos legales y rentabilidades futuras. Puesto que es importante que el inversionista conozca y analice los aspectos anteriormente nombrados antes de tomar la decisión de llevar a cabo el proyecto o abandonarlo.

1.6. MARCO TEORICO

1.6.1. Marco Histórico

“EL RIOBAMBEÑITO” es un restaurante de comida típica ecuatoriana, que se define como un punto de encuentro entre la gastronomía, el arte y la cultura, el mismo que brinda un ambiente familiar, amigable y acogedor que se encarga de prestar sus servicios a personas que buscan satisfacer sus necesidades.

Se encuentra ubicado en el Valle de Guayllabamba, el cual se caracteriza por su microclima cálido, sus frutas tropicales y sus áreas verdes entre tierras más bien áridas, razón por la cual recibe a un sin número de turistas tanto nacionales como extranjeros.

El restaurante se encuentra prestando sus servicios aproximadamente quince años, el cual fue fundado con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes que visitaban la

zona, puesto que no existía un restaurante de comida nacional que ofrezca servicios de excelente calidad y un ambiente comfortable.¹

Los clientes que visitaban el valle de Guayllabamba eran personas que normalmente se trasladaban hacia el norte del país, y debido a que el valle es una zona céntrica, se detenían a comer y descansar para poder continuar con su viaje. En la actualidad el “El Riobambeñito” no solo recibe clientes que viajan con frecuencia por la zona, sino clientes capitalinos que deciden visitar el restaurante con el fin de pasar un momento agradable y en familia.

A través de los tiempos el restaurante ha logrado posicionarse en la mente de sus consumidores potenciales, lo que le ha permitido llegar a la etapa de madurez debido a su tiempo de vida y a la afluencia de clientes que tienden a visitarlo, en especial los fines de semana y feriados.

Debido a la trayectoria que el restaurante “El Riobambeñito” posee y por el posicionamiento actual de mercado, se pretende analizar los problemas y oportunidades de la puesta en marcha de un sucursal del restaurante en el sector norte de la ciudad de Quito, con la finalidad de conocer la factibilidad de la instalación del negocio en base a las preferencias de los clientes potenciales que laboren o habiten por la zona.

1.6.2. Marco Conceptual

Demanda

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”²

¹ Almache, Jorge, Propietario del restaurante “El Riobambeñito”

² Baca Gabriel, 1995, Pág. 17.

Oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que en cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”³

Proyecto

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.”⁴

Valor Actual Neto (VAN)

“Se define como la diferencia o resta, entre el valor actual de los flujos de caja que estará en capacidad de liberar el proyecto para los inversionistas durante su duración, y el valor actual de la inversión total en el proyecto”⁵

Valor Actual Neto Ajustado (VANA)

Es el método que comienza calculando el Valor Actual Neto del proyecto (VAN Básico) como si fuera una empresa financiada totalmente con recursos propios. Luego se modifica el VAN básico para incorporar los efectos de las decisiones de financiamiento causado por el proyecto.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea igual a cero; es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Periodo de recuperación de Capital

El período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial de un proyecto.

³ Op. Cit., Pág. 17.

⁴ Op. Cit., Pág.2

⁵ Sáenz Rodrigo, Pág. 246.

Cámara Frigorífica

Cámara o mueble que se enfría artificialmente para conservar alimentos u otros productos.

Carta

“Se conoce con el nombre de carta a la exposición escrita, más o menos artística y lujosa de los diferentes platos agrupados por afinidades y que, con sus correspondientes precios, el establecimiento ofrece al público.”⁶

Comedor

Conocido también como salón, es el lugar, local o espacio de un Bar, Cafetería, Restaurante, Hoteles, etc. para descansar o tomar bebidas y comidas calientes.⁷

Comensal

“Cada uno de los individuos que están comiendo juntos en cierto lugar, alrededor de una mesa”⁸

Cubertería

Conjunto de cubiertos que se utilizan en la mesa.

Restaurante

Un restaurante es un lugar al que acuden personas particulares con la finalidad de satisfacer sus necesidades alimenticias a cambio de un precio por las comidas y bebidas consumidas en el local.

Restaurante de especialidades

Los restaurantes Temáticos son aquellos cuya cocina posee un origen específico, es decir aquellos que se especializan en un tipo de comida, en la cocina de un país o región determinada.⁹

⁶ Gallego, Felipe, 2002, Pág. 125.

⁷ Op. Cit. Pág. 501.

⁸ Op. Cit. Pág. 154.

Restaurantes de segunda clase

Los restaurantes de segunda categoría son considerados como establecimientos turísticos puesto que poseen un ambiente un poco informal. Las características principales de este tipo de restaurantes son: Entrada para los clientes, guardarropa, teléfono inalámbrico para el servicio al cliente, comedor con superficie adecuada a su capacidad, servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros, cocina con cámara frigorífica, despensa, fregaderos, ventilación al exterior, carta en concordancia con la categoría del establecimiento, personal de servicio debidamente uniformado y cubertería de acero inoxidable.¹⁰

1.7. TEORÍAS

1.7.1. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

De acuerdo a la teoría de Gabriel baca “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.”¹¹

Los proyectos son considerados como un conjunto de actividades y procesos que ha de seguirse con la finalidad de alcanzar los objetivos específicos dentro de costos y plazos previamente establecidos, razón por la cual se les considera como un proceso temporal; es decir que posee un principio y un final, dentro del cual utiliza una serie de recursos humanos, financieros y materiales con la finalidad de obtener los resultados esperados.

⁹ Brian Cooper, 2002, pág. 9

¹⁰ Morfín María del Carmen, 2007, Pág.18.

¹¹ Baca Gabriel, 1995, Pág.2

1.7.1.1. Tipos de Proyectos

De acuerdo al criterio de Werner Ketelhohn los proyectos se clasifican en tres tipos fundamentales: Por el tipo de función que desempeñan dentro de la empresa, Atendiendo la relación de dependencia o independencia económica y En función del sector de la economía en el que se desarrolla.¹² Cabe recalcar que esta última clasificación se subdivide en proyectos públicos y privados.

La presente investigación responde a proyectos que se realizan en función del sector de la economía en el que se desarrollan, por ser un proyecto privado, el mismo que considera para su formación y evaluación, ingresos y costos relacionados que se valoran a precios de mercado.

1.7.1.2. Ciclo de Vida del Proyecto

Miguel David Rojas establece que los proyectos poseen cuatro etapas de vida las cuales son¹³:

- Idea
- Preinversión
 - Perfil
 - Prefactibilidad
 - Factibilidad
- Inversión
- Operación

De acuerdo a las etapas anteriormente mencionadas, en la presente investigación se llevará a cabo la etapa de preinversión mediante la realización del un estudio de factibilidad.

¹²Werner Ketelhohn, 2006 Pág. 28

¹³ Miguel Rojas, 2007, Pág. 8

1.7.1.3. Estudio de Factibilidad

De acuerdo a la teoría de Juan José Miranda un estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar la viabilidad del negocio es decir el éxito o fracaso del mismo.¹⁴

En la presente investigación se pretende realizar un estudio de factibilidad el mismo que contendrá los siguientes temas, que deberán estar relacionados entre sí:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico (Tamaño, Localización, ingeniería)
- Estudio Administrativo y Legal
- Estudio Financiero y decisión de inversión.

1.7.1.4. Estudio de Mercado

De acuerdo al criterio de Sapag Chain y Gabriel Baca Urbina, el estudio de mercado es el tema más importante dentro del estudio de factibilidad, el mismo que se basa en determinar la sensibilidad del producto o servicio producido por el proyecto y aceptabilidad del mismo en el mercado¹⁵.

El estudio de mercado analiza principalmente el producto o servicio a realizar y su capacidad para satisfacer las necesidades de los posibles consumidores, identifica el tamaño de mercado y cuantifica la demanda mediante la determinación de los posibles usuarios del producto o servicio y permite conocer las preferencias del consumidor y sus hábitos de consumo, así como también cuantifica la oferta mediante la identificación de competencia directa e indirecta y la presencia de posibles productos sustitutos, permite prever una política de precios, determinar los diferentes sistemas de distribución y comercialización del producto o servicio y la estimación del ingreso por ventas en un período determinado de tiempo.

¹⁴ Juan José Miranda, 2005, Pág. 13

¹⁵ Sapag Chain, 2007, Pág. 26.

El estudio de mercado profundiza en las siguientes variables:¹⁶

- Análisis de la oferta.
- Análisis de la demanda.
- Análisis de Precios.
- Análisis de Comercialización.

1.7.1.5. Estudio Técnico

La teoría de Sapag Chain recalca que el estudio técnico tiene por objetivo proporcionar la información necesaria para la cuantificación del monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes¹⁷.

Las partes que conforman el estudio técnico son:¹⁸

- Determinación del tamaño óptimo de la planta expresada en unidades de producción por año.
- Determinación de la localización óptima de la planta.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- Identificación y descripción del proceso.
- Determinación de recursos humanos que se requiere para la correcta operación del proyecto.

1.7.1.6. Estudio Administrativo y Legal

De acuerdo al criterio de Sapag Chain, el estudio administrativo legal es el diseño o definición de la estructura organizativa, la misma que deberá adaptarse a los requerimientos de su posterior operación¹⁹, así como también es indispensable determinar los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto al proyecto. En esta fase

¹⁶ Baca Gabriel, 1995, Pág.14

¹⁷ Sapag Chain,2007, Pág.24

¹⁸ Baca Gabriel, 1995, Pág. 86

¹⁹ Sapag Chain,2007, Pág.28

del estudio de factibilidad se derivan las necesidades del personal, mano de obra, materia prima, espacio físico y equipos requeridos.

En cuanto a los aspectos legales, se manifiesta en el otorgamiento de permisos de funcionamiento, patentes, registro de nombre comercial y todos los aspectos pertinentes relacionados con la constitución de la empresa que se llevará a cabo en el presente proyecto.

1.7.1.7. Estudio Financiero y Decisión de inversión

Sapag Chain establece que el objetivo principal de un estudio financiero es ordenar y coordinar la información de carácter monetario que proporcionan los estudios anteriormente detallados y los aspectos técnico, contable y financiero, con la finalidad de elaborar los cuadros analíticos para la evaluación del proyecto y determinar su rentabilidad.²⁰

Un estudio financiero comienza con la determinación e identificación de la inversión inicial del proyecto, plan de financiamiento, costos y gastos, cálculo del capital de trabajo, determinación de la tasa interna de retorno, valor actual neto y finalmente el cálculo de los flujos netos de efectivo.

Con respecto a la toma de decisión de inversión o verificación de la viabilidad del proyecto Werner Ketelhohn plantea dos métodos de evaluación:²¹

- **Métodos Aproximados o Métodos que no utilizan el valor del dinero en el tiempo.**

De los cuales los más conocidos son: El Periodo de recuperación de capital y la Tasa Promedio de Rentabilidad.

²⁰ Sapag Chain,2007, Pág. 29

²¹ Werner Ketelhohn, 2004, Pág. 51

- **Métodos que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.**

Aquellos que consideran que el dinero es importante en función del tiempo, los más importantes son: La Tasa Interna de Retorno, Valor Actual Neto y Valor Actual Neto Ajustado.

1.7.2. RESTAURANTES

De acuerdo a la teoría de Brian Cooper y Morfín María del Carmen, los restaurantes se clasifican por categorías y por tipo de restaurantes.

1.7.2.1. Clasificación por Categorías

Morfín María del Carmen cita la siguiente clasificación:²²

- Restaurantes de Lujo (Cinco Tenedores)
- Restaurantes de Primera Categoría (Cuatro Tenedores)
- Restaurantes de Segunda Categoría (Tres Tenedores)
- Restaurantes de Tercera Categoría (Dos Tenedores)
- Restaurantes de Cuarta categoría (Un Tenedor)

1.7.2.2. Tipos de Restaurantes

Brian Cooper cita la siguiente clasificación:²³

- Restaurante buffet
- Restaurante de comida rápida
- Restaurante Grill
- Restaurantes de alta cocina o tipo gourmet.
- Bistró
- Restaurantes temáticos o de especialidades.
- Restaurantes de Comida para llevar o take away.

²² Morfín, María del Carmen, 2007. Pág 17.

²³ Brian Cooper, 2002. Pág. 9

De acuerdo a las categorías anteriormente señaladas la sucursal del restaurante a implementarse pertenece a un restaurante de especialidades de Segunda Categoría, el mismo que deberá contar con las siguientes características²⁴:

- Entrada para los clientes.
- Guardarropa.
- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica, despensa, fregaderos, ventilación al exterior.
- Carta en concordancia con la categoría del establecimiento.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

El menú o carta de este tipo de restaurantes generalmente está compuesta por:²⁵

- Sopas y Cremas.
- Verduras, Huevos o pastas.
- Especialidades de pescado.
- Especialidades de carne.
- Postres, dulces o helados y fruta.

²⁴ Morfín María del Carmen, 2007. Pág 20

²⁵ Morfín María del Carmen, 2007. Pág 18.

1.8. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la elaboración del presente trabajo se tomará en cuenta un tipo de investigación Descriptiva.

Este tipo de investigación se la pondrá en práctica con la finalidad de caracterizar y describir las propiedades de las variables que integran el problema de investigación. Algunas de ellas se citan a continuación:

- ¿Con que frecuencia las personas comen fuera de casa?
- ¿Qué características demográficas tienen los posibles clientes de la empresa?
- ¿Con que frecuencia las personas visitan los restaurantes de comida típica?
- ¿Cuál es la competencia directa o indirecta de la empresa?
- ¿Es factible el sector Norte de Quito para la puesta en marcha de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito”?

1.9. HIPOTESIS

- Económicamente si es factible llevar a cabo la instalación de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito”
- El sector Norte de la ciudad Quito si es apropiado para la puesta en marcha de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito”.

1.10. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ALCANCE

Para la delimitación de la investigación se tomaran en cuenta los siguientes aspectos:

1.10.1. Delimitación Geográfica

La investigación se concentrará en el sector Norte de la ciudad de Quito sobre las siguientes avenidas:

- Avenida de los Shyris
- Avenida Rio Amazonas, comprendida desde la avenida Rio Coca hasta la avenida Mariana de Jesús.
- Avenida Naciones Unidas, comprendida desde la avenida Rio Amazonas hasta la avenida de los Shyris.

1.10.2. Delimitación por tipo de personas:

La investigación se la realizará a las personas de clase media y media – alta que habiten o laboren en la zona geográfica anteriormente especificada.

1.10.3. Delimitación por Tiempo:

La investigación se la realizará en el primer semestre del año 2009 con proyecciones financieras de hasta cinco años.

1.11. MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS

La presente investigación contempla la realización de un estudio de mercado, basado en un tipo de investigación descriptivo, el cual se fundamenta en conocer y analizar la demanda potencial y la segmentación de mercado. Posteriormente se realizará el estudio de campo en el cual se utilizará como método de investigación, el método de encuesta, el mismo que consiste en la elaboración de un cuestionario muy bien estructurado con la finalidad de obtener información específica relacionada con la demanda potencial, las preferencias de los consumidores y la participación de la competencia en el mercado, la cual se aplicará en base al cálculo de la una muestra aleatoria simple. Finalmente se procederá a la tabulación de los datos recolectados referida a la población de clientes potenciales con el objetivo de obtener conclusiones válidas y confiables.

Una vez realizada la investigación de mercado se efectuará el análisis de la oferta con el objetivo de identificar los competidores reales, potenciales y posibles productos sustitutos, prever una política de precios y estudiar una mejor manera de comercializar el servicio.

Consecuentemente se procederá a la realización del estudio Técnico, el cual se basa en la determinación del tamaño óptimo de la planta, el mismo que se relaciona con la capacidad financiera y de infraestructura de la empresa. Posteriormente se procederá a determinar la localización óptima de la planta, la misma que se realizará mediante la macrolocalización y microlocalización de la misma.

Una vez determinado el tamaño y la localización de la planta se establecerá la matriz de requerimiento, el diseño de la planta y la definición de las actividades a realizar cuando la empresa se encuentre en funcionamiento.

Culminado el Estudio Técnico del proyecto, se procederá a la realización del estudio administrativo y legal del mismo, el cual consiste en diseñar o definir la estructura organizacional, definir los puestos de trabajo requeridos, captación de personal, sueldo y salarios, espacio físico y equipos requeridos; con respecto al marco legal de la organización, se definirá el proceso de constitución de la compañía, obligaciones fiscales y

legales que se deberá afrontar, otorgamiento de licencias sanitarias, patentes, marcas, permisos de funcionamiento y registro de nombre comercial de la empresa que se llevará a cabo.

Finalmente se procederá a realizar el estudio financiero, el cual consta de identificar las inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo preoperativo del proyecto en curso, así como también se deberá establecer los costos fijos y variables de producción y los gastos administrativos y financieros. De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado se procederá a calcular el ingreso promedio que la empresa obtendrá.

Mediante la especificación de los datos anteriormente nombrados se procederá a realizar las siguientes proyecciones: balance inicial, el mismo que muestra a una fecha determinada que tiene, que debe y que ha pagado la empresa; Flujos de efectivo y estado de pérdidas y ganancias, los cuales nos indican las operaciones realizadas por la empresa en un periodo dado. Los estados financieros detallados anteriormente se los proyectará a cinco años.

Con la finalidad de medir la viabilidad del proyecto se llevará a cabo los métodos aproximados, es decir aquellos que no toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo como: Tasa promedio de rentabilidad y Periodo de recuperación de capital; y los métodos que toman cuenta el valor del dinero en el tiempo como: Tasa Interna de Retorno, Valor Actual neto y Valor actual neto ajustado. Los métodos de evaluación de proyectos nombrados anteriormente se los llevarán a cabo con el objetivo de tomar la decisión de aprobar o rechazar el proyecto.

1.12. TÉCNICAS

1.12.1. Estudio de Campo

Se refiere a la recopilación, identificación, acopio, análisis y aprovechamiento de la información con la finalidad de identificar y definir las oportunidades y los problemas de la empresa a implementarse.

1.12.2. Fuentes de información

De acuerdo a Kinneer Taylor las fuentes de investigación se clasifican en:²⁶

- **Fuentes secundarias**
 - Fuentes bibliográficas
 - Publicaciones Gubernamentales
 - Datos de Censo
 - Información Comercial
 - Páginas Web
- **Fuentes Primarias**
 - Investigación con encuesta.

1.12.3. Herramientas Financieras, Análisis y Métodos de evaluación

- Proyecciones Financieras
- Análisis financiero de los resultados
- Métodos de evaluación y análisis de proyectos de inversión
 - Tasa Promedio de rentabilidad
 - Periodo de Recuperación de Capital
 - Valor Actual Neto
 - Tasa Interna de Retorno
 - Valor Actual Neto Ajustado
 - Relación Beneficio Costo
- Informe Final
 - Integración de información Teórica y de campo
 - Elaboración del informe final

²⁶ Kinneer, Thomas; Taylor, James; 2003, Pág. 178.

1.13. VARIABLES

Para la realización del presente estudio se tomará en cuenta las siguientes variables:

- Edad
- Sexo
- Tamaño de Familia
- Clase socioeconómica
- Disposición de Pago
- Frecuencia que las personas comen fuera de casa
- Frecuencia que las personas visitan restaurantes de comida típica
- Ubicación en dónde el restaurante estará ubicado
- Competencia en el sector
- Con quien suelen comer fuera de casa
 - Pareja
 - Amigos
 - Familia
 - compañeros de trabajo.
- Cuáles son las razones por la que una persona asiste a restaurantes de comida típica
 - Alimentos
 - Ambiente
 - Servicio
 - Instalaciones
 - Precios

1.14. TEMARIO PRELIMINAR

Tema: Estudio de factibilidad para la instalación de una sucursal del restaurante “El Riobambeñito” en el sector norte de la ciudad de Quito.

CAPITULO I: Introducción

CAPITULO II: Plan de Investigación

CAPITULO III: Estudio de Mercado

- 3.1. Demanda pasada
- 3.2. Demanda presente
- 3.3. Demanda proyectada
- 3.4. Oferta pasada
- 3.5. Oferta presente (análisis de competencia)
- 3.6. Oferta proyectada
- 3.7. Producto
- 3.8. Precio
- 3.9. Plaza
- 3.10. Promoción
- 3.11. Canales de comercialización

CAPITULO IV: Estudio Técnico

- 4.1. Tamaño del proyecto
- 4.2. Localización: macro y micro

- 4.3. Proceso de producción
- 4.4. Diseño de planta
- 4.5. Requerimientos de: mano de obra, maquinaria y equipos
- 4.6. Determinación de las fases de operación

CAPITULO V: Estudio Administrativo y Legal

- 5.1. Estructura Organizacional
- 5.2. Requerimientos Legales

CAPITULO VI: Estudio Económico – Financiero

- 6.1. Inversiones: fijas, diferidas y capital de trabajo pre-operativo
- 6.2. Costos: fijos y variables
- 6.3. Gastos: administrativos, ventas y financieros.
- 6.4. Depreciación de Activos Fijos
- 6.5. Flujos de caja del proyecto
- 6.6. Tasa mínima aceptable de rendimiento
- 6.7. Balance de situación al año 1
- 6.8. Estado de resultados al año 1

CAPITULO VII: Evaluación

- 7.1. Valor Actual Neto
- 7.2. Tasa Interna de Retorno
- 7.3. Relación beneficio-costo
- 7.4. Periodo de recuperación del capital

CAPITULO VI II: Conclusiones y Recomendaciones

- 8.1. Conclusiones
- 8.2. Recomendaciones

Bibliografía

1.15. BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR

- Baca Urbina, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, tercera edición, México, 1995.
- Brian Cooper, *Como iniciar y administrar un Restaurante*, Editorial Norma, Colombia, 2002.
- Gallego, Jesús Felipe, *Diccionario de Hostelería*, Editorial Paraninfo, España, 2002.
- Kinnear, Thomas y Taylor, James; *Investigación de mercados*, McGraw Hill, Quinta edición, Colombia, 2003.

- Malhotra, Maresh, *Investigación de Mercados*, Editorial Pearson, Cuarta Edición, Colombia, 2004.
- Miguel David Rojas López, *Evaluación de Proyectos*, Ecoe Ediciones, Colombia, 2007.
- Miranda Juan José, *Gestión de Proyectos*, MM Editores, *Quinta Edición*, Colombia, 2005
- Morfín Herrera, María del Carmen, *Administración de Comedor y Bar*, Editorial Trillas, México, 2007.
- Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, Quinta Edición, México, 2007.
- Sáenz Juan Rodrigo, *Manual de Gestión Financiera*, Ecuador, 2006.
- Werner Ketelhohn, *Inversiones: Análisis de inversiones estratégicas*, Editorial Norma, Colombia, 2004.
- www.redlabora.net/redlaboranuevo/verDoc.aspx?fichero=289

1.16.CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

1.16.1. Cronograma

CUADRO 1.1.

Cronograma

ACTIVIDAD	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem.	Octubre	Noviem.	Diciem.
Elaboración del plan de tesis, Comprendido en la identificación del tema de estudio, Planteamiento del problema, formulación de objetivo general y específicos, Justificación de la investigación, Marco teórico y conceptual Diseño de la investigación, Hipótesis, metodología y temario preliminar.								
Definición, análisis y descripción de la naturaleza del servicio. Posteriormente se realizará el estudio de mercado comprendido en la definición de la población total y el cálculo de la muestra. Consecuentemente se elaborará el cuestionario de investigación y se aplicará a los clientes potenciales de acuerdo a la muestra calculada.								
Tabulación de datos y Análisis de Demanda y Oferta								

Realización del Estudio Técnico comprendido en la determinación del tamaño óptimo de la planta, elaboración de la matriz de localización y diseño y plano del local.								
Definición de la estructura organizacional de la empresa, comprendida en el establecimiento de los procesos operativos y descripción de puestos de trabajo. Determinación del marco legal de la organización.								
Realización del estudio financiero basado en la determinación de inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo preoperativo; costos y gastos de producción; ventas anuales y punto de equilibrio								
Consecuentemente se realizará la evaluación financiera del proyecto basada en las proyecciones del estado de pérdidas y ganancias a cinco años y la aplicación de los métodos de evaluación de proyectos tales como: Tasa promedio de rentabilidad, Periodo de Recuperación de capital, VAN, TIR y VAN Ajustado								
Elaboración de las conclusiones y recomendaciones								
Elaboración y revisión del borrador final								

1.16.2. Presupuesto

CUADRO 1.2.

Presupuesto

ACTIVIDAD	COSTO
Compra de Libros y bibliografía	\$ 350
Fotocopias	\$100
Investigación de mercados	\$ 300
Viajes y otros gastos	\$200
TOTAL	\$950

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. Objetivo General

Análisis y evaluación de los componentes de mercado tales como oferta, demanda y Marketing Mix relevantes para la apertura de la nueva sucursal.

2.1.2. Objetivos específicos

- Identificar el mercado potencial para el proyecto en estudio
- Analizar el comportamiento de la demanda de consumo de comida típica considerando la demanda presente y futura.
- Evaluar la oferta pasada, presente y futura de restaurantes en el sector de estudio.
- Evaluar y analizar las matrices de producto, precio, plaza y promoción para la presente investigación.
- Diseñar las estrategias de Marketing Mix.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El Análisis de la Demanda consiste en determinar y medir las fuerzas que afectan los requerimientos de mercado con respecto a un bien o un servicio, con la finalidad de que logren la satisfacción de la demanda.²⁷

Para el análisis de la demanda del presente proyecto, es necesario evaluar la demanda presente y futura del proyecto.

Es importante dar a conocer que la demanda pasada no será tomada en cuenta debido a la ausencia de datos por lo que no se ha podido realizar las respectivas proyecciones, ya que para la presente investigación es necesario tomar en cuenta datos relacionados con el último censo poblacional de la ciudad de Quito, el mismo que fue realizado por última vez en el año 2001 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), razón por la cual se utilizó las proyecciones de los datos más recientes para el análisis de la demanda presente.

2.2.1. Demanda presente

La demanda actual proviene de la información obtenida de la investigación de mercado respectiva, para lo cual es necesario conocer los siguientes aspectos:

Necesidades de información

- Con que frecuencia las personas comen fuera de casa
- Cuáles son las razones principales por la que las personas suelen comer fuera de casa.
- Qué tipo de restaurantes las personas suelen visitar.
- Cuáles son los días y los horarios que las personas prefieren para visitar un restaurante de comida típica.
- Cuál es el precio promedio que las personas están dispuestas a pagar.

²⁷ Baca Urbina, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, tercera edición, México, 1995. Pág.17

Objetivos de Investigación

Objetivo General

Definir el segmento de mercado al que va dirigido el proyecto, así como las preferencias y necesidades del mercado potencial.

Objetivos Específicos

- Conocer con qué frecuencia las personas comen fuera de casa y quién suele acompañarlos.
- Conocer y analizar las razones principales por las que las personas comen fuera de casa.
- Determinar los tipos de restaurantes que las personas suelen visitar cuando comen fuera de casa.
- Conocer cuál son los horarios y los días de preferencia de los consumidores para visitar restaurantes.
- Determinar el precio promedio que los clientes están dispuestos a pagar por los servicios de restaurante.
- Conocer los platos típicos de preferencia por los clientes
- Conocer los diferentes medios de comunicación y publicidad de preferencia por parte de los consumidores.
- Determinar si las personas conocen el restaurante “El Riobambeñito” y la posibilidad de existencia de una sucursal del mismo.

Fuentes de Datos

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó fuentes primarias y secundarias, las cuales daremos a conocer a continuación:

- **Fuentes Primarias:** Es la información obtenida mediante la investigación de mercado realizada, la cual se basó en un método de investigación con encuesta mediante la elaboración de un cuestionario aplicado a las personas que laboran o

habitan en la zona de estudio, con el objetivo de obtener la información relacionada con las necesidades de los posibles clientes reales y potenciales

- **Fuentes Secundarias:** Se utilizó fuentes secundarias internas y externas.
 - **Fuentes Secundarias Internas:** Es la información obtenida dentro de la empresa tales como; Índice de rotación de mesas, precios, gasto promedio por persona, capacidad instalada, administración financiera y contable, proveedores, entre otras.
 - **Fuentes Secundarias Externas:** Información obtenida de las principales instituciones que se detallan a continuación:
 - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
 - Ministerio de Turismo
 - Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

Selección de la Población Objetivo

El mercado meta que conforma la demanda del presente proyecto está compuesta por personas de 30 a 64 años de edad que laboran o habitan en la zona de Iñaquito, sector la Shyris.

2.2.1.1. Segmentación de Mercado

El análisis de la demanda presente consiste en realizar una adecuada segmentación de mercado, para lo cual se ha tomado en cuenta las siguientes variables:

Variable Geográfica

El proyecto está dirigido a personas que residen o laboran por la zona centro norte de la ciudad de Quito, razón por la cual se ha decidido realizar la siguiente segmentación geográfica:

- **Zona Geográfica:** Ciudad de Quito
 - Población Total de la ciudad de Quito.
 - Población Urbana de la ciudad de Quito.

Es importante dar a conocer que para el desarrollo del presente proyecto la investigación de campo se realizó en el sector norte de la ciudad de Quito, sobre la avenida de los Shyris, debido a que la población objetivo labora o habita por esta zona.

Variable Demográfica

La presente investigación se encuentra dirigida a personas de edades entre los 30 y 64 años de edad, las mismas que se encuentran económicamente activas. Para la segmentación Demográfica se tomaron en cuenta los siguientes factores:

- **Grupos de edad:** 30 y 64 años de edad
- **Población Económicamente Activa:** Determinada en grupos de edad, Ocupación y Nivel de instrucción Alcanzado.

Variable de Uso

La variable de uso es aquella que se refiere a la frecuencia de utilización de cierto producto o servicio.

Para la determinación de dicha variable se realizó la respectiva Investigación de campo, para lo cual se formuló la siguiente pregunta:

- *Con qué frecuencia usted come fuera de casa?*

La respuesta a la pregunta detalla anteriormente reflejo una utilización frecuente del servicio prestado por el restaurante, es decir que las personas comen fuera de casa frecuentemente.

De acuerdo a las variables anteriormente mencionadas, la segmentación de mercado para el presente proyecto se lo detalla en la siguiente tabla:

TABLA 2.1.**Segmentación de Mercado****Población Proyectada año 2004**

PARAMETROS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
Población Total de la ciudad de Quito	1.979.113,00	100,00%
Población Urbana de la ciudad de Quito	1.599.361,00	80,81%
PEA de la ciudad de Quito	652.594,00	32,97%
PEA de la ciudad de Quito por grupos de edad 30-39; 40-49; 50-64	422.206,00	21,33%
PEA por categoría de Ocupación y grupos de edades	405.883,00	20,51%
PEA total por nivel de instrucción alcanzado (Superior / Postgrado)	236.344,00	11,94%
PEA Remunerada por nivel de instrucción alcanzado (Superior / Postgrado)	230.498,00	11,65%

Fuente INEC

Elaborado por: Silvia Almache

ANEXO 1

La Tabla 2.1 nos da a conocer la segmentación de mercado realizada, en el cual se detalla las variables que se tomaron en cuenta en relación a la población del Distrito Metropolitano de Quito, las mismas que fueron seleccionadas en base a encuestas piloto previamente realizadas.

Es importante dar a conocer que los grupos de edades han sido previamente clasificados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, razón por la cual se ha tomado desde un rango de 30 a 39 años de edad, debido a que los grupos de edades previos a este, no representan ser la población objetiva para el presente proyecto.

Debido a que los datos mencionados anteriormente son proyecciones para el año 2004, se ha realizado el siguiente procedimiento con la finalidad de obtener el tamaño de la población para el año 2009, el cual se detalla en la tabla 2.2:

TABLA 2.2.

Proyecciones 2001-2010

Población de la ciudad Quito año 2004	1.979.113,00
Población de la ciudad Quito año 2009	2.122.594,00
Porcentaje de la PEA por nivel de instrucción alcanzado.	11,65%

Fuente INEC

Elaborado por: Silvia Almache

La Tabla 2.2 nos da a conocer las proyecciones de la población de la ciudad de Quito para los años 2004 y 2009, las mismas que fueron realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, así como el porcentaje correspondiente a la Población Económicamente Activa en relación a la Población total del Distrito Metropolitano de Quito.

Para el cálculo de la Población Económicamente Activa del año 2009, se tomo en cuenta la población proyectada por el INEC para el mismo año, el cual se multiplicó por el porcentaje de la Población Económicamente Activa por nivel de instrucción alcanzado de la ciudad de Quito, cuyos resultados se da a conocer en la tabla 2.3.:

TABLA 2.3.

Proyecciones año 2009

Ciudad	Año	Población	PEA
Quito	2009	2.122.594,00	247.208,56

Fuente INEC

Elaborado por: Silvia Almache

Para el cálculo de la Población Económicamente Activa se realizó el siguiente procedimiento:

$$PEA \text{ año } 2009 = Población \text{ de la ciudad de Quito } 2009 * \% \text{ de la PEA}$$

$$PEA \text{ año } 2009 = 2.122.594,00 * 11,65\%$$

$$PEA \text{ año } 2009 = 247.208,56$$

De acuerdo a los cálculos realizados anteriormente la Población Económicamente Activa para el año 2009 es de 247.208,56, el mismo que representa el universo para el cálculo de la muestra del presente proyecto.

2.2.1.2. Muestreo

Para determinar el tamaño de la muestra se ha utilizado la siguiente fórmula para poblaciones infinitas:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Siendo:

n= Tamaño de la muestra.

Z= Valor de z crítico.

P= Proporción de la población que posee una característica específica.

Q= Proporción de la población que no posee una característica específica.

e= Nivel de tolerancia de error.

$$n = \frac{1,65^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = 272,25 \cong 272$$

La fórmula detallada anteriormente nos indica que las encuestas deberán ser aplicadas a 272 personas para la realización de la respectiva investigación de campo del presente proyecto

2.2.1.3. Tipo de escogimiento de la muestra

Para la elaboración de la investigación de campo del presente proyecto se escogió el tipo de escogimiento de la muestra No Probabilístico Intencional, debido a que la población objetivo responde a una clase media y media alta, razón por la cual la investigación fue intencional, basada en el tipo de vehículo vestimenta y lugar de trabajo de los encuestados y posibles clientes.

2.2.1.4. Modelo de la Encuesta

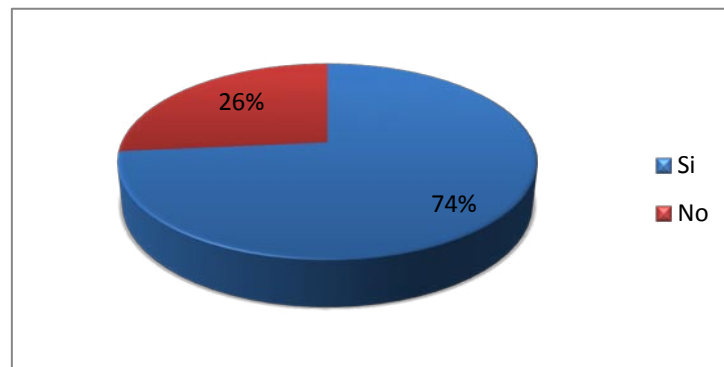
2.2.1.5. Tabulación Gráfica y Analítica

1. ¿Come usted fuera de casa habitualmente?

TABLA 2.4.
Personas que tienden a comer fuera de casa

DATOS	CANTIDAD	%
Si	200	74%
No	72	26%
TOTAL	272	100,00%

Gráfico 2.1.



Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, el 74% del mercado objetivo come fuera de casa habitualmente, mientras que el 26% no suele hacerlo. Mediante la presente investigación se concluye que un gran porcentaje de la población encuestada come fuera de casa.

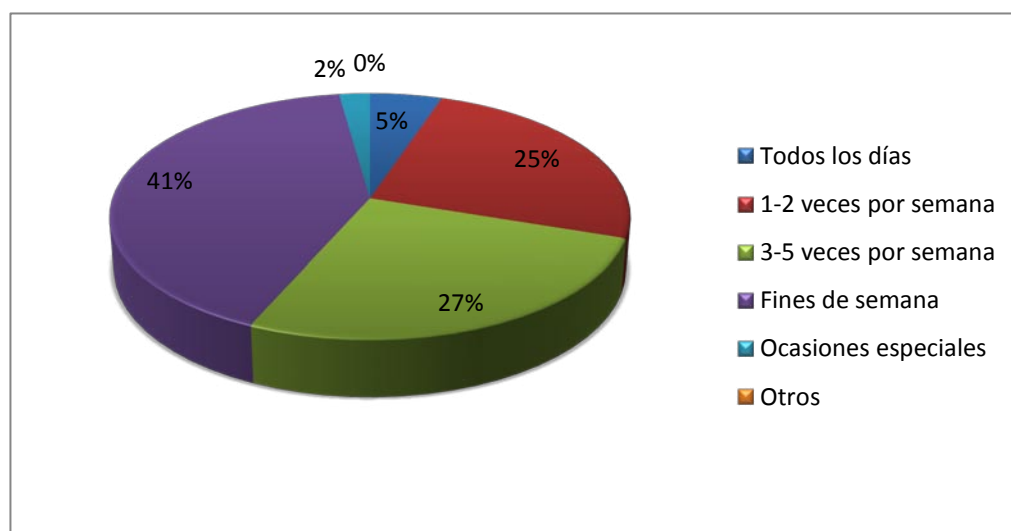
2. ¿Con qué frecuencia usted come fuera de casa?

TABLA 2.5.

Frecuencia con que las personas comen fuera de casa

DATOS	CANTIDAD	%
Todos los días	14	5%
1-2 veces por semana	68	25%
3-5 veces por semana	72	26%
Fines de semana	112	41%
Ocasiones especiales	6	2%
Otros	0	0%
TOTAL	272	100,00%

GRÁFICO 2.2.



Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a la presente investigación de mercado se pudo conocer que el 41% de las personas encuestadas comen fuera de casa los fines de semana, el 27% respondió que lo hace de 3 a 5 veces por semana, el 25% suele comer fuera de casa de 1 a 2 veces por semana, el 5% de la población encuestada come fuera de casa todos los días y finalmente el 2% del mercado objetivo suele comer fuera de casa únicamente en ocasiones especiales. Mediante los datos obtenidos en la presente investigación se puede concluir que las personas generalmente suelen comer fuera de casa los fines de semana, de 3 a 5 veces por semana y finalmente de 1 a 2 veces por semana.

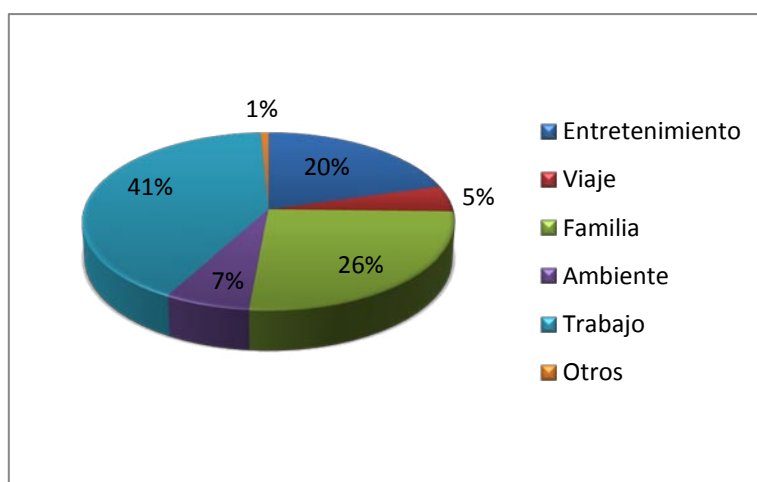
3. *¿Cuál es la razón principal por las que a usted le suele comer fuera de casa?
(Seleccione una opción)*

TABLA 2.6.

Razones para comer fuera de casa

CATEGORÍA	TOTAL	%
Entretenimiento	56	21%
Viaje	13	5%
Familia	71	26%
Ambiente	18	7%
Trabajo	112	41%
Otros	2	1%
TOTAL	272	100,00%

GRAFICO 2.3.



Elaborado por: Silvia Almache

De las 272 personas encuestadas, el 41% respondió que la razón principal por la que suelen comer fuera de casa es por motivos de trabajo, el 26% come fuera de casa por motivos familiares, el 20% lo hace por entretenimiento, el 7% por renovación y cambio de ambiente, el 5% por motivos de viaje y finalmente el 1% de la población encuestada lo hace por razones tales como estudios y escasas de tiempo para cocinar.

De acuerdo a los datos obtenidos se puede concluir que las razones principales por las que las personas suelen comer fuera de casa son por motivos de trabajo, familiares y entretenimiento.

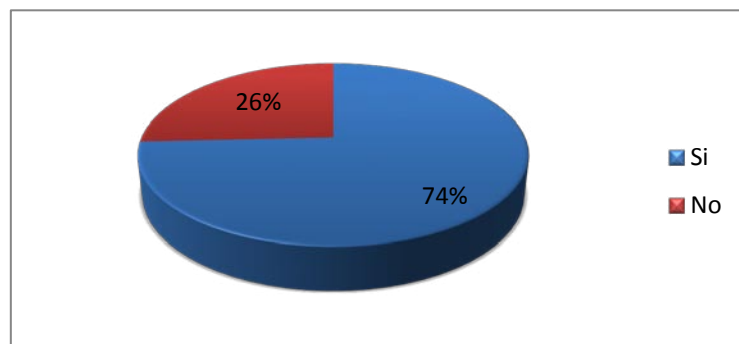
4. ¿Conoce usted el restaurante "El Riobambeñito"?

TABLA 2.7.

Personas encuestadas que conocen el restaurante "El Riobambeñito"

DATOS	CANTIDAD	%
Si	202	74%
No	70	26%
TOTAL	272	100,00%

GRAFICO 2.4.



Elaborado por: Silvia Almache

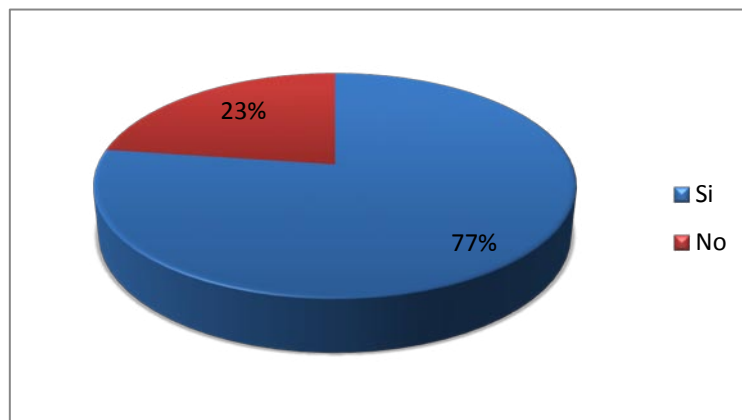
El 74% de la población encuestada afirmaron conocer el restaurante "El Riobambeñito", mientras que el 26% restante respondió negativamente.

5. *Le gustaría que exista una sucursal del Restaurante "El Riobambeño" en el sector norte de la ciudad de Quito (Avenida de los Shyris)*

TABLA 2.8.
Sucursal del restaurante "El Riobambeño"

DATOS	CANTIDAD	%
Si	210	77%
No	62	23%
TOTAL	272	100,00%

GRAFICO 2.5.



Elaborado por: Silvia Almache

De las 272 personas encuestadas, el 77% respondió que SI le gustaría que exista una sucursal del restaurante "El Riobambeño", mientras que el 23% restante respondió negativamente

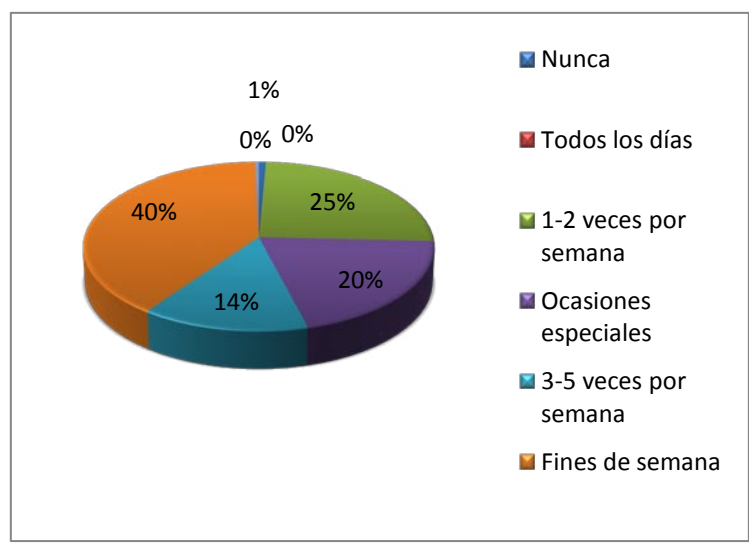
6. Con que frecuencia usted concurre a restaurantes de comida típica? (Seleccione una Opción)

TABLA 2.9.

Restaurantes de comida Típica

DATOS	CANTIDAD	%
Nunca	2	1%
Todos los días	0	0%
1-2 veces por semana	68	25%
Ocasiones especiales	55	20%
3-5 veces por semana	38	14%
Fines de semana	108	40%
Otros	1	0%
TOTAL	272	100,00%

GRAFICO 2.6.



Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a los datos obtenidos en la presente investigación se puede conocer que el 49% del mercado objetivo suele visitar restaurantes de comida típica los fines de semana, el 25% los visita de 1 a 2 veces por semana, el 20% en ocasiones especiales, el 14% de la población los visita de 3 a 5 veces por semana y finalmente el 1% de la población no suele

asistir a restaurantes de comida típica. Con la información obtenida se puede concluir que las personas suelen visitar restaurantes de comida típica los fines de semana, de 1 a 2 veces por semana y finalmente de 3 a 5 veces por semana

7. ¿Cuándo usted come fuera de casa, quién suele acompañarlo? (Seleccione una opción)

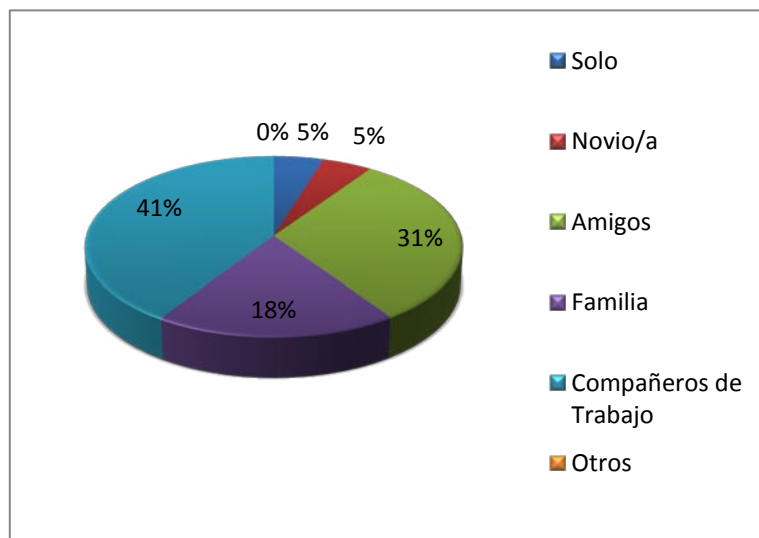
Lunes a Viernes

TABLA 2.10.

Personas con las que suelen comer fuera de casa

DATOS	CANTIDAD	%
Solo	13	5%
Novio/a	13	5%
Amigos	84	31%
Familia	51	19%
Compañeros de Trabajo	111	41%
Otros		0%
TOTAL	272	100,00%

GRAFICO 2.7.



Elaborado por: Silvia Almache

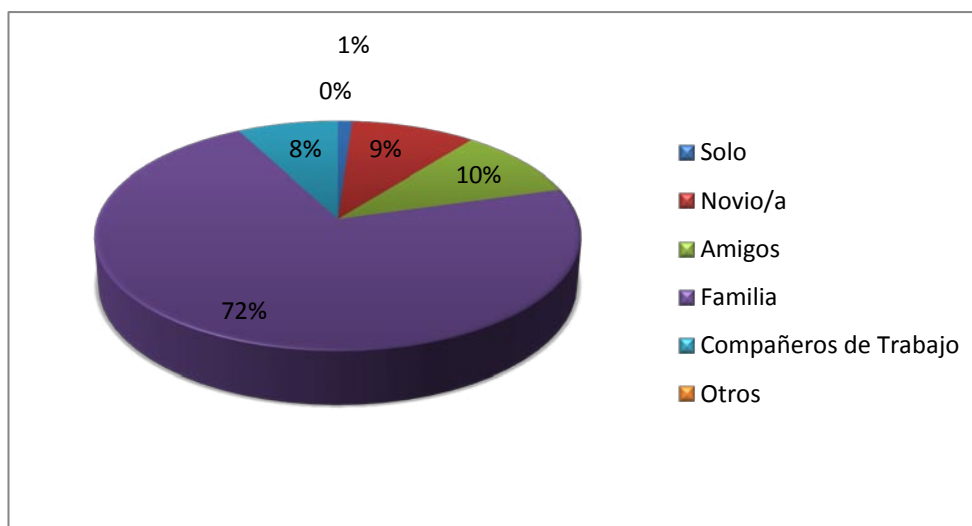
Fin de Semana

TABLA 2.11.

Personas con las que suele comer fuera de casa

DATOS	CANTIDAD	%
Solo	3	1%
Novio/a	26	10%
Amigos	27	10%
Familia	195	72%
Compañeros de Trabajo	21	8%
Otros		0%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.8.



Elaborado por: Silvia Almache

Mediante la presente investigación se puede conocer que el 41% de la población encuestada, suele comer fuera de casa de lunes a viernes acompañado de compañeros de trabajo, el 31% visita restaurantes acompañado de Amigos y finalmente el 19% suele comer fuera de casa acompañado de familiares. Mientras que el 72% del mercado objetivo visita restaurantes los fines de semana acompañado de familiares, el 10% acompañados de amigos, el 9% de novio o novia, el 8% de compañeros de trabajo y finalmente el 1% de los encuestados no suele ir acompañado.

De acuerdo a la presente investigación se puede concluir que las personas suelen ir acompañadas generalmente de sus compañeros de trabajo cuando visitan restaurantes de

lunes a viernes, mientras que en fin de semana suelen comer fuera de casa acompañados de familiares.

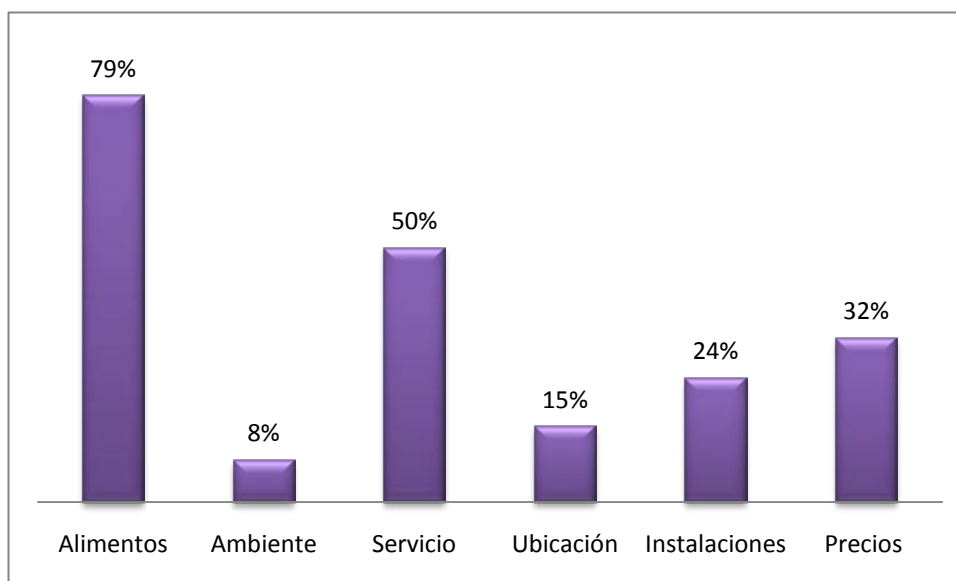
8. Cuáles son las razones por la cual usted asiste a un restaurante de comida típica.

TABLA 2.12

Razones para asistir a un restaurante de comida típica

CATEGORÍA	TOTAL	%
Alimentos	216	79%
Ambiente	22	8%
Servicio	135	50%
Ubicación	40	15%
Instalaciones	66	24%
Precios	87	32%

GRAFICO 2.9.



Elaborado por: Silvia Almache

El 79% de la población encuestada respondió que la razón principal por la que asiste a un restaurante de comida típica es por los alimentos que brinda, para el 50% de la población es importante el servicio que presta el restaurante, para el 32% del mercado, los precios son una razón importante, para el 24% las instalaciones, para el 15% la ubicación y finalmente para el 8% de las personas encuestadas el Ambiente es una de las razones más importantes por las que asiste a un restaurante de comida típica.

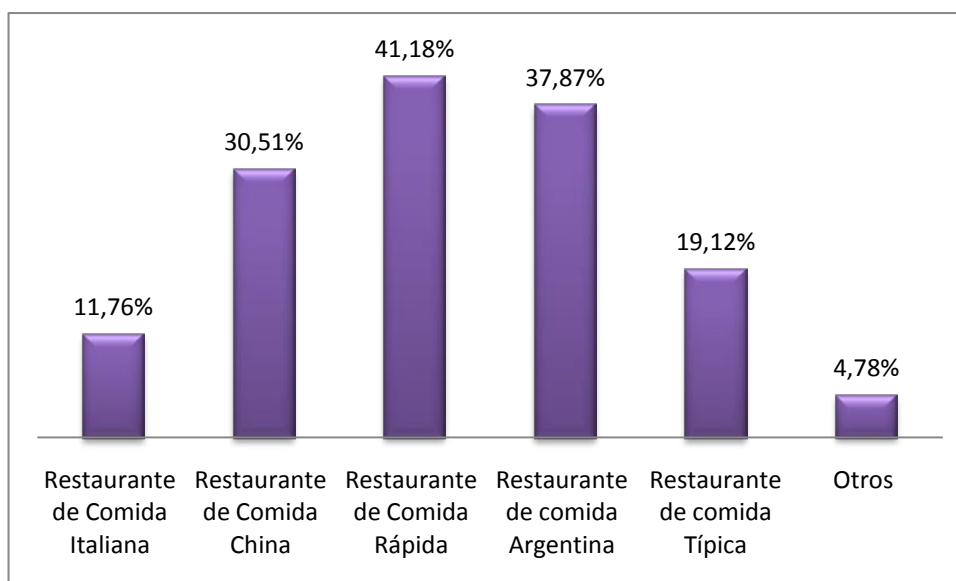
9. *¿Qué tipo de restaurante usted acostumbra a visitar de lunes a viernes en el sector de la avenida de los Shyris y sus alrededores?*

TABLA 2.13.

Tipos de Restaurantes

CATEGORÍA	TOTAL	%
Restaurante de Comida Italiana	32	12%
Restaurante de Comida China	83	31%
Restaurante de Comida Rápida	112	41%
Restaurante de comida Argentina	103	38%
Restaurante de comida Típica	52	19%
Otros	13	5%

GRAFICO 2.10



Elaborado por: Silvia Almache

De las 272 personas encuestadas el 41% acostumbra a visitar de lunes a viernes restaurantes de comida rápida, el 38% restaurantes de comida argentina, el 31% restaurantes de comida china, el 19% restaurantes de comida típica, el 12% de la población asiste a restaurantes comida italiana y finalmente el 5% del mercado objetivo suele visitar otro tipo de restaurantes de lunes a viernes en el sector de la avenida de los

Shyris. Con la información arrojada por la encuesta, se puede concluir que las personas suelen visitar principalmente restaurantes de comida rápida de lunes a viernes en el sector de la avenida de los Shyris, así como restaurantes de comida argentina y comida china.

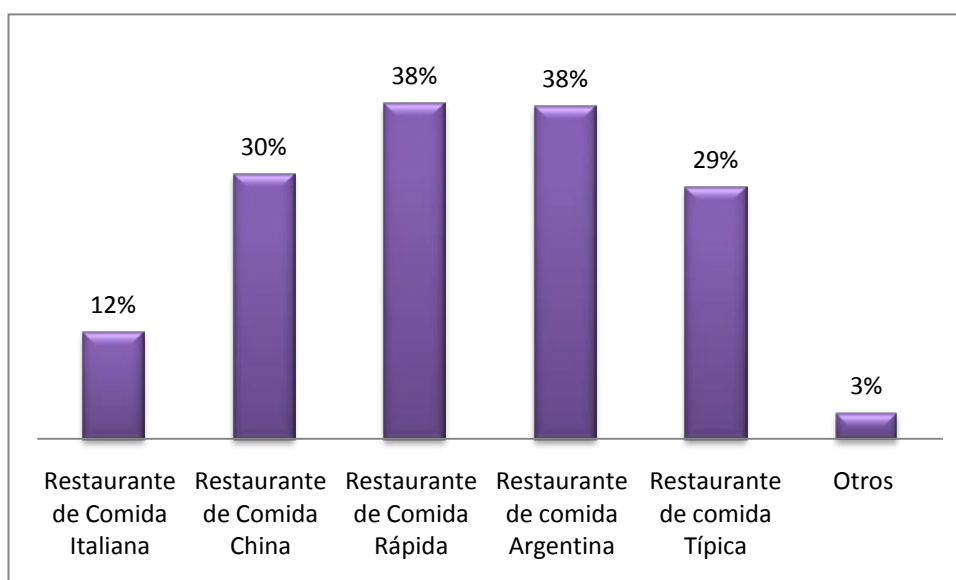
10. ¿Qué tipo de restaurante usted acostumbra a visitar los fines de semana en el sector de la avenida de los Shyris y sus alrededores?

TABLA 2.14.

Tipos de restaurantes

CATEGORÍA	TOTAL	%
Restaurante de Comida Italiana	33	12%
Restaurante de Comida China	82	30%
Restaurante de Comida Rápida	104	38%
Restaurante de comida Argentina	103	38%
Restaurante de comida Típica	78	29%
Otros	8	3%

GRAFICO 2.11.



Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a los datos obtenidos en la presente investigación, se puede conocer que el 38% de las personas encuestadas visitan restaurantes de comida rápida y argentina respectivamente, seguido por el 30% del mercado quienes visitan restaurantes de comida china, el 29% concurre a restaurantes de comida típica, el 12% a restaurantes de comida italiana y finalmente el 3% visita otro tipo de restaurantes. De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se puede concluir que las personas acostumbran a visitar generalmente restaurantes de comida rápida y argentina los fines de semana en el sector de la avenida de los Shyris.

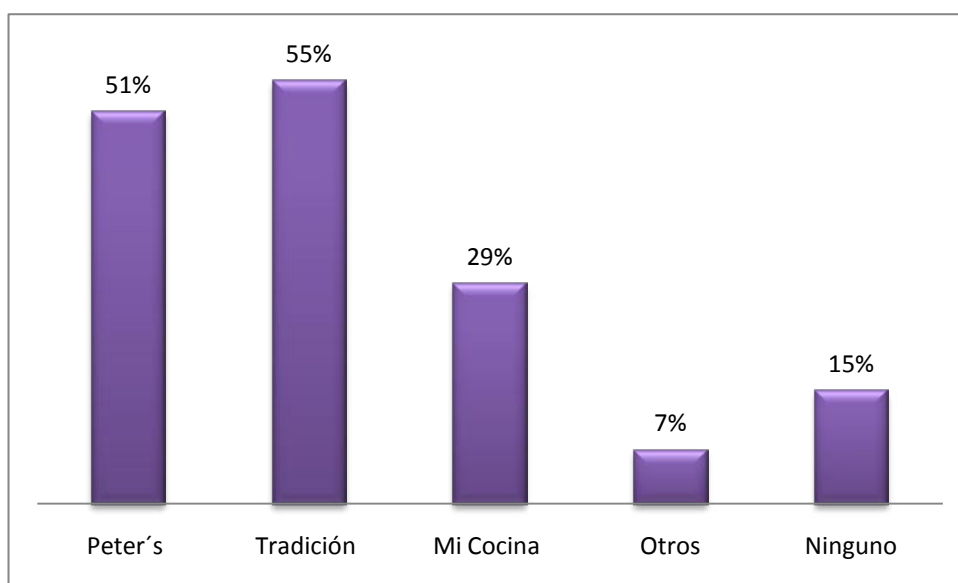
11. ¿Qué restaurante de comida típica usted acostumbra a visitar por el sector de la avenida de los Shyris y sus alrededores?

TABLA 2.15

Restaurantes de comida típica sector la Shyris

CATEGORÍA	TOTAL	%
Peter´s	139	51%
Tradición	150	55%
Mi Cocina	78	29%
Otros	19	7%
Ninguno	40	15%

GRAFICO 2.12.



Elaborado por: Silvia Almache

El 55% de las personas encuestadas respondieron que suelen visitar el restaurante de comida típica Tradición, el 51% asiste restaurante Peter's, el 29% concurre al restaurante mi cocina y finalmente el 7% del mercado objetivo visita otros restaurantes de comida típica. De acuerdo a los datos que refleja el presente trabajo de campo, se puede concluir que los restaurantes a los que más asisten las personas son Tradición y Peter's.

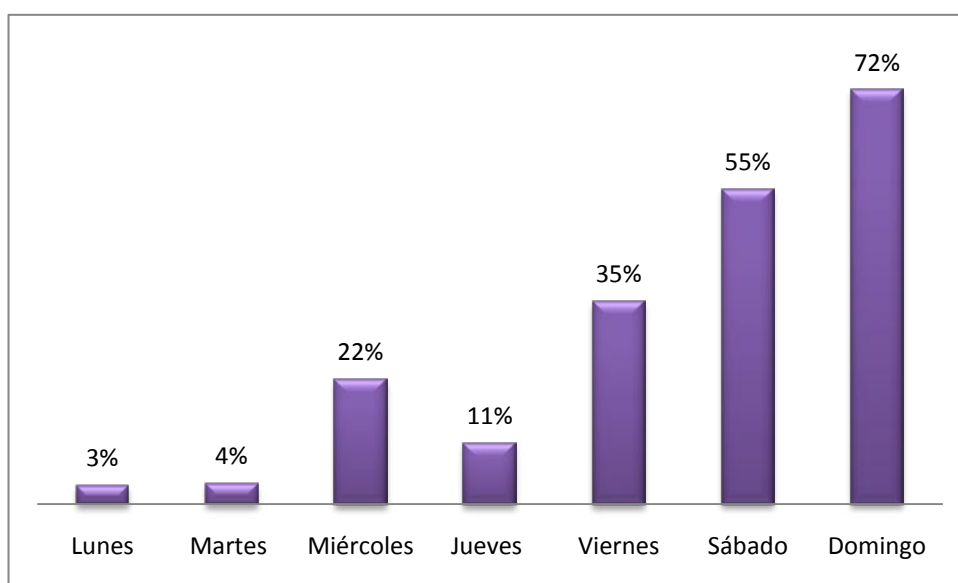
12. ¿Qué días usted considera más apropiado visitar un restaurante de comida típica?

TABLA 2.16.

Días para visitar restaurantes de comida típica

CATEGORÍA	TOTAL	%
Lunes	9	3%
Martes	10	4%
Miércoles	59	22%
Jueves	29	11%
Viernes	96	35%
Sábado	149	55%
Domingo	196	72%

GRAFICO 2.13.



Elaborado por: Silvia Almache

Los días que obtuvieron los mayores porcentajes fueron: Domingo 72%, Sábado 55%, Viernes 35% y finalmente Miércoles con un 22%. De acuerdo a los porcentajes y días anteriormente mencionados se puede concluir que las personas consideran más apropiado visitar un restaurante de comida típica los días sábados y domingos.

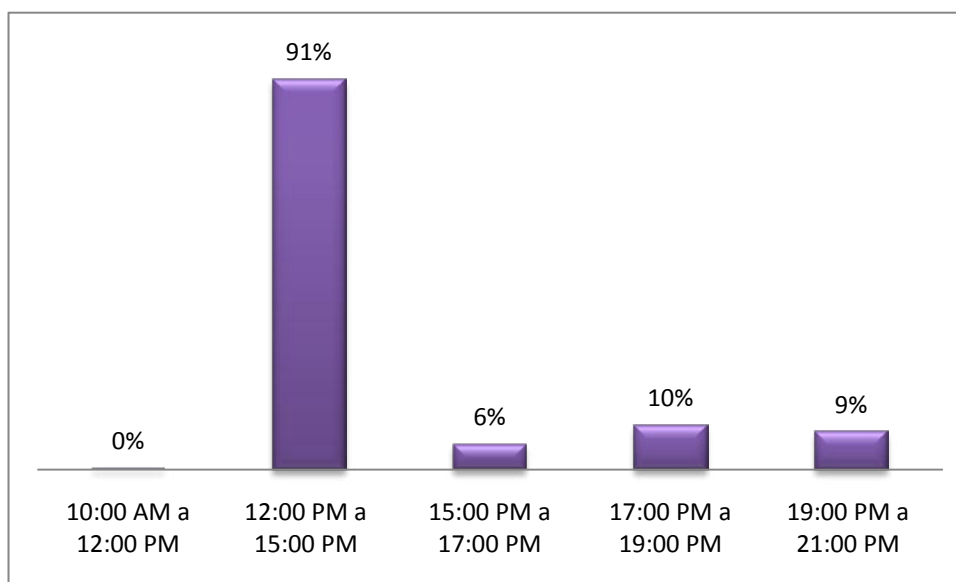
13. Dentro de los días antes mencionados cuáles son los horarios de su preferencia?

TABLA 2.17.

Horarios

CATEGORÍA	TOTAL	%
10:00 AM a 12:00 PM	1	0,37%
12:00 PM a 15:00 PM	248	91%
15:00 PM a 17:00 PM	16	6%
17:00 PM a 19:00 PM	28	10%
19:00 PM a 21:00 PM	24	9%

GRAFICO 2.14



Elaborado por: Silvia Almache

El 91% de la población encuestada prefiere visitar un restaurante en un intervalo de horas entre 12:00 PM y 15:00 PM, el 10% prefiere un horario de 17:00 PM a 19:00 PM, el 9% de 19:00 PM a 21:00 PM, el 6% de 15:00 PM a 17:00 PM y finalmente el 0,37% prefiere

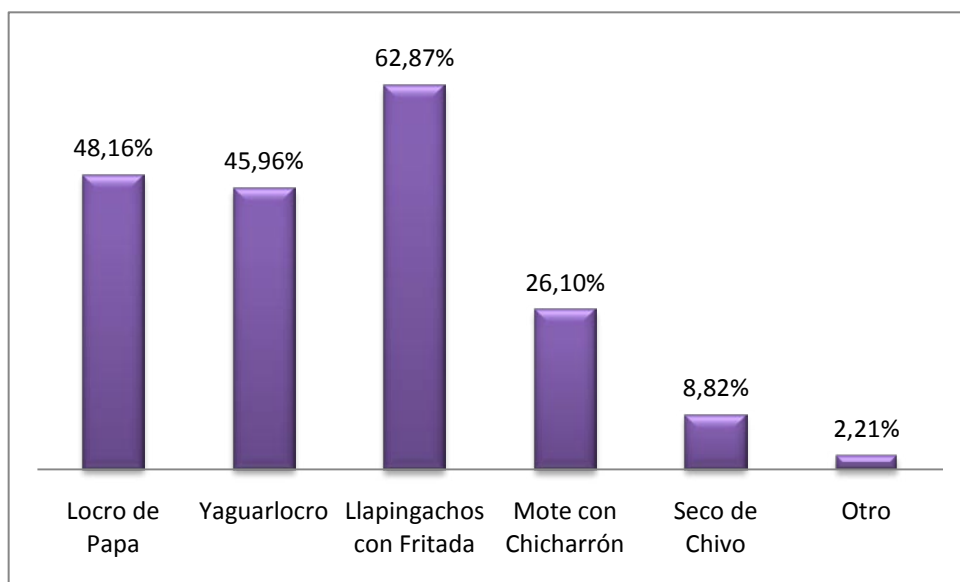
asistir a un visitar un restaurante en un horario de 10:00 AM a 12:00 PM. Mediante la investigación de campo realizada se puede concluir que las personas prefieren asistir a un restaurante en un horario entre 12:00 PM y 15:00 PM.

14. De los platos típicos que se nombran a continuación cuáles usted preferiría?

TABLA 2.18
Paltos Típicos

CATEGORÍA	CANTIDAD	%
Locro de Papa	131	48%
Yaguarlocro	125	46%
Llapingachos con Fritada	171	63%
Mote con Chicharrón	71	26%
Seco de Chivo	24	9%
Otro	6	2%

GRAFICO 2.15.



Elaborado por: Silvia Almache

De las 272 personas encuestadas, el 63% respondió que prefiere Llapingachos con fritada, el 48% prefiere Locro de Papa, el 46% prefiere Yaguarlocro, el 26% del mercado objetivo prefiere Mote con Chicharrón, el 9% prefiere seco de chivo y finalmente el 2% de la población encuestada prefiere otros platos tales como Churrasco, Guatita y Chuleta con

llapingachos. De acuerdo a los datos arrojados por la encuesta se puede concluir que los platos de mayor preferencia por las personas son: Llapingachos con Fritada, Locro de Papa y Yaguarlocro.

15. En un restaurante con las características de “El Riobambeñito”; ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por persona, por un plato de comida típica en la ciudad de Quito?(Seleccione una opción por cada categoría.)

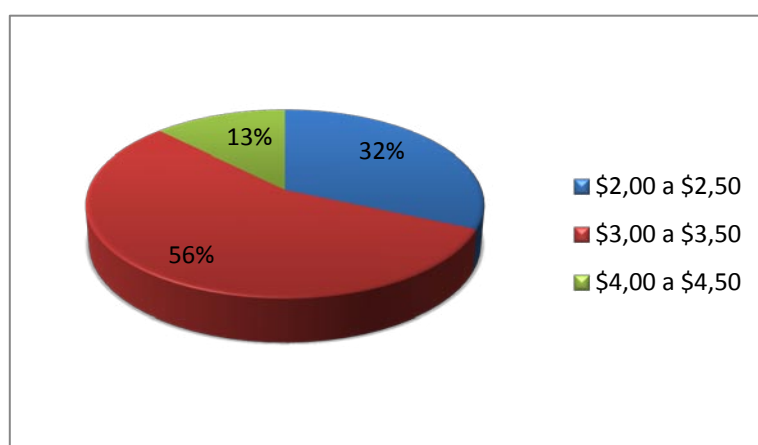
Entradas

TABLA 2.19

Precio de entradas

DATOS	CANTIDAD	%
\$2,00 a \$2,50	86	32%
\$3,00 a \$3,50	152	56%
\$4,00 a \$4,50	34	13%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.16



Elaborado por: Silvia Almache

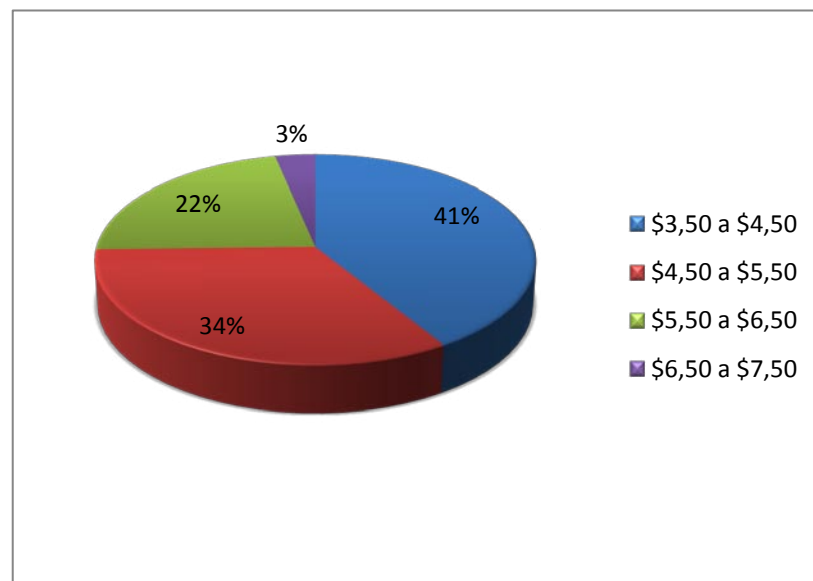
Sopas

TABLA 2.20

Precio de Sopas

DATOS	CANTIDAD	%
\$3,50 a \$4,50	112	41%
\$4,50 a \$5,50	91	33%
\$5,50 a \$6,50	60	22%
\$6,50 a \$7,50	9	3%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.17



Elaborado por: Silvia Almache

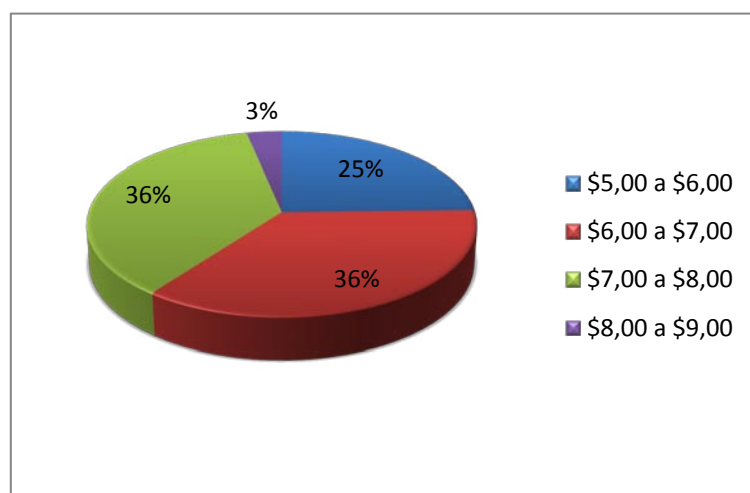
Platos Fuertes

TABLA 2.21

Precio Platos Fuertes

DATOS	CANTIDAD	%
\$5,00 a \$6,00	67	24,63%
\$6,00 a \$7,00	97	35,66%
\$7,00 a \$8,00	99	36,40%
\$8,00 a \$9,00	9	3,31%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.18



Elaborado por: Silvia Almache

En un restaurante con las características de “El Riobambeñito” el 56% de la población estaría dispuesta a cancelar un valor entre \$3,00 a \$3,50 por una entrada; el 41% de la población estaría dispuesto a pagar entre \$3,50 y \$4,50 por un plato de sopa y finalmente el 36% de la población encuestada estaría dispuesta a pagar un monto de \$ 7,00 a \$8,00 por un plato fuerte.

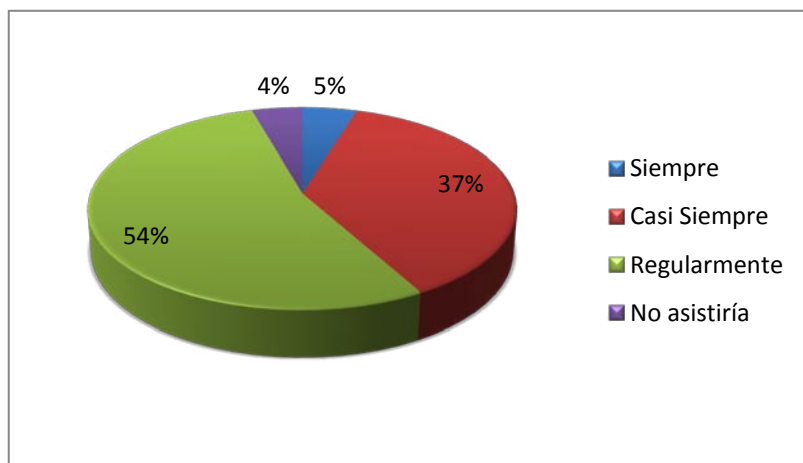
16. Una vez establecida la sucursal del restaurante “El Riobambeñito” , con qué frecuencia usted la visitaría? (Seleccione una opción)

TABLA 2.22

Frecuencia de visita a la sucursal del restaurante

DATOS	CANTIDAD	%
Siempre	13	5%
Casi Siempre	101	37%
Regularmente	146	54%
No asistiría	12	4%
TOTAL	272	100%

GAFICO 2.19



Elaborado por: Silvia Almache

El 54% de la población encuestada respondió que visitaría regularmente la sucursal de “El Riobambeñito”, el 37% visitaría el restaurante casi siempre, el 5% lo visitaría siempre y finalmente el 4% no asistiría al restaurante. Con la información anteriormente mencionada se puede concluir que las personas visitarían el restaurante en las categorías de regularmente y casi siempre.

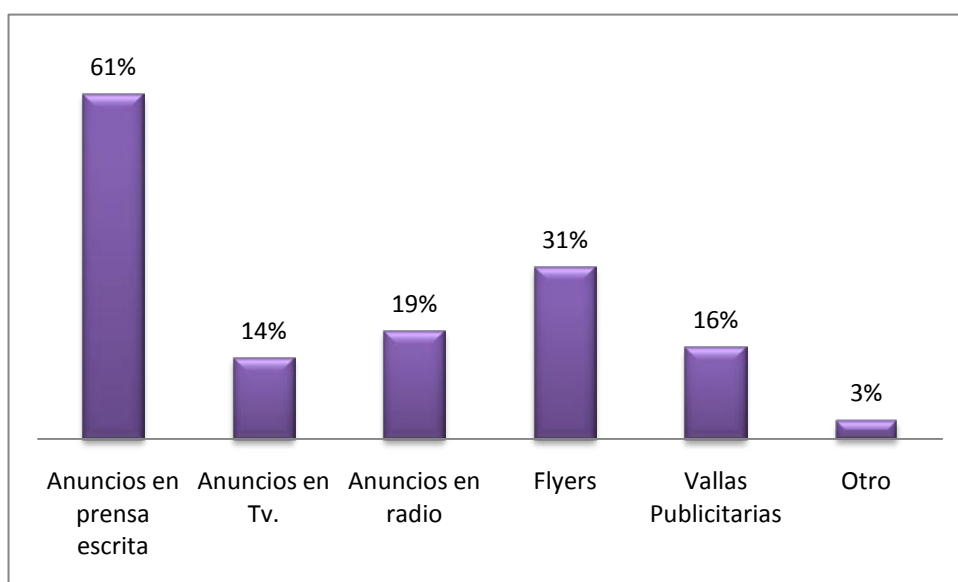
17. Mediante que tipo de publicidad a usted le gustaría obtener información sobre el restaurante "El Riobambeñito"?

TABLA 2.23

Publicidad

DATOS	CANTIDAD	%
Anuncios en prensa escrita	166	61%
Anuncios en Tv.	39	14%
Anuncios en radio	52	19%
Flyers	83	31%
Vallas Publicitarias	44	16%
Otro	9	3%

GRAFICO 2.20



Elaborado por: Silvia Almache

La presente investigación de mercado reflejo que el 61% de la población encuestada le gustaría obtener información mediante Anuncios en prensa escrita, el 31% prefiere Flyers, el 19% del mercado objetivo prefiere Anuncios en radio, el 16% vallas publicitarias, el 14% anuncios en Tv y finalmente el 3% le gustaría obtener información por otro medio de comunicación. Mediante los datos anteriormente detallados se puede concluir que a las personas les gustaría recibir información del restaurante atreves de anuncios de prensa escrita y Flyers debido a que son las categoría que reciben en mayor porcentaje por parte de las personas encuestadas.

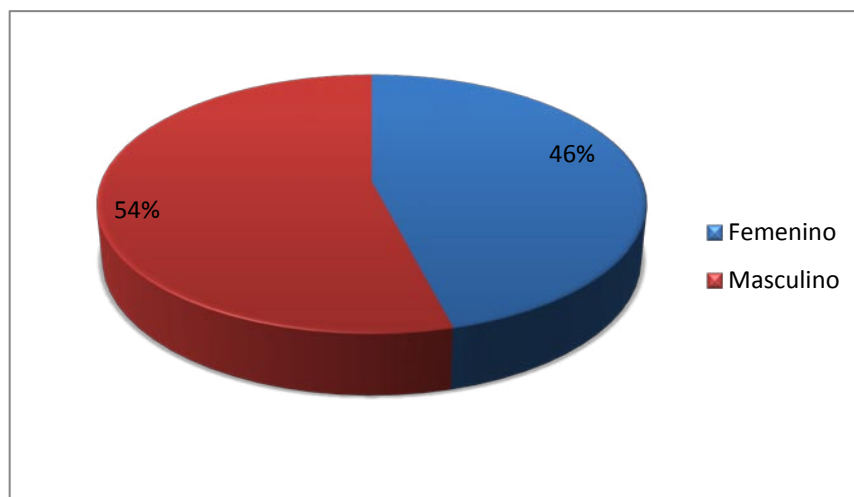
Género

TABLA 2.24

Género de las personas encuestadas

GENERO	CANTIDAD	%
Femenino	125	46%
Masculino	147	54%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.21



Elaborado por: Silvia Almache

De las 272 personas encuestadas, el 54% fueron de género masculino y el 46% restante fueron de género femenino.

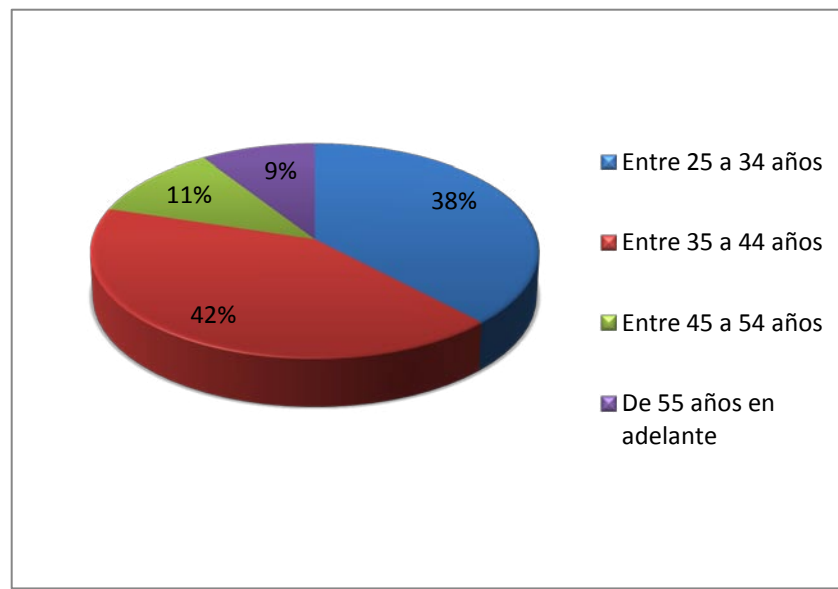
EDAD

TABLA 2.25

Edad de las personas encuestadas

EDAD	CANTIDAD	%
Entre 25 a 34 años	103	38%
Entre 35 a 44 años	114	42%
Entre 45 a 54 años	30	11%
De 55 años en adelante	25	9%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.22.



Elaborado por: Silvia Almache

La presente investigación de mercado refleja que el 42% de las personas encuestadas se encuentran entre los 25 a 34 años de edad, el 38% se encuentra entre los 35 a 44 años de edad, el 11% entre los 45 a 54 años de edad y finalmente el 9% de la población encuestada posee de 55 años en adelante.

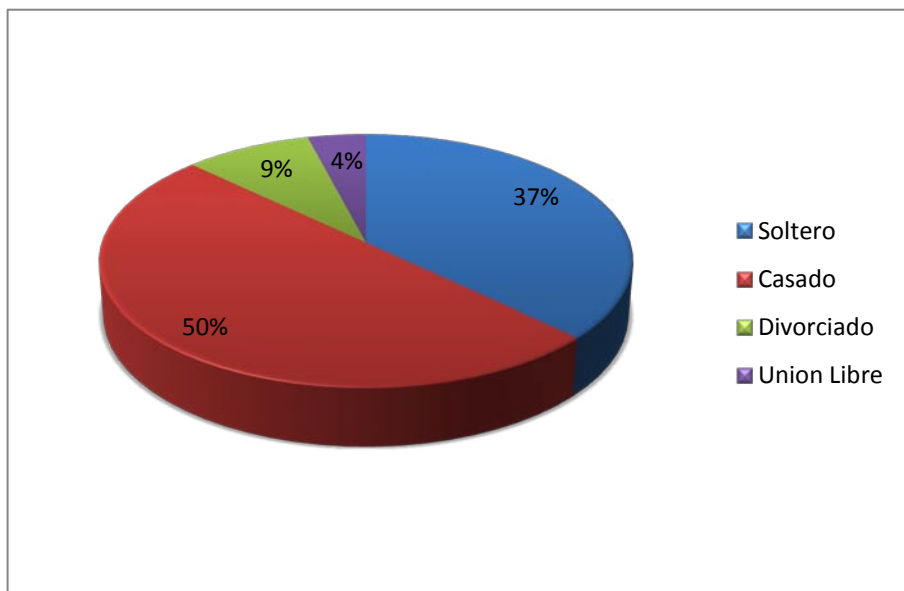
ESTADO CIVIL

TABLA 2.26

Estado Civil de las personas encuestadas

ESTADO	CANTIDAD	%
Soltero	101	37%
Casado	136	50%
Divorciado	24	9%
Unión Libre	11	4%
TOTAL	272	100,00%

GRAFICO 2.23



Elaborado por: Silvia Almache

El 50% del mercado objetivo son personas casadas, el 37% son solteros, el 9% son divorciados y finalmente el 4% se encuentran en Unión Libre.

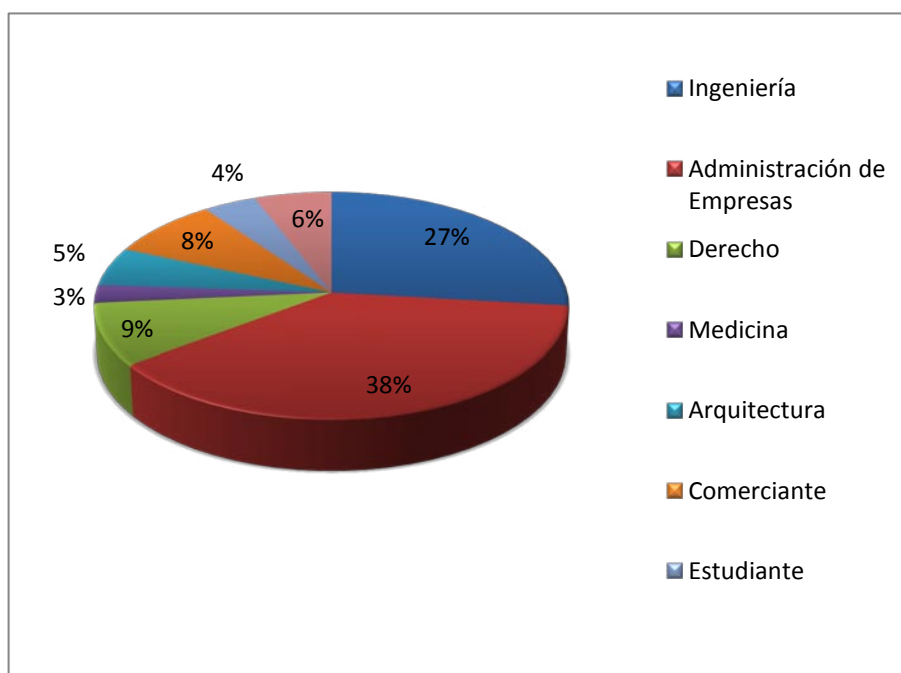
OCUPACIÓN

TABLA 2.27.

Ocupación de las personas encuestadas

PROFESIÓN	CANTIDAD	%
Ingeniería	73	27%
Administración de Empresas	103	38%
Derecho	24	9%
Medicina	7	3%
Arquitectura	15	6%
Comerciante	23	8%
Estudiante	11	4%
Otros	16	6%
TOTAL	272	100%

GRAFICO 2.24.



Elaborado por: Silvia Almache

De las 272 personas encuestadas, el 38% se encuentran en la rama de Administración empresarial, el 27% en ingenierías, el 9% en derecho, el 8% son comerciantes, el 6% son arquitectos, el 4% son estudiante y finalmente el 3% se encuentran en la rama de Medicina.

CONCLUSIONES GENERALES

De acuerdo a la investigación de mercados realizada a 272 personas en el sector de la avenida de los Shyris, podemos concluir que:

- El 74% de los encuestados comen habitualmente fuera de casa, la mayor parte de ellos, es decir un 41% lo hacen los fines de semana y un 27% de las personas encuestadas lo hacen generalmente de 3 a 5 veces por semana.

De acuerdo a los datos que refleja la presente investigación de mercados llegamos a la conclusión de que las personas tienden a visitar los restaurantes de comida típica los fines de semana.

- Las tres razones principales por la que la gente usualmente come fuera de casa son: por motivos de trabajo, por motivos familiares y por entretenimiento.
- Las personas que comen habitualmente fuera de casa de lunes a viernes están acompañados generalmente por sus compañeros de trabajo reflejando el 41% del total de personas encuestadas, mientras que las personas que visitan los restaurantes los fines de semana van acompañados por su familia representando el 72% de los 272 encuestados.
- Las principales razones por lo que la gente visita los restaurantes de comida típica son por razones de alimentos, servicio y precios.
- Los días que la gente prefiere visitar restaurantes son: Miércoles, Viernes y fines de semana en el horarios de 12 PM a 17 pm.

2.2.2. Demanda proyectada

El análisis del comportamiento de la Demanda futura se lo realizó mediante proyecciones basadas en la tasa de crecimiento poblacional anual, la cual se muestra en las siguientes tablas:

TABLA 2.28.

Proyecciones 2009-2010

Población de la ciudad Quito año 2009	2.122.594,00
Población de la ciudad de Quito año 2010	2.151.993,00
Tasa de Crecimiento poblacional ciudad de Quito	2,7%

Fuente INEC
Elaborado por: Silvia Almache

ANEXO 2

La tabla 2.28 nos da a conocer las proyecciones anuales de la población de la ciudad de Quito para los años 2009 y 2010, así como la tasa de crecimiento poblacional de la misma.

Con los datos anteriormente mencionados se realizó las proyecciones de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Quito para los siguientes cinco años, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

TABLA 2.29

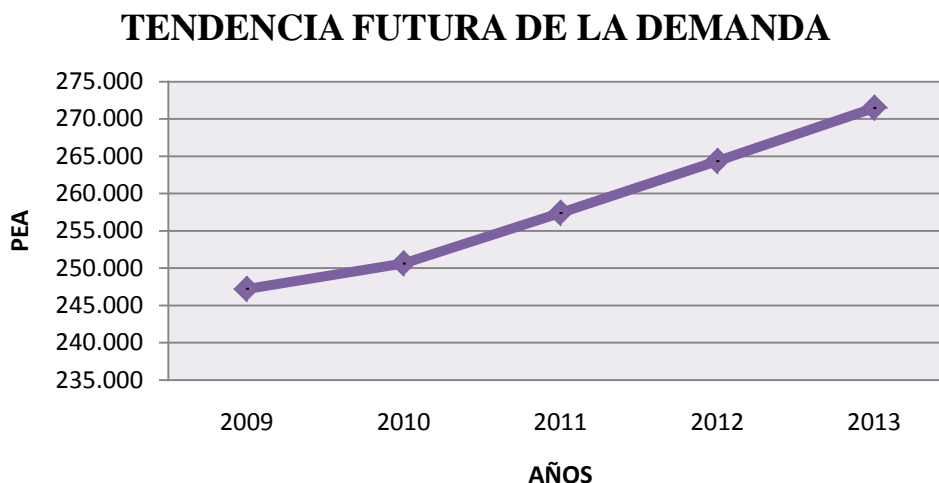
Demanda Proyectada 2009-2013

Años	POBLACIÓN (QUITO)	PEA
2009	2.122.594,00	247.208,56
2010	2.151.993,00	250.632,52
2011	2.210.096,81	257.399,60
2012	2.269.769,42	264.349,39
2013	2.331.053,20	271.486,82

Fuente INEC
Elaborado por: Silvia Almache

Mediante la siguiente gráfica se dará a conocer la Tendencia Futura de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Quito:

GRÁFICO 2.25



Fuente INEC
Elaborado por: Silvia Almache

Tal como se observa en la tabla 2.29 y la gráfica 2.25 anteriormente expuestos, existe una tendencia creciente de la demanda debido al crecimiento poblacional de 2,7% en la ciudad de Quito.

2.3. Análisis de la Oferta

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”²⁸

El análisis de la oferta consiste en la evaluación de los factores que afectan el comportamiento histórico, presente y futuro de esta variable.

²⁸ Baca Urbina, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, tercera edición, México, 1995. Pág.36

2.3.1. Oferta pasada

El análisis del comportamiento histórico de la oferta se lo realizó en base a los datos relacionados con el crecimiento de restaurantes en el sector de Alimentos y Bebidas en la ciudad de Quito, los cuales se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 2.30

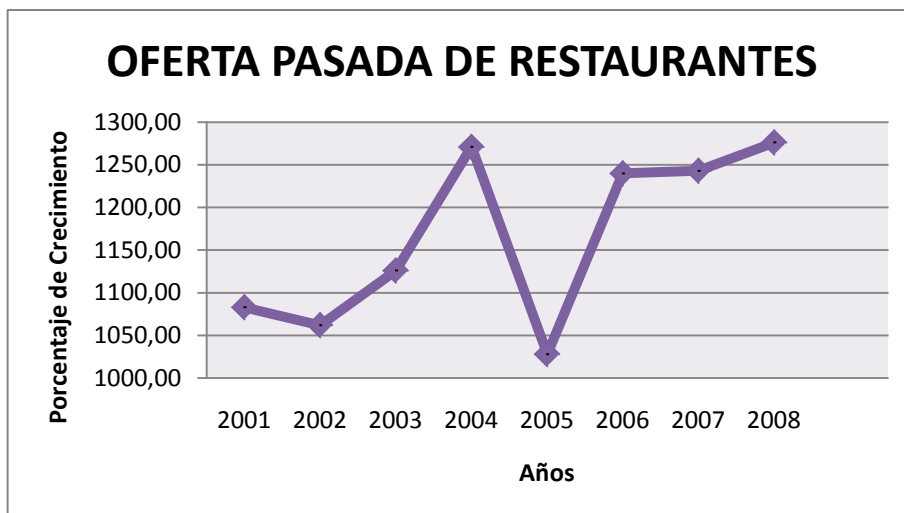
Oferta Pasada de Restaurantes

AÑOS	NUMERO DE RESTAURANTES
2001	1083,00
2002	1062,00
2003	1126,00
2004	1271,00
2005	1028,00
2006	1240,00
2007	1243,00
2008	1276,22

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Silvia Almache

A continuación daremos a conocer de forma gráfica el comportamiento histórico de restaurantes:

GRAFICO 2.26



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Silvia Almache

El gráfico 2.26 nos muestra la evolución de los restaurantes en los últimos ocho años en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual se puede apreciar que no posee una tendencia estable a lo largo del tiempo.

A continuación daremos a conocer la tasa de crecimiento promedio de la oferta pasada de restaurantes:

ANEXO 3

TABLA 2.31

Tasa de Crecimiento Promedio

AÑOS	NUMERO DE RESTAURANTES	% DE CRECIMIENTO
2001	1083,00	
2002	1062,00	-1,9%
2003	1126,00	6,0%
2004	1271,00	12,9%
2005	1028,00	-19,1%
2006	1240,00	20,6%
2007	1243,00	0,2%
2008	1276,22	2,7%

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 2.30 y 2.31 anteriormente expuestas refleja el comportamiento de la oferta de restaurantes en la ciudad de Quito, así como la tasa de crecimiento promedio para los últimos ocho años.

El cálculo de la tasa de crecimiento promedio se lo realizó de la siguiente manera:

$$\text{Porcentaje de crecimiento} = \frac{\text{Año Final} - \text{Año Inicial}}{\text{Año Inicial}} * 100$$

$$\text{Porcentaje de crecimiento año 2002} = \frac{1062,00 - 1083,00}{1083,00} * 100$$

$$\text{Porcentaje de crecimiento año 2002} = -1,9\%$$

De la forma expuesta anteriormente se calculó para el resto de años.

2.3.2. Oferta presente

Para el análisis de la oferta presente se realizó una visita personal a los principales restaurantes de comida típica en el sector de estudio, los mismos que fueron determinados en la investigación de campo anteriormente realizada, los cuales se detallan a continuación:

CUADRO 2.1

Oferta Presente

#	RESTAURANTE	UBICACIÓN	TIPO
1	Peter's	Av. de Los Shyris y Rio Coca	Comida Ecuatoriana, Carnes y Mariscos
2	Tradición	Av. Amazonas y Tomás de Berlanga	Comida Típica y Carnes
3	Mi Cocina	Av. 6 de Diciembre y Calle Alemán.	Comida Ecuatoriana, Internacional y cafetería.

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Silvia Almache

El cuadro 2.1 refleja los tres principales restaurantes de comida Típica, los mismos que se encuentran ubicados en la Avenida de los Shyris y sus alrededores.

2.3.2.1. Análisis de la Competencia

Peter's

Peter's es un restaurante especializado en carnes y comida típica de la sierra y costa ecuatoriana, el cual se caracteriza por ofrecer una amplia gama de deliciosos platos a la carta, acompañado de un servicio personalizado y un ambiente confortable. Fue fundado hace 12 años aproximadamente, tiempo en el cual ha logrado un amplio posicionamiento en el mercado, logrando así recibir un gran número de clientes reales y potenciales.



Tradición

Chugchucas Tradición Multirestaurant, es un restaurante especializado en carnes y comida típica de la sierra y costa ecuatoriana, fundado hace 14 años aproximadamente, el cual se caracteriza por brindar un ambiente familiar y un servicio personalizado.



Mi Cocina

Mi Cocina es un restaurante especializado en comida ecuatoriana e internacional, el cual brinda ambiente casual y familiar. Se caracteriza por brindar a sus clientes servicios adicionales tales como zona Wi-fi, servicio de catering y una ubicación favorable y de fácil acceso para los clientes que lo visiten.



El análisis de la competencia se llevo a cabo mediante una investigación de campo de los restaurantes anteriormente mencionados, la cual se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 2.32.

Análisis de la Competencia

#	RESTAURANTE	UBICACIÓN	TIPO	CATEGORÍA	# DE MESAS	PLAZAS MESAS	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA
1	Peter's	Av. de Los Shyris y Rio Coca	Comida Típica, Carnes y Mariscos	Segunda	38	183	\$ 13
2	Tradición	Av. Amazonas y Tomás de Berlanga	Comida Típica, y Carnes	Segunda	34	142	\$ 12
3	Mi Cocina	Av. 6 de Diciembre y Calle Alemán.	Comida Ecuatoriana, Internacional y cafetería.	Primera	38	152	\$14

Fuente: Ministerio de Turismo e Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 2.31 nos da a conocer las principales características de los restaurantes en estudio tales como Ubicación, Tipo, Categoría, capacidad instalada y precio promedio por persona.

2.3.2.2. Matriz de Competencia

CUADRO 2.2.
Matriz de Competencia

RESTAURANTE	VENTAJAS COMPARATIVAS	DESVENTAJAS COMPARATIVAS	ESTRATEGIAS DEL PROYECTO
<i>Peter's</i>	<ul style="list-style-type: none"> -Amplio reconocimiento del mercado. -Amplia Capacidad instalada -Ambiente confortable -Servicio de Parquero -Ubicación favorable -Cuenta con Página Web 	<ul style="list-style-type: none"> - No cuentan con sistema de turnos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Implementar un sistema de turnos en horas pico, mediante personal que se dedique únicamente a la ubicación de los clientes al momento de su llegada. -Lanzar campañas de publicidad en revistas y páginas web relacionadas con restaurantes y gastronomía. -Diseño y creación de una página web para el restaurante.
<i>Tradición</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia capacidad instalada - Servicio de Parquero 	<ul style="list-style-type: none"> - Poco personal - No cuenta con sistema de turnos. - Limitada capacidad de parqueadero. 	<ul style="list-style-type: none"> -Contratación de personal adecuado a la capacidad instalada del restaurante.
<i>Mi Cocina</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia Capacidad instalada -Servicio de Parquero -Zona Wi-fi -Servicio de Catering -Reconocimiento en el Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> -Precio elevado -Deficiencia en el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de zona Wi-fi. -Capacitación al personal con el objetivo de brindar un excelente servicio personalizado.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

2.3.3. Oferta Futura

El análisis del comportamiento futuro de la oferta de restaurantes se lo realizó mediante el método de la Tasa de crecimiento promedio, en base a proyecciones anuales, las cuales se detallan a continuación:

TABLA 2.33

Oferta Futura de Restaurantes

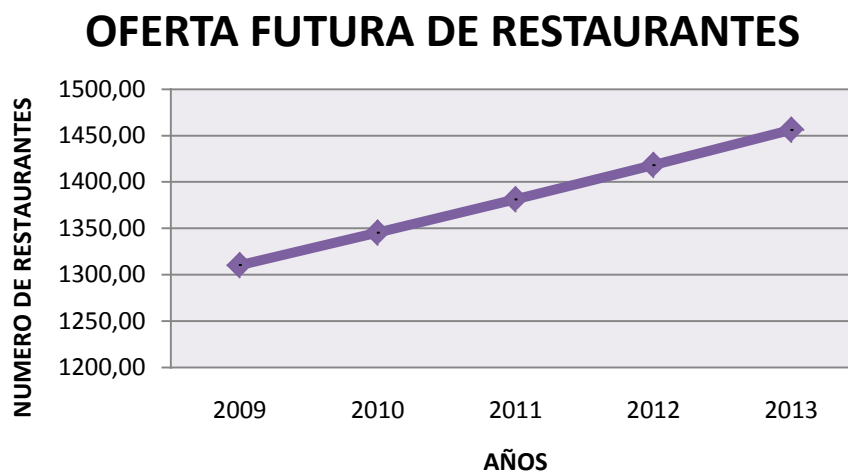
AÑOS	NUMERO DE RESTAURANTES	% DE CRECIMIENTO
2009	1310,34	2,7%
2010	1345,36	2,7%
2011	1381,32	2,7%
2012	1418,24	2,7%
2013	1456,15	2,7%

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 2.32 nos da a conocer el número de restaurantes y el porcentaje de crecimiento anual para los próximos cinco años, cuyo procedimiento de cálculo se detalló en cuadros anteriores.

A continuación daremos a conocer de forma gráfica el comportamiento de la oferta futura de restaurantes:

GRAFICO 2.27



Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo al gráfico realizado anteriormente se puede observar una tendencia creciente, en los próximos cinco años, en la oferta futura de restaurantes.

2.4. Marketing Mix

El Marketing Mix es una herramienta que permite evaluar la factibilidad del proyecto y los lineamientos que permitirán ponerlo en práctica mediante el análisis y elaboración de las matrices de Producto, Precio, Plaza y Promoción que se explica a continuación:

2.4.1. Producto

“El Riobambeñito” es un restaurante de comida típica ecuatoriana, ubicado en el valle de Guayllabamba, el mismo que ofrece una amplia gama de platos típicos, los cuales son elaborados mediante productos sanos y de excelente calidad.

El presente proyecto está orientado a la puesta en marcha de una sucursal del restaurante en el sector de Ñaquito sobre la avenida de los Shyris, la misma que se caracteriza por ser una zona de amplio movimiento comercial y de fácil acceso.

Dentro del restaurante se ofrecerá servicio de alimentos y bebidas los cuales se detallan a continuación:

ANEXO 4

Entradas

- Tostado con Chicharrón
- Empanadas de Morocho
- Choclo con Queso
- Habas con Queso

Sopas

- Locro con Cuero
- Locro con Queso
- Yaguarlocro

- Caldo de Gallina
- Papas con Cuero

Platos Fuertes

- Llapingachos con Fritada
- Chuleta con Llapingachos
- Churrasco
- Apanado
- Lomo a la Plancha
- Seco de Gallina
- Lengua al Jugo
- Seco de Chivo
- Corvina Frita
- Mote con Chicharrón
- Choclo con Fritada
- Mote con Fritada

Bebidas

- Jugo de Frutas
- Limonada
- Chicha
- Gaseosas
- Cerveza
- Agua Mineral
- Té
- Tintos

Postres

- Higos con Queso
- Duraznos con Crema

El restaurante contará con una capacidad instalada de 136 plazas, conformada por 20 mesas para 4 personas y 7 mesas para 8 personas. La decoración del restaurante será inspirada en la naturaleza, con un estilo rústico y un toque de elegancia, además contará con parqueadero propio y juegos infantiles, con la finalidad de que los clientes que lo visiten se sientan en un ambiente agradable y de confort.

El personal que laborará en el restaurante será gente capacitada en el área de servicio y cocina, con el objetivo de brindar una atención personalizada que satisfaga las necesidades y supere las expectativas de los clientes.

Dentro del desempeño de las labores realizadas en el restaurante se tomarán en cuenta las siguientes estrategias de servicio:

- Ofrecer un Servicio personalizado.
- Otorgar capacitaciones al personal del restaurante en el área de cocina y servicio.
- Establecer un tiempo de espera máximo de 15 minutos entre la toma de pedido y entrega del plato, dependiendo de la complejidad de elaboración de cada uno de ellos.
- Establecer un sistema de turnos en horas pico.

2.4.2. Precio

Para la determinación del precio promedio que el cliente está dispuesto a pagar, se realizó una investigación de campo la misma que reflejo los siguientes datos:

TABLA 2.34

Análisis de Precios

Entradas	Sopas	Platos Fuertes
\$3,00 a \$3,50	\$3,50 a \$4,50	\$7,00 a \$8,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla anteriormente realizado nos refleja que el precio promedio que las personas están dispuestas a pagar es de \$3,00 a \$3,50 por una entrada, de\$3,50 a \$4,50 por sopas y finalmente de \$7,00 a \$8,00 por platos fuertes

Es importante dar a conocer que los precios del restaurante se encontrarán basados en el costo, donde los costos son la base de lo que se utilizo para la elaboración del producto, agregándole un rendimiento lógico que sería la ganancia.

El grado de procesamiento que el restaurante realiza sobre los insumos así como la ganancia que se obtienen de los mismos se detalla a continuación:

TABLA 2.35
Grado de Procesamiento

PLATOS	GRADO DE PROCESAMIENTO QUE EL RESTAURANTE REALIZA SOBRE LOS INSUMOS	GANANCIA
Platos Fuertes	Alto	39%
Bebidas	Medio bajo	80%
Postres	Bajo	84%

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

Los grados de procesamiento anteriormente nombrados están basados en el costo que incurre la elaboración de cada plato. En el caso de los platos fuertes el margen de utilización es mucho más elevado debido a que se requieren muchos ingredientes para la elaboración del mismo, además de ello se incluye el gas utilizado y el sueldo del personal, mientras que en el caso de las bebidas y postres no se incluye una serie de ingredientes para la elaboración de los mismos y en la mayoría de los casos es un producto terminado, es decir que se encuentra listo para servir, por lo que solo se incluye los gastos de luz en el caso de refrigeración, transporte y sueldo de personal.

2.4.3. Plaza

El presente proyecto estará ubicado en el sector de Iñaquito sobre la avenida de los Shyris e Isla Florena, la cual se caracteriza por ser una zona comercial en la cual se encuentran ubicadas la mayor parte de empresas de la ciudad de Quito, por lo que se espera recibir clientes que laboren o habiten por la zona.

2.4.4. Promoción

Para la puesta en marcha y desempeño de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito” se realizarán campañas publicitarias en diferentes medios de comunicación, con la finalidad de que el restaurante sea reconocido en la ciudad de Quito, en especial la zona de Iñaquito y sus alrededores.

Para llevar a cabo lo antes mencionado se tomarán en cuenta los siguientes medios de comunicación:

Página Web

Creación de una página web en la cual se dará a conocer los servicios que ofrecerá el restaurante, así como información relacionada a la ubicación, horarios de atención, promociones, entre otras; además se publicarán fotografías de las instalaciones con la finalidad de que el cliente pueda apreciar el ambiente que ofrece el restaurante.

Suscripción en Páginas Web

Se suscribirá al restaurante en la principal página web de restaurantes de Quito denominada www.restaurantes.com.ec. con el objetivo de que el restaurante sea reconocido en la ciudad de Quito.

Suscripción en revistas e Insertos

Se realizarán diferentes diseños relacionados con el restaurante, los cuales serán insertos y publicados en revistas tales como Diners, Gestión, Caras, Cosas, Tavola, entre otras, las mismas que circulan mensualmente por la ciudad de Quito.

E-mailing

Se creará una base de datos de los clientes reales y potenciales del actual restaurante “El Riobambeñito”, con la finalidad de hacerles llegar un mail informativo acerca de la apertura del nuevo local, promociones, eventos, entre otros.

TABLA 2.36

Presupuesto de Marketing

PUBLICIDAD	COSTO ANUAL
Creación de Página Web	\$550
Suscripción en Páginas Web	\$540
Suscripción en revistas	\$640
Insertos	\$700
E-mailing	\$60
TOTAL	\$2490

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Objetivos

- Analizar y determinar el tamaño óptimo del proyecto con la finalidad de atender al mercado objetivo.
- Determinar la localización óptima para la puesta en marcha de la sucursal del restaurante en el sector norte de la ciudad de Quito.
- Establecer y determinar los diferentes procesos de producción.
- Determinar los requerimientos de maquinaria, mano de obra, materia prima, entre otras.
- Mostrar el diseño y la distribución de las instalaciones.
- Establecer la estructura organizacional de la empresa y los requerimientos legales necesarios para el funcionamiento del negocio.

3.2. ANÁLISIS DEL ESTUDIO TÉCNICO

El análisis técnico operativo de un proyecto se basa en verificar la posibilidad de fabricación de cierto producto o servicio, mediante el análisis y determinación del tamaño y la localización óptima de la planta, disponibilidad y costos de suministros e insumos de producción, diagramación y descripción de procesos y finalmente determinación de la estructura organizacional y jurídica necesaria para el funcionamiento del proyecto.

3.2.1. Tamaño óptimo de la planta

El tamaño óptimo de la planta es la capacidad instalada del proyecto, el cual se expresa en la cantidad de personas que se atenderá mediante las líneas de servicio que se ofrecerán.²⁹

3.2.1.1. Factores determinantes del tamaño óptimo del proyecto

Para el análisis y determinación del tamaño de la planta se tomarán en cuenta los siguientes factores:

- a) Capital disponible.
- b) Capacidad instalada en metros cuadrados.
- c) Número de trabajadores especializados y no especializados.
- d) Capacidad de producción

a) Capital Disponible

Para determinar el tamaño del presente proyecto es necesario dar a conocer los recursos financieros que se requiere para atender las necesidades de inversión, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

TABLA 3.1

Capital Propio

SOCIOS	MONTO
Socio 1	\$10.000,00
Socio 2	\$10.000,00
Socio 3	\$5.000,00
TOTAL	\$ 25.000,00

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

²⁹ Baca Gabriel, 1995, Pág.86

TABLA 3.2

Capital Disponible

CAPITAL	MONTO
Capital propio	\$ 25.000,00
Financiamiento	\$ 49.535,95
TOTAL	\$ 74.595,95

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

El capital que se pretende invertir en el presente proyecto es de \$ 74.595,95 aproximadamente, de los cuales \$ 25.000,00 son recursos propios. Es importante dar a conocer que los recursos propios son aportes de los socios que conforman la compañía.

b) Capacidad instalada en metros cuadrados.

Con el capital anteriormente descrito se pretende invertir en un proyecto de 350 metros cuadrados aproximadamente, el mismo que se encuentra dividido en dos áreas de construcción las cuales se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO 3.1.

ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN

Área	Divisiones	Descripción	M ²
ÁREA RESTRINGIDA	Cocina	El área de la cocina se encontrará dividida en dos ambientes, Cocina Caliente y Posillería. La cocina Caliente estará dividida en repartidores y zona de cocción, la misma que contará con mesones y muebles de almacenamiento. La posillería contará con tres lavabos, de los cuales dos serán utilizados para el lavado, limpieza y desinfección de vajilla y cubertería; y el tercer lavabo será utilizado para la limpieza de ollas y utensilios de cocina.	70 m ²
	Bodega	El área de bodegaje se encontrará distribuida en perchas, con la finalidad de facilitar el despacho de los productos al personal que lo solicite.	40 m ²
	Vestidores	Estará conformado por dos vestidores para el personal, los cuales se encontrarán en la parte posterior del área de la cocina.	24 m ²
	Oficina	Se encontrará equipada con equipos de oficina para el normal desenvolvimiento de las tareas administrativas de la compañía.	12 m ²
ÁREA PÚBLICA	Salón Principal	El salón principal estará conformado por 18 mesas, divididas en 6 mesas para 8 personas, 6 mesas para 2 personas y 6 mesas para 4 personas, lo cual da una capacidad de 84 personas aproximadamente.	137,44 m ²
	Parqueadero	El parqueadero tendrá una capacidad de 10 a 15 autos aproximadamente, el mismo que se encontrará ubicado en la parte delantera al restaurante.	
	Área Infantil	El área infantil se encontrará a las afueras del salón principal y contará con 3 o 4 juegos infantiles aproximadamente.	

Fuente: Arq. Marco Orquera
Elaborado por: Silvia Almache

El cuadro 3.1 anteriormente detallado nos da a conocer las divisiones, características y dimensiones de cada una de las áreas que conforman el diseño del restaurante, las mismas que se podrán apreciar con mayor claridad en el plano adjunto al diseño de la planta.

Es importante dar a conocer que el área infantil y el parqueadero no cuentan con dimensiones exactas puesto que se encuentran en la parte externa del restaurante y estas serán tomadas en cuenta en el tamaño total del diseño del mismo.

c) Número de trabajadores.

De acuerdo al tamaño de planta anteriormente descrito el restaurante contará con personal especializado y no especializado en las diferentes áreas a desempeñar, las cuales se detallan a continuación:

Administración

CUADRO 3.2.

Personal del área administrativa

CARGO	NÚMERO DE PERSONAL	ESPECIALIZADO / NO ESPECIALIZADO
Gerente General	1	Especializado
Administrador	1	Especializado
Contador	1	Especializado

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Cocina

CUADRO 3.3.

Personal del área de cocina

CARGO	NÚMERO DE PERSONAL	ESPECIALIZADO / NO ESPECIALIZADO
Jefe de Cocina	1	Especializado
Cocineros	2	No especializado
Auxiliares de Cocina	2	No especializado
Posilleros	1	No especializado

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Salón Principal

CUADRO 3.4.

Personal del área de servicio

CARGO	NÚMERO DE PERSONAL	ESPECIALIZADO / NO ESPECIALIZADO
Capitán de meseros	1	No especializado
Meseros	5	No especializado
Barman	1	No especializado
Cajero	1	Especializado

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Seguridad

CUADRO 3.5.

Personal del área de Seguridad

CARGO	NÚMERO DE PERSONAL	ESPECIALIZADO / NO ESPECIALIZADO
Guardia	1	Especializado

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

Resumen (Personal Requerido)

TABLA 3.3.

Personal de la Compañía

PERSONAL	NÚMERO DE PERSONAL
Especializado	6
No especializado	12
TOTAL	18

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

De acuerdo al tamaño de la planta anteriormente descrito, el restaurante contará con 18 trabajadores de los cuales 6 son especializados y los 12 restantes son trabajadores no especializados. Es importante dar a conocer que la cantidad de personal contratado se encuentra en función a la capacidad instalada del restaurante y a la cantidad de personas que se pretende atender.

d) Capacidad de producción.

Para poder definir el tamaño óptimo de la planta en términos de capacidad de producción, es necesario conocer la cantidad de platos diarios que se pretende vender y la cantidad de facturas que se procuran emitir, las cuales se detallan en la siguiente tabla:

TABLA 3.4.

Tamaño de planta en relación a la capacidad de producción

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD
Número de platos (Platos fuertes y sopas)	80
Número de facturas emitidas	20

**Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache**

De acuerdo al tamaño de la planta en relación a la capacidad de producción, se pretende vender 80 platos en promedio, conformado entre platos fuertes y sopas y emitir aproximadamente 20 facturas diarias.

Es importante dar a conocer que la información anteriormente detallada fue tomada como base del actual restaurante “El Riobambeñito”, con la finalidad de conocer, en promedio, la cantidad diaria de platos preparados y facturas emitidas.

3.2.2. LOCALIZACIÓN

La localización de un proyecto, se basa en determinar el sitio en donde se instalará la planta, la cual se basa en establecer varias alternativas de macro-localización y micro-localización.

3.2.2.1. Análisis de Macro-Localización

Quito, una ciudad de encanto y esplendor que se caracteriza por su cultura su gente y su historia; ubicada en el corazón de América latina y amurallada por una cadena de volcanes andinos, la cual alberga numerosas iglesias, capillas, monasterios, plazas, entre otras, que hacen de esta, una ciudad de gran atracción para todo aquel que la visite.

MAPA 3.1.

Mapa del Distrito Metropolitano de Quito



Fuente: maps.google.com
Elaborado por: Silvia Almache

La ciudad de Quito se caracteriza por ser una de las ciudad de mayor movimiento comercial del Ecuador, la cual posee un sin número empresas nacionales y sucursales de empresas internacionales. La zona de Ñaquito bajo conformada desde la avenida Isla Floreana hasta la avenida Mariana de Jesús y desde la avenida Río Amazonas hasta la avenida de los Shyris; es una de las zonas que posee la mayor parte de empresas de la ciudad, la cual se caracteriza por ser una zona en la cual opera un gran porcentaje de las empresas pertenecientes al sistema bancario del Distrito Metropolitano de Quito, siendo Ñaquito la zona en la cual se concentran la mayor parte de empleo y trabajadores de la ciudad.

MAPA 3.2.

Ñaquito Bajo



Fuente: maps.google.com
Elaborado por: Silvia Almache

MAPA 3.3.

Avenida Isla Floreana y Avenida de los Shyris



Fuente: Google Earth
Elaborado por: Silvia Almache

3.2.2.2. ANALISIS DE MICRO- LOCALIZACIÓN

El análisis de Micro-Localización consiste en determinar el lugar óptimo en el cual se instalará la planta, para lo cual es necesario realizar el respectivo análisis basado en el método cualitativo por puntos.

Método Cualitativo por Puntos

El Método Cualitativo por puntos “Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización”³⁰, para lo cual es necesario establecer diferentes sitios probables de instalación de la planta con la finalidad de jerarquizarlos y seleccionar el sitio acorde a los factores establecidos, los cuales se detallan a continuación:

- **Disponibilidad de infraestructura:** Para la puesta en marcha del presente proyecto es de gran importancia tomar en cuenta la disponibilidad de infraestructura, ya sea propia o de posibilidad de arrendamiento.
- **Capacidad de estacionamiento.** Es importante analizar la disponibilidad y capacidad de estacionamiento, con la finalidad de brindar un servicio de excelente calidad a los clientes que visiten el restaurante.
- **Oferta de Mano de obra.** Analizar la existencia de personal especializado y no especializado en el área de estudio.
- **Cercanía al mercado objetivo:** Es necesario analizar este factor puesto que es importante que el restaurante se encuentre ubicado en un lugar de cercanía al mercado meta.
- **Facilidad de acceso:** La facilidad de acceso al restaurante es de gran importancia ya que si el análisis de este factor es positivo la tasa de rentabilidad del restaurante incrementará a lo largo del tiempo.
- **Disponibilidad de Servicios Básicos:** Para la puesta en marcha de un restaurante, es indispensable que el sector en el cual se localizará la planta cuente con todos los servicios básicos con el objetivo de que el cliente se sienta a gusto con las instalaciones.

De acuerdo a los factores anteriormente nombrados se procederá a realizar el análisis cuantitativo, con la finalidad de seleccionar la mejor alternativa.

³⁰ Baca Gabriel, 1995, Pág.91

Opciones de Lugares

A: Diego de Almagro y Juan Rodríguez

B: Avenida de los Shyris e Isla Floreana

C: Avenida Eloy Alfaro y Portugal

TABLA 3.5.

Matriz de Micro-Localización

Factores Relevantes	Peso Asignado	A		B		C	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Disponibilidad de infraestructura	0,20	4	0,8	9	1,8	7	1,4
Capacidad de estacionamiento	0,20	3	0,6	9	1,8	6	1,2
Oferta de Mano de Obra	0,10	7	0,7	7	0,7	7	0,7
Cercanía al Mercado Objetivo	0,15	6	0,9	8	1,2	8	1,2
Facilidad de acceso	0,15	6	0,9	9	1,35	9	1,35
Disponibilidad de Servicios Básicos	0,20	8	1,6	9	1,8	9	1,8
TOTAL	1,00		5,5		8,65		7,65

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 3.5. Anteriormente detallada nos da a conocer que la mejor opción para la localización óptima del proyecto es la opción B, (Avenida de los Shyris e Isla Floreana), debido a que posee la mayor puntuación ponderada de 8,65 mediante el análisis de los factores que han sido considerados como importantes para la puesta en marcha de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito”.

Es importante dar a conocer que en la opción B (Avenida de los Shyris e Isla Floreana) ya se cuenta con la infraestructura adecuada para la instalación del restaurante, la misma que será adecuada de acuerdo a las necesidades del mercado objetivo.

3.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.2.3.1. Diagrama de Procesos

Proceso: Servicio de Restaurante

Se basa en detallar el servicio prestado por el restaurante a sus clientes el cual se detalla a continuación:

CUADRO 3.6.

Servicio de Restaurante

ACTIVIDADES		○	□	⇒	D	▽	Responsable
1	Recepción del cliente			X			Mesero
2	Preparación mesa para el cliente	X					Mesero
3	Espera por proceso				X		-
4	Traslado del cliente a mesa determinada			X			Mesero
5	Presentación de la carta al cliente	X					Mesero
6	Espera mientras el cliente decide el menú				X		-
7	Recepción del pedido			X			Mesero
8	Envío del pedido a la cocina			X			Mesero
9	Confirmación del pedido		X				J. Cocina
10	Preparación de la comida	X					J. Cocina Cocineros
11	Envío de las bebidas al cliente			X			J. Cocina
12	Envío de platos			X			Cocinero
13	Servir los platos adecuadamente al cliente	X					Mesero
14	Espera por proceso				X		-
15	Retiro de los platos de la mesa	X					Mesero
16	Espera por proceso				X		-

17	Presentación del menú de postres al cliente	X					Mesero
18	Espera por proceso				X		-
19	Recepción del pedido			X			Mesero
20	Envío del pedido a la cocina			X			Mesero
21	Confirmación del pedido		X				J. Cocina
22	Preparación de postre	X					J. Cocina
23	Envío de postres			X			Cocinero
24	Servir los postres al cliente	X					Mesero
25	Espera por proceso				X		-
26	Retiro de los platos de la mesa	X					Mesero
27	Pedido de la cuenta	X					Cliente
28	Se envía a caja la cuenta			X			Mesero
29	Emisión de factura	X					Cajero
30	Espera por proceso				X		-
31	Envío de factura al cliente			X			Mesero
32	Pago	X					Cliente
33	Archivo					X	Cajero
TOTAL		12	2	11	7	1	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Proceso: Elaboración de una orden de pedido de un restaurante

Detalla el proceso de elaboración de los platos solicitados por los clientes la cual se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO 3.7.

Elaboración de una orden de Pedido

ACTIVIDADES		○	□	⇒	D	▽	Responsable
1	Recepción de pedidos			X			Cocinero
2	Solicitud de ingredientes	X					J. Cocina
3	Transporte de ingredientes a cocina			X			Cocinero
4	Espera por proceso				X		-
5	Preparación de ingredientes	X					Cocinero
6	Espera por proceso				X		-
7	Adobo de la carne	X					J. Cocina
8	Preparación de planchas	X					Cocinero
9	Cocción de la carne	X					Cocinero
10	Espera por proceso				X		-
11	Adición de ingredientes extra	X					Cocinero
12	Espera por proceso				X		-
13	Inspección del sabor		X				J. Cocina
14	Preparación del plato	X					J. Cocina
15	Preparación guarniciones	X					J. Cocina
16	Colocación de guarniciones	X					J. Cocina
17	Transporte de plato a auxiliar			X			J. Cocina
18	Elaboración de decoraciones	X					Cocinero
19	Colocación decoración	X					Cocinero
20	Inspección del plato		X				J. Cocina
21	Distribución de platos a meseros	X					Cocinero
22	Envío platos			X			Mesero
23	Espera por proceso				X		-
24	Archivo de la orden					X	Mesero
TOTAL		13	2	4	5	1	-

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Es importante dar a conocer que la diagramación detallada anteriormente abarca de manera general el proceso de elaboración de una orden de pedido, debido a que la preparación de cada plato es similar y los responsables son las mismas personas del área de cocina.

3.2.3.2. Diagrama de Flujo

3.2.3.3. Requerimiento de Suministros e insumos de producción

Para la puesta en marcha de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito”, es necesario contar con todo el equipamiento posible. Para lo cual se escogió una serie de proveedores los mismos que hicieron llegar sus propuestas de costos de las cuales se escogió las más adecuadas de acuerdo a las necesidades requeridas.

A continuación se dará a conocer los requerimientos necesarios para la instalación de un restaurante, los cuales se encuentran divididas por áreas de trabajo:

COCINA

CUADRO 3.8.

Equipos de Cocina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
2	Cocinas industriales de cuatro quemadores
2	Mesas despachadoras a baño maría de acero inoxidable
2	Planchas
1	Freidora con dos compartimentos
1	Horno microondas
1	Refrigeradora industrial para frutas y legumbres
1	Refrigeradora y congelador industrial para alimentos crudos y preparados
2	Licuadora semindustrial con dos vasos
1	Trampa de grasa de acero inoxidable
1	Batidora pequeña
1	Balanza electrónica 30 kg
1	Balanza cocina 10 kg

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CUADRO 3.9.

Utensilios de Cocina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
3	Caldero Recortado 22 cm
3	Caldero Recortado 24 cm
3	Caldero Recortado 26 cm
4	Caldero Recortado 32 cm
4	Caldero Recortado 36 cm
4	Sarten Steel Coat 30,5 cm
1	Paila mediana de bronce
1	Olla de presión de 6 litros
3	Vaso Licuadora de Vidrio
4	Tablas para picar
5	Cuchillos de chef
2	Puntillas
2	Pelador Papas protor silex
1	Tijera profesional
1	Hachuela blanca 6"
1	Piedra para afilar cuchillos
6	Bowls pequeños de acero inoxidable
10	Bowls medianos de acero inoxidable
3	Bowls grandes de acero inoxidable
2	Coladores Ind doble malla 26 cm
2	Colador T -180 Malla doble
8	Cucharón 8 oz
4	Cucharón Halco 16 oz
10	Cuchareta Perforada
6	Espátula 6 prof plast
1	Taza medidora
2	Jarras de plástico de 1 litro
2	Pinzas
1	Abre latas
10	Bandeja 6443-40 Peq
5	Bandeja 1/6 4" Cal.24
5	Bandeja 1/3 4"
5	Cucharas de madera
1	Cubiertera P/Hotelera Sunex
3	Caja recolectora Vajilla
3	Extinguidores
4	Tachos de basura Guliver B+T
1	Estantería grande de acero inoxidable para vajilla
2	Contenedores basura (exterior) SB-1-200 LT C/T
1	Coche de limpieza
3	Ultra Mop microfibra C/Tubo
4	Escoba latina La Brujita
2	Pala metálica con mango

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CUADRO 3.10.

Vajilla

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
36	Taza c/plato café cuad. Arc
24	Plato pan moderna 15.5 cm
24	Saladier apilable 12 cm
36	Plato postre 19 cm. Performa
36	Bowl cuadrado arc 14 cm
108	Plato tendido 23.6 cm hoteliere
60	Plato steak 30 cm..
84	Plato hondo 20x20 arc

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CUADRO 3.11.

Cubertería

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
84	Cuchillo de mesa tramontinacosmos
108	Cuchara sopa tramontina cosmos
84	Cuchillo asado cosmos
108	Tenedor mesa tramontina cosmos
36	Cuchara tinto tramontina cosmos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CUADRO 3.12.

Cristalería

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
108	Vaso lexington whisky 22al
72	Vaso herradura 8 onz /100al
10	Jarra camwear 64 onz c/t

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

BODEGA

CUADRO 3.13.

Suministros

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
4	Recipientes para almacenamiento
1	Funda Negra 35 x 47 (92 x 120 cm) 100 unidades
1	Funda Blanca tipo camiseta 12" x 22" d 5 100 unidades
1	Etiquetas producto x 5000
1	Caja de tarrinas de aluminio de 1lb.
1	Caja de tarrinas de aluminio de 2 lbs.
1	Caja de 5000 unid de sorbetes flexibles con forro
1	Servilletas de papel 60*100
1	Rollo de papel aluminio 18"x152,4 mts
1	Rollo de papel plástico adherente 18"X1400 mts
1	Pares de guantes de látex 50 unidades
1	Delantales plásticos 50 unidades
1	Cofias 100 Unidades
1	Redes para cabello Nylon Hilo 100 unidades
4	Rollos de papel industrial
2	Escoba latina La Brujita
2	Trapeadores
1	Pala metálica con mango
1	Carro de limpieza

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CUADRO 3.14.

Uniformes

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
8	Pantalón chef unisex elástico
8	Chaqueta chef gabard
8	Delantal Chef Gabardina grande
8	Delantal Chef Gabardina pequeño
5	Camiseta Pique
5	Pantalones Casimir
8	Limpión grande
10	Litos

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

SALON PRINCIPAL

CUADRO 3.15.

Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
6	mesas de 8 pax
6	mesas de 4 pax
6	mesas de 2 pax
84	sillas
4	sillas para niños
1	silla operativa
1	mesa de apoyo para meseros
1	escritorio de oficina
1	mueble bar
4	Taburetes
3	Estanterías para almacenamiento
1	Escalera pequeña

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

OFICINA

CUADRO 3.16.

Muebles y Enseres

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Estación de Trabajo
1	Mueble archivador grande
1	Silla operativa
2	Silla visitas

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

CUADRO 3.17.

Equipos de Oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
1	teléfono
1	calculadora
1	calculadora financiera
1	telefax

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

3.2.3.4. Diseño de Planta

El presente proyecto se basa en la puesta en marcha de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito” en la ciudad de Quito, con la finalidad de satisfacer las necesidades de las personas que deseen degustar de comida típica ecuatoriana.

El diseño arquitectónico del presente proyecto se basa en crear una infraestructura adecuada para los clientes que lo visiten, con la finalidad de que se sientan a gusto y en un ambiente confortable, razón por la cual el restaurante estará dividido en dos áreas: Área Pública y Área Restringida, las cuales se detallan a continuación:

ÁREA RESTRINGIDA

Este espacio se encuentra ubicado en la parte posterior del restaurante al cual solo tendrá acceso el personal que labore dentro de las instalaciones. Esta área estará conformada por:

- **Cocina**

Lugar de elaboración, preparación y conservación de especialidades culinarias³¹. La cocina del restaurante tiene un área de 70 m², la cual se encuentra dividida en dos ambientes Cocina Caliente y Posillería.

³¹ Gallego, Jesús Felipe, *Diccionario de Hostelería*, Editorial Paraninfo, España, 2002.pág 145

El área de la Cocina Caliente está conformada por:

- 2 self service de 6 pozos, fabricada en acero inoxidable y bandejas importadas en acero mate.
- 2 Cocina industriales de 4 quemadores Fabricada en acero inoxidable, parrilla y quemador en hierro fundido y llaves italianas de media vuelta.
- 2 Mesas en acero inoxidable de 2.00m x 1.00m.
- 2 Planchas para carnes de 0.75m x 0.50m, fabricada en hierro dulce de 0.12mm.
- 1 Freidora automática americana DEAN. fabricada en acero inoxidable, 20 litros de capacidad y control de temperatura y termostato.
- 1 Congelador Vertical de 2 puertas mixto, fabricado en acero inoxidable y puertas con doble vidrio.
- 1 Refrigeradora Vertical de 1 puerta, fabricado todo en acero inoxidable y Puerta con doble vidrio.
- 1 Trampa para grasa en acero inoxidable.

El área de Posillería está conformada por 2 lavabos de vajilla y cubertería y 1 lavabo del menaje de cocina.

- **Bodega**

Lugar de almacenamiento de suministros de cocina, suministros de oficina, mercadería, entre otros. Está conformada por un área de 40 m², la cual se encuentra compuesta por 4 estanterías de acero inoxidable.

- **Vestidores**

Ubicados en la parte posterior de la cocina del restaurante, compuestos por dos vestidores con un área de 24 m² aproximadamente.

- **Oficina**

Ubicada en la parte posterior del salón principal, con un área de 12 m², la cual se encuentra equipada por muebles y equipos de oficina.

ÁREA PÚBLICA

El área pública es aquella a la que tienen acceso los clientes y el personal que labora en el restaurante, la cual estará conformada por:

- **Salón Principal**

El salón principal es el lugar en el cual los clientes degustarán de la gastronomía ecuatoriana, acompañada de un ambiente confortable el cual será proyectado por su decoración con plantas naturales y adornos representativos de la cultura nacional.

El salón principal se encuentra al ingreso del restaurante y tiene un área de 137.44 m², el cual abarca una capacidad instalada de 84 plazas. Se encuentra compuesto por 18 mesas de estructura metálica y tablero de melamine, las cuales se encuentran divididas en 6 mesas para 8 personas, 6 mesas para 4 personas y 6 mesas para 2 personas.

El salón principal contará con dos baños de hombres y mujeres independientemente, compuestos por dos baterías sanitarias y dos lavabos respectivamente.

El bar del restaurante se encontrará en la parte posterior del salón principal el mismo que está ubicado junto al área de la cocina, con la finalidad de facilitar el almacenamiento de los ingredientes, así como el acceso de los meseros y la distribución de las bebidas solicitadas por los clientes.

- **Parqueadero**

El restaurante cuenta con parqueadero propio con la finalidad de brindar la máxima comodidad a los clientes que lo visiten, el cual se encontrará ubicado en la parte delantera del restaurante, cuya capacidad máxima será de 10 autos aproximadamente.

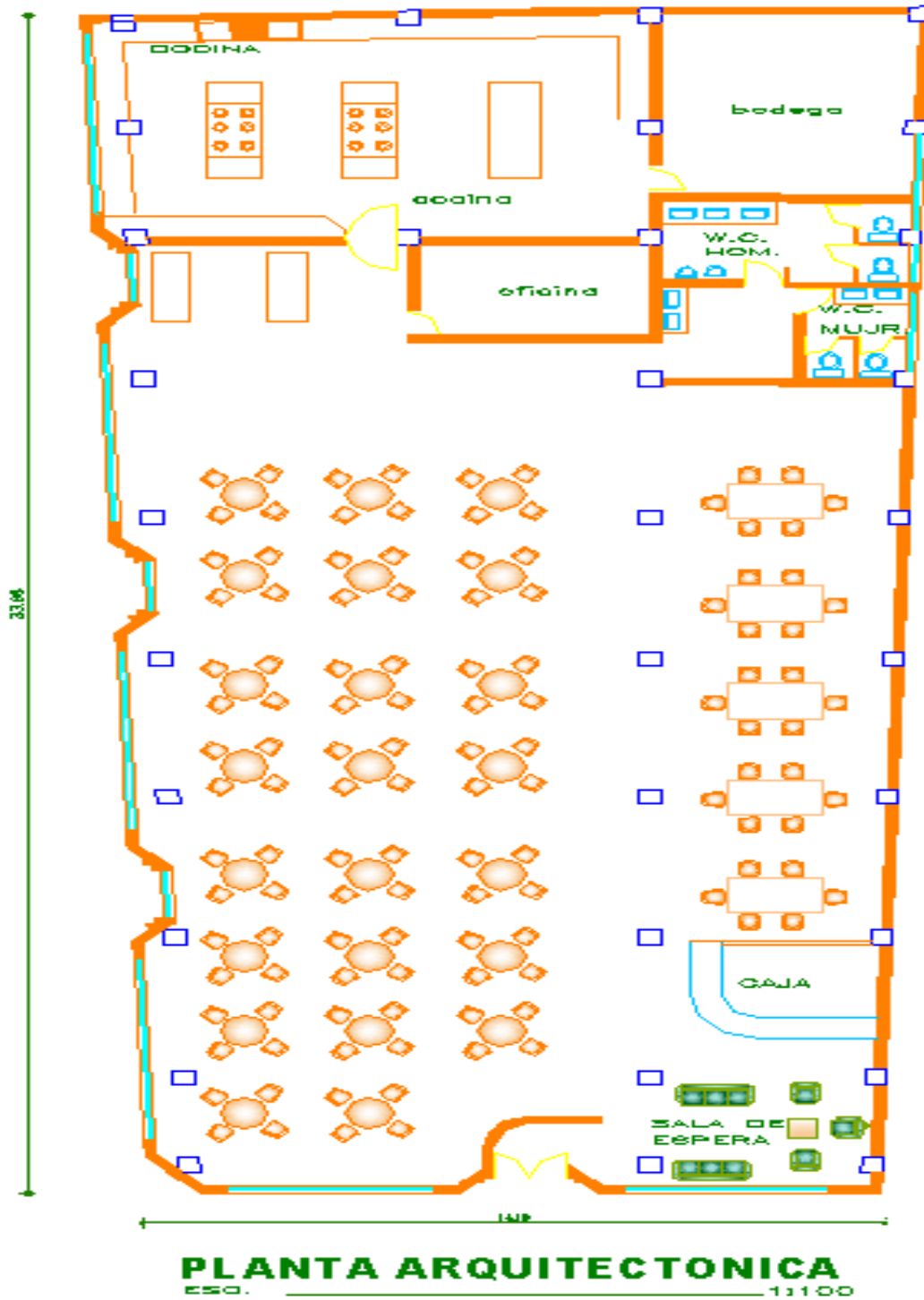
- **Área Infantil**

El restaurante cuenta con un área infantil con la finalidad de brindar un ambiente confortable al momento de disfrutar y pasar un momento en familia.

El área infantil se encuentra ubicada en la parte posterior a las afueras del restaurante recubierto de plantas naturales y juegos infantiles.

PLANOS Y FACHADA

PLANO 3.1.
Diseño Interno



Elaborado por: Arq. Marco Orquera

PLANO 3.2.

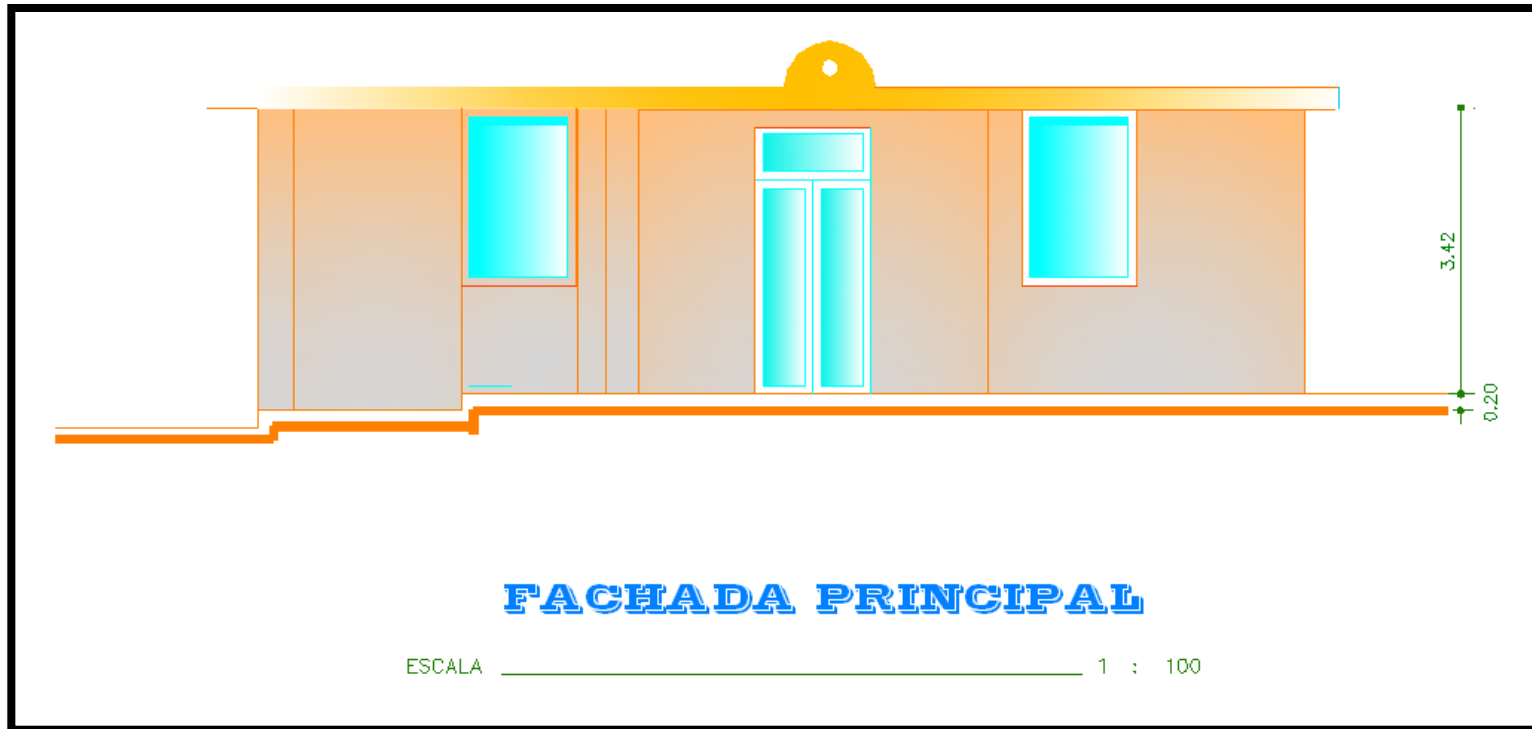
Fachada Lateral



Elaborado por: Arq. Marco Orquera

PLANO 3.3.

Fachada Principal



Elaborado por: Arq. Marco Orquera

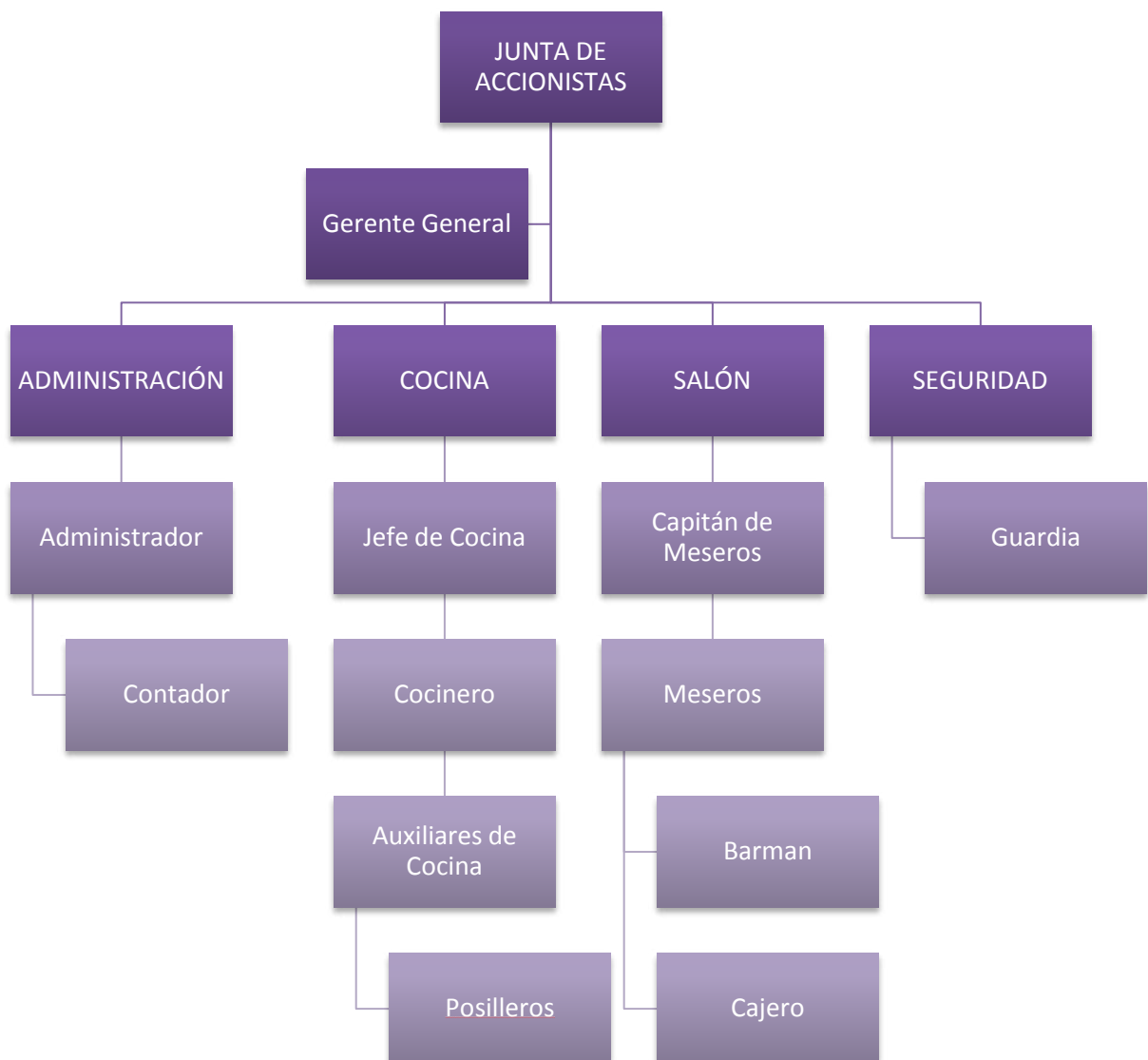
3.2.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Estructura Organizacional del restaurante “El Riobambeño” estará conformada con la cantidad de personal necesario, con la finalidad de ejercer un correcto funcionamiento y ofrecer un excelente servicio a los clientes que tienden a visitarlo.

3.2.4.1. Organigrama estructural

ORGANIGRAMA 3.1.

Organigrama estructural



Elaborado por: Silvia Almache

3.2.4.2. Funciones Específicas por Puesto

Junta de Accionistas

La Junta de accionistas es el máximo órgano de decisión de la compañía, la cual estará constituida por los socios que conforman la empresa.

Las principales funciones de la Junta de Accionistas son:

- Administrar y fiscalizar de la organización
- Tomar, Aceptar o rechazar decisiones estratégicas y financieras de la empresa.
- Elaboración de reglamentos internos de la compañía
- Establecer los sistemas de remuneración
- Fijación de las pautas generales para el manejo de negocios de la empresa.
- Determinar la estructura organizacional de la compañía.
- Evaluar y controlar las actividades del personal de la empresa.

Gerente General

El Gerente General depende directamente de la Junta de Accionistas y es la persona encargada de dirigir y ejercer autoridad sobre el personal a su cargo.

Las principales funciones del Gerente General son:

- Evaluar el logro de los objetivos y del desempeño del personal a su cargo.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes de la empresa.
- Supervisar y dirigir la elaboración de planes estratégicos.

Administrador

El Administrador del restaurante es la persona encargada de supervisar todas las actividades realizadas en el mismo, relacionadas con el desempeño del personal, el manejo de los proveedores, la adquisición de materia prima, entre otras.

Las funciones del administrador son las siguientes:

- Selección y Control de proveedores
- Adquisición, aprobación y supervisión de las compras realizadas
- Supervisión y manejo del personal
- Controlar el servicio ofrecido por el restaurante y el trato a los clientes.
- Verificar el cumplimiento de las leyes y normas que rigen el restaurante
- Solucionar los problemas suscitados por parte del personal
- Atender las dudas y sugerencias de los clientes.

Contador

Es la persona encargada de realizar todas las actividades contables realizadas por la empresa y velar por el normal desenvolvimiento económico de la misma.

Las principales funciones del contador del restaurante son:

- Elaboración de Estados Financieros
- Elaboración de retenciones a personas naturales
- Manejo de ingresos, egresos y pagos del restaurante.
- Cumplimiento de normas establecidas por las entidades de control.
- Manejo de relaciones Bancarias e instituciones de tarjetas de crédito
- Informe de distribución de dividendos
- Elaboración del informe de solvencia económica de la empresa.

Jefe de Cocina

Es la persona encargada de gestionar, controlar y supervisar el trabajo realizado en la cocina y del personal que labora allí.

Las principales funciones del Jefe de Cocina son:

- Realización del inventario de Cocina mediante la verificación de sobrantes y faltantes de materia Prima.
- Realización de los diferentes menús.
- Elaboración de la presentación de los platos del restaurante.
- Vigilar la condimentación de los platos.

- Controlar la calidad de las materias primas
- Hacer uso adecuado de los materiales necesarios para la elaboración de menús.
- Control de higiene de la cocina y empleados.
- Especificar los precios de coste y de venta
- Mantener relaciones exteriores con proveedores de materias primas y clientes.
- Elaborar la lista de compras

Cocineros

Las principales funciones de los cocineros son las siguientes:

- Preparar de los menús diseñados por el jefe de cocina.
- Medir, mezclar y cocinar los ingredientes.
- Dirigir el trabajo de los auxiliares de cocina.
- Solicitar los suministros de alimentos al jefe de cocina.

Auxiliares de Cocina

Las principales funciones de los Auxiliares de cocina son:

- Colaborar en la realización de los menús
- Higiene de la cocina
- Cuidado de los bienes de uso de la cocina
- Utilizar de manera eficiente la materia prima en la elaboración de los platos del menú.
- Organizar las compras
- Colaborar en el desempeño de las actividades del Jefe de cocina y cocineros.

Posilleros

Los posilleros son las personas encargadas del lavado, secado y clasificación de la vajilla, cubertería y utensilios de cocina, así como también se encargan de la limpieza y el orden de la cocina.

Capitán de Meseros

Las principales funciones del Capitán de Meseros son:

- Recibir a los clientes del restaurante y ubicarlos en el lugar que sea de su agrado.
- Organización de meseros.
- Vigilancia del bar
- Verificar el correcto desempeño de los meseros y barman
- Colaborar con los meseros

Es necesario que el Capitán de Meseros tenga conocimiento del idioma inglés para que los clientes extranjeros puedan ser atendidos sin ningún inconveniente.

Meseros

Las principales funciones de los meseros son:

- Personal encargado de atender a los clientes con amabilidad
- Toma de pedidos y distribución correspondiente de los platos del menú solicitado.
- Otorgar la factura en el momento que el cliente lo solicite
- Limpieza del salón antes, durante y después de la apertura del local.

Barman

Las principales funciones del Barman son:

- Persona encargada de la preparación de bebidas solicitadas por los clientes
- Inventario de los productos y materia prima para la elaboración de bebidas
- Limpieza del área de trabajo

Cajero

Las principales funciones del cajero son:

- Cobrar los servicios prestados por el restaurante.
- Emisión de facturas a clientes en general.
- Responsabilizarse por el dinero existente en caja
- Verificación de pagos con tarjeta de crédito
- Verificación de pagos en dinero en efectivo
- Coordinar la obtención de monedas para cambios o vueltos

Guardia

Se encargará de mantener la seguridad dentro y fuera del local con la finalidad de brindar un ambiente de confianza y seguridad a las personas que visiten el restaurante.

3.2.4.3. PERFIL DE PUESTOS DE TRABAJO

Mediante la puesta en marcha de la sucursal del restaurante “El Riobambeñito” se pretende generar fuentes de trabajo para las personas especializadas en las diferentes áreas que se desempeña. Por esta razón es importante dar a conocer los requerimientos necesarios de cada puesto de trabajo, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO 3.18.

Perfil de puestos de trabajo

PUESTO	PERFIL DE TRABAJO
Junta de Accionistas (Socios)	<ul style="list-style-type: none">- Contar con título de Educación Superior- Tener conocimiento de Administración empresarial- Tener conocimiento relacionado al servicio de restaurantes.
Gerente General	<ul style="list-style-type: none">- Contar con título de educación superior.- Tener conocimiento de recursos humanos- Experiencia en el área administrativa.- De 28 años en adelante

Administrador	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con título de educación superior en el área administrativa - Tener conocimientos de recursos humanos. - Tener conocimientos en el área contable. - Conocimiento de supervisión y monitoreo en el área de compras. - Excelente presentación.
Contador	<ul style="list-style-type: none"> - Tener título de educación superior en el área administrativa o contable. - Experiencia de más de 1 año. - Sin problema de Horarios - Buen manejo de Excel.
Jefe de Cocina	<ul style="list-style-type: none"> - Tener título de educación superior en el área gastronómica. - Trabajo y capacidad de supervisión - Conocimiento del sector a desempeñar. - Amplio conocimiento en la estructuración de cartas y servicio. - Disponibilidad de tiempo completo. - Experiencia mínima de 2 años.
Cocineros	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Experiencia mínima de 1 año - Conocimientos en la preparación de alimentos de cocina caliente y fría. - Disponibilidad de tiempo completo. - Buena presencia
Auxiliares de Cocina	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Conocimientos básicos del área de cocina. - Disponibilidad de tiempo completo. - Buena presencia.
Posilleros	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - De 22 años en adelante - Disponibilidad de tiempo completo. - Buena presencia
Capitán de meseros	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Buena presencia

Meseros	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de tiempo completo - Experiencia mínima de 2 años - Amplio conocimiento del área de servicio. - Ser sociable, atento, responsable y cordial.
	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo - Conocimientos en el área de servicio. - Ser sociable, atento, responsable y cordial.
Barman	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo - Conocimientos del área de servicio. - Experiencia mínima de 1 año.
	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller - Contar con títulos de cursos relacionados al trabajo a desempeñar. - Buen manejo de Excel y programas de computación. - Buena presencia - Disponibilidad de tiempo completo - Ser responsable puntual atento y amable. - Experiencia mínima de 1 año.
Cajero	<ul style="list-style-type: none"> - De 25 años en adelante - Experiencia en el área mínima de 2 años. - Que posea buenas capacidades físicas.
	<ul style="list-style-type: none"> - De 25 años en adelante - Experiencia en el área mínima de 2 años. - Que posea buenas capacidades físicas.
Guardia	<ul style="list-style-type: none"> - De 25 años en adelante - Experiencia en el área mínima de 2 años. - Que posea buenas capacidades físicas.
	<ul style="list-style-type: none"> - De 25 años en adelante - Experiencia en el área mínima de 2 años. - Que posea buenas capacidades físicas.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Silvia Almache

3.2.4.4 MANUAL OPERATIVO POR ÁREA DE TRABAJO

CUADRO 3.19.

Manual operativo por área de trabajo

DEPARTAMENTO	FUNCIONES
Junta de Accionistas	-Reunirse cada cierto tiempo para modificar y controlar los estatutos de la empresa, como también organizar y tomar decisiones al respecto.
Departamento Administrativo	- Controlar los ingresos por concepto de ventas y otros; así como mantener los registros y los controles requeridos. - Mantener registros actualizados de los trabajadores y sus clientes. -Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
Cocina	- Mantener un ritmo adecuado en la elaboración de los platos. - Elaboración del pedido de tal manera que satisfagan el paladar del cliente. - Estar preparado con todos los ingredientes al momento de elaborar los pedidos solicitados - Mantener la limpieza de la cocina tanto de las instalaciones como del menaje, cubertería, estantes, alimentos y demás.
Salón Principal	- Mantener la cordialidad al momento de recibir y atender a los clientes - Mantener un ritmo adecuado de servicio al cliente. - Atender toda clase de peticiones solicitadas por parte del cliente - Mantener la limpieza del local a todo momento

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

3.2.5. MARCO LEGAL

Para la implantación y desarrollo de actividades de negocio, es necesario que todo tipo de restaurante obtenga permisos y autorizaciones para su funcionamiento, los cuales daremos a conocer en el proceso de constitución de la compañía y la determinación de requisitos de funcionamiento de restaurantes

3.2.5.1. Constitución de la Compañía

La sucursal del restaurante “El Riobambeñito” se establecerá como compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que se dedicará a la preparación y venta de platos típicos de la Sierra Ecuatoriana en la ciudad de Quito.

Las pautas y procedimientos para la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se darán a conocer en el Anexo 5.

ANEXO 5

3.2.5.2. Requisitos de funcionamiento y formalización para restaurantes

Una vez realizado el proceso de constitución de la compañía se procederá a obtener los siguientes Requisitos, permisos y obligaciones necesarios para el funcionamiento y formalización de un establecimiento de alimentos y bebidas.

- a) Legalización de contrato de arrendamiento
- b) Registro Único de Contribuyentes
- c) Resultado de búsqueda fonética
- d) Informe de regulación metropolitana
- e) Patente Municipal
- f) Permiso de Funcionamiento del cuerpo de Bomberos
- g) Permiso de uso de suelo
- h) Impuesto Predial
- i) Certificado de registro provisional (CMT)
- j) Registro de Actividad Turística

- k) Certificado de registro definitivo y LUFA
- l) Permiso Sanitario
- m) Permiso de medio ambiente
- n) Permiso para la instalación de publicidad exterior
- o) Certificado de derechos patrimoniales de autor de las obras (SAYCE)
- p) Certificado de derechos de producción y reproducción de fonogramas (SOPROFON)

a) Legalización de Contrato de Arrendamiento

Si el establecimiento funciona en un lugar arrendado es necesario legalizar el contrato de arrendamiento través de cualquier notaría del Distrito Metropolitano de Quito.

Para ello es necesario cumplir los siguientes requisitos y procedimientos³²:

Requisitos

- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del arrendatario y arrendador.
- Contrato de arrendamiento original.
- Presencia de las dos partes para el reconocimiento de firmas.

Procedimientos

- Presentar y firmar la documentación requerida ante un notario.
- Retirar el contrato de arrendamiento legalizado.

b) Registro único de Contribuyentes

“El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.”³³, el cual consta de información relativa a características fundamentales, identificación del representante legal,

³² <http://www.quito-turismo.gov.ec>

³³ <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=351>

ubicación de los establecimientos a través de los cuales se realiza una actividad económica y obligaciones tributarias.

Todas las personas naturales o sociedades que realicen actividades económicas tendrán la obligación de inscribirse en el Registro único de contribuyentes dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus labores, con la finalidad de que los contribuyentes puedan efectuar transacciones comerciales de manera legal. En el momento que exista cualquier modificación de información o dato que conste en el RUC, este deberá ser actualizado dentro de los treinta días hábiles siguientes de ocurrido dicho cambio.

Mediante el RUC el contribuyente se encuentra en la capacidad de asumir y conocer las obligaciones tributarias que se derivan de la actividad económica realizada, facilitado al mismo, el pago de sus tributos.

Requisitos de inscripción

Los requisitos de inscripción de una sociedad privada civil o comercial en el Registro único de Contribuyentes son:³⁴

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia de la cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal
- Original del certificado de votación
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior; u,
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción

³⁴ Op. Cit.

El número de RUC deberá constar en:

- Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos.
- Facturas, Notas de venta y demás documentos contables.

c) Resultado de Búsqueda Fonética

La Búsqueda Fonética es el trámite que se realiza con la finalidad de obtener conocimiento relacionado a la existencia de una marca, nombre comercial o lema comercial previamente registrado o su registro está siendo tramitado.³⁵

Para ello es necesario cumplir los siguientes requisitos y procedimientos:

Requisitos

- Formulario de búsqueda fonética. Este formulario debe contar con una firma y número de matrícula de patrocinio de un abogado, que tiene un valor aproximado de 13 USD.
- Comprobante de pago por concepto de búsqueda fonética.

Procedimientos

- Llenar el formulario con los datos del establecimiento y del representante legal del establecimiento.
- Resultado de búsqueda fonética.

d) Informe de Regulación Metropolitana (IRM)

El IRM también conocido como línea de fábrica, es un informe que explica al solicitante el tipo de edificación que puede realizar, el mismo que se obtendrá en la Administración Zonal a la que pertenezca el establecimiento.

³⁵ www.lacamara.org

Para obtener el IRM se deberán cumplir con los siguientes requisitos y procedimientos:³⁶

Requisitos

- Formulario de solicitud para obtener el IRM.
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial.

Procedimiento:

- Llenar la solicitud con los datos requeridos.
- Ingresar todos los requisitos en la ventanilla de entrega y recepción de documentos.
- Retirar el IRM en la ventanilla de entrega y recepción de documentos, después de 3 días laborables.

e) Patente Municipal

El impuesto de la Patente Municipal deberá ser pagado por todas las personas naturales, jurídicas civiles o mercantiles y sociedades de hecho, que realicen actividades comerciales, industriales o de orden económico, dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Requisitos para el registro de patentes

Para la obtención de la patente municipal se deberá presentar los siguientes documentos:³⁷

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.

³⁶ <http://www.quito-turismo.gov.ec>

³⁷ www.captur.com

- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Copia de la Cédula de ciudadanía.

La Patente Municipal deberá obtenerse dentro de los treinta días siguientes al último día del mes en que se inician actividades; o, dentro de los treinta días siguientes al último día del año.

f) Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El objetivo fundamental de la obtención del permiso del cuerpo de bomberos, es vigilar que cada uno de los establecimientos cuente con los implementos necesarios y cumpla con la normativa contra incendios.

Para ello se deberá cumplir con los siguientes requisitos:³⁸

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos del DMQ.
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario
- Copia del RUC.
- Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del DMQ del año anterior.
- Copia de la Patente Municipal vigente.
- Copia de centralita de gas emitida por el CB-DMQ si lo tuviera.

g) Uso de Suelo

El permiso de Uso de Suelo se lo obtiene con la finalidad de determinar la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo asignando a un sector determinado.³⁹

Para la obtención del permiso de Uso de Suelo se deberá presentar en la Administración Zonal respectiva lo siguiente:⁴⁰

³⁸ <http://www.bomberosquito.gov.ec>

³⁹ www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas

⁴⁰ www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas

- Solicitud en papel simple con los timbres respectivos detallando: tipo, nombre o razón social, ubicación del establecimiento y actividad.
- Informe de regulación metropolitana (I.R.M).Original y
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- Caso de Establecimientos existentes: Informes y/o permisos de años anteriores a la solicitud emitidos por entidades competentes.

h) Impuesto Predial

El impuesto predial es pagado por el propietario del inmueble a la Administración Zonal correspondiente.

Junto al impuesto predial se paga:⁴¹

- La tasa de seguridad ciudadana
- El impuesto para el Cuerpo de Bomberos
- Contribución para el sistema de alcantarillado y agua potable y por mejoras que se hayan realizado en los barrios.

i) Certificado de registro provisional de la Corporación Metropolitana de Turismo

Requisitos Generales

- Formulario de solicitud de inscripción. Este formulario se lo obtiene en las ventanillas de la CMT. En el caso de que exista una inspección previa al establecimiento, el inspector se encargará de llenar la solicitud y presentarla en la ventanilla de la CMT.
- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, en el caso de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil.

⁴¹ www.captur.com

- Copia del RUC.
- Patente Municipal.
- Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil. (Solicitarlo en la ventanilla de la CMT).
- Comprobante de pago de la tasa de registro y del uno por mil.

Requisitos adicionales para los establecimientos de Alimentos y Bebidas / Alojamiento/ Recreación, Diversión y Esparcimiento:

- Copia de la cédula y de la papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos; firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal sobre los valores declarados.

j) Registro de Actividad Turística

Toda persona natural o jurídica prestadora de servicios turísticos deberá inscribirse por una sola vez en el Ministerio de Turismo, con la finalidad de obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento.⁴²

Requisitos para El Registro de Actividad Turística

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación
- Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.

⁴² www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas.

- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

k) Registro Definitivo y Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)

Para la obtención del Registro Definitivo y la LUAF se deberán cumplir los siguientes requisitos y procedimientos⁴³:

Requisitos

- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- Registro Provisional de la Corporación Metropolitana de Turismo (CMT).
- Certificado de Búsqueda Fonética del IEPI.
- Comprobante de pago de la Patente Municipal.
- Comprobante de pago de la Tasa de Turismo.

Procedimientos

- Dentro de un plazo máximo de 30 días después de haber obtenido el registro provisional, se deben ingresar los requisitos completos para el *Registro Definitivo y la LUAF* en la ventanilla de la CMT.
- Retirar de manera inmediata el Registro definitivo y la LUAF, en la ventanilla de la CMT.

⁴³ <http://www.quito-turismo.gov.ec>

l) Permiso Sanitario

“El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento”⁴⁴.

Para la obtención del Permiso Sanitario es necesario cumplir con los siguientes requisitos:⁴⁵

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

m) Permiso de medio ambiente

De acuerdo a la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito El Certificado por Guías de Prácticas Ambientales se lo otorgará con la finalidad de regular el uso y la adecuada ocupación del suelo y ejecutar el control sobre el mismo, de igual manera regulará y controlará, con competencia exclusiva y privativa las construcciones o edificaciones, su estado, utilización y condiciones previniendo y controlando cualquier tipo de contaminación del ambiente.⁴⁶

⁴⁴ Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario, Pág. 3

⁴⁵ www.captur.com

⁴⁶ www.quito.gov.ec

n) Permiso para la instalación de publicidad exterior (MDMQ)

La Ordenanza Metropolitana N°0186 define a la publicidad exterior como “la actividad de divulgar, difundir y/o promocionar: marcas, productos, bienes, y/o servicios: comerciales, mercantiles o industriales; actividades profesionales; derechos; obligaciones; expresiones religiosas; denominaciones de organizaciones sociales y culturales, instituciones públicas, privadas, gubernamentales nacionales e internacionales, instalados en espacios privado, público y/o de servicio general, así como en los medios de transporte que circulan en el Distrito Metropolitano de Quito, cuando se colocan en cualquier cuerpo externo o en las edificaciones para el aprovechamiento y/o explotación de su visibilidad, apreciación o lectura desde el espacio público, a través de los distintos medios.”⁴⁷

Para la adquisición del permiso de para la instalación de publicidad exterior es necesario cumplir con los siguientes requisitos y procedimientos⁴⁸:

Requisitos

- Copia de la Patente Municipal actualizada.
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la carta de pago del impuesto predial.
- Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas.
- Informe de Regulación Metropolitana.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis.
- Comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior.
- Formulario de solicitud para el permiso de publicidad exterior.

⁴⁷ www.quito.gov.ec

⁴⁸ www.quito-turismo.gov.ec

Procedimientos

- Ingresar todos los requisitos en la ventanilla de entrega y recepción de documentos del Municipio. A excepción del comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior.
- Esperar la visita del inspector en un lapso máximo de 7 días laborables.
- Retirar el valor de la tasa de publicidad en la ventanilla.
- Pagar el valor de la tasa de publicidad exterior en las ventanillas de recaudación del Municipio.
- Entregar el comprobante de pago en la ventanilla de entrega y recepción de documentos y retirar el permiso de publicidad exterior.

o) Certificado de derechos patrimoniales de autor de las obras (SAYCE)

La Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos “S.A.Y.C.E.”, es una entidad que se encarga de velar y preservar el cumplimiento de los derechos morales, y económicos resultantes de la utilización pública de las obras de autores nacionales y/o extranjeros a los que representa.

Todos los establecimientos que realicen actividades turísticas deberán cumplir los siguientes requisitos y procedimientos para la adquisición del certificado de SAYCE:⁴⁹

Requisitos

Copia del RUC.

Procedimiento

- Averiguar vía telefónica en SAYCE el valor a cancelar, indicando la actividad y la categoría del establecimiento.
- Presentar el RUC y cancelar el valor establecido en las oficinas de SAYCE.
- Obtener el certificado en las oficinas de SAYCE.

⁴⁹ <http://www.quito-turismo.gov.ec>

p) Certificado de derechos de producción y reproducción de fonogramas (SOPROFON)

Todos los establecimientos que realicen actividades turísticas dentro del Distrito Metropolitano de Quito deberán cumplir los siguientes requisitos y procedimientos para la obtención del certificado de SOPROFON.⁵⁰

Requisitos

Copia del RUC.

Procedimiento

- Averiguar vía telefónica en SOPROFON el valor a cancelar, indicando la actividad y la categoría del establecimiento.
- Presentar el RUC y cancelar el valor establecido en las oficinas de SOPROFON.
- Obtener el certificado en las oficinas de SOPROFO

⁵⁰ <http://www.quito-turismo.gov.ec>

Cuadro Resumen

CUADRO 3.20.

Requisitos de funcionamiento y formalización para restaurantes

DOCUMENTO	LUGAR	TIEMPO	COSTO
<i>Legalización de contrato de arrendamiento</i>	Notaria del DMQ	30 minutos	60 USD Aprox.
<i>Registro Único de Contribuyentes</i>	SRI	30 minutos	Gratuito
<i>Resultado de búsqueda fonética</i>	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)	15 a 20 minutos	21.20 USD aprox.
<i>Informe de regulación metropolitana</i>	Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento	3 días laborables	2 USD
<i>Patente Municipal</i>	Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento	1 hora aprox.	Depende del capital del establecimiento
<i>Permiso de Funcionamiento del cuerpo de Bomberos</i>	Oficinas del Cuerpo de Bomberos de Quito	11 días laborables	1 USD
<i>Permiso de uso de suelo</i>	Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento	15 días laborables	1.70 USD
<i>Impuesto Predial</i>	Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento		
<i>Certificado de registro provisional</i>	Corporación Metropolitana de Turismo	20 minutos	Depende de la categoría del establecimiento
<i>Registro de Actividad Turística</i>	Corporación Metropolitana de Turismo	8 días laborables	Depende de la categoría del establecimiento
<i>Certificado de registro definitivo y LUFA</i>	Corporación Metropolitana de Turismo	25 minutos	Depende de la categoría del establecimiento

<i>Permiso Sanitario</i>	Dirección Provincial de Salud de Pichincha	20 días laborables	Depende de la categoría del establecimiento
<i>Permiso de medio ambiente</i>	Dirección Metropolitana Ambiental	15 días laborables	40 USD
<i>Permiso para la instalación de publicidad exterior</i>	Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	15 días laborables	Depende de las dimensiones de la publicidad
<i>Certificado de derechos patrimoniales de autor de las obras (SAYCE)</i>	Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador	15 minutos	Depende de la actividad y categoría del establecimiento
<i>Certificado de derechos de producción y reproducción de fonogramas (SOPROFON)</i>	Sociedad de Productores de Fonogramas	15 minutos	Depende de la actividad y categoría del establecimiento

Fuente: Coporación Metropolitana de Turismo
 Guía de Trámites para la Instalación y Formalización de Establecimientos Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.

Elaborado por: Silvia Almache

CAPITULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.1. OBJETIVOS

4.1.1. Objetivo General

Establecer el monto de los recursos económicos necesarios que influyen en la instalación y puesta en marcha del proyecto, así como una serie de indicadores que sirven como base en la evaluación final del proyecto.

4.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar la inversión fija y diferida del proyecto
- Establecer el capital de trabajo con el cual empezará a funcionar la empresa.
- Determinar los costos directos e indirectos, así como los gastos de administración, de venta y de financiamiento del proyecto.
- Definir los ingresos en base al costo por unidad de los diferentes alimentos y bebidas del restaurante
- Desarrollar el Estado de Pérdidas y Ganancias así como los Flujos de caja proyectados a cinco años
- Exponer el Balance de Situación Inicial al primer año de operación.

De acuerdo a Sapag Chain, el estudio financiero de un proyecto consiste en “ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad”.⁵¹

⁵¹ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, Quinta Edición, México, 2007. Pág. 29

4.2. INVERSIONES DEL PROYECTO

La inversión inicial realizada antes de la puesta en marcha del proyecto comprende en la adquisición de activos fijos, intangibles y capital de trabajo, los cuales se dan a conocer a continuación:

4.2.1. Inversiones Fijas o Tangibles

Las inversiones en activos fijos son aquellos desembolsos que se realizan en bienes tangibles tales como edificios, terrenos, maquinaria, equipos, vehículos muebles y enseres, entre otros; los mismos que serán utilizados en el procesos de producción y operación del proyecto.

Es importante dar a conocer que las inversiones en terrenos y construcción de edificios no son necesarias en el presente proyecto ya que se va a arrendar el local para el restaurante.

4.2.1.1. Inversiones en Muebles y Enseres

Para la puesta en marcha del proyecto es necesaria la siguiente inversión en muebles y enseres:

TABLA 4.1.

Muebles y Enseres

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
<i>Salón Principal</i>				
1.1	6	mesas de 8 pax	\$ 198,97	\$ 1.193,82
1.2	6	mesas de 4 pax	\$ 87,77	\$ 526,62
1.3	6	mesas de 2 pax	\$ 63,03	\$ 378,18
1.4	84	sillas	\$ 42,03	\$ 3.530,35
1.5	4	sillas para niños	\$ 45,00	\$ 180,00
1.6	1	silla operativa	\$ 122,00	\$ 122,00
1.7	1	mesa de apoyo para meseros	\$ 90,00	\$ 90,00
1.8	1	escritorio de oficina	\$ 120,00	\$ 120,00
1.9	1	mueble bar	\$ 100,00	\$ 100,00
1.10	4	Taburetes	\$ 52,34	\$ 209,36
10.3	3	Estanterías para almacenamiento	\$ 450,00	\$ 1.350,00
10.4	1	Escalera pequeña	\$ 32,00	\$ 32,00
				\$ 7.832,33

<i>Oficina</i>				
2.1	1	Estación de Trabajo	\$ 607,04	\$ 607,04
2.2	1	Mueble archivador grande	\$ 240,80	\$ 240,80
2.3	1	Silla operativa	\$ 136,64	\$ 136,64
2.4	2	Silla visitas	\$ 110,88	\$ 221,76
				\$ 1.206,24
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				\$ 9.038,57

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.2. Inversiones en Equipos de Oficina

Los siguientes equipos de oficina son indispensables para el equipamiento del restaurante:

TABLA 4.2.

Equipos de Oficina

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
3.1	1	Teléfono	\$ 99,00	\$ 99,00
3.2	1	calculadora	\$ 12,00	\$ 12,00
3.4	1	calculadora financiera	\$ 35,00	\$ 35,00
3.3	1	telefax	\$ 147,60	\$ 147,60
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA				\$ 293,60

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.3. Inversiones en Equipos de Computación

Se realizará la siguiente inversión en equipos de computación:

TABLA 4.3.

Equipos de Computación

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
4.1	2	Computador	\$ 528,00	\$ 1.056,00
4.2	1	Multifunción	\$ 106,00	\$ 106,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$ 1.162,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.4. Inversiones en Equipos de Cocina

Para el funcionamiento del restaurante es necesario realizar la siguiente inversión en maquinaria y equipos de cocina.

TABLA 4.4.

Equipos de Cocina

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
5.1	2	Cocinas industriales de cuatro quemadores	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00
5.2	2	Mesas despachadoras a baño maría de acero inoxidable	\$ 2.635,00	\$ 5.270,00
5.4	2	Planchas	\$ 835,00	\$ 1.670,00
5.5	1	Freidora con dos compartimentos	\$ 1.700,00	\$ 1.700,00
5.6	1	Horno microondas	\$ 116,44	\$ 116,44
5.7	1	Refrigeradora industrial enfriante	\$ 1.435,00	\$ 1.435,00
5.8	1	Refrigeradora industrial mixta	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
5.9	2	Licadora semindustrial con dos vasos	\$ 85,67	\$ 171,34
5.10	1	Trampa de grasa de acero inoxidable	\$ 390,00	\$ 390,00
5.11	1	Batidora pequeña	\$ 20,83	\$ 20,83
5.12	1	Balanza electrónica 30 kg	\$ 62,69	\$ 62,69
5.13	1	Balanza cocina 10 kg	\$ 6,19	\$ 6,19
TOTAL EQUIPOS DE COCINA				\$ 15.202,49

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.5. Inversiones en Utensilios de Cocina

La cocina del restaurante se encontrará equipada con los siguientes utensilios de cocina:

TABLA 4.5.**Utensilios de Cocina**

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
6.1	3	Caldero Recortado 22 cm	\$ 6,38	\$ 19,14
6.2	3	Caldero Recortado 24 cm	\$ 8,38	\$ 25,14
6.3	3	Caldero Recortado 26 cm	\$ 10,58	\$ 31,73
6.4	4	Caldero Recortado 32 cm	\$ 29,07	\$ 116,28
6.5	4	Caldero Recortado 36 cm	\$ 39,11	\$ 156,42
6.6	4	Sartén Steel Coat 30,5 cm	\$ 47,78	\$ 191,12
6.7	1	Paila mediana de bronce	\$ 52,00	\$ 52,00
6.8	1	Olla de presión de 6 litros	\$ 38,84	\$ 38,84
6.9	3	Vaso Licuadora de Vidrio	\$ 7,36	\$ 22,08
6.10	4	Tablas para picar	\$ 18,52	\$ 74,08
6.11	5	Cuchillos de chef	\$ 9,51	\$ 47,55
6.12	2	Puntillas	\$ 1,75	\$ 3,50
6.13	2	Pelador Papas protor silex	\$ 2,69	\$ 5,38
6.14	1	Tijera profesional	\$ 4,63	\$ 4,63
6.15	1	Hachuela blanca 6"	\$ 13,97	\$ 13,97
6.16	1	Piedra para afilar cuchillos	\$ 3,17	\$ 3,17
6.17	6	Bowls pequeños de acero inoxidable	\$ 7,44	\$ 44,64
6.18	10	Bowls medianos de acero inoxidable	\$ 12,15	\$ 121,50
6.19	3	Bowls grandes de acero inoxidable	\$ 23,96	\$ 71,88
6.20	2	Coladores Ind doble malla 26 cm	\$ 16,59	\$ 33,18
6.21	2	Colador T -180 Malla doble	\$ 0,66	\$ 1,32
6.22	8	Cucharón 8 oz	\$ 3,54	\$ 28,32
6.23	4	Cucharón Halco 16 oz	\$ 5,54	\$ 22,16
6.24	10	Cuchareta Perforada	\$ 2,30	\$ 23,00
6.25	6	Espátula 6 prof plast	\$ 3,54	\$ 21,24
6.26	1	Taza medidora	\$ 2,50	\$ 2,50
6.27	2	Jarras de plástico de 1 litro	\$ 3,65	\$ 7,30
6.28	2	Pinzas	\$ 2,25	\$ 4,50
6.29	1	Abre latas	\$ 3,22	\$ 3,22
6.30	10	Bandeja 6443-40 Peq	\$ 17,33	\$ 173,30
6.31	5	Bandeja 1/6 4"Cal.24	\$ 10,43	\$ 52,15
6.32	5	Bandeja 1/3 4"	\$ 14,57	\$ 72,85
6.33	5	Cucharas de madera	\$ 0,72	\$ 3,60
6.34	1	Cubiertera P/Hotelera Sunex	\$ 8,82	\$ 8,82
6.35	3	Caja recolectora Vajilla	\$ 9,46	\$ 28,38
6.36	3	Extinguidores	\$ 0,00	\$ 0,00
6.37	4	Tachos de basura Guliver B+T	\$ 18,60	\$ 74,40
6.38	1	Estantería grande de acero inoxidable para vajilla	\$ 450,00	\$ 450,00
6.39	2	Contenedores basura (exterior) SB-1-200 LT C/T	\$ 24,65	\$ 49,30
6.40	1	Coche de limpieza	\$ 69,97	\$ 69,97
6.41	3	Ultra Mop microfibra C/Tubo	\$ 11,78	\$ 35,34
6.42	4	Escoba latina La Brujita	\$ 2,38	\$ 9,52
6.43	2	Pala metálica con mango	\$ 4,70	\$ 9,40
TOTAL UTENSILIOS DE COCINA				\$ 2.226,82

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.6. Inversiones en Vajilla

TABLA 4.6.

Vajilla

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
7.1	36	Taza c/plato cafe cuad. Arc	\$ 4,05	\$ 145,80
7.2	24	Plato pan moderna 15.5 cm	\$ 1,94	\$ 46,44
7.3	24	Saladier apilable 12 cm	\$ 1,98	\$ 47,52
7.4	36	Plato postre 19 cm. Performa	\$ 2,20	\$ 79,06
7.5	36	Bowl cuadrado arc 14 cm	\$ 5,27	\$ 189,54
7.6	108	Plato tendido 23.6 cm hoteliere	\$ 3,21	\$ 347,00
7.7	60	Plato steak 30 cm.	\$ 4,10	\$ 245,70
7.8	84	Plato hondo 20x20 arc	\$ 5,23	\$ 439,24
TOTAL VAJILLA				\$ 1.540,30

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.7. Inversiones en cubertería

TABLA 4.7.

Cubertería

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
8.1	84	Cuchillo de mesa tramontinacosmos	\$ 2,21	\$ 185,98
8.2	108	Cuchara sopa tramontina cosmos	\$ 1,01	\$ 108,86
8.3	84	Cuchillo asado cosmos	\$ 2,04	\$ 171,61
8.4	108	Tenedor mesa tramontina cosmos	\$ 1,01	\$ 109,51
8.5	36	Cuchara tinto tramontina cosmos	\$ 0,43	\$ 15,55
TOTAL CUBERTERÍA				\$ 591,52

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.1.8. Inversiones en Cristalería

TABLA 4.8.

Cristalería

ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
9.1	108	Vaso lexington whisky 22al	\$ 0,48	\$ 51,52
9.2	72	Vaso herradura 8 onz /100al	\$ 0,36	\$ 25,92
9.3	10	Jarra camwear 64 onz c/t	\$ 18,61	\$ 186,12
TOTAL CRISTALERÍA				\$ 263,56

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

TOTAL INVERSIONES FIJAS O TANGIBLES	\$ 30.318,84
--	---------------------

De acuerdo a las tablas expuestas anteriormente la Inversión Fija o diferida suma un monto total de \$30.318,84 Dólares americanos.

4.2.1.9. Depreciación de Activos Fijos

Según Baca Urbina, el término depreciación se aplica al activo fijo, ya que con el uso, estos bienes valen menos, es decir, se deprecian.⁵² Dentro de la investigación, se utilizará la depreciación de línea recta, la misma que establece un porcentaje de depreciación y años de vida útil para cada tipo de activo fijo.

A continuación se detalla las depreciaciones de los activos fijos anteriormente mencionados:

⁵² Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, pág. 138

Tabla 4.9.

Depreciación de Activos Fijos

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	DEPRECIACIÓN	VALOR DE SALVAMENTO
Muebles y enseres de oficina	\$ 1.206,24	10%	10	\$ 120,62	\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 293,60	10%	10	\$ 29,36	\$ 0,00
Equipos de Computación	\$ 1.162,00	33%	3	\$ 387,33	\$ 0,00
Muebles y Enseres Salón Principal	\$ 7.832,33	10%	10	\$ 783,23	\$ 0,00
Equipos de Cocina	\$ 15.202,49	10%	10	\$ 1.520,25	\$ 0,00
Utensilios de Cocina	\$ 2.226,82	10%	10	\$ 222,68	\$ 0,00
Vajilla	\$ 1.540,30	10%	10	\$ 154,03	\$ 0,00
Cubertería	\$ 591,52	10%	10	\$ 59,15	\$ 0,00
Cristalería	\$ 263,56	10%	10	\$ 26,36	\$ 0,00
TOTAL				\$ 3.303,02	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.2.2. Inversiones Diferidas o Intangibles

“Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”.⁵³

Para la presente investigación se tomo en cuenta las siguientes inversiones diferidas:

⁵³ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, Quinta Edición, México, 2007. Pág. 260

TABLA 4.10.**Inversiones Diferidas o Intangibles**

DESCRIPCIÓN	TOTAL ANUAL
Registro Único de Contribuyentes	\$ 0,00
Resultado de búsqueda fonética	\$ 21,20
Informe de regulación metropolitana	\$ 2,00
Patente Municipal	\$ 160,00
Permiso de Funcionamiento del cuerpo de Bomberos	\$ 1,00
Permiso de uso de suelo	\$ 1,70
Impuesto Predial	\$ 212,98
Certificado de registro provisional	\$ 290,40
Registro de Actividad Turística	\$ 510,00
Certificado de registro definitivo y LUFA	\$ 150,00
Permiso Sanitario	\$ 104,84
Permiso de medio ambiente	\$ 40,00
Permiso para la instalación de publicidad exterior	\$ 75,00
Certificado de derechos patrimoniales de autor de las obras (SAYCE)	\$ 60,00
Certificado de derechos de producción y reproducción de fonogramas (SOPROFON)	\$ 382,00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 2.011,12

Fuente: Restaurante "El Riobambeño"
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 4.10. anteriormente detallada nos da a conocer la inversión diferida necesaria para la instalación del restaurante, la cual suma un total de \$2.011,12 Dólares Americanos.

4.2.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se considera como el capital adicional para la puesta en marcha del restaurante, el mismo que es diferente a las inversiones fijas y diferidas anteriormente expuestas.

Para el cálculo capital de trabajo se tomó en cuenta los Costos directos e indirectos, Gastos de administración y venta y finalmente los gastos de adecuación del local, cuyo procedimiento se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 4.11.

Capital de Trabajo

DETALLE	COSTOS Y GASTOS
Costos Directos + Costos Indirectos	\$ 57.971,00
Gastos de Administración y Venta	\$ 49.274,37
Depreciación	\$ 3.303,02
COSTOS Y GASTOS TOTALES	\$ 110.548,38
Costos y gastos mensuales	9.212,37
Costos y gastos 4 primeros meses	36.849,46
Gastos Adecuación Local	5.356,53
CAPITAL DE TRABAJO	42.205,99

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a los cálculos realizados, el capital de trabajo del presente proyecto será de \$42.205,99 Dólares americanos.

Inversión Total

Una vez analizados los tres elementos que componen la inversión de un proyecto (inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo), se puede determinar el costo total del proyecto que se explica a continuación:

TABLA 4.12.

Inversión Total

CONCEPTO	VALOR
Total Inversiones Fijas	\$ 30.318,84
Total Inversiones Diferidas	\$ 2.011,12
Total Capital de trabajo	\$ 42.205,99
TOTAL INVERSIONES	\$ 74.535,95

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 4.12. nos da a conocer que la inversión total para la puesta en marcha de la sucursal del restaurante es de \$74.535,95 Dólares americanos.

4.3. FINANCIAMIENTO

Para cubrir las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo del proyecto se utilizará la siguiente estructura de financiamiento:

TABLA 4.13.

Financiamiento

CONCEPTO	VALOR	PARTICIPACIÓN
Capital de los accionistas	\$ 25.000,00	33,54%
Deuda a Largo Plazo	\$ 49.535,95	66,46%
TOTAL	\$ 74.535,95	100,00%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 4.13. nos da a conocer la estructura de financiamiento del presente proyecto, el cual está compuesto por recursos propios y deuda a largo plazo, siendo el 33.54% el monto de aportación de los accionistas de la empresa y el 66.46% restante el monto financiado con deuda a largo plazo.

4.3.1. Amortización del Préstamo Bancario

A continuación daremos a conocer la tabla de amortización del monto designado como deuda a largo plazo el mismo que será utilizado para cubrir la inversión total del proyecto:

TABLA 4.14.

Tabla de Amortización

CONCEPTO	ANUAL
Deuda	49535,95
Interés	9,19%
Tiempo	5
Cuota	\$ 12.798,16

AÑOS	SALDO DE CAPITAL	PAGO DE CAPITAL	PAGO DE INTERESES	CUOTA
1	49535,95	8245,81	4552,35	12798,16
2	41290,14	9003,60	3794,56	12798,16
3	32286,54	9831,03	2967,13	12798,16
4	22455,51	10734,50	2063,66	12798,16
5	11721,00	11721,00	1077,16	12798,16
	\$ 0,00	\$ 0,00		

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 4.14 nos da a conocer la estructura de financiamiento de la deuda a largo plazo, la cual abarca los rubros tales como saldo de capital, pago de capital, pago de intereses y cuota o pago, los mismos que serán utilizados en estados y flujos de caja del proyecto que se darán a conocer posteriormente.

4.4. COSTOS Y GASTOS INCURRIDOS

Para el análisis y evaluación financiera del presente proyecto es indispensable establecer los costos y gastos involucrados en la actividad productiva del restaurante, para lo cual se determinaran los siguientes costos y gastos:

4.4.1. COSTOS DIRECTOS

Los costos directos son aquellos que se encuentra relacionados directamente con la actividad productiva y son: Materiales Directos y Mano de Obra directa.

4.4.1.1. Materiales Directos

Los materiales directos en el presente proyecto, son todos aquellos ingredientes o materia prima necesaria para la elaboración de los diferentes platos y bebidas especificados en el menú del restaurante.

A continuación se dará a conocer el costo de la materia prima por plato.

- **Alimentos**
 - *Yaguarlocro*

TABLA 4.15.

Yaguarlocro

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Papas	Libra	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Maní	Onza	1	\$ 0,05	\$ 0,05
Condimentos	Onza	1	\$ 0,13	\$ 0,13
Cebolla blanca	Unidades	0,25	\$ 0,50	\$ 0,13
mantequilla	Onza	1	\$ 0,13	\$ 0,13
Menudo	Libras	0,5	\$ 1,70	\$ 0,85
Leche	Litro	0,25	\$ 0,50	\$ 0,13
TOTAL				\$ 1,75

Fuente: Restaurante "El Riobambeñito"
Elaborado por: Silvia Almache

- *Locro*

TABLA 4.16.

Locro

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Papas	Libras	2	\$ 0,35	\$ 0,70
Mantequilla	Onzas	0,5	\$ 0,13	\$ 0,06
Leche	Litros	0,25	\$ 0,50	\$ 0,13
Cebolla Blanca	Unidades	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Condimentos	Onzas	1	\$ 0,13	\$ 0,13
Cuero	Libras	0,25	\$ 0,90	\$ 0,23
TOTAL				\$ 2,24

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

- *Papas con Cuero*

TABLA 4.17.

Papas con Cuero

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Maní	Onza	2	\$ 0,05	\$ 0,10
Papas	Libra	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Leche	Litros	0,25	\$ 0,50	\$ 0,13
Cuero	Libra	0,5	\$ 0,90	\$ 0,45
Aguacate	Unidades	0,25	\$ 0,80	\$ 0,20
Condimentos	Onzas	1	\$ 0,13	\$ 0,13
TOTAL				\$ 1,35

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

- *Llapingachos con Fritada*

TABLA 4.18.

Llapingachos con Fritada

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Papas	Libra	1	\$ 0,35	\$ 0,35
Mote	Libra	0,5	\$ 1,00	\$ 0,50
Carne de cerdo	Libra	1	\$ 2,30	\$ 2,30
Maduro	Unidades	1	\$ 0,17	\$ 0,17
Aguacate	Aguacate	0,25	\$ 0,80	\$ 0,20
TOTAL				\$ 3,52

Fuente: Restaurante "El Riobambeñito"
Elaborado por: Silvia Almache

- *Mote con Chicharrón*

Tabla 4.19.

Mote con Chicharrón

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Mote	Libra	0,5	\$ 1,00	\$ 0,50
Chicharrón	Libra	0,25	\$ 1,00	\$ 0,25
Habas	Libra	0,25	\$ 0,80	\$ 0,20
TOTAL				\$ 0,95

Fuente: Restaurante "El Riobambeñito"
Elaborado por: Silvia Almache

- **BEBIDAS**

- *Jugos*

TABLA 4.20.

Jugos

MATERIA PRIMA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Naranja	Unidades	4	\$ 0,25	\$ 1,00
Azúcar	Onza	1	\$ 0,02	\$ 0,02
TOTAL				\$ 1,02

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

Costo Promedio de Materiales Directos por persona

La tabla 4.21 nos da a conocer el costo promedio de los alimentos y bebidas detallados en cuadros anteriores.

TABLA 4.21.

Costo Promedio Materiales Directos

ALIMENTOS Y BEBIDAS	COSTO TOTAL
<i>Alimentos</i>	
Yahuarlocro	\$ 1,75
Locro	\$ 2,24
Papas con Cuero	\$ 1,35
Llapingachos con Fritada	\$ 3,52
Mote con Chicharrón	\$ 0,95
Promedio por cada plato	\$ 1,96
<i>Bebidas</i>	
Jugos	\$ 1,02
Gaseosas	\$ 0,23
Agua Mineral	\$ 0,30
Cervezas	\$ 0,35
Promedio por bebidas	\$ 0,48
TOTAL COSTO PROMEDIO	\$ 2,44

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

Resumen del Costos de Materiales Directos

Tabla 4.22.

Costo Materiales Directos

Años	Número de clientes	Costo Promedio por cliente	Costo en Materiales Directos
1	13608	\$ 2,44	\$ 33.187,79

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 4.22. detalla el costo de materiales directos el cual fue calculado en base al número de clientes esperados y el costo promedio de materiales directos, obteniendo un monto de \$33.187,79 para el primer año de operación.

Es importante dar a conocer que el procedimiento de cálculo para el número de clientes se detallará más adelante en el presente capítulo.

4.4.1.2. Mano de Obra Directa

Se considera como mano de obra directa el personal que se encuentra en contacto directo en la producción de alimentos y bebidas, los cuales se detallan a continuación:

ANEXO 6

TABLA 4.23.

Mano de Obra Indirecta

N	Cargo	Liquido a Recibir Mensual	Liquido a Recibir Anual
1	Jefe de Cocina	\$ 271,95	\$ 3.331,57
2	Cocineros	\$ 208,50	\$ 2.558,44
3	Auxiliares de Cocina	\$ 208,50	\$ 2.558,44
4	Barman	\$ 208,50	\$ 2.558,44
TOTAL		\$ 897,44	\$ 11.006,89

Fuente: Restaurante “El Riobambeñito”
Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a la tabla 4.23. refleja el monto a recibir por el personal dedicado a la producción y elaboración del menú del restaurante el mismo que suma un monto anual de \$11.006,89

Total Costos Directos

TABLA 4.24.

Costos Directos

CONCEPTO	VALOR
Materiales Directos	\$ 33.187,79
Mano de Obra Directa	\$ 11.006,89
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 44.194,67

Elaborado por: **Silvia Almache**

El monto total de los Costos Directos incurridos en el presente proyecto suman un total de \$44.194,67.

4.4.2. COSTOS INDIRECTOS

Son considerados como costos indirectos a todos aquellos costos que se encuentran relacionados indirectamente con el servicio de restaurante, los cuales se clasifican en: Materiales Indirectos y Mano de Obra Indirecta.

4.4.2.1. Materiales Indirectos

Se han considerado como materiales indirectos aquellos productos que no son utilizados directamente en la producción de alimentos y bebidas, los cuales se detallan a continuación:

TABLA 4.25.

Materiales Indirectos

<i>Suministros</i>				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TOTAL ANUAL
4	Recipientes para almacenamiento	\$ 18,60	\$ 74,40	\$ 297,60
1	Funda Negra 35 x 47 (92 x 120 cm) 100 unidades	\$ 26,21	\$ 26,21	\$ 104,83
1	Funda Blanca tipo camiseta 12" x 22" d 5 100 unidades	\$ 4,59	\$ 4,59	\$ 18,37
1	Etiquetas producto x 5000	\$ 43,52	\$ 43,52	\$ 174,09
1	Caja de tarrinas de aluminio de 1lb.	\$ 47,89	\$ 47,89	\$ 191,56
1	Caja de tarrinas de aluminio de 2 lbs.	\$ 38,63	\$ 38,63	\$ 154,52
1	Caja de 5000 unid de sorbetes flexibles con forro	\$ 35,27	\$ 35,27	\$ 141,08
1	Servilletas de papel 60*100	\$ 29,82	\$ 29,82	\$ 119,28
1	Rollo de papel aluminio 18"x152,4 mts	\$ 38,94	\$ 38,94	\$ 155,77
1	Rollo de papel plástico adherente 18"X1400 mts	\$ 41,01	\$ 41,01	\$ 164,06
1	Pares de guantes de látex 50 unidades	\$ 3,14	\$ 3,14	\$ 12,54
1	Delantales plásticos 50 unidades	\$ 7,99	\$ 7,99	\$ 31,96
1	Cofias 100 Unidades	\$ 10,99	\$ 10,99	\$ 43,95
1	Redes para cabello Nylon Hilo 100 unidades	\$ 22,40	\$ 22,40	\$ 89,60
4	Rollos de papel industrial	\$ 22,40	\$ 89,60	\$ 358,40
2	Escoba latina La Brujita	\$ 2,38	\$ 4,76	\$ 19,04
2	Trapeadores	\$ 2,58	\$ 5,16	\$ 20,64
1	Pala metálica con mango	\$ 4,70	\$ 4,70	\$ 18,80
1	Carro de limpieza	\$ 69,97	\$ 69,97	\$ 279,88
TOTAL			\$ 598,99	\$ 2.395,97

<i>Uniformes</i>				
8	Pantalón chef unisex elástico	\$ 12,95	\$ 103,60	\$ 207,20
8	Chaqueta chef gabard	\$ 13,04	\$ 104,32	\$ 208,64
8	Delantal Chef Gabardina grande	\$ 6,56	\$ 52,48	\$ 104,96
8	Delantal Chef Gabardina pequeño	\$ 6,12	\$ 48,96	\$ 97,92
5	Camiseta Pique	\$ 7,50	\$ 37,50	\$ 75,00
5	Pantalones Casimir	\$ 16,43	\$ 82,15	\$ 164,30
8	Limpión grande	\$ 1,88	\$ 15,04	\$ 30,08
10	Litos	\$ 1,88	\$ 18,80	\$ 37,60
TOTAL			\$ 66,36	\$ 462,85
TOTAL MATERIALES INDIRECTOS				\$ 3.321,67

Fuente: Restaurante "El Riobambeñito"
Elaborado por: Silvia Almache

El costo de materiales indirectos suman un monto anual de \$3.321,67 Dólares americanos.

4.4.2.2. Mano de Obra Indirecta

La mano de obra indirecta es aquella que se encuentra relacionada indirectamente con el proceso de producción del restaurante, siendo el personal que es participe de actividades relacionadas con el servicio del mismo.

ANEXO 7

TABLA 4.26.

Mano de Obra Indirecta

N	Cargo	Liquidado a Recibir Mensual	Liquidado a Recibir Anual
1	Cajero	\$ 208,50	\$ 2.558,44
2	Posilleros	\$ 208,50	\$ 2.558,44
3	Capitán de Meseros	\$ 226,63	\$ 2.779,33
4	Meseros	\$ 208,50	\$ 2.558,44
TOTAL		\$ 852,11	\$ 10.454,65

Fuente: Restaurante "El Riobambeño"
Elaborado por: Silvia Almache

El costo de la Mano de Obra Indirecta suma un total anual de \$10.454,65 Dólares americanos.

Total Costos Indirectos

TABLA 4.27.

Costos Indirectos

CONCEPTO	VALOR
Materiales Indirectos	\$ 3.321,67
Mano de Obra Indirecta	\$ 10.454,65
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$ 13.776,33

Elaborado por: Silvia Almache

La tabla 4.27. nos refleja un monto de \$13.776,33 anuales por costos indirectos.

4.4.3. Gastos de Administración y venta

Los gastos de Administración y venta para el presente proyecto se los ha clasificado en: servicios básicos, suministros de oficina, publicidad y sueldos de administración.

- **Servicios Básicos**

Para el presente proyecto se han considerado como servicios básicos al pago de agua potable, energía eléctrica, teléfono, internet y arriendo, cuyo costo se encuentra reflejado en la siguiente tabla:

TABLA 4.28.

Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua Potable	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Energía Eléctrica	\$ 380,00	\$ 4.560,00
Teléfono	\$ 50,00	\$ 600,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Arriendo	\$ 800,00	\$ 9.600,00
TOTAL	\$ 1.455,00	\$ 17.460,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

- **Suministros de Oficina**

Se tomarán en cuenta los siguientes suministros de oficina:

TABLA 4.29.**Suministros de Oficina**

MATERIALES	MENSUAL			ANUAL		
	CANTIDAD	COSTO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD	COSTO	COSTO ANUAL
Facturas (Libretin de 100 facturas)	18	\$ 4,00	\$ 72,00	216	\$ 4,00	\$ 864,00
Esferos	5	\$ 0,20	\$ 1,00	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Perforadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Grapadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Caja de grapas	1	\$ 2,00	\$ 2,00	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Carpetas Bene	3	\$ 2,00	\$ 6,00	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Paquete de Hojas A4	3	\$ 5,25	\$ 15,75	36	\$ 5,25	\$ 189,00
TOTAL			\$ 102,75			\$ 1.087,80

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

- **Publicidad**

Las campañas publicitarias del restaurante estarán compuestas por:

TABLA 4.30.**Publicidad**

PUBLICIDAD	COSTO ANUAL
Creación de Página Web	\$ 550
Suscripción en Páginas Web	\$ 540
Suscripción en revistas	\$ 640
Insertos	\$ 700
E-mailing	\$ 60
TOTAL	\$ 2.490

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

- **Sueldos de Administración**

El personal administrativo del restaurante ocupa los siguientes cargos:

ANEXO 8

TABLA 4.31.**Sueldos Administración**

N	Cargo	Liquido a Recibir Mensual	Liquido a Recibir Anual
1	Gerente General	\$ 725,20	\$ 8.853,90
2	Administrador	\$ 634,55	\$ 7.749,43
3	Contador	\$ 589,23	\$ 7.197,20
4	Compañía de Seguridad	\$ 362,60	\$ 4.436,03
TOTAL		\$ 2.311,58	\$ 28.236,57

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Total Gastos de Administración y Venta**TABLA 4.32.****Gastos de Administración y Venta**

CONCEPTO	COSTOS Y GASTOS
Servicios Básicos	\$ 17.460,00
Suministros de Oficina	\$ 1.087,80
Publicidad	\$ 2.490,00
Sueldos de administración	\$ 28.236,57
TOTAL	\$ 49.274,37

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Los gastos de administración y venta suman un monto total de \$49.274,37 dólares anuales.

4.4.4. Resumen de Costos y Gastos

La tabla 4.33. nos da a conocer el monto de los costos y gastos incurridos en el presente proyecto:

TABLA 4.33.

Costos y Gastos Incurridos

DETALLE	COSTOS Y GASTOS
Costos Directos + Costos Indirectos	\$ 57.971,00
Gastos de Administración y Venta	\$ 49.274,37
Depreciación	\$ 3.303,02
COSTOS Y GASTOS TOTALES	\$ 110.548,38

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.5. INGRESOS

Los ingresos son los beneficios directos ocasionados por la venta del producto o servicio que genera el proyecto,⁵⁴ en el caso del restaurante los ingresos vienen dados por la prestación del servicio mediante la preparación y elaboración de alimentos los mismos que serán servidos a clientes finales.

Para el cálculo de los ingresos del presente proyecto es necesario tomar en cuenta el número de clientes anuales que en promedio recibirá el restaurante, como nos muestra la siguiente tabla:

TABLA 4.34.

Número de Clientes Anuales

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	NÚMERO DE CLIENTES ANUAL
2009	45%	13608
2010	60%	18634
2011	70%	21740
2012	70%	22327
2013	70%	22929

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

⁵⁴ Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain, *Preparación y Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, Quinta Edición, México, 2007. Pág. 275

Como nos muestra la tabla 4.34. el cálculo de clientes anuales se lo realizó en base al porcentaje de utilización de la capacidad instalada. Para estimar el número de clientes para el año 2009 se tomó en cuenta únicamente el 45% de la capacidad real del restaurante, el mismo que cuenta con 84 plazas. Esto se debe a que generalmente en el primer año de servicio hasta ganar una mayor cuota de mercado por medio de publicidad y otros medios, el porcentaje esperado de consumidores no puede ser mayor. Una vez ejecutadas las campañas publicitarias se espera que para el año 2010 la cuota de mercado incremente para lo cual se tomará en cuenta un 60% de la capacidad instalada del local más la tasa de crecimiento de la ciudad de Quito que es 2.7%. ⁵⁵Para los tres siguientes años se tomará en cuenta un 70% de utilización de la capacidad instalada del restaurante.

Una vez establecido el número de clientes anuales que en promedio recibirá el restaurante se procederá a calcular el pronóstico de ventas anuales del restaurante, los cuales se detallan a continuación:

TABLA 4.35.

Pronóstico de Ventas

AÑO	NÚMERO DE CLIENTES	CONSUMO PROMEDIO POR CLIENTE	INGRESO TOTAL
1	13608	\$ 10,00	\$ 136.080,00
2	18634	\$ 10,00	\$ 186.338,88
3	21740	\$ 10,00	\$ 217.395,36
4	22327	\$ 10,00	\$ 223.265,03
5	22929	\$ 10,00	\$ 229.293,19

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

La tabla 4.35. nos da a conocer lo ingresos anuales del restaurante, para lo cual se tomo en cuenta el número de clientes por año y el consumo promedio por cliente. Es importante dar a conocer que la cifra establecida al rubro consumo promedio por cliente se la determinó en base a los datos obtenidos por el actual restaurante “El Riobambeñito”.

⁵⁵ Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

4.6. FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja es un proceso de sistematización de costos y beneficios financieros, en el cual se da a conocer la inversión inicial realizada así como las entradas y salidas de capital ocurridos en cada período del proyecto.

A continuación se da a conocer el Flujo de caja con un tiempo de vida útil de 5 años:

TABLA 4.36

Flujo de Caja Anual

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones						
Inversiones Fijas	-\$ 30.318,84					
Inversiones Diferidas	-\$ 2.011,12					
Capital de Trabajo Preoperativo	-\$ 42.205,99					
Total Inversiones	-\$ 74.535,95					
Ingresos Restaurante		\$ 136.080,00	\$ 186.338,88	\$ 217.395,36	\$ 223.265,03	\$ 229.293,19
(-) Costos de Producción						
Costos Directos		\$ 44.194,67	\$ 46.099,46	\$ 48.086,35	\$ 50.158,87	\$ 52.320,72
Costos Indirectos		\$ 13.776,33	\$ 14.370,09	\$ 14.989,44	\$ 15.635,48	\$ 16.309,37
Depreciación		\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02
(-) Gastos de Operación						
Gastos de Administración y venta		\$ 49.274,37	\$ 51.398,09	\$ 53.613,35	\$ 55.924,08	\$ 58.334,41
(=) Utilidad Operativa		\$ 25.531,62	\$ 71.168,22	\$ 97.403,21	\$ 98.243,58	\$ 99.025,67
(-) Gastos Financieros		\$ 4.552,35	\$ 3.794,56	\$ 2.967,13	\$ 2.063,66	\$ 1.077,16
(=) Utilidad Antes de Participación Laboral		\$ 20.979,26	\$ 67.373,66	\$ 94.436,07	\$ 96.179,92	\$ 97.948,51
(-) 15% Participación Laboral		\$ 3.146,89	\$ 10.106,05	\$ 14.165,41	\$ 14.426,99	\$ 14.692,28
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 17.832,37	\$ 57.267,61	\$ 80.270,66	\$ 81.752,93	\$ 83.256,23
(-)25% de Impuesto a la Renta		\$ 4.458,09	\$ 14.316,90	\$ 20.067,67	\$ 20.438,23	\$ 20.814,06
(=) UTILIDAD NETA		\$ 13.374,28	\$ 42.950,71	\$ 60.203,00	\$ 61.314,70	\$ 62.442,18
(+) Depreciación		\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02
(=) FLUJO NETO DE EFECTIVO DE CAJA	-\$ 74.535,95	\$ 16.677,30	\$ 46.253,72	\$ 63.506,01	\$ 64.617,72	\$ 65.745,19

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

El Flujo de Caja anteriormente expuesto refleja una ganancia líquida para el año 1 de \$16.677,30 una vez ya realizados los correspondientes costos y gastos que requiere el proyecto y finalmente una ganancia de \$65.745,19 para el año 5.

Es importante dar a conocer que las proyecciones realizadas para los costos y gastos incurridos se lo realizó en base a la inflación acumulada anual de 4.31%, la misma que fue obtenida por los datos establecidos por el Banco Central del Ecuador.

4.7. Estado de Perdidas Ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias “se lo considera el más importante por que presenta el resultado de las operaciones, es decir del uso de los recursos durante un periodo determinado”⁵⁶, el cual permite principalmente determinar la eficiencia de los recursos.

A continuación se presentara el estado de pérdidas y ganancias proyectado a cinco años.

⁵⁶ Sáenz Rodrigo, 2006, Pág. 31

TABLA 4.37

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversiones						
Inversiones Fijas	-\$ 30.318,84					
Inversiones Diferidas	-\$ 2.011,12					
Capital de Trabajo	-\$ 42.205,99					
Total Inversiones	-\$ 74.535,95					
Ingresos Restaurante		\$ 136.080,00	\$ 186.338,88	\$ 217.395,36	\$ 223.265,03	\$ 229.293,19
(-) Costos de Producción						
Costos Directos		\$ 44.194,67	\$ 46.099,46	\$ 48.086,35	\$ 50.158,87	\$ 52.320,72
Costos Indirectos		\$ 13.776,33	\$ 14.370,09	\$ 14.989,44	\$ 15.635,48	\$ 16.309,37
Depreciación		\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02	\$ 3.303,02
(-) Gastos de Operación						
Gastos de Administración y venta		\$ 49.274,37	\$ 51.398,09	\$ 53.613,35	\$ 55.924,08	\$ 58.334,41
(=) Utilidad Operativa		\$ 25.531,62	\$ 71.168,22	\$ 97.403,21	\$ 98.243,58	\$ 99.025,67
(-) Gastos Financieros		\$ 4.552,35	\$ 3.794,56	\$ 2.967,13	\$ 2.063,66	\$ 1.077,16
(=) Utilidad Antes de Participación Laboral		\$ 20.979,26	\$ 67.373,66	\$ 94.436,07	\$ 96.179,92	\$ 97.948,51
(-) 15% Participación Laboral		\$ 3.146,89	\$ 10.106,05	\$ 14.165,41	\$ 14.426,99	\$ 14.692,28
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 17.832,37	\$ 57.267,61	\$ 80.270,66	\$ 81.752,93	\$ 83.256,23
(-)25% de Impuesto a la Renta		\$ 4.458,09	\$ 14.316,90	\$ 20.067,67	\$ 20.438,23	\$ 20.814,06
(=) UTILIDAD NETA	-\$ 74.535,95	\$ 13.374,28	\$ 42.950,71	\$ 60.203,00	\$ 61.314,70	\$ 62.442,18

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

4.8. BALANCE GENERAL

El Balance General es un estado financiero que muestra “a una fecha determinada, los datos resumidos de sus activos (inversiones), pasivos (derechos de los acreedores sobre los activos) y el patrimonio (derechos de los accionistas sobre el total de recursos)”⁵⁷.

A continuación se da a conocer el Balance General para el presente proyecto:

TABLA 4.38.

Balance General

BALANCE GENERAL			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 42.205,99	PASIVO CORRIENTE	\$ 0,00
Caja y Bancos	\$ 42.205,99	Obligaciones Bancarias	
		Porción de la deuda a largo plazo	
ACTIVO FIJO	\$ 30.318,84	Cuentas por pagar proveedores	
Muebles y Enseres	\$ 9.038,57	Gastos Acumulados por pagar	
Equipo de Oficina	\$ 293,60	Otros Pasivos Corrientes	
Equipo de Computación	\$ 1.162,00		
Equipos de Cocina	\$ 15.202,49	PASIVO LARGO PLAZO	\$ 49.535,95
Utensilios de Cocina	\$ 2.226,82	Cuentas por pagar proveedores	
Vajilla	\$ 1.540,30	Obligaciones Bancarias	\$ 49.535,95
Cubertería	\$ 591,52	Otros Pasivos a Largo Plazo	
Cristalería	\$ 263,56		
		PATRIMONIO	\$ 25.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.011,12	Capital Social Pagado	\$ 25.000,00
Gastos de Constitución	\$ 2.011,12		
TOTAL ACTIVOS	\$ 74.535,95	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 74.535,95

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

⁵⁷ Sáenz Rodrigo, 2006, Pág. 27

CAPITULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS

- Determinar la rentabilidad del proyecto mediante diferentes métodos de evaluación económica.
- Calcular el Valor Actual Neto del Proyecto
- Determinar la Tasa Interna de Retorno del Proyecto
- Establecer la relación Beneficio Costo de la presente investigación
- Calcular el Período de recuperación de Capital del proyecto
- Aceptar o Rechazar la decisión de inversión.

La Evaluación económica y financiera de un proyecto es la parte final de una serie de análisis, cuyo objetivo principal es evaluar la factibilidad del mismo.

En los capítulos anteriores se especifico una serie de procedimiento que abarcaron en detalle las inversiones realizas, los costos y gastos incurridos y la utilidad que el proyecto generará en los próximos cinco años de vida útil. El presente capítulo trata de dar a conocer la rentabilidad económica del presente proyecto, para lo cual se establecerán diferentes criterios de aceptación o rechazo del mismo con la finalidad de dar a conocer la viabilidad o factibilidad de la puesta en marcha de una sucursal del restaurante “El Riobambeño” al norte de la ciudad de Quito.

5.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la evaluación económica del presente proyecto se tomarán en cuenta los siguientes criterios de aceptación:

5.2.1. Valor Actual Neto

El valor actual neto es considerado como “el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”⁵⁸

Para el cálculo del Valor Actual Neto del proyecto es necesario calcular la Tasa Mínima atractiva de Rendimiento o tasa de descuento (TMAR), para lo cual se tomará en cuenta la inflación acumulada anual y la tasa de interés activa, mediante la aplicación de la siguiente fórmula matemática:

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

En donde:

Tasa de Riesgo (i) = 4.31%

Inflación Anual (f) = 9,19%

$$TMAR = 13.90\%$$

El cálculo del valor actual neto del presente proyecto se lo realizo mediante la aplicación de la ecuación matemática establecida por la función VNA del programa Excel, el cual reflejo el siguiente resultado:

⁵⁸ Baca Urbina, Gabriel, *Evaluación de Proyectos*, McGraw Hill, tercera edición, México, 1995. Pág. 181

TABLA 5.1.

Valor Actual Neto

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS DE EFECTIVO
0	-\$ 74.535,95	
1		\$ 16.677,30
2		\$ 46.253,72
3		\$ 63.506,01
4		\$ 64.617,72
5		\$ 65.745,19
	VAN	\$ 91.445,22

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

Mediante los cálculos realizados anteriormente podemos concluir que el proyecto es viable al obtener un valor actual neto positivo de \$91.445,22; lo que significa que hasta el momento el proyecto obtendrá ganancias a lo largo de la vida útil del mismo.

5.2.2. Tasa Interna De Retorno

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el valor actual neto del proyecto sea igual a cero.

Mediante este criterio de aceptación se podrá determinar la viabilidad de un proyecto siempre que la tasa interna de retorno se mayor o igual que la tasa de descuento anteriormente calculada, es decir:

- $TIR > TMAR$
- $TIR = TMAR$

Para el cálculo de esta variable se utilizó la función TIR del programa Excel

TABLA 5.2.

Tasa Interna de Retorno

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS DE EFECTIVO
0	-\$ 74.535,95	-\$ 74.535,95
1		\$ 16.677,30
2		\$ 46.253,72
3		\$ 63.506,01
4		\$ 64.617,72
5		\$ 65.745,19
	TIR	48,12%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

De acuerdo a los cálculos realizados de la Tasa Interna de Retorno podemos concluir que aceptamos el proyecto, debido a que la Tasa de Actualización (TMAR) calculada anteriormente es de 13,90%, la misma que es menor a la Tasa Interna de Retorno obtenida, la cual nos refleja un valor de 48.12%.

5.2.3. Relación Beneficio Costo

La Relación Beneficio Costo es un criterio de decisión que explica cuantos son los beneficios superiores respecto de los costos, su cálculo es mediante la suma de los flujos para luego dividirla para la inversión. Su criterio se basa en que su resultado debe ser mayor a 1, ya que indica el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

TABLA 5.3.

Relación Beneficio Costo

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Positivo de efectivo						
Ingresos Operativos		\$ 136.080,00	\$ 186.338,88	\$ 217.395,36	\$ 223.265,03	\$ 229.293,19
Total		\$ 136.080,00	\$ 186.338,88	\$ 217.395,36	\$ 223.265,03	\$ 229.293,19
Flujo Negativo de efectivo						
Inversión Inicial	\$ 74.535,95					
Costos de producción		\$ 61.274,02	\$ 63.772,57	\$ 66.378,80	\$ 69.097,37	\$ 71.933,11
Gastos Operativos		\$ 49.274,37	\$ 51.398,09	\$ 53.613,35	\$ 55.924,08	\$ 58.334,41
Gastos Financieros		\$ 4.552,35	\$ 3.794,56	\$ 2.967,13	\$ 2.063,66	\$ 1.077,16
15% Part. Laboral		\$ 3.146,89	\$ 10.106,05	\$ 14.165,41	\$ 14.426,99	\$ 14.692,28
25% Imp. a la Renta		\$ 4.458,09	\$ 14.316,90	\$ 20.067,67	\$ 20.438,23	\$ 20.814,06
Total	\$ 74.535,95	\$ 122.705,72	\$ 143.388,17	\$ 157.192,36	\$ 161.950,34	\$ 166.851,01

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

$$R \frac{b}{c} = \frac{\frac{FPE_1}{(1+i)^1} + \frac{FPE_2}{(1+i)^2} + \frac{FPE_3}{(1+i)^3} + \frac{FPE_4}{(1+i)^4} + \frac{FPE_5}{(1+i)^5}}{I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}}$$

$$R \frac{b}{c} = \frac{663652,02}{583294,73}$$

$$R \frac{b}{c} = 1,14$$

Tomando en cuenta los datos calculados anteriormente, podemos concluir que el proyecto se acepta, debido a que la Relación Beneficio Costo es de 1,14; la misma que es mayor a 1.

5.2.4. Período de Recuperación de Capital

“Es el tiempo que tarda exactamente el proyecto en recuperar la inversión total, en función de los flujos de caja actualizados que genera el proyecto durante su duración o vida útil”⁵⁹.

Para calcular el período de recuperación de capital se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_{R/K} = N - 1 + \left[\frac{(FA)_{n-1}}{(F)_n} \right]$$

En donde:

- N = Año en el que el flujo acumulado cambia de signo
- (FA) n-1 = Flujo de efectivo acumulado en el año previo a N
- (F) n = FNE en el año N

El período de recuperación de capital del presente proyecto se da a conocer en la siguiente tabla:

TABLA 5.4.

Período de Recuperación de Capital

AÑO	FNE	FLUJO ACUMULADO
0	-74.535,95	-74.535,95
1	16.677,30	-57.858,65
2	46.253,72	-11.604,93
3	63.506,01	51.901,09
4	64.617,72	116.518,80
5	65.745,19	182.263,99

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

⁵⁹Sáenz Rodrigo 2006, Pág. 252

$$P R / K = 3 - 1 + \left[\frac{11.604,93}{63.542,19} \right]$$

$$P R / K = 2,18$$

$$P R / K_{meses} = \frac{0,18 * 360}{30}$$

$$P R / K_{meses} = 2,16$$

Los datos anteriores muestran que el Período de Recuperación del Capital invertido en este proyecto se recuperará al culminar el segundo año, es decir a los dos años doce meses, lo cual se considera un tiempo bastante bueno considerando el monto de la inversión inicial.

5.3. INDICES FINANCIEROS

5.3.1. Índice de Rentabilidad sobre el patrimonio

“Mide la rentabilidad contable que la empresa brinda a sus accionistas por haber arriesgado su capital.”⁶⁰

El índice de rentabilidad sobre el patrimonio se calcula de la siguiente manera

$$Rentabilidad \text{ sobre el patrimonio} = \frac{Utilidad \text{ Neta}}{Patrimonio}$$

⁶⁰ Sáenz Rodrigo 2006, Pág. 50

TABLA 5.5.

Índice de Rentabilidad sobre el patrimonio

CONCEPTO	VALOR
Utilidad Neta	13.374,28
Patrimonio	25.000,00
Rentabilidad sobre el patrimonio	53,50%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

La rentabilidad de los accionistas de la empresa para el primer año de operación es de 53,50%.

5.3.2. Índice de Solidez

Es aquel que “permite evaluar la estructura de financiamiento de activo total. Mientras menor sea la participación del pasivo total en el financiamiento del activo total, menor es el riesgo financiero de la empresa, mayor es el margen de garantía y seguridad para los acreedores actuales y potenciales y mayor también es la capacidad de endeudamiento adicional para atender expansiones” ⁶¹.

Para el cálculo del índice de solidez se utilizó la siguiente fórmula matemática:

$$\text{Índice de Solidez} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

En donde:

Tabla 5.6.

Índice de Solidez

CONCEPTO	VALOR
Pasivo Total	49.535,95
Activo Total	72.524,83
Índice de Solidez	68,30%

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache

⁶¹ Sáenz Rodrigo 2006, Pág. 47

De acuerdo a los cálculos realizados en la tabla 5.5. La solidez de la empresa es de 68,30% para el primer año de operación, lo que significa que el restaurante no tendrá impactos negativos en la rentabilidad sobre los recursos propios.

5.4. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de sensibilidad consiste en “visualizar que variables tiene mayor efecto en el resultado frente a distintos grados de error en su estimación permite decidir acerca de la necesidad de realizar estudios más profundos de esas variables”⁶²

Para el presente proyecto se realizará un análisis de sensibilidad de precios (Consumo promedio por cliente en \$), el cual consiste en determinar a qué nivel de precios el proyecto analizado alcanza un VAN positivo y negativo.

Cabe recordar que el precio o consumo promedio por cliente es de \$10, de esta manera se realizaran escenarios optimistas y pesimistas mediante un incremento y disminución del precio promedio en un 30%, tal como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 5.7.

Análisis de Sensibilidad

NIVEL DE PRECIOS	\$ 7	\$ 10	\$ 13
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	(35.181,11)	91.445,22	218.665,79
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	-2,56%	48,12%	88,46%
RELACIÓN BENEFICIO COSTO	0,91	1,14	1,32
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	5	2	1,5

**Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Silvia Almache**

⁶² Sapag Chain Nassir, Reinaldo, 2008, Pág. 399.

La tabla 5.7. nos muestra que ante una disminución en el consumo promedio por cliente en un 30% el proyecto deja de ser factible al obtener un VAN negativo, una tasa interna de retorno menor a la tasa de actualización y una relación beneficio costo menor a 1, mientras que con un incremento del consumo promedio por cliente en un 30% el proyecto mantiene su viabilidad al cumplir con todos los criterios de evaluación financiera anteriormente expuestos.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El sector Ñaquito ubicado el norte de la ciudad es considerado como una de las zonas con mayor movimiento comercial del Distrito Metropolitano de Quito.
- La idea de poner en marcha una sucursal del Restaurante “El Riobambeñito” en el sector norte de la ciudad de Quito, surgió por la necesidad de los clientes de contar con un restaurante de comida típica ecuatoriana al momento que gusten, sin tener la obligación de trasladarse a las fuera de la ciudad para satisfacer sus necesidades.
- Uno de los estudio claves de este proyecto fue el Estudio de Mercado, debido a que este generó todos los resultados tanto de la demanda como de la oferta, el cual fue favorable debido a que el proyecto tuvo aceptación por los mismos.
- La encuesta fue una herramienta útil para poder determinar la frecuencia de los clientes a restaurantes de comida típica, los horarios de preferencia, el precio promedio y medios de publicidad, los mismos que fueron definidos en base a las preferencias de los posibles consumidores reales y potenciales del restaurante.
- El estudio de mercado también generó las pautas para el diseño del estudio técnico en base a las diferentes variables obtenidas por las encuestas con relación a los gustos y preferencias.
- Mediante el estudio técnico se logró establecer el tamaño óptimo para lograr una alta funcionalidad, además se determinó la localización más estratégica para este proyecto dentro de las dos alternativas con que se contaba.

- También se logró desarrollar los procesos productivos que permitirán implementar la operación aprovechando de mejor manera todos los recursos y puntualizar el estudio administrativo, debido a que según el tamaño del establecimiento se pudo conformar el organigrama estructural de la empresa y los puestos de trabajo que se requerirán.
- Otro de los estudios de mayor importancia es el Estudio Financiero, que permitió determinar si es factible o no la instalación de una sucursal del restaurante “El Riobambeñito” en el sector norte de la ciudad de Quito.
- Para la puesta en marcha del presente proyecto se necesitará realizar desembolsos de capital para cubrir la inversión total que el mismo requiere, el cual estará financiado el 33.54% con recursos propios y el 66.46% con deuda a largo plazo, sumando un monto de inversión inicial de \$74.535,95.
- Los Flujos de Caja reflejan el funcionamiento del proyecto, el cual incluye todos los ingresos y egresos que el restaurante tendrá durante los primeros cinco años de vida útil. Cabe resaltar que se obtiene valores positivos en el flujo de caja, es decir que el proyecto es rentable. Además por el tipo de servicios y su costo es de gran liquidez, lo cual es bastante bueno ya que permitirá contar con el dinero necesario para la operación del mismo.
- Después de realizar el estudio financiero se llegó a la conclusión de que el proyecto es viable al obtener un Valor Actual Neto de \$91.445,22, una Tasa Interna de Retorno de 48.12%, la Relación Beneficio Costo mayor a 1 (1,14) y el período de recuperación de capital de 2 años 12 meses.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda poner en marcha este proyecto, debido a los rendimientos que genera, además que provee empleo a muchas personas.
- Debido a que la atención que hay en los restaurantes no es muy buena en el Ecuador es recomendable ofrecer una excelente calidad, capacitando al personal de trabajo.
- Los platos deben tener una presentación atractiva y ser elaborados con ingredientes frescos y de excelente calidad.
- El restaurante deberá cumplir con todos los requisitos de sanidad y que todos los reglamentos con la ley estén en orden.
- Es recomendable que el restaurante mantenga las mismas políticas relacionadas a la producción de los platos del menú, así como al servicio otorgado por el original restaurante “El Riobambeñito”.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw Hill, tercera edición, México, 1995
- Brian Cooper, Como iniciar y administrar un Restaurante, Editorial Norma, Colombia, 2002.
- Gallego, Jesús Felipe, Diccionario de Hostelería, Editorial Paraninfo, España, 2002.
- Kinnear, Thomas y Taylor, James; Investigación de mercados, McGraw Hill, Quinta edición, Colombia, 2003.
- Malhotra, Maresh, Investigación de Mercados, Editorial Pearson, Cuarta Edición, Colombia, 2004.
- Miguel David Rojas López, Evaluación de Proyectos, Ecoe Ediciones, Colombia, 2007.
- Miranda Juan José, Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Colombia, 2005
- Morfín Herrera, María del Carmen, Administración de Comedor y Bar, Editorial Trillas, México, 2007.
- Nassir Sapag Chain; Reinaldo Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw Hill, Quinta Edición, México, 2007.
- Reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario

- Sáenz Juan Rodrigo, Manual de Gestión Financiera, Ecuador, 2006.
- Werner Ketelhohn, Inversiones: Análisis de inversiones estratégicas, Editorial Norma, Colombia, 2004.
- www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebidas.
- www.lacamara.org
- www.msp.gov.ec/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=9&Itemid=174
- www.quito-turismo.gov.ec/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=13&Itemid=103&mosmsg=Est%20intentando+acceder+desde+un+dominio+no+autorizado.+%28www.google.com.ec%29
- www.quito-turismo.gov.ec/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=43&Itemid=88
- www.redlabora.net/redlaboranuevo/verDoc.aspx?fichero=289
- www.tramitesciudadanos.gov.ec/tramite_imp.php?cd=130&PHPSESSID=dvh1pml2vhm4q62usn1melklv5

ANEXOS

PROFORMAS