



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL**

**TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS EN LA CIUDAD DE MANTA.

**AUTORA**

JENIFFER ELIZABETH ZAMBRANO SANTANA

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

ECO. FERNANDO AZULES

Manta – Manabí – Ecuador

2017

## **CERTIFICACIÓN**

En calidad de Director de Proyecto, CERTIFICO: que el trabajo de investigación realizado por el estudiante **ZAMBRANO SANTANA JENIFFER ELIZABETH**, sobre el tema **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS EN LA CIUDAD DE MANTA”**, previo a la obtención del Título de Economista, ha sido dirigido y supervisado durante su realización tal como lo disponen las Normas Académicas y Reglamento de Graduación, bajo los parámetros de investigación basados en conceptos, análisis, propuestas, conclusiones y recomendaciones.

Los contenidos y conceptos emitidos por la autora del Proyecto son de su exclusiva responsabilidad.

---

**Ec. Fernando Anzules**  
**DIRECTOR DE PROYECTO**

## **AUTORÍA**

Los conceptos, ideas, análisis, conceptos, resultados, conclusiones y hechos expuestos por el presente trabajo de tesis denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS EN LA CIUDAD DE MANTA** ", son de exclusiva responsabilidad de la autora, con el respaldo de las citas de los Autores de los textos utilizados y los Derechos Patrimoniales de la misma, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

---

**JENIFFER ELIZABETH ZAMBRANO SANTANA**

**C.I. 131633012-3**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, que me dio la fortaleza y sabiduría para continuar con las diferentes etapas de mi vida. A mis padres Pedro y Cruz por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional, gracias por ser pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar las situaciones vividas.

A mis hermanos y a mi sobrino quienes han dado alegría a mi vida y me han impulsado ser su ejemplo a seguir.

A mis profesores, que gracias a su conocimiento transmitido formaron mi desarrollo profesional, especialmente a mi tutor de tesis el Ec. Fernando Anzules quien me ha apoyado en mi formación e impulso la elaboración de este proyecto.

**Jeniffer Zambrano Santana.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a Dios por guiarme durante todos los pasos a lo largo de mi vida, y darme fuerza y valor para culminar esta etapa.

Agradezco a mi mamá por la confianza y el apoyo brindado durante toda mi vida, en especial por el amor y la dedicación que siempre ha tenido conmigo.

Agradezco a mi papá por ser mi ejemplo a seguir, sin su apoyo no hubiera sido posible culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mis hermanos, quienes han sido mi inspiración para dar ejemplo, gracias a su cariño que siempre me ha fortalecido.

Agradezco a mis tíos Maribel y Newton, quienes me han apoyado en mi vida universitaria y me acogieron en su hogar estando conmigo en buenos y malos momentos, infinitas gracias.

Agradezco a mis profesores, quienes me impartieron sus conocimientos, en especial a mi tutor de tesis, Ec. Fernando Anzules quien más que mi profesor ha sido un gran amigo y apoyo, gracias por la dedicación en mi proceso de titulación.

Agradezco a mis amigos y compañeros de clases, con quienes pasé muy buenos momentos e hicieron mis días más alegres, gracias al trabajo en equipo pudimos lograrlo y culminar esta etapa; en especial a mi amiga incondicional Ruddy que ha sido mi compañera de muchos momentos buenos y malos desde el colegio, con la cual hemos luchado para salir adelante.

Agradezco a todos mis familiares, gracias a su amor que me impulso a seguir con firmeza en mis estudios, en especial a mis abuelos quienes me han inspirado para llegar a mi meta.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS.

<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS.</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.</b>	<b>IX</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRADORES.</b>	<b>XII</b>
<b>INTRODUCCIÓN.</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b>	<b>3</b>
<b>1.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO</b>	<b>3</b>
<b>1.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA</b>	<b>5</b>
<b>1.3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>8</b>
1.3.1 Objetivo del Estudio de Factibilidad	8
1.3.1.1 Objetivo General	8
1.3.1.2 Objetivo Específico	8
<b>1.4. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO</b>	<b>9</b>
1.4.1. Naturaleza del proyecto	9
1.4.2. Importancia del proyecto	9
1.4.3 Localización del proyecto	10
1.4.4 Políticas económicas que favorecen o limitan el desarrollo del proyecto	12
<b>1.5 METODOLOGÍA</b>	<b>12</b>
1.5.1 Nivel de la investigación	14
1.5.2 Métodos y técnicas.	14
1.5.3 Técnicas e instrumentos.	15
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>17</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO.</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Objetivo del estudio de mercado.</b>	<b>17</b>
<b>2.2. Puntos de investigación</b>	<b>17</b>
<b>2.3. Determinación del mercado.</b>	<b>17</b>
2.3.1 Muestra.	18
<b>2.3 Análisis e interpretación de los resultados.</b>	<b>19</b>
2.3.1 Encuesta para determinar la demanda.	20
Pregunta N° 1	20
Pregunta N° 2	21
Pregunta N° 3	22
Pregunta N° 4	23
Pregunta N° 5	24
Pregunta N° 6	25
Pregunta N° 7	26
Pregunta N° 8	27
Pregunta N° 9	28
Pregunta N° 10	29

Pregunta N° 11	30
<b>2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO.</b>	<b>31</b>
2.4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA	31
2.4.1.1 Estado del sector.	31
2.4.1.3 Barreras de entrada y de salida.	36
2.4.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.	36
2.4.2.1 Producto.	36
2.4.2.2 Clientes.	38
2.4.2.3 Competencia.	39
2.4.2.4 Análisis FODA.	40
2.4.3 DEMANDA Y OFERTA.	41
2.4.3.1 Determinación de la demanda actual y futura.	41
2.4.3.2 Determinación de la oferta actual y futura.	43
2.4.3.3 Demanda insatisfecha en el mercado de referencia.	44
2.4.3.4 Demanda que atenderá el proyecto.	45
2.4.4 PRECIO.	45
2.4.5 Estrategia de promoción.	46
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>47</b>
<b>3.1 ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>47</b>
3.1.1 Objetivo del estudio técnico.	47
3.1.2 Tamaño del proyecto.	47
3.1.3 Capacidad del restaurante.	48
3.1.9 Requerimientos de maquinarias y tecnologías.	50
3.1.10 Requerimientos de Insumos	52
3.1.11 Requerimiento de materia prima.	54
3.1.12 Requerimiento de personal.	56
3.1.13 Inversión de activos.	57
<b>3.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO.</b>	<b>59</b>
3.2.1 Objetivo del estudio administrativo.	59
3.2.2. Base filosófica de la empresa.	59
3.2.2.1 Misión.	59
3.2.2.2 Visión.	59
3.2.5 Distribución de funciones y responsabilidades.	60
3.2.7 Marco legal relacionado con la empresa.	63
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>67</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO.</b>	<b>67</b>
<b>4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO.</b>	<b>67</b>
<b>4.2 INVERSIÓN.</b>	<b>67</b>
4.2.1 Activos fijos.	68
4.2.2 Activos diferidos.	68
4.2.3 Capital de Trabajo	69
4.2.3 Total de inversión.	71
<b>4.3 FINANCIAMIENTO.</b>	<b>71</b>
4.3.1 Estrategia de financiamiento.	71
4.3.2 Tabla de amortización.	72
4.3.3 Calculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).	74
<b>4.4 PRECIO PROYECTADO.</b>	<b>74</b>

<b>4.5 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.</b>	<b>75</b>
<b>4.6 PROYECCIONES DE COSTOS Y GASTOS.</b>	<b>75</b>
4.6.1. PROYECCIÓN DE COSTOS.	75
4.6.1.1 Proyección de materia prima.	75
4.6.1.2 Proyección de Gastos en Personal.	76
4.6.2 PROYECCIONES DE OTROS GASTOS.	77
4.6.2.1 Otros gastos administrativos.	77
<b>4.7 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.</b>	<b>77</b>
<b>4.8 FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>	<b>78</b>
<b>4.9 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>	<b>79</b>
<b>4.10 EVALUACIÓN FINANCIERA.</b>	<b>81</b>
<b>4.11 ANÁLISIS DE RIESGOS</b>	<b>82</b>
4.11.1 Riesgos de mercado	83
4.11.2 Riesgos técnicos	83
4.11.3 Riesgos económicos	83
4.11.4 Riesgos financieros	84
<b>4.12 ANÁLISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA</b>	<b>84</b>
<b>4.13 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD</b>	<b>86</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>90</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>92</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>93</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>96</b>

## ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1</b> Datos PEA Manta.....	17
<b>Tabla 2</b> Edad promedio de los consumidores.....	19
<b>Tabla 3</b> Género de los consumidores .....	20
<b>Tabla 4</b> Preferencias de asistir a un restaurante .....	21
<b>Tabla 5</b> Frecuencia de asistir a un restaurante.....	22
<b>Tabla 6</b> Compañía al visitar un restaurante.....	23
<b>Tabla 7</b> Motivos por los que visita un restaurante.....	24
<b>Tabla 8</b> Gasto regular de los clientes.....	25
<b>Tabla 9</b> Percepción de la propuesta .....	26
<b>Tabla 10</b> Expectativa del cliente en un restaurante.....	27
<b>Tabla 11</b> Características que le cliente considera importante.....	28
<b>Tabla 12</b> Preferencias de ubicación.....	29
<b>Tabla 13</b> Competencia directa en Manta.....	39
<b>Tabla 14</b> Análisis FODA.....	40
<b>Tabla 15</b> Demanda actual en dólares.....	42
<b>Tabla 16</b> Demanda actual proyección.....	42
<b>Tabla 17</b> Demanda futura proyectada.....	43
<b>Tabla 18</b> Oferta actual de restaurantes por años .....	43
<b>Tabla 19</b> Oferta futura proyectada.....	44
<b>Tabla 20</b> Demanda insatisfecha del mercado.....	44
<b>Tabla 21</b> Demanda que atenderá el proyecto.....	45
<b>Tabla 22</b> Precio promedio.....	45
<b>Tabla 23</b> Balance de obras físicas .....	47
<b>Tabla 24</b> Capacidad del restaurante.....	49
<b>Tabla 25</b> Equipo y maquinaria.....	50
<b>Tabla 26</b> Valor de desecho .....	51

<b>Tabla 27</b> Balance de insumos.....	52
<b>Tabla 28</b> Requerimiento de materia prima.....	55
<b>Tabla 29</b> Balance de personal.....	56
<b>Tabla 30</b> Activos requeridos.....	57
<b>Tabla 31</b> Distribución de funciones.....	58
<b>Tabla 32</b> Inversión activos fijos. ....	59
<b>Tabla 33</b> Activos diferidos. ....	59
<b>Tabla 34</b> Inversión capital de trabajo. ....	70
<b>Tabla 35</b> Total de inversión.....	71
<b>Tabla 36</b> Estrategia de financiamiento. ....	71
<b>Tabla 37</b> Tabla de amortización. ....	72
<b>Tabla 38</b> Tasa maxima atractiva de rendimiento.....	72
<b>Tabla 39</b> Precio proyectado.....	73
<b>Tabla 40</b> Ingresos proyectados en dólares.....	73
<b>Tabla 41</b> Costo de materia prima .....	74
<b>Tabla 42</b> Presupuesto de personal. ....	75
<b>Tabla 43</b> Otros gastos administrativos. ....	76
<b>Tabla 44</b> Estado de pérdidas y ganancias.....	76
<b>Tabla 45</b> Flujo neto del proyecto.....	77
<b>Tabla 46</b> Estado de situación financiera.....	78
<b>Tabla 47</b> Indicadores de evaluación financiera. ....	79
<b>Tabla 48</b> PAYBACK.....	80
<b>Tabla 49</b> Evaluación financiera.....	80
<b>Tabla 50</b> Razón corriente .....	83
<b>Tabla 51</b> Razón capital de trabajo .....	84
<b>Tabla 52</b> Razón de deuda o nivel de endeudamiento .....	84
<b>Tabla 53</b> Leverage o apalancamiento .....	85

<b>Tabla 54</b> Sensibilidad al cambio de ventas proyectadas .....	86
<b>Tabla 55</b> Cambio del TIR y VAN de la sensibilidad de ventas .....	86
<b>Tabla 56</b> Sensibilidad al cambio de TMAR .....	87
<b>Tabla 57</b> Cambio del Precio .....	88
<b>Tabla 58</b> Sensibilidad al cambio del precio en el VAN y TIR .....	88

## ÍNDICE DE ILUSTRADORES.

<b>Ilustración 1:</b> Población ocupada por rama de actividad en Manta.....	4
<b>Ilustración 2:</b> Ingreso generados por actividad económica en Manta .....	5
<b>Ilustración 3:</b> Macro-localización del proyecto .....	11
<b>Ilustración 4:</b> Micro-localización del proyecto.....	11
<b>Ilustración 5:</b> Edad promedio de los consumidores.....	20
<b>Ilustración 6</b> Género de los encuestados.....	20
<b>Ilustración 7</b> Preferencias de asistir a un restaurante de dietas variadas. ....	21
<b>Ilustración 8</b> Frecuencia de visita a un restaurante.....	22
<b>Ilustración 9</b> Compañía al visitar un restaurante .....	23
<b>Ilustración 10</b> Motivos por los que visita un restaurante.....	24
<b>Ilustración 11</b> Gasto regular de los clientes.....	25
<b>Ilustración 12</b> Percepción de la propuesta. ....	26
<b>Ilustración 13</b> Expectativa del cliente de un restaurante. ....	27
<b>Ilustración 14</b> Características que el cliente considera importante al momento de elegir un lugar.....	28
<b>Ilustración 15</b> Preferencias de ubicación .....	29
<b>Ilustración 16:</b> Estado del sector.....	31
<b>Ilustración 17: Distribución física del restaurante.....</b>	48
<b>Ilustración 18: Organigrama.....</b>	60

## INTRODUCCIÓN.

El presente proyecto, es un estudio de factibilidad, para la implementación de un restaurante de dietas variadas en la ciudad de Manta. Al referir el término de “dietas variadas” se pretende definir a un tipo de alimentación saludable, “la dieta es el conjunto de alimentos que conforman nuestros hábitos alimentarios y estos son el resultado del comportamiento más o menos consciente, que conduce a seleccionar, preparar y consumir un determinado alimento o menú, como una parte más de las costumbres sociales, culturales y religiosas, y que está influenciado por múltiples factores (socioeconómicos, culturales, geográficos, nutricionales, etc.). No cabe duda que los hábitos alimentarios que definen nuestra dieta condicionan nuestro estado nutricional y, por ende, nuestro estado de salud presente y futuro.” (Yorde Erem, 2014). En la actualidad todas las personas se preocupan por cuidar su alimentación, pero muchas veces no saben cómo, o simplemente no tienen el tiempo necesario para mantener una dieta saludable.

La alimentación es un derecho humano básico, incluido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 1944. “todas las personas tienen derecho a una buena nutrición como condición para un desarrollo pleno, físico y mental” (Stedile & Martins, 2010). El problema nace cuando no se cumple con un régimen alimenticio y se tiene desordenes por múltiples factores uno de los principales es el tiempo limitado y también otra causa no menos importante son los indicadores de pobreza, que como consecuencia limitan el desarrollo pleno, físico - mental, y, aumentan los factores de obesidad y enfermedades catastróficas.

Este proyecto tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de dietas variadas, que nos proporcione la información necesaria para conocer si es rentable o no realizar una inversión en este tipo de negocio, a su vez tiene un fin

social porque pretende brindar una opción diferente a la población mantense sobre llevar sus hábitos alimenticios.

El presente estudio se realizará mediante un investigación de campo, en donde se buscará conocer las preferencias de los consumidores al elegir su alimentación, por medio de encuestas y entrevistas con expertos, también se usará un modelo de investigación bibliográfica documental que será la base filosófica fundamental del proyecto.

# CAPITULO I

## 1.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Manta es una ciudad del Ecuador, perteneciente a la provincia de Manabí, denominada oficialmente como San Pablo de Manta, se encuentra en el perfil costanero en la Costa Centro – Sur del país.

Manta se caracteriza por tener un clima subtropical a templado marítimo, es una ciudad turística gracias a que cuenta con un puerto marítimo pesquero con puertas internacionales. Políticamente está organizada en 5 parroquias urbanas y 2 rurales. Entre sus parroquias urbanas están: San Mateo, Eloy Alfaro, Tarqui, Los Esteros y Manta.

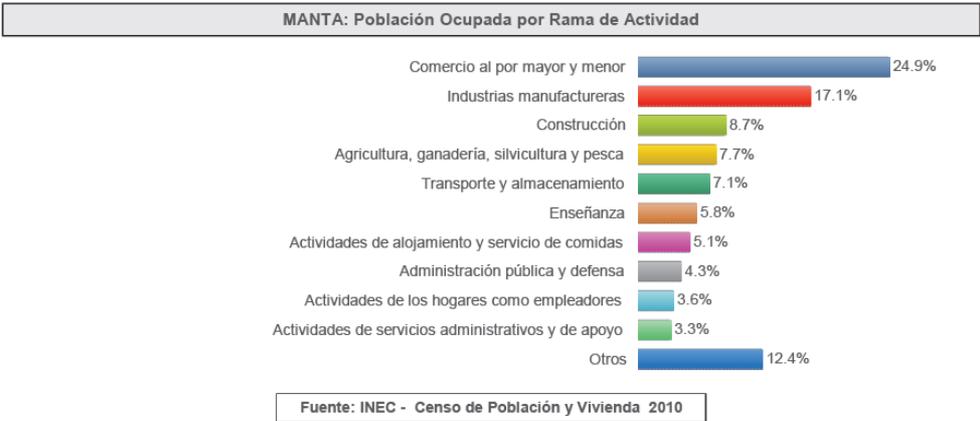
Esta ciudad se ha caracterizado por ser hospitalaria y acogedora, ha crecido en base a la migración de habitantes de todos los cantones de la provincia, y hoy cuenta con aproximadamente 260.000 habitantes de los cuales el 50.8% son mujeres y el 49.2% son hombres. (INEC I. N., 2017)

La población económicamente activa de Manta según datos del INEC censo 2010, está ocupada por rama y actividad como observamos en la Ilustración 1, el 24,9% está dedicada al comercio al por mayor y menor, el 17,1% de la población tiene industrias manufactureras, el 8,7% tiene negocios de construcción, el 7,7% de la población está dedicada a actividades primarias como por ejemplo la pesca, lo que demuestra que Manta mueve su economía explotando este sector aprovechando su puerto marítimo. La pesca artesanal o pesca blanca como también es conocida, sobresale en el cantón, así como la pesca de atún. Aquí se encuentra la mayor flota atunera del Pacífico Oriental.

El comercio, la industria y los servicios también son rubros representativos de la economía local. Gracias a la hermosura de sus playas y a la campaña de promoción turística

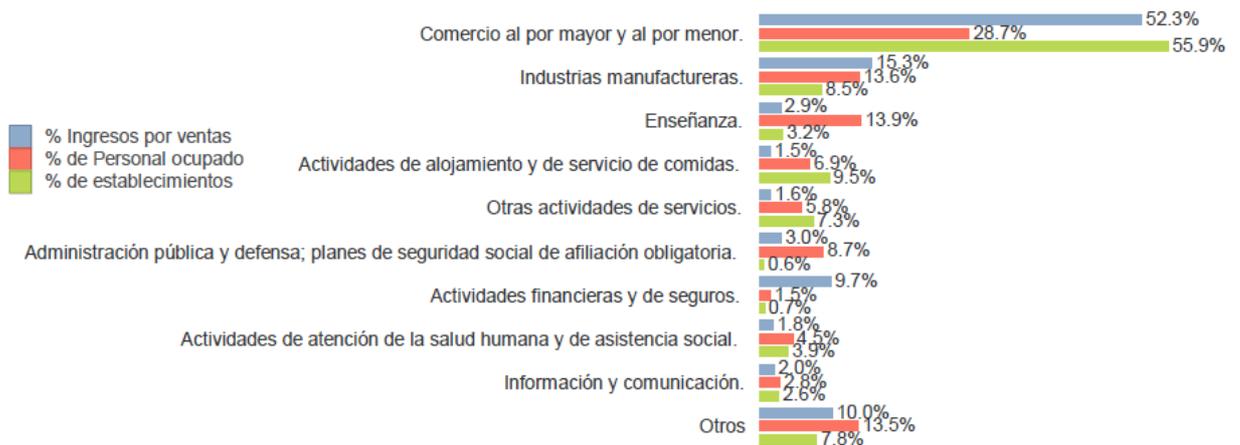
de la ciudad, el turismo ha repuntado en los últimos años. El sector de consumo masivo, como es el caso de los restaurantes en la ciudad de Manta es muy atractivo, y tiene una participación del 5,1% dentro de las ocupaciones, pero no existe alguno con las características de la propuesta de implementar un restaurante de dietas saludable, esto sería una ventaja porque tenemos un campo para incursionar, considerando que este mercado está creciendo gracias a las necesidades infinitas de la ciudadanía

*Ilustración 1: Población ocupada por rama de actividad en manta*



Según datos del INEC, en el censo del 2010, ilustración 2, en Manta las actividades que generan más ingresos son el comercio al por mayor y menor con un 52.3%, en el rubro de ingresos por ventas, es el que cuenta con más establecimientos en la ciudad y genera mayor empleo, esta seguida por las industrias con un ingreso por ventas del 15.3%, el personal ocupado es del 13.6% y tiene un total de establecimientos del 8.5%, el rubro de servicios de comidas, tiene un ingreso por ventas del 1.5% consta con un personal de la población que representa un 6.9% y tiene un total de establecimientos del 9.5%, es decir que existe una marcada competencia en este sector productivo, en cuanto a los demás rubros como la construcción, el transporte, las actividades de enseñanza entre otras también tienen una representación de ingresos, personal ocupado, y establecimientos que mueven la economía de la ciudad.

*Ilustración 2: Ingreso generados por actividad económica en Manta*



Fuente: INEC, Censo Económico 2010

## 1.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En la sociedad debido al incremento que se ha producido por la vida sedentaria en la mayoría de la población y por llevar una vida llena de excesos, el índice de personas con sobrepeso, diabetes e hipertensión ha aumentado considerablemente. En la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut), el 9,1% de las mujeres ecuatorianas padece de diabetes y el 7,7% de enfermedades hipertensivas; el 5,7% de los hombres ecuatorianos padece de diabetes y el 6,5% de enfermedades hipertensivas, también se encontró una prevalencia de diabetes del 12,3% para los adultos mayores de 60 años.

Desde el surgimiento de este tipo de males en nuestra población, existe una gran inconformidad con los pacientes de los mismos, ya que tienen limitaciones al disfrutar de momentos familiares o de amigos por el hecho de que no existen lugares adecuados para su alimentación o el consumo de bebidas indicadas para su salud.

Actualmente la mayoría de restaurantes solo presenta menús variados de comida que puede consumirse fácilmente por personas con una salud óptima, pero no se enfocan en

brindar un servicio que lo puedan disfrutar los comensales con un tipo de comida sana y saludable baja en grasas y calorías.

Según reporte de la Revista Scielo, “Hasta no hace mucho tiempo la alimentación se relacionaba esencialmente con la salud, y eran conocidos los problemas ocasionados por un exceso o defectos de las dietas. De una manera muy general se pensaba que los problemas de los países pobres eran el hambre o la desnutrición, mientras que los derivados de la sobrealimentación correspondían a las naciones desarrolladas. Esta idea tiene que ser reconsiderada, es tiempo de cambio. Es cierto que la desnutrición sigue siendo el gran problema de los llamados países en desarrollo, pero se observa ahora cómo en el resto de la sociedad, sin importar su desarrollo, se presentan situaciones de desnutrición, en ocasiones por exceso pero también por carencias nutricionales, producto de la inadecuada densidad nutricional de las dietas y como consecuencia de las formas de vida actuales. No se trata en estos casos de falta de alimentos sino de cambios errados en los hábitos alimentarios.” (Yorde Erem, 2014)

“La alimentación es uno de los problemas fundamentales que presenta el mundo contemporáneo donde reina el hambre y la extrema pobreza que son los causantes de la inseguridad alimentaria y nutricional. El proceso de globalización que impone un nuevo modelo de alimentación mediante las multinacionales que promocionan la comida rápida; el mal uso de los alimentos disponibles y la toma de decisiones incorrectas sobre el consumo de los mismos, están propiciado por factores socioculturales que traen consigo hábitos alimentarios inadecuados y una serie de enfermedades.” (Barrial Martinez & Barrial Martinez, 2011)

Alrededor del mundo existen personas que se han preocupado por la salud y la alimentación, y han decidido crear restaurantes con una cultura alimentaria diferente. El

problema socio-económico de la mala nutrición provoca millones de gastos a los gobiernos de cada país porque como consecuencia acarrea la aparición de enfermedades catastróficas de las que el gobierno tiene que hacerse cargo. En España por ejemplo encontramos 10 restaurantes destacados que elaboran sus platos con ingredientes ecológicos y sostenibles. La revista Replanet, en este artículo destaca “Este tipo de restaurantes han visto como se incrementaba su demanda en los últimos años por parte de la clientela, y las razones de esto son por razones obvias; comida buena, a la vez sana y de calidad.” (Replanet, 2013)

Ecuador se destaca como un país multicultural con una gran biodiversidad ecológica, está inmerso en el proceso de la globalización, en donde se ha dejado de lado el sentido del cuidado alimenticio, los restaurantes optan por brindar platos deliciosos pero ricos en grasas y condimentos.

La sociedad cambiante se preocupa mucho por su apariencia física, también por estar en óptimas condiciones de salud; esto se logra principalmente con una dieta balanceada y realizando actividad física. Sin embargo a pesar de ser estas, las claves de estar saludable y lucir bien, no todos practican estos hábitos. Vivimos de una manera tan acelerada, que no tenemos el tiempo de lograr cuidar nuestra salud y mantener buenos hábitos.

Manta es una ciudad puerto, turística, que se encuentra en crecimiento, donde se ha observado la existencia y apertura en el campo laboral, esto es realmente positivo en la vida económica de las personas y del país, pero a su vez esta situación ha declinado a las personas a tener una vida sedentaria y llena de excesos, como consecuencia el índice de personas con sobrepeso, diabéticas e hipertensas aumentado considerablemente.

El sector en el que está involucrado el proyecto, hasta el momento no ha considerado dar alternativas a las personas que quieren cuidar su salud , por esta razón se realizará un

estudio de mercado para poder hacer una propuesta de menú y brindar alternativas cuando decidan comer fuera de su casa y poder controlar su dieta.

Manta es una ciudad comercial, turística, con un crecimiento acelerado que apertura una gran demanda de productos y servicios, pero sin embargo no se ha preocupado por implementar un restaurante que brinde un servicio de cuidado a la salud, considerando que actualmente existe gran preocupación por parte de muchas entidades y principalmente del gobierno, que han incentivado el cuidado en la alimentación por los graves problemas de salud que esto ocasiona, y a su vez genera un alto gasto público, con este estudio se quiere demostrar la factibilidad de crear un restaurante de dietas variadas, los beneficios socioeconómicos y la aceptación del producto.

### **1.3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

#### **1.3.1 Objetivo del Estudio de Factibilidad**

##### ***1.3.1.1 Objetivo General***

Formular un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas saludables en la ciudad de Manta con la finalidad de brindar un beneficio social y obtener rentabilidad.

##### ***1.3.1.2 Objetivo Específico***

Desarrollar un estudio de mercado para identificar nuestro segmento de mercado y conocer la aceptación del proyecto, los canales de comercialización y las estrategias necesarias para la implementación del restaurante de dietas variadas.

Determinar un estudio técnico que permita conocer el tamaño del proyecto y los insumos necesarios para la implementación del restaurante de dietas variadas, y a su vez conocer si es físicamente factible realizarlo.

Presentar un estudio administrativo organizacional, que fomente la legalidad del restaurante y parámetros importante del proceso de organización del mismo.

Determinar la inversión y rentabilidad mediante un estudio financiero y económico en base a indicadores que nos permitan conocer si es factible o no realizar la inversión, incluyendo el tiempo de recuperación de la inversión y la tasa de retorno.

## **1.4. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO**

### **1.4.1. Naturaleza del proyecto**

El presente proyecto de estudio de factibilidad gastronómica de un restaurante de dietas variadas, tiene por finalidad, brindar un servicio único y ambiente armónico a precios bajos del mercado. El producto está dirigido a un segmento de mercado específico, constituido por personas con un poder adquisitivo de clase media y nivel de diferentes edades, entre ellos consideramos, profesionales y personas que gustan de estadías confortables, agradables e inolvidables y principalmente que les guste cuidar su salud alimenticia ya sea por problemas de salud o simplemente por imagen física. El proyecto brindará calidad y confiabilidad tanto en el producto como en la atención al cliente.

### **1.4.2. Importancia del proyecto**

La propuesta realizada pretende determinar la viabilidad de implementar un restaurante de dietas variadas en la ciudad de Manta, aprovechando la variedad gastronómica con la que cuenta la provincia de Manabí y nuestro país, haciendo énfasis a la alimentación saludable.

Esta investigación es necesaria para fomentar el turismo de la ciudad de Manta desde un enfoque gastronómico, dando nuevas opciones de lugares de esparcimiento, comida y

encuentro para nacionales y extranjeros. Manta es conocida como uno de los puertos más importantes del país, el primer puerto atunero del mundo, y económicamente una de las ciudades más dinámicas; lo cual beneficia la situación comercial de los negocios; teniendo en cuenta el crecimiento constante de la demanda, debido al desarrollo turístico. La geografía de esta ciudad conjuntamente con la amabilidad y hospitalidad de su gente, hace de Manta un lugar atractivo para el turismo nacional e internacional.

El crecimiento y mejora de la economía del país en los últimos años, es una oportunidad para contribuir a dinamizar el flujo de servicios, ya sea de manera personal o asociada, lo cual justifica y tiene importancia para la elaboración del presente proyecto. Del mismo modo, la existencia de facilidades de financiamiento bajo diferentes modalidades. Siendo una iniciativa novedosa, se incluye en las propuestas de resolver el problema de la inclusión social que es política central del régimen, lo cual podrá consolidarse brindando servicios a jóvenes y adultos de ambos sexos.

#### **1.4.3 Localización del proyecto**

##### ✓ **Macro – localización del proyecto**

El proyecto estará ubicado en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, perteneciente a Ecuador. Localizado en la zona costanera del país.

*Ilustración 3: Macro-localización del proyecto*



*Fuente: Google Maps*

✓ **Micro – localización del proyecto**

*Ilustración 4: Micro-localización del proyecto*



*Fuente: Google Maps*

#### **1.4.4 Políticas económicas que favorecen o limitan el desarrollo del proyecto**

Ecuador es un estado soberano que se rige por varias leyes y reglamentos para controlar y regular los diferentes sectores económicos; todos estos reglamentos tienen el sustento legal en la Constitución de la República y el Plan Nacional del Buen Vivir.

En el caso de los restaurantes están regulados por la Ley de Turismo y por el Ministerio de Medio Ambiente con su reglamento para otorgar permisos de funcionamiento a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario. Considerando “que; la Constitución de la República del Ecuador manda: “**Art. 32.-** La salud es un derecho que garantiza el estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustenten el buen vivir.” (Ministra de Salud Pública, 2014), y también está regido por el Ministerio de Salud Pública; con el fin de garantizar la salud de las personas y considerando que la alimentación es un principio y necesidad básica fundamental.

### **1.5 METODOLOGÍA**

El procedimiento que utilizaremos para la obtención de resultados óptimos y confiables y así proyectar nuestra oferta y demanda.

En el caso de nuestro estudio se utilizará dos metodologías de investigación las cuales son:

- ✓ **Investigación de campo:** Es un tipo de investigación concluyente, formal y estructurada, este tipo de investigación se utiliza en los casos donde es necesario definir el problema con más precisión, identificar los cursos de acción pertinentes y obtener información adicional antes de que pueda desarrollarse un enfoque.

Dentro de la investigación de campo, en el análisis de mercado se realizarán encuestas en la ciudad, para determinar el grado de preferencia y aceptación.

Dentro del análisis técnico se harán entrevistas con expertos para saber cuáles son los equipos, materiales a utilizar para poner en marcha el negocio. Y se investigará los precios de los materiales para elaborar los presupuestos.

- ✓ **Investigación bibliográfica documental:** Mediante fuentes de tipo secundarias, tales como libros referentes a la investigación del mercado turístico en Ecuador, libros de cocina y administración de restaurantes, INEC. Las fuentes de consulta han sido buscadas en la biblioteca de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Universidad Católica, referencias propias y sitios web como páginas de restaurantes del Ecuador.

El tipo de investigación que se realizará es descriptiva, con un análisis de varianzas por correlación. Para realizar la investigación se escogerá una muestra de la población de Manta económicamente activa, que se encuentra en un estrato medio – alto, debido a que el producto va dirigido para ese segmento del mercado.

La investigación se realizará fuera de los restaurantes, zonas empresariales, zonas bancarias, como se dijo anteriormente este producto y servicio está dirigido especialmente a la población económicamente activa.

La información será recolectada en tres días diferentes para tener una mejor captación de la misma.

El procesamiento de la información se realizará mediante una hoja de cálculos, usando las herramientas estadísticas acorde a las variables.

### **1.5.1 Nivel de la investigación**

El nivel o tipo de investigación que tendrá este proyecto de factibilidad será basado en el análisis de las variables que permitan definir si es factible o no la realización de la inversión del proyecto, considerando generalmente las necesidades que requiera el fenómeno de estudio. Entre los principales niveles a aplicar estarán:

#### **✓ Nivel exploratorio**

Es el nivel que permitirá explorar el lugar y detectar las causas del problema de estudio evaluando el comportamiento de las variables dentro de la investigación, es decir que de acuerdo a la aplicación de este nivel se estudiará el entorno donde estará situado el restaurante de dietas saludables variadas para conocer la viabilidad de la puesta en marcha del proyecto.

#### **✓ Nivel descriptivo**

Según Naresh K. Malhotra, el objetivo principal de una investigación descriptiva es “describir algo, por lo regular las características o funciones del mercado” (Malhotra, 2008). Con este tipo de investigación lo que se busca es hacer un estudio de las características de los actores involucrados en el proyecto y hacer una descripción de sus cualidades y factores que interesan al estudio.

### **1.5.2 Métodos y técnicas.**

Para la elaboración del proyecto se utilizarán los siguientes métodos:

#### **Método inductivo.**

Este método establece enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, es decir implica avances ascendentes hacia el conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad.

Es utilizado en la ciencia experimental, consiste en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. (Sanchez, 2012)

### **Método deductivo.**

El método deductivo se emplea corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. (Sanchez, 2012)

Este proceso de conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales a través de los cuales se buscan respuestas a las situaciones generales planteadas.

### **1.5.3 Técnicas e instrumentos.**

#### ✓ Encuesta

Realizar un estudio de mercado por medio de encuestas con el único fin de obtener ideas claras en las preferencias y gustos del consumidor objetivo y determinar la posible demanda que tendrá nuestro servicio. Se encuestará a los habitantes de la ciudad de Manta por ser el lugar donde llevaremos la posible implementación del proyecto. Las entrevistas serán hechas en lugares de mayor concurrencia.

Se realizará una recolección de datos estructurada directa, con un cuestionario formal y las preguntas se plantean en un orden predeterminado. Con preguntas alternativas, de libre

elección del encuestado. Como es común las encuestas son anónimas ya que solo se necesita obtener la información y la identificación del usuario no es relevante.

La encuesta será personal en centros comerciales de bastante concurrencia, fuera de restaurantes ya que uno de los fines de este, es conocer donde será la ubicación óptima del restaurante de dietas variadas y si tendrá una aceptación razonable en comparación con la competencia.

✓ Entrevista

Esta se realizará a expertos en alimentación saludable, con la finalidad de poder escoger un menú que pueda satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes.

✓ Observación

Dentro de nuestra investigación también se utilizará la técnica de observación directa a la competencia, y para realizar la descripción de sus debilidades, fortalezas y las oportunidades que podemos aprovechar.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

#### **2.1 Objetivo del estudio de mercado.**

Determinar por medio de un estudio de mercado la demanda y oferta existente para justificar la creación de un restaurante de dietas variadas en la ciudad de Manta.

#### **2.2. Puntos de investigación**

Dentro de la investigación de campo se tomarán en cuenta 5 puntos críticos para la entrada del restaurante al mercado de los restaurantes de comida de dietas variadas y saludables estos 5 puntos son:

- Tamaño del mercado.
- Competencia.
- Rango de precios de la competencia.
- Clientes y sus requerimientos
- Perfil de los clientes (consumidor).

#### **2.3. Determinación del mercado.**

La población objetivo está comprendida por el grupo de personas que cumplen con el nivel de interés por el tipo de comida saludable, es decir aquellas personas por algún motivo ya sea por enfermedad o por cuidar su salud e imagen alimentándose adecuadamente y que estén en capacidad de adquirirlo.

Dentro del perfil de los clientes se encuentran mantense de todas la edades de géneros masculino y femenino que gusten consumir alimentos saludables o necesiten cuidar su alimentación por temas de salud y que tengan ingresos por encima de la línea pobreza, en

otras palabras individuos a partir de un estrato socio económico medio – alto, se considerará para la obtención de la muestra las personas económicamente activa en la ciudad de Manta.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) de acuerdo al censo de población y de vivienda realizado en el 2010, la población de Manta era de 226.005 habitantes. El Sistema de Información Nacional publicó la población de Manta económicamente activa, y estos son los datos que se tomarán como referencia para la muestra.

*Tabla 1: Datos de la población económicamente activa de Manta*

PROV	CANTÓN	PEA		TOTAL_PEA
		PEA (MUJERES)	PEA (HOMBRES)	
Manabí	Manta	17871	48179	66050
<b>Total Manabí</b>		<b>17871</b>	<b>48179</b>	<b>66050</b>
<b>Total general</b>		<b>17871</b>	<b>48179</b>	<b>66050</b>

Tabla elaborada por el INEC, publicada por el SIN.

### 2.3.1 Muestra.

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población, para el presente proyecto se tomará como muestra en cuanto a (demanda) la población económicamente activa de la ciudad de Manta.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente formula:

#### Fórmula

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 p \cdot q}$$

#### Simbología

n= tamaño de la muestra (¿?)

Z=	Nivel de confianza	1,96
p=	Variabilidad positiva	0,5
q=	Variabilidad negativa	0,5
N=	Tamaño de la población	66.050
e=	Precisión o margen de error	5% 0,05

$$n = \frac{(1,96^2)(0,05)(0,05)(66050)}{((66050)(0,05^2) + (1,92^2)(0,5)(0,5))}$$

$$n = \frac{634344}{165,13}$$

$$n = 384$$

En cuanto a (oferta) se tomará como muestra los comercios formales que existen en el cantón, considerando que el rubro de restaurantes pertenece al sector turístico.

### **2.3 Análisis e interpretación de los resultados.**

Los resultados de las encuestas, han sido posibles gracias a la colaboración de la población de Manta, cuyo fin es conocer los gustos y preferencias de los posibles clientes.

En las siguientes tablas se detalla por pregunta, la tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a la muestra seleccionada tanto para la oferta como para la demanda.

A continuación análisis de datos:

### 2.3.1 Encuesta para determinar la demanda.

#### Pregunta N° 1

#### 1. ¿Qué edad tiene?

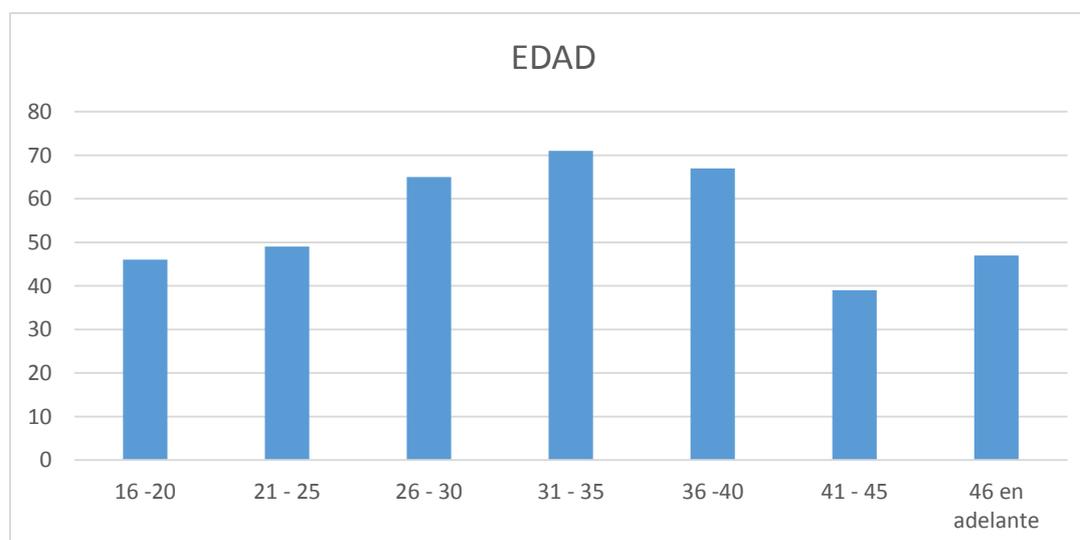
*Tabla 2: Edad promedio de los consumidores encuestados*

Clase	Número de Personas Encuestadas (F)	X (MEDIA)	(f)(X)	M2	H%	
16	20	46	18	828	324	11,98
21	25	49	23	1127	529	12,76
26	30	65	28	1820	784	16,93
31	35	71	33	2343	1089	18,49
36	40	67	38	2546	1444	17,45
41	45	39	43	1677	1849	10,16
46	50	47	48	2256	2304	12,24
TOTAL	384	231	12597	8323	100,00	

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

*Ilustración 5: Edad promedio de los consumidores*



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### **Análisis e interpretación.**

De acuerdo a la investigación realizada la edad promedio de los consumidores del cantón Manta es de 33 años de edad, con un 18,49% en el rango de 31 a 35 años.

Pregunta N° 2

2. ¿Género?

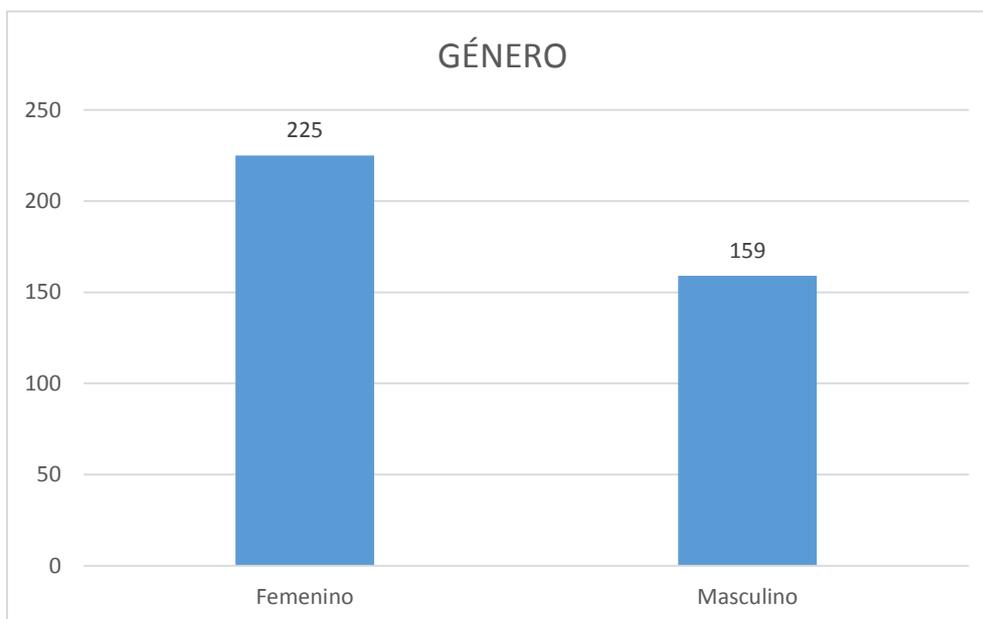
*Tabla 3: Género de los encuestados*

GÉNERO	NÚMERO	PORCENTAJE
Femenino	225	58,59
Masculino	159	41,41
<b>TOTALES</b>	<b>384</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 6** Género de los encuestados



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Análisis e interpretación.**

Según las encuestas el 58,59% corresponde a la población femenina y el 41,41% a la población masculina de los consumidores.

Pregunta N° 3

**3. ¿A usted le gustaría comer en un restaurante de comida saludable?**

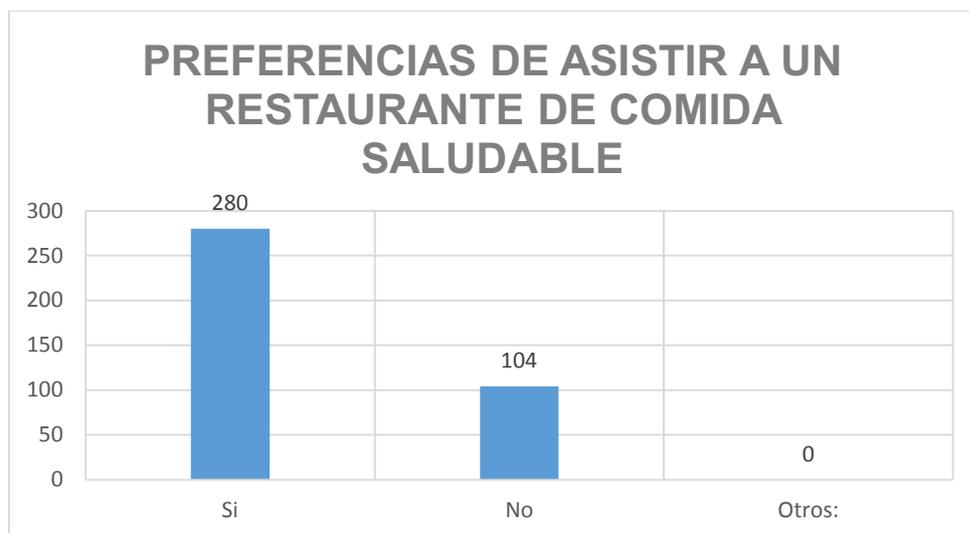
*Tabla 4: Preferencias de asistir a un restaurante de comida saludable*

PREFERENCIAS DE ASISTIR A UN RESTAURANTE		
Si	280	73%
No	104	27%
Otros:	0	0%
TOTAL	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 7** Preferencias de asistir a un restaurante de comida saludable.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Análisis e interpretación.**

Según las encuestas reflejan que el 73% de las personas tienen preferencias de comer en un restaurante de comida saludable, por este motivo podemos definir que la aceptación de este servicio es muy buena.

#### Pregunta N° 4

#### 4. ¿Con qué frecuencia come Ud., en un restaurante?

**Tabla 5** Frecuencia de visita a un restaurante

FRECUENCIA DE COMER EN UN RESTAURANTE	Número de Encuestados	Porcentaje
Diariamente	124	32%
Una vez a la semana	35	9%
Más de una vez a la semana	169	44%
Una vez al mes	11	3%
Más de una vez al mes	35	9%
Rara vez	10	3%
TOTALES	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 8** Frecuencia de visita a un restaurante.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### **Análisis e interpretación.**

Según las encuestas realizadas, las personas visitan con mayor frecuencia un restaurante más de una vez por semana con un 44%, el 32% los frecuenta diariamente, y el otro 24% no come con frecuencia en un restaurante, es decir el 75% de las personas encuestadas asiste con una marcada frecuencia a un restaurante, estos son catalogados como clientes potenciales porque están consumiendo y usando el servicio en estudio.

## Pregunta N° 5

### 5. ¿Con quién visita usualmente un restaurante?

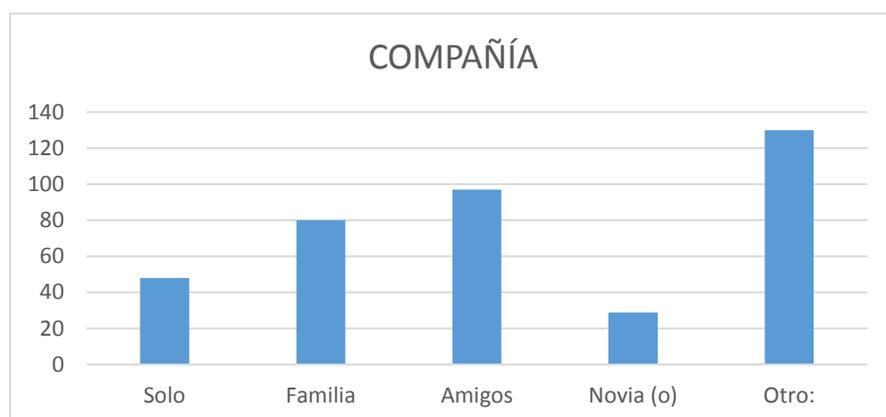
**Tabla 6** Compañía al visitar un restaurante.

CON QUIÉN ASISTE REGULARMENTE A UN RESTAURANTE	Número de Encuestados	Porcentaje
Solo	48	13%
Familia	80	21%
Amigos	97	25%
Novia (o)	29	8%
Otro:	130	34%
TOTALES	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 9** Compañía al visitar un restaurante



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### **Análisis e interpretación.**

El 13% de las personas come sólo(a) cuando visita un restaurante, en las personas que se observó esta característica coinciden en que tienen relación con los motivos de tiempo (tenían que apresurarse o no les dio tiempo de llegar a casa) o por el lugar donde se encontrarían (estaban de viaje o haciendo algún mandado). El 21% de las personas come con su familia y guardan estrecha relación con los motivos de convivencia, por salir de la rutina, por no cocinar, por un acontecimiento especial o por placer personal y gastronómico. El 25% de los encuestados come con sus amigos por motivos de convivencia, por el tiempo, por

diversión, por salir de la rutina, por celebraciones, por probar nuevas comidas y restaurantes. El 8% come con su novia(o) por compartir, por motivos de celebración y salir de la rutina, y el 34% visita un restaurante con otros diferentes a los mencionados anteriormente, en este rubro se identificó que visitan restaurantes en compañía de compañeros de trabajo.

## Pregunta N° 6

### 6. ¿Por qué motivo come Ud., en un restaurante?

**Tabla 7** Motivos por los que visita un restaurante.

MOTIVOS POR LOS QUE ASISTE A UN RESTAURANTE	Número de Encuestados	Porcentaje
Curiosidad	15	4%
Por Tiempo	160	42%
Trabajo	117	30%
Otros	92	24%
TOTALES	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 10** Motivos por los que visita un restaurante.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### **Análisis e interpretación.**

Queríamos investigar cual era el motivo por el cual las personas comen en los restaurantes, se identificó que el 72% de personas lo hace por trabajo y corto tiempo, esto

tiene un nexo con las preguntas anteriores, en las cuales se conoció con quien visita regularmente estos lugares, por ejemplo con amigos o compañeros del trabajo, familiares o pareja, el 28% restante dijo que comía en restaurantes por curiosidad u otros motivos.

Pregunta N° 7

7. ¿Cuánto gasta regularmente cuando visita un restaurante?

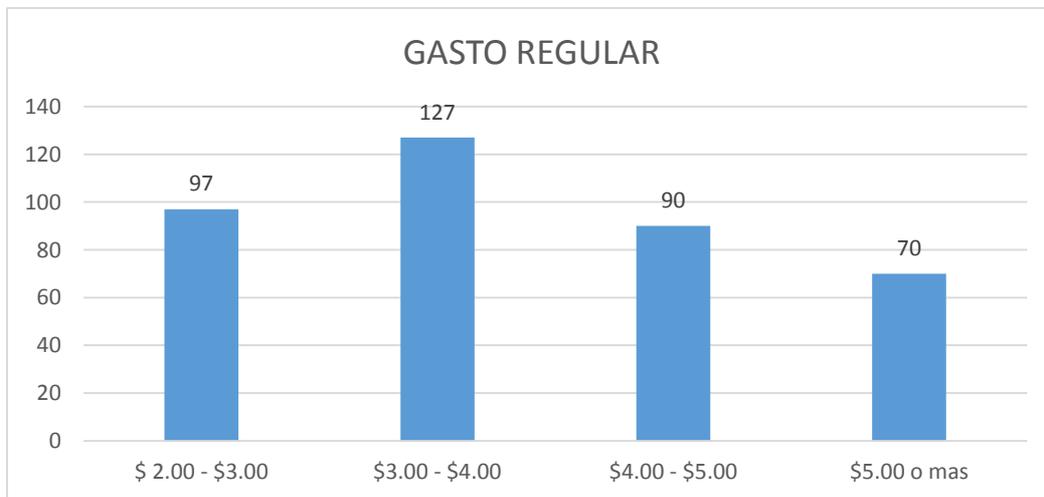
**Tabla 8** Gasto regular de los clientes.

Gasto Regular		Número de Personas Encuestadas (F)	X (MEDIA)	(f)(X)	M2	H%
2	3	97	2,5	242,5	6,25	25,26%
3	4	127	3,5	444,5	12,25	33,07%
4	5	90	4,5	405	20,25	23,44%
5	6	70	5,5	385	30,25	18,23%
TOTAL		384	16	1477	69	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 11** Gasto regular de los clientes.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Análisis e interpretación.**

En el análisis de gasto del cliente, se puede entender que la mayoría gasta un promedio de \$3,00 a \$4,00 con un 33,07%, también se encuentra determinado un gasto de \$2,00 a \$3,00

con el 25,26%, lo cual no tiene una diferencia significativa en el precio promedio. El promedio de gasto por persona es de \$3,50.

Pregunta N° 8

**8. ¿Qué le parece la idea de un restaurante de dietas variadas?:**

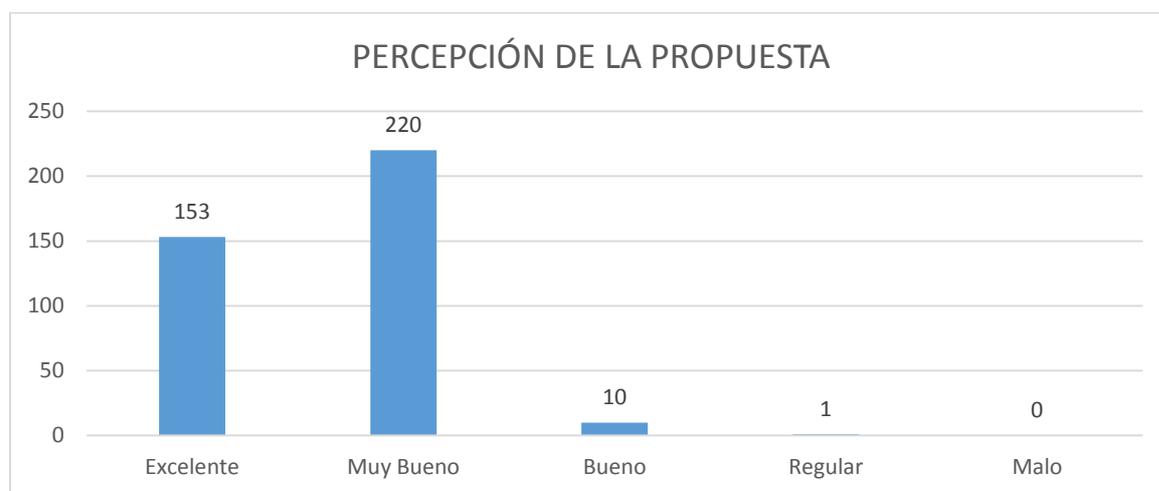
**Tabla 9:** Percepción de la Propuesta

<b>OPINIÓN SOBRE IMPLEMENTAR UN RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS</b>	<b>Número de Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
Excelente	153	40%
Muy Bueno	220	57%
Bueno	10	3%
Regular	1	0%
Malo	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 12** Percepción de la Propuesta.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Análisis e interpretación.**

Según los resultados de las encuestas, la percepción de la propuesta es MUY BUENA con un 57% y EXCELENTE con un 40% de aceptación en el mercado; esto nos indica que la acogida de este restaurante sería competitiva.

## Pregunta N° 9

### 9. ¿Qué comida esperarías encontrar en un restaurante de dietas variadas?

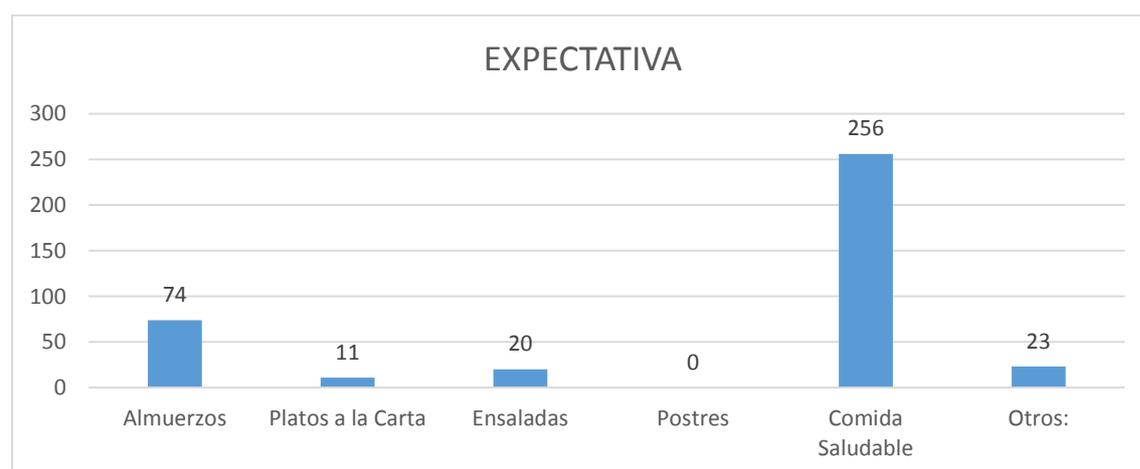
**Tabla 10** Expectativas del cliente de un restaurante

EXPECTATIVA DE COMIDAS A ENCONTRAR EN EL RESTAURANTE	Número de Encuestados	Porcentaje
Almuerzos	74	19%
Platos a la Carta	11	3%
Ensaladas	20	5%
Postres	0	0%
Comida Saludable	256	67%
Otros:	23	6%
Totales	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 13** Expectativa del cliente de un restaurante.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### **Análisis e interpretación.**

El 67% de las personas encuestadas tienen la expectativa del restaurante clara en cuanto al producto que se va a ofertar.

Pregunta N° 10

**10. ¿Qué característica usted considera importante al momento de elegir un lugar dónde comer?**

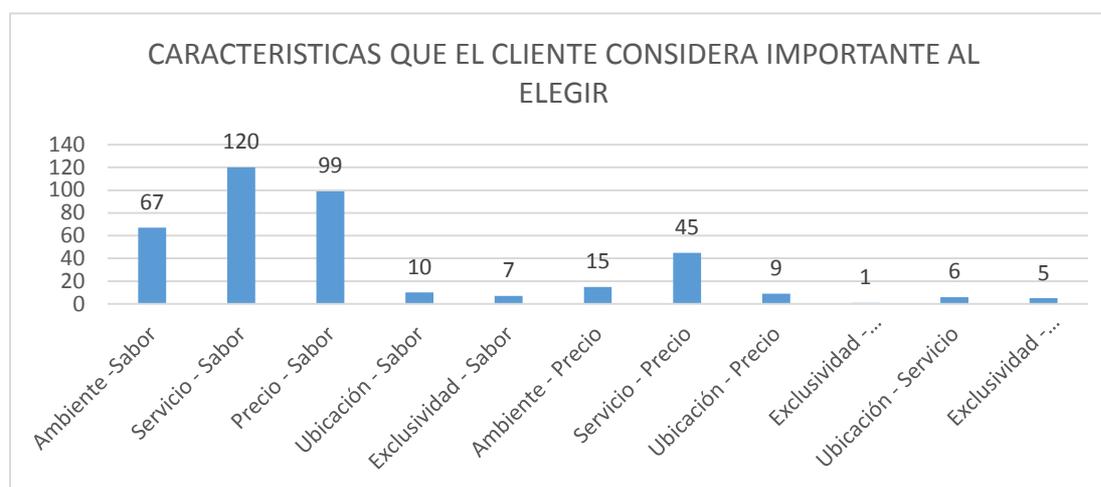
**Tabla 2** Características que el cliente considera importante al momento de elegir un lugar.

CARACTERISTICAS QUE CONSIDERA IMPORTANTE EL CLIENTE EN UN RESTAURANTE	Número de Encuestados	Porcentaje
Ambiente – Sabor	67	17%
Servicio – Sabor	120	31%
Precio – Sabor	99	26%
Ubicación - Sabor	10	3%
Exclusividad - Sabor	7	2%
Ambiente - Precio	15	4%
Servicio - Precio	45	12%
Ubicación - Precio	9	2%
Exclusividad - Precio	1	0%
Ubicación - Servicio	6	2%
Exclusividad - Servicio	5	1%
TOTALES	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Ilustración 14** Características que el cliente considera importante al momento de elegir un lugar.



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Análisis e interpretación.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta hay tres aspectos fundamentales que el cliente evalúa para consumir en un restaurante, los mismo son: servicio, sabor y precio; otro aspecto importante para algunos es también el ambiente.

## Pregunta N° 11

### 11. ¿En qué sector le gustaría que esté ubicado el restaurante de dietas variadas?

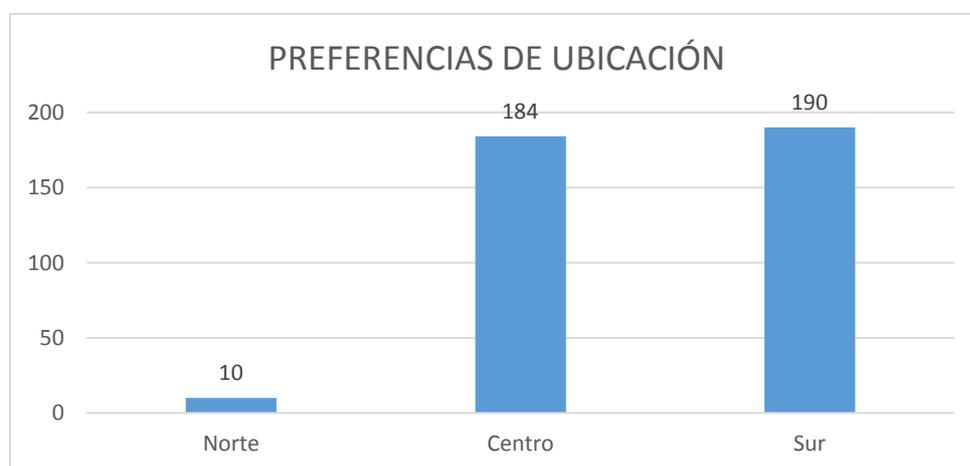
Tabla 12 Preferencias de Ubicación

PREFERENCIA DE UBICACIÓN DEL RESTAURANTE	Número de Encuestados	Porcentaje
Norte	10	3%
Centro	184	48%
Sur	190	49%
TOTALES	384	100%

**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Ilustración 15 Preferencias de Ubicación



**Fuente:** Personas encuestadas en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### **Análisis e interpretación.**

Dentro de los resultados de la encuesta podemos destacar que se ha evidenciado una preferencia simétrica entre la zona centro y la zona sur, por tal se debe cuestionar la decisión de ubicación.

## 2.4 ANÁLISIS DEL MERCADO.

Para tener un conocimiento detallado y poder evaluar al mercado, se debe realizar un análisis de tres aspectos importantes los cuales son: análisis del sector y la compañía, análisis del mercado propiamente dicho y el plan de mercadeo.

### 2.4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑÍA

#### 2.4.1.1 Estado del sector.

*Ilustración 16: Estado del sector*



**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### *2.4.1.2 Análisis del sector por medio del modelo PEST*

#### **Análisis político y legal**

El estado ecuatoriano ha pasado en su historia un sin número de sucesos que ha enriquecido la actual situación política de este país.

Su gobierno es de origen democrático y el presidente de la república actual es el Lcdo. Lenin Moreno Garcés quién fue electo en democracia por el pueblo el 2 de abril del 2017, el presidente saliente fue el Ec. Rafael Correa Delgado, quien impulsó la última Constitución del Ecuador por consulta popular, la moneda oficial es el dólar y el idioma oficial es el español.

Para intervenir en las actividades económicamente activas de un país es necesario que se cumplan las reglas establecidas de antemano en dicho sector, el desconocimiento de las leyes no exime a nadie de su incumplimiento.

En Ecuador se garantiza mediante la función judicial el cumplimiento del marco legal, es un derecho de toda persona natural o jurídica el emprender cualquier actividad económica.

Art. 6.- Todas las ecuatorianas y ecuatorianos son ciudadanos y gozarán de los derechos establecidos en la constitución.

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Se buscará legalizar el negocio sacando todos los permisos correspondientes y manteniendo siempre la transparencia de nuestros procesos para el debido funcionamiento entre los cuales tenemos:

- Permisos de funcionamiento del GAD Manta
- Permiso de funcionamiento del Departamento de Sanidad
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

### **Análisis económico**

Ecuador ha sufrido grandes cambios económicos, debido a varios factores como lo son la reducción del precio del petróleo, y los efectos del devastador terremoto registrado el 16 de abril del 2016, que afectó principalmente a las provincias de Esmeraldas y Manabí.

Según fuentes del Banco Mundial, “entre el año 2006 y año 2014, el PIB del Ecuador mantuvo un promedio de crecimiento del 4,3% impulsado por los altos precios del petróleo y por importantes flujos de financiamiento externo. Este avance permitió un mayor gasto social e inversiones destacadas, en particular en los sectores de energía y transporte, y además en educación. Según datos nacionales, la pobreza disminuyó del 37,6% al 22,5% en ese periodo. El coeficiente de desigualdad de Gini se redujo de 0.54 a 0.47, puesto que el crecimiento benefició en mayor medida a los más pobres”. (BM, 2016)

A pesar de que en estos años, el país mantuvo una economía estable, en la actualidad estos logros han sufrido una gran desaceleración debido a dos factores; la contracción económica como consecuencia de la caída del precio del petróleo desde fines del 2014 y la apreciación del dólar. Según fuentes del Banco Mundial, “la pobreza subió ligeramente del 22,5% en 2014 a un 23,3% en 2015 debido a un incremento de la pobreza rural que pasó del 35,3% al 39,3%. A esto se sumaron los efectos del devastador terremoto registrado en abril de 2016 en el área costera, que, de acuerdo a estimaciones iniciales del Gobierno, ha generado un costo de reconstrucción de cerca de 3 puntos porcentuales del PIB”. (BM, 2016)

En este periodo complejo, Ecuador enfrenta el desafío de adecuar su estructura económica al nuevo contexto internacional con el fin de recuperar la senda del crecimiento en el mediano plazo y proteger los importantes avances sociales logrados durante la bonanza petrolera. En este proceso, el país también enfrenta el reto de preservar la estabilidad económica, aunque es claro que habrá un periodo de bajo crecimiento y de movimiento de factores desde sectores menos productivos hacia los más productivos. Por el lado fiscal, es fundamental fortalecer la eficiencia y progresividad del gasto público. Finalmente, en un contexto en que la inversión pública no podrá continuar siendo el motor del crecimiento, es indispensable articular una mejora sistemática en el clima de inversiones. Una actividad privada más robusta permitirá afrontar los retos de diversificar la economía ecuatoriana, aumentar su productividad y generar empleos de calidad.

Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador. Está asentado en una espléndida bahía, que le ha dado la característica de puerto internacional en el Océano Pacífico. En el censo del 2010 se obtuvo datos de que tenía un 50,1% de PEA, para el 2014 se estimó que este porcentaje aumentaría a un 58,2%.

La principal actividad económica de Manta es la pesca, también es una ciudad que trata de industrializarse, aprovechando la materia prima para transformarla y llegar a los mercados internacionales.

El sector de servicios y comercio en el que se encuentra incluido la actividad representada por restaurantes ocupa el 5.1% de actividad económica en la ciudad y representa el 6,9% de ingresos para la ciudad.

En el año 2016 este cantón también sufrió estragos por el terremoto del 16A, la oferta de restaurantes disminuyó según fuentes del GAD Manta en un 2%, pero se están haciendo gestiones para la ayuda a este y todos los sectores económicos afectados.

## **Análisis social y cultural**

La sociedad ecuatoriana que está ubicada en los Andes y la costa del Pacífico ha incidido para que muestre una diversidad étnica y cultural donde la excesiva concentración de los recursos productivos y de la riqueza son obstáculos estructurales para el desarrollo social del país, la escasa generación de empleo y los pocos esfuerzos realizados por el estado en sectores sensibles como la educación, la salud, la dotación de infraestructura confabulan para el desarrollo social.

La sociedad ecuatoriana que ha demostrado ser fiel a las marcas establece relaciones estrechas con las mismas a fin de asociar calidad con marca posicionada, lo que se destaca como un atributo sensible de la sociedad ecuatoriana.

En la actualidad la comunidad mantense se preocupa mucho por su aspecto físico, incluso el gobierno está poniendo énfasis en este aspecto debido al gran problema que tienen los ciudadanos en su alimentación y esto ocasiona graves problemas de salud, por eso existen programas de ejercicios diarios que son pagados por el gobierno para la sociedad y en esto colaboraría nuestra propuesta. Pero también tenemos que analizar los hábitos de la ciudadanía, según estudios anteriores los habitantes de Manta tienen preferencias por las comidas criollas manabitas que son características de la localidad, entonces este es un factor muy importante que tenemos que considerar al momento de elaborar los menús.

## **Análisis tecnológico**

Ecuador no es un país que productor de tecnología pero sin embargo tiene una pequeña gama de productos, adicionalmente con los tratados que se están estableciendo gracias al gobierno actual, es mucho más fácil obtener maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento del restaurante.

Un factor que ayudará al desarrollo del proyecto es el uso de redes sociales, este sería un medio publicitario en caso de establecer la rentabilidad del negocio, adicional este método de mercadeo es económico y permitirá el ahorro en este aspecto.

#### **2.4.1.3 Barreras de entrada y de salida.**

Entre las barreras de entrada para el restaurante tenemos principalmente los hábitos y costumbres de las personas, se necesita que se cree una cultura corporativa ya que aunque están preocupados por su salud y por su imagen, las personas no tienen comúnmente una dieta balanceada, muchas veces por tiempo u otras porque no lo desean hacer y no se dan cuenta, se brindará ese servicio y producto para facilitar y cuidar la imagen y salud.

En cuanto a lo económico aunque la inversión no es elevada, por lo tanto no existe mayor barrera de entrada, porque todos los materiales y equipos que necesitamos los encontramos fácilmente en el mercado.

Las barreras de salida son bajas, lo complicado sería no recuperar la inversión que se realizó. Entre los costos tenemos los de aprendizaje y adiestramiento del personal y las inversiones en maquinarias y otros.

### **2.4.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.**

#### **2.4.2.1 Producto.**

El restaurante de dietas variadas ofrecerá un producto de tendencia nutricional con platos de más favoritismo según datos de expertos.

Se ha diseñado un menú variado que brinde comodidad al cliente y le permita elegir el plato a su gusto, se presentarán dos opciones diarias y se variará el mismo cada semana.

Los productos que se van a comercializar son menús basados en el consumo de vegetales, hortalizas, proteínas, frescas que ayuden a mejorar nuestro estilo de vida alimenticio, la presentación del producto será de consumo inmediato para servirse o también se entregará en domicilio.

### **Presentación de Menú**

- ✓ Pollo a la plancha, ensalada de verduras y papas al horno – jugo natural sin azúcar y té quemado al final.
- ✓ Crema verde, lomo salteado con verduras y puré de yuca – jugo natural sin azúcar y té.
- ✓ Pescado blanco a la plancha, ensalada a la vinagreta, arroz integral – jugo natural sin azúcar y té.
- ✓ Aros de pollo rellenos de almendra y espinaca, ensalada fresca cítrica – jugo natural sin azúcar y té.
- ✓ Ensalada de atún ventresca - jugo natural sin azúcar y té.
- ✓ Ensalada César – jugo natural sin azúcar, té a elección del cliente y porción de torta de zanahoria.
- ✓ Arroz integral con camarones, ensalada fresca, jugo natural sin azúcar, té a elección del cliente.
- ✓ Pollo a la plancha, ensalada roja, jugo natural sin azúcar, té a elección del cliente.
- ✓ Carne mechada, menestra de fréjol negro, ensalada fresca, jugo natural sin azúcar, té a elección del cliente.
- ✓ Spaguetti de pollo salteado con verduras. jugo natural sin azúcar, té a elección del cliente.

#### 2.4.2.2 Clientes.

La demanda en una investigación para la creación de un nuevo negocio o la puesta en marcha de un proyecto no siempre se encuentra en el estado que realmente necesitamos, o de nuestra preferencia. Por esto se deben realizar varios estudios tomando en cuenta ciertas variables, para luego realizar una proyección con un menor margen de error.

Hay que considerar que para que los datos sean efectivos nuestra muestra tiene que ser significativa.

Dentro de la investigación, se pudo definir que el tipo de demanda es “Demanda Latente”, que ocurre cuando existe un mercado potencial de un producto, pero sin embargo el producto no se existe todavía.

También podría definir que existe una demanda insatisfecha debido a que el mercado no cubre las necesidades o requerimiento de los consumidores.

En base a las encuestas y entrevistas realizadas para la obtención de datos primarios en la investigación, la demanda en la ciudad de Manta es variada en todos los lugares, especialmente en zonas de actividad laboral.

La distribución de los consumidores en base a las encuestas que se realizaron fue encontrada en los siguientes lugares:

- Centro
- Av. Flavio Reyes
- Barbasquillo
- Zona Universitaria

El 58,59% de los consumidores encuestados son de género femenino y el 41,41% son de género masculino.

Dentro de nuestra muestra, la mayoría de consumidores tienen gustos y preferencias por asistir a un restaurante de comida saludable; en valores porcentuales el 73% les gustaría asistir a un lugar así.

La mayoría de consumidores según los datos recolectados acude a un restaurante más de una vez a la semana y seguido de otro porcentaje considerado también como mayoritario que acude diariamente a estos lugares.

Dentro de las personas que acuden diariamente o más de una vez a la semana a un restaurante lo hacen por necesidad, o por tiempo, esto con un antecedente de motivo el cual es el trabajo; y otros en un grupo importante de consumidores entre una edad de 35 años en adelante, muestra una inclinación por asistir a estos lugares por descanso o diversión normalmente con familiares.

Mayoritariamente estos consumidores acuden a un restaurante con sus compañeros de trabajo, amigos y familiares.

#### 2.4.2.3 Competencia.

La competencia en el sector de restaurantes en Manta es multivariada, a continuación detalle del número de locales existente por año:

**Tabla 13** Competencia directa en Manta.

<b>Competencia Directa</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
<b>Sector Comidas y Bebidas</b>	181	212	222	233

**Fuente:** Ministerio de Turismo.

#### 2.4.2.4 Análisis FODA.

El producto presenta un análisis FODA, detallado en la siguiente tabla.

**Tabla 14** Análisis FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser uno de los pioneros en la ciudad en prestar servicio de menú variado bajo en grasas y calorías dirigido a un grupo de personas a los cuales se le restringía el consumo de ciertos alimentos y a las personas que busquen cuidar su salud y apariencia.</li> <li>• Contar con un personal altamente capacitado tanto en el área alimenticia, nutricional, financiera y tecnológica.</li> <li>• Brindar buena atención al cliente de tal manera que se deguste de visitar nuestro restaurante.</li> <li>• Innovación de platos y variación constante del menú</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captar una gran parte del mercado por ser los primeros en ingresar.</li> <li>• Posicionarnos en el mercado mediante estrategias publicitarias, implementando el uso de la tecnología y medios electrónicos.</li> <li>• En la actualidad el número de personas que están interesadas en mejorar su estilo de alimentación está en crecimiento, por lo que tenemos la posibilidad de captar un mayor número de clientes. Posibilidad de apertura de sucursales a mediano y largo plazo dependiendo de la aceptación del producto – servicio.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser un restaurante nuevo que carece de experiencia.</li> <li>✓ Dificultad de crear una cultura de alimentación sana y saludable.</li> <li>✓ Dificultad en cuanto a la cantidad de competencia que existe actualmente en productos sustitutos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nuevos restaurantes que deseen incursionar en el mercado al ver que este ha sido rentable y que tiene una buena aceptación nuestro negocio.</li> <li>✓ Pérdida del poder adquisitivo de la población.</li> <li>✓ Carencia de interés por parte de los consumidores potenciales debido a las costumbres de comer en casa.</li> <li>✓ Decisión de los restaurantes existentes de brindar el mismo servicio y productos que nosotros brindamos al ver la aceptación de nuestro negocio.</li> </ul>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 2.4.3 DEMANDA Y OFERTA.

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la demanda como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar"

Por tanto de acuerdo a lo anteriormente expuesto se puede afirmar que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a comprar, y que los oferentes están dispuestos a vender a un precio determinado, satisfaciendo de esta forma en ambas partes sus necesidades.

#### 2.4.3.1 Determinación de la demanda actual y futura.

“El análisis del comportamiento actual de la demanda, se realiza con el objetivo de determinar el volumen de productos o servicios, que los consumidores o clientes están dispuestos a adquirir”. (Sapag & Orjuela, 2002) Es decir, determinar la posibilidad de capturar una parte del mercado objetivo que es la población económicamente activa, y así nos garantice el éxito de seguir adelante con el proyecto.

Dentro del comportamiento actual de la demanda podemos definir que 280 personas de cada 384 prefieren comer en un restaurante de comida saludable, valor significativo que servirá para la proyección de nuestra demanda. Esto corresponde a un 73% de la población económicamente activa.

De manera cuantitativa se define:

$$\text{Población Económicamente Activa} = 66050$$

Porción de la Población con preferencias de comer en un restaurante de dietas variadas = 73%

$$\text{Posible demanda Actual} = 66050 \times 73\% = 48.216 \text{ personas}$$

Según datos del Ministerio de Turismo, la demanda de los últimos años en dólares es la siguiente:

**Tabla 15** Demanda actual en dólares por año parroquia Manta.

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA ACTUAL EN DÓLARES POR AÑO</b>
<b>2010</b>	\$ 456.790,00
<b>2011</b>	\$ 639.506,00
<b>2012</b>	\$ 915.772,59
<b>2013</b>	\$ 943.245,77
<b>2014</b>	\$ 980.975,60
<b>2015</b>	\$ 990.785,36
<b>2016</b>	\$ 1.000.693,21

**Fuente:** Dirección de Turismo Manta.

Al conocer cuál ha sido la demanda en años anteriores, se realiza una proyección de regresión lineal para conocer cuál será la demanda futura en dólares en el cantón Manta.

Para lo cual se tienen los siguientes datos:

**Tabla 16** Demanda actual proyección en la parroquia Manta.

<b>AÑOS</b>	<b>X</b>	<b>DEMANDA ACTUAL EN DÓLARES POR AÑO (Y)</b>	<b>X.Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>
<b>2010</b>	<b>-3</b>	\$ 456.790,00	\$ (1.370.370,00)	9
<b>2011</b>	<b>-2</b>	\$ 639.506,00	\$ (1.279.012,00)	4
<b>2012</b>	<b>-1</b>	\$ 915.772,59	\$ (915.772,59)	1
<b>2013</b>	<b>0</b>	\$ 943.245,77	\$ -	0
<b>2014</b>	<b>1</b>	\$ 980.975,60	\$ 980.975,60	1
<b>2015</b>	<b>2</b>	\$ 990.785,36	\$ 1.981.570,71	4
<b>2016</b>	<b>3</b>	\$ 1.020.508,92	\$ 3.061.526,75	9

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$Y = a + bX$$

Se Obtiene:

**Tabla 17** Demanda futura proyectada de la parroquia Manta.

<b>AÑOS</b>	<b>X</b>	<b>DEMANDA FUTURA PARA EL PROYECTO</b>
<b>2017</b>	<b>4</b>	\$ 1.051.124,18
<b>2018</b>	<b>5</b>	\$ 1.082.657,91
<b>2019</b>	<b>6</b>	\$ 1.115.137,65
<b>2020</b>	<b>7</b>	\$ 1.148.591,78
<b>2021</b>	<b>8</b>	\$ 1.183.049,53

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 2.4.3.2 Determinación de la oferta actual y futura.

Según la entrevista a los dueños de algunos locales la oferta actual en dólares es la siguiente:

**Tabla 18** Oferta actual restaurantes por años.

<b>OFERTA ACTUAL</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>
<b>La lonchera ejecutiva</b>	\$ 72.000,00	\$ 73.440,00	\$ 74.908,80	\$ 75.657,89
<b>Doña Tere</b>	\$ 96.000,00	\$ 97.920,00	\$ 99.878,40	\$ 101.875,97
<b>Sal y Pimienta</b>	\$ 60.000,00	\$ 60.600,00	\$ 61.206,00	\$ 61.818,06
<b>Los 3 Platos</b>	\$ 105.000,00	\$ 94.500,00	\$ 80.325,00	\$ 81.128,25
<b>Oh Mar</b>	\$ 108.000,00	\$ 109.080,00	\$ 103.626,00	\$ 93.263,40
<b>TOTAL</b>	\$ 441.000,00	\$ 435.540,00	\$ 419.944,20	\$ 413.743,57

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Con estos datos y por medio de una proyección se conoce la oferta actual de establecimientos es de:

Proyectando de acuerdo a la siguiente formula:

$$Y = a + bX$$

**Tabla 19** Oferta futura proyectada.

<b>AÑOS</b>	<b>X</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
<b>2017</b>	<b>4</b>	\$ 426.155,87
<b>2018</b>	<b>5</b>	\$ 438.940,55
<b>2019</b>	<b>6</b>	\$ 452.108,77
<b>2020</b>	<b>7</b>	\$ 465.672,03
<b>2021</b>	<b>8</b>	\$ 479.642,19

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 2.4.3.3 Demanda insatisfecha en el mercado de referencia.

Para conocer la demanda insatisfecha, se realiza una operación de resta entre la demanda futura proyectada y la oferta futura proyectada para conocer qué cantidad ha sido atendido y por ende la diferencia será la que aún sigue sin satisfacer.

**Tabla 20** Demanda insatisfecha en el mercado de referencia.

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL USD</b>	<b>OFERTA FUTURA EN USD</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA EN USD.</b>
<b>2017</b>	1.020.509	426.156	<b>594.353</b>
<b>2018</b>	1.051.124	438.941	<b>612.184</b>
<b>2019</b>	1.082.658	452.109	<b>630.549</b>
<b>2020</b>	1.115.138	465.672	<b>649.466</b>
<b>2021</b>	1.148.592	479.642	<b>668.950</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 2.4.3.4 Demanda que atenderá el proyecto.

La capacidad que se estima que atenderá el proyecto en dólares es del 40% del total de la demanda insatisfecha.

**Tabla 21** Demanda que atenderá el restaurante.

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA QUE ATENDERÁ</b>	<b>CAPACIDAD DEL RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS USD</b>
<b>2017</b>	<b>594.353</b>	35,00%	\$ 208.023,57
<b>2018</b>	<b>612.184</b>	35,00%	\$ 214.264,27
<b>2019</b>	<b>630.549</b>	35,00%	\$ 220.692,20
<b>2020</b>	<b>649.466</b>	35,00%	\$ 227.312,97
<b>2021</b>	<b>668.950</b>	35,00%	\$ 234.132,36

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

#### 2.4.4 PRECIO.

De acuerdo a las encuestas realizadas, el precio promedio es de \$4,00, a continuación detalle:

**Tabla 22** Precio Promedio

<b>Gasto Regular</b>	<b>Número de Personas Encuestadas (F)</b>	<b>X (MEDIA)</b>	<b>(f)(X)</b>	<b>M2</b>	<b>H%</b>	
2	3	97	2,5	242,5	6,25	25,26%
3	4	127	3,5	444,5	12,25	33,07%
4	5	90	4,5	405	20,25	23,44%
5	6	70	5,5	385	30,25	18,23%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>16</b>	<b>1477</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>	

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

<i>PRECIO PROMEDIO</i>	
Media	4
Error típico	0,645497224
Mediana	4
Moda	4
Desviación estándar	1,290994449
Varianza de la muestra	1,666666667
Curtosis	-1,2
Coefficiente de asimetría	0
Rango	3
Mínimo	2,5
Máximo	5,5
Suma	16
Cuenta	4

#### **2.4.5 Estrategia de promoción.**

Para la publicidad y promoción del restaurante de dietas variadas se hará a través de diferentes medios de comunicación.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercados el medio de publicidad que mayor acogida tiene es la radio y la televisión pero tienen un costo bastante elevado por lo que decidimos hacer publicidad por los siguientes medios:

- ✚ Mediante anuncios de radio
- ✚ Prensa escrita en diarios de mayor circulación del país Diario Universo, Diario La Marea, Diario el Mercurio.
- ✚ Revistas especializadas en gastronomía y entrega de volantes

## CAPÍTULO III

### 3.1 ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1.1 Objetivo del estudio técnico.

Desde la óptica financiera, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertenecientes a esta área. (Nassir, 2011)

Este estudio debe definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para la posterior operación del proyecto.

#### 3.1.2 Tamaño del proyecto.

El funcionamiento del restaurante será en un local alquilado, por lo cual, la inversión en infraestructura es solo en adecuación del local.

**Tabla 23** Balance de Obras Físicas

Balance de Obras Físicas		
Ítems	Especificación Técnica	Costo Total
Adecuación de Cocina	Hormigón	\$ 1.200,00
Adecuación de Baños	Albañilería	\$ 250,00
Adecuación de Lavandería	Albañilería	\$ 250,00
Accesos	Hormigón	\$ 1.200,00
Bodega	Hormigón	\$ 800,00
Total		\$ 3.700,00

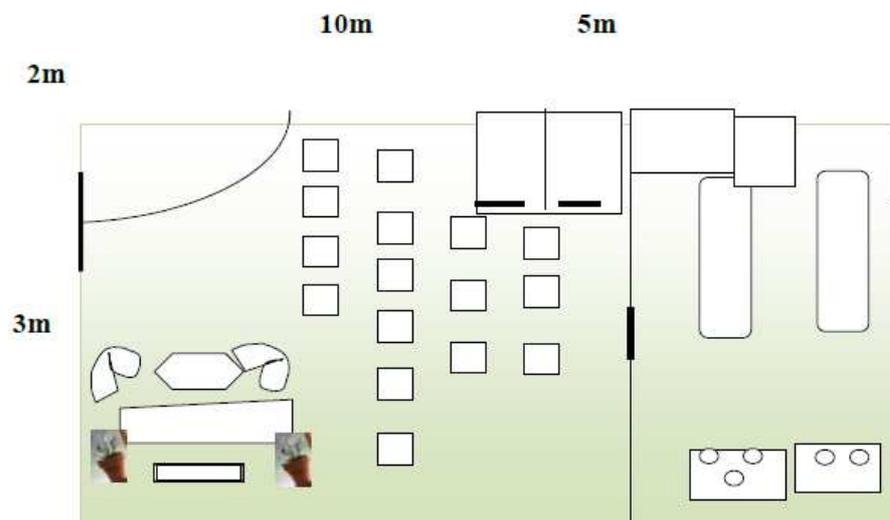
**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 3.1.3 Capacidad del restaurante.

El restaurante de dietas variadas tendrá un área de 124 metros los cuales están distribuidos en 8 metros cuadrados de ancho y 15 metros cuadrados de largos donde se situaran: cocina, comedor, baños, recepción y lounge.

Como resultado de la distribución se puede concluir que la capacidad máxima de clientes en el restaurante es de 64 personas.

*Ilustración 17: Distribución física del restaurante*



El restaurante proyecta una capacidad de operación es del 35% de la demanda insatisfecha, por lo cual detallo lo siguiente:

**Tabla 24** Capacidad del restaurante.

<b>Descripción</b>	<b>Desayunos</b>	<b>Almuerzos</b>	<b>Platos a la Carta</b>	<b>TOTAL EN EL AÑO</b>
Enero	800	2200	200	3200
Febrero	808	2200	200	3208
Marzo	816	2200	200	3216
Abril	824	2200	200	3224
Mayo	832	2200	200	3232
Junio	841	2200	200	3241
Julio	849	2200	200	3249
Agosto	858	2200	200	3258
Septiembre	866	2200	200	3266
Octubre	875	2200	200	3275
Noviembre	884	2200	200	3284
Diciembre	893	2200	200	3293
<b>TOTALES</b>	<b>10146</b>	<b>26400</b>	<b>2400</b>	<b>38946</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 3.1.9 Requerimientos de maquinarias y tecnologías.

**Tabla 25** Equipos y Maquinaria.

<b>Balance de equipos</b>						
<b>Ítems</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costos Unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor de Liquidación</b>	<b>Ingreso Total</b>
<b>Equipos de Cocina y Enseres</b>			<b>\$ 9.490,00</b>			
Cocinas Industriales	2	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00	10	\$ 180,00	\$ 180,00
Congelador	2	\$ 760,00	\$ 1.520,00	10	\$ 76,00	\$ 76,00
Hornos	1	\$ 550,00	\$ 550,00	5	\$ 110,00	\$ 110,00
Extractores	2	\$ 350,00	\$ 700,00	3	\$ 116,67	\$ 116,67
Refrigeradora	2	\$ 860,00	\$ 1.720,00	10	\$ 86,00	\$ 86,00
Licuada	2	\$ 120,00	\$ 240,00	3	\$ 40,00	\$ 40,00
Batidora	2	\$ 80,00	\$ 160,00	3	\$ 26,67	\$ 26,67
Cafeteras	2	\$ 300,00	\$ 600,00	5	\$ 60,00	\$ 60,00
Microondas	1	\$ 400,00	\$ 400,00	4	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>Equipos de Computo</b>			<b>\$ 2.720,00</b>			
Computadora	2	\$ 860,00	\$ 1.720,00	5	\$ 172,00	\$ 172,00
Máquina Registradora	1	\$ 700,00	\$ 700,00	5	\$ 140,00	\$ 140,00
Impresora	1	\$ 300,00	\$ 300,00	5	\$ 60,00	\$ 60,00
<b>Equipos y Enseres para área en general</b>			<b>\$ 4.000,00</b>			
Aire Acondicionado	2	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	10	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 9.080,00</b>	<b>\$ 16.210,00</b>		<b>\$ 1.367,33</b>	<b>\$ 1.367,33</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Una vez definidos los equipos y maquinarias que vamos a utilizar para poner en marcha el proyecto es necesarios conocer la depreciación de los mismos, a continuación detallo valor de desecho basado en el método contable.

**Tabla 26** Valor de Desecho

MÉTODO CONTABLE								
Cantidad	Activo	Valor de Compra	Vida Útil	Depreciación Anual	Años de Depreciación	Depreciación Acumulada	Valor en Libros	Depreciación Mensual
2	Cocinas Industriales	\$ 3.600,00	10	\$ 360,00	10	\$ 3.600,00	\$ -	30,00
2	Congelador	\$ 1.520,00	10	\$ 152,00	10	\$ 1.520,00	\$ -	12,67
1	Hornos	\$ 550,00	10	\$ 55,00	10	\$ 550,00	\$ -	4,58
2	Extractores	\$ 700,00	10	\$ 70,00	10	\$ 700,00	\$ -	5,83
2	Refrigeradora	\$ 1.720,00	10	\$ 172,00	10	\$ 1.720,00	\$ -	14,33
2	Licuadaora	\$ 240,00	10	\$ 24,00	10	\$ 240,00	\$ -	2,00
2	Batidora	\$ 160,00	10	\$ 16,00	10	\$ 160,00	\$ -	1,33
2	Cafeteras	\$ 600,00	10	\$ 60,00	10	\$ 600,00	\$ -	5,00
1	Microondas	\$ 400,00	10	\$ 40,00	10	\$ 400,00	\$ -	3,33
2	Computadora	\$ 1.720,00	3	\$ 573,33	3	\$ 1.720,00	\$ -	14,33
1	Máquina Registradora	\$ 700,00	5	\$ 140,00	5	\$ 700,00	\$ -	5,83
1	Impresora	\$ 300,00	5	\$ 60,00	5	\$ 300,00	\$ -	2,50
1	Aire Acondicionado	\$ 4.000,00	10	\$ 400,00	10	\$ 4.000,00	\$ -	33,33
2	Mesa de Trabajo para Cocina	\$ 960,00	10	\$ 96,00	10	\$ 960,00	\$ -	8,00
1	Mesa de Prelavado	\$ 890,00	10	\$ 89,00	10	\$ 890,00	\$ -	7,42
3	Sillas para cocina	\$ 90,00	10	\$ 9,00	10	\$ 90,00	\$ -	0,75
1	Estanderia	\$ 450,00	10	\$ 45,00	10	\$ 450,00	\$ -	3,75
64	Sillas	\$ 640,00	10	\$ 64,00	10	\$ 640,00	\$ -	5,33
16	Mesas	\$ 480,00	10	\$ 48,00	10	\$ 480,00	\$ -	4,00
1	Juego de Muebles	\$ 232,00	10	\$ 23,20	10	\$ 232,00	\$ -	1,93
<b>Depreciación Anual de Activos</b>				<b>\$ 2.496,53</b>	<b>Valor Desecho Contable</b>		<b>\$ -</b>	<b>166,27</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 3.1.10 Requerimientos de Insumos

**Tabla 27** Balance de Insumos.

<b>Balance de insumos</b>			
<b>Ítems</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costos Unitario</b>	<b>Costo Total Mensual</b>
<b>Materiales de Cocina</b>			
Mesa de Trabajo para Cocina	2	\$ 480,00	\$ 960,00
Mesa de Prelavado	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Sillas para cocina	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Estanderia	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Repisas de pared	10	\$ 110,00	\$ 1.100,00
<b>Suministros de Cocina</b>			
Juego de Sartenes	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Juego de Ollas	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00
Exprimidor de Limón	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Rayador	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Cucharones	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Envases plásticos	30	\$ 8,00	\$ 240,00
Tablas de Picar	5	\$ 7,00	\$ 35,00
Cedazos	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Juego de Cuchillos	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Juego de tenedores	7	\$ 40,00	\$ 280,00
Juego de Vajillas	10	\$ 90,00	\$ 900,00
Copas de agua	64	\$ 1,20	\$ 76,80
Vasos	64	\$ 0,80	\$ 51,20
Tazas	64	\$ 0,80	\$ 51,20
Jarras	16	\$ 3,00	\$ 48,00
<b>Mantelería</b>			
Manteles	16	\$ 12,00	\$ 192,00
Porta Servilletas	16	\$ 2,00	\$ 32,00
Individuales	64	\$ 1,00	\$ 64,00
<b>Mobiliario para cocina y Comedor</b>			
Sillas	64	\$ 10,00	\$ 640,00
Mesas	16	\$ 30,00	\$ 480,00
<b>Mobiliario para área social</b>			
Juego de Muebles	1	\$ 232,00	\$ 232,00
<b>Equipos y Enseres para área en general</b>			
Cuadros	5	\$ 10,00	\$ 50,00

<b>Suministros de Oficina</b>			
Plumas	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Grapadoras	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Teléfono	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Perforadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Reciberas	3	\$ 10,00	\$ 30,00
<b>Materiales de Limpieza y Mantenimiento</b>			
Escoba	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Tachos recolectores	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Extintor	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Dispensador de Jabón	2	\$ 13,00	\$ 26,00
Productos de limpieza	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Toallas desechables	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Jabones líquidos	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Papel higiénico	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Fundas Plásticas	12	\$ 1,90	\$ 22,80
<b>TOTALES</b>		<b>\$ 3.232,00</b>	<b>\$ 10.068,60</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 3.1.11 Requerimiento de materia prima.

**Tabla 28** Requerimiento de Materia Prima.

<b>Materiales Directos</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total Mensual</b>	<b>Costo Total Anual</b>
<b>Carnes</b>					
Carne de Res	Kg	40	\$ 12,30	\$ 492,00	\$ 5.904,00
Carne de Cerdo	Kg	40	\$ 11,20	\$ 448,00	\$ 5.376,00
Pescado	Kg	40	\$ 6,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Carne de Pollo	Kg	40	\$ 7,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Pulpo	Kg	20	\$ 3,20	\$ 64,00	\$ 768,00
Camarones	Kg	40	\$ 10,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
<b>Ingredientes y Condimentos</b>					
Huevos	Docena	10	\$ 3,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Papas	Quintal	10	\$ 35,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Arroz integral	Quintal	8	\$ 70,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
Ajo	Kg	20	\$ 2,50	\$ 50,00	\$ 600,00
Cebolla blanca	Kg	30	\$ 1,50	\$ 45,00	\$ 540,00
Cebolla paiteña	Kg	30	\$ 1,20	\$ 36,00	\$ 432,00
Culantro	Kg	30	\$ 0,80	\$ 24,00	\$ 288,00
Pimiento Rojo	Kg	30	\$ 1,20	\$ 36,00	\$ 432,00
Pimiento Verde	Kg	30	\$ 1,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Aceite	litro	10	\$ 2,50	\$ 25,00	\$ 300,00
Leche	litro	25	\$ 0,75	\$ 18,75	\$ 225,00
leche de soya	litro	40	\$ 1,20	\$ 48,00	\$ 576,00
<b>Frutas</b>					
Sandia	Unidad	15	\$ 1,20	\$ 18,00	\$ 216,00
Melón	Unidad	15	\$ 1,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Papaya	Unidad	10	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Mora	kg	10	\$ 2,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Piña	Unidad	15	\$ 0,75	\$ 11,25	\$ 135,00
Guayaba	Caja	1	\$ 18,00	\$ 18,00	\$ 216,00
Guanábana	Caja	1	\$ 28,00	\$ 28,00	\$ 336,00
Naranjas	Docena	15	\$ 1,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Naranja	Caja	20	\$ 2,50	\$ 50,00	\$ 600,00
Tomate de Árbol	Caja	20	\$ 2,00	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>Hortalizas/Vegetales y Granos</b>					
Arveja	Kg	10	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Vainita	kg	10	\$ 1,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Col	kg	10	\$ 2,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Lechuga orgánica	kg	10	\$ 2,00	\$ 20,00	\$ 240,00

Zanahoria	kg	10	\$ 2,50	\$ 25,00	\$ 300,00
Tomate riñón	kg	12	\$ 1,50	\$ 18,00	\$ 216,00
Brócoli	kg	10	\$ 4,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Coliflor	kg	8	\$ 5,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Choclo (desgranado)	kg	6	\$ 2,50	\$ 15,00	\$ 180,00
Choclo (entero)	kg	25	\$ 3,50	\$ 87,50	\$ 1.050,00
Lenteja	kg	15	\$ 0,90	\$ 13,50	\$ 162,00
Frejol	kg	15	\$ 1,50	\$ 22,50	\$ 270,00
<b>Totales</b>				<b>\$ 3.794,50</b>	<b>\$ 45.534,00</b>

<b>Materia Prima Indirecta</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo Total Anual</b>
<b>Condimentación</b>					
Comino molido	libras	5	\$ 1,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Pimienta Molida	libras	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Mantequilla	kg	5	\$ 2,20	\$ 11,00	\$ 132,00
Orégano	onzas	10	\$ 0,25	\$ 2,50	\$ 30,00
Azúcar Morena	kg	10	\$ 5,50	\$ 55,00	\$ 660,00
Azúcar Refinada	kg	5	\$ 4,30	\$ 21,50	\$ 258,00
Sal	libras	12	\$ 0,80	\$ 9,60	\$ 115,20
Limonas	kg	25	\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>Bebidas</b>					
Gaseosas	Jaba 9	20	\$ 11,70	\$ 234,00	\$ 2.808,00
Agua mineral con gas	jaba 12	20	\$ 7,80	\$ 156,00	\$ 1.872,00
Agua minera sin gas	jaba 12	38	\$ 9,50	\$ 361,00	\$ 4.332,00
Te orgánico	Caja	9	\$ 3,00	\$ 27,00	\$ 324,00
Café sin cafeína	libras	10	\$ 4,20	\$ 42,00	\$ 504,00
<b>Conservas y Enlatados</b>					
Salsa de Tomate	litro	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Mostaza	litro	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
Salsa B&Q	Gr	5	\$ 2,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Vinagre Blanco	gr	10	\$ 1,30	\$ 13,00	\$ 156,00
<b>Totales</b>				<b>\$ 1.014,60</b>	<b>\$ 12.175,20</b>

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

### 3.1.12 Requerimiento de personal.

A continuación el balance de personal el cual indica los puestos de trabajo necesarios para la operación del mismo.

**Tabla 29** Balance de Personal.

<b>BALANCE DE PERSONAL</b>									
<b>Cargo</b>	<b>N° Emp.</b>	<b>Sueldo mensual individual</b>	<b>Sueldo mensual total</b>	<b>Aporte IESS 11.15%</b>	<b>Sueldo anual</b>	<b>Aporte anual</b>	<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	<b>Décimo Cuarto Sueldo</b>	<b>Gasto Anual Personal</b>
Chef	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 8.400,00	\$ 936,60	\$ 700,00	\$ 375,00	\$ 10.411,60
Ayudantes de Cocina	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 800,00	\$ 375,00	\$ 11.845,40
Meseros	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 800,00	\$ 375,00	\$ 11.845,40
Asistente de Limpieza	1	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 42,37	\$ 4.560,00	\$ 508,44	\$ 380,00	\$ 375,00	\$ 5.823,44
Recepcionista	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 5.400,00	\$ 602,10	\$ 450,00	\$ 375,00	\$ 6.827,10
Contador	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 8.400,00	\$ 936,60	\$ 700,00	\$ 375,00	\$ 10.411,60
Administrador	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 9.600,00	\$ 1.070,40	\$ 800,00	\$ 375,00	\$ 11.845,40
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>\$ 3.830,00</b>	<b>\$ 4.630,00</b>	<b>\$ 516,25</b>	<b>\$ 55.560,00</b>	<b>\$ 6.194,94</b>	<b>\$ 4.630,00</b>	<b>\$ 2.625,00</b>	<b>\$ 69.009,94</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 3.1.13 Inversión de activos.

La empresa dará inicio con la siguiente inversión:

**Tabla 30** Activos requeridos

<b>INVERSIÓN EN EQUIPOS</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cocinas Industriales	2	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00
Congelador	2	\$ 760,00	\$ 1.520,00
Hornos	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Extractores	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Refrigeradora	2	\$ 860,00	\$ 1.720,00
Licuadaora	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Batidora	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Cafeteras	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Microondas	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Computadora	2	\$ 860,00	\$ 1.720,00
Máquina Registradora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Impresora	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Aire Acondicionado	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>Total Inversión en Equipos</b>		<b>\$ 9.080,00</b>	<b>\$ 14.210,00</b>
<b>Inversión en Materiales</b>			
Mesa de Trabajo para Cocina	2	\$ 480,00	\$ 960,00
Mesa de Prelavado	1	\$ 890,00	\$ 890,00
Sillas para cocina	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Estanderia	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Repisas de pared	10	\$ 110,00	\$ 1.100,00
Juego de Sartenes	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Juego de Ollas	5	\$ 300,00	\$ 1.500,00
Exprimidor de Limón	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Rayador	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Cucharones	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Envases plásticos	30	\$ 8,00	\$ 240,00
Tablas de Picar	5	\$ 7,00	\$ 35,00
Cedazos	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Juego de Cuchillos	5	\$ 30,00	\$ 150,00
Juego de tenedores	7	\$ 40,00	\$ 280,00
Juego de Vajillas	10	\$ 90,00	\$ 900,00

Copas de agua	64	\$	1,20	\$	76,80
Vasos	64	\$	0,80	\$	51,20
Tazas	64	\$	0,80	\$	51,20
Jarras	16	\$	3,00	\$	48,00
Manteles	16	\$	12,00	\$	192,00
Porta Servilletas	16	\$	2,00	\$	32,00
Individuales	64	\$	1,00	\$	64,00
<b>Total en Inversión de Materiales</b>		\$	2.745,80	\$	8.128,20
<b>Inversiones en Muebles de Oficina y Comedor</b>					
Sillas	64	\$	10,00	\$	640,00
Mesas	16	\$	30,00	\$	480,00
Juego de Muebles	1	\$	232,00	\$	232,00
<b>Total en Inversión de Muebles de oficina y Comedor</b>		\$	272,00	\$	1.352,00
<b>Inversión Suministros de Oficina</b>					
Cuadros	5	\$	10,00	\$	50,00
Plumas	12	\$	0,30	\$	3,60
Grapadoras	1	\$	4,00	\$	4,00
Teléfono	1	\$	60,00	\$	60,00
Perforadora	1	\$	3,00	\$	3,00
Reciberas	3	\$	10,00	\$	30,00
<b>Total en Inversión de Suministros de Oficina</b>		\$	87,30	\$	150,60
<b>Inversión Materiales de Limpieza y Mantenimiento</b>					
Escoba	2	\$	4,00	\$	8,00
Tachos recolectores	3	\$	15,00	\$	45,00
Extintor	1	\$	50,00	\$	50,00
Dispensador de Jabón	2	\$	13,00	\$	26,00
Productos de limpieza	4	\$	10,00	\$	40,00
Toallas desechables	2	\$	15,00	\$	30,00
Jabones líquidos	12	\$	10,00	\$	120,00
Papel higiénico	12	\$	8,00	\$	96,00
Fundas Plásticas	12	\$	1,90	\$	22,80
<b>Total en Inversión de Materiales de Limpieza y Mantenimiento</b>		\$	126,90	\$	437,80

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

## **3.2 ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

### 3.2.1 Objetivo del estudio administrativo.

Determinar los diferentes procesos administrativos para poder cumplir con eficacia los procesos.

### 3.2.2. Base filosófica de la empresa.

#### 3.2.2.1 Misión.

El restaurante de dietas variadas ofrece una nueva experiencia a su paladar a través de una mezcla de los más agradables sabores de la comida saludable y fresca, en un ambiente donde los consumidores tengan la posibilidad de hablar con sus familiares y amigos en un entorno amenizado por videos musicales y una decoración acorde.

También ofrece un menú con un sabor inigualable y de alta calidad junto a un servicio al cliente excepcional, elementos que son altamente valorados por los clientes y que son extraídos de la investigación de mercados realizada anteriormente.

#### 3.2.2.2 Visión.

Ser en cinco años, un restaurante con un servicio y atención excepcional, líder en la calidad, tiempo de espera y sabor de los platos que ofrece.

### **3.2.4 Arquitectura organizacional.**

La estructura del restaurante es lineo-funcional, de manera que se caracterice por la autoridad, división del trabajo y delegación de actividades para que se conserve la

especialización en cada parte específica del trabajo. A continuación se presentará el organigrama con el cual funcionará el restaurante:

*Ilustración 18: Organigrama*



**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

3.2.5 Distribución de funciones y responsabilidades.

Con base en la arquitectura organizacional de la empresa, se han estructurado los cargos según el perfil que se necesita para el correcto desempeño de cada una de las funciones mencionadas.

**Tabla 31** Distribución de Funciones

<b>Cargo</b>	<b>Tipo de Contrato</b>	<b>Horario</b>	<b>Perfil del Cargo</b>	<b>Funciones</b>
Chefs	A términos Indefinidos	Lunes a Sábados 6h00 am - 14h00 pm	Título Técnico en Gastronomía o Preparación de Alimentos	Control de los productos y bienes de cocina.
				Elaboración de los distintos platos que el restaurante ofrece
				Control del higiene de la cocina
				Supervisar al ayudante de cocina
				Encargado del cuidado de los equipos y utensilios en la realización de los platos
				Realización de la planeación y pedido de las materias primas
Ayudante de Cocina	A términos Indefinidos	Lunes a Sábados 6h00 am - 14h00 pm	Titulo Bachiller	Respetar los horarios de trabajo
				Colaborar en la realización de los platos
				Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos de trabajo
				Cuidado de los bienes y uso de la cocina
Mesero	A términos Indefinidos	Lunes a Sábados 7h30 am - 15h30 pm	Titulo Bachiller	Eficiencia y rapidez
				Orden y limpieza del restaurante
				Atención cordial y eficaz
				Debe reordenar su sector de trabajo después del servicio
				Eficiencia y eficacia
				Cuidado del salón
Excelente disposición				

				Responsable y educado
Asistente de limpieza	A términos Indefinidos	Lunes a Sábados 7h30 am - 15h30 pm	Titulo bachiller	Orden y limpieza del restaurante
				Eficiencia y eficacia
				Cuidado del salón
				Excelente disposición
				Responsable y educado
Recepcionista-Cajera	A términos Indefinidos	Lunes a Sábados 7h30 am - 15h30 pm	Estudiante universitario	Orden en los procesos
				Eficiencia y eficacia
				Eficacia en la atención
				Manejo responsable de caja
				Ser rápida y presentar informes diarios.
Contador	A términos Indefinidos	Lunes a Sábados 7h30 am - 15h30 pm	Ing. Auditor o Economista	Controlar los procesos contables y financieros de la empresa
Administrador	Dueño del local	Lunes a Sábado		Es el encargado de vigilar que se cumplan todos los procesos, dar órdenes y de la planificación diaria.

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 3.2.7 Marco legal relacionado con la empresa.

La investigación se fundamenta en los siguientes sustentos legales:

## **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.**

### **Capítulo quinto - Recursos económicos**

**Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.

2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

### **Capítulo cuarto - Soberanía económica**

Que, el Artículo 21 de la Ley Orgánica de Régimen de la Soberanía Alimentaria establece: Comercialización Interna.- El Estado creará el sistema nacional de comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores, e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización. Además, procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización; y, fomentará mecanismos asociativos de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de alimentos,

para protegerlos de la imposición de condiciones desfavorables en la comercialización de sus productos, respecto de las grandes cadenas de comercialización e industrialización, y controlará el cumplimiento de las condiciones contractuales y los plazos de pago.

## **Capítulo sexto -Trabajo y producción**

### **Sección primera - Formas de organización de la producción y su gestión**

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

## **LEY DE COMPAÑÍAS**

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

**Art. 3.-** Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

**Art. 4.-** El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

### **LEY DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO**

**Art. 4.-** Sujetos pasivos.- Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.

**Art. 19.-** Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

### **LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES**

**Art. 3.-** De la inscripción obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes.

Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

**Art. 4.-** De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados

de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO FINANCIERO.**

#### **4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO.**

Conocer el total de la inversión a través de un estudio económico que proyecte ingresos y gastos y a su vez determine la factibilidad financiera.

#### **4.2 INVERSIÓN.**

El primer paso a realizar es determinar las inversiones inicial que se necesita para poner en marcha el negocio, la misma que consiste en estimar los activos fijos y corrientes que se necesitan para iniciar las operaciones del restaurante, para determinar la inversión se sumaran tanto activos fijos y corrientes, así como también el capital de trabajo. Se debe realizar a detalle los requerimientos de capital para la inversión inicial, se suman los siguientes rubros:

- Inversión en activos fijos
- Inversión en activos diferidos

- Capital de trabajo u operación

La empresa para dar inicio a las operaciones requiere de la siguiente inversión que se encuentra detallada en el estudio técnico.

#### 4.2.1 Activos fijos.

**Tabla 32** Inversión en activos fijos.

<b>INVERSIÓN INICIAL ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>Inversión en Equipos y Maquinarias</b>	<b>\$ 14.210,00</b>
<b>Inversión en Materiales Y Suministros</b>	<b>\$ 8.128,20</b>
<b>Inversiones en Muebles y Enseres</b>	<b>\$ 1.352,00</b>
<b>Inversión Suministros de Oficina</b>	<b>\$ 150,60</b>
<b>Inversión Materiales de Limpieza y Mantenimiento</b>	<b>\$ 437,80</b>
<b>Inversión en Adecuación de Local</b>	<b>\$ 3.700,00</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 27.978,60</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 4.2.2 Activos diferidos.

Los diferentes activos diferidos o intangibles requeridos para el funcionamiento del restaurante son:

**Tabla 33** Activos Diferidos

<b>INVERSIÓN INICIAL EN ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>

Permisos de Funcionamiento	1	\$ 137,00	\$ 137,00
Patentes Municipales	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Ministerio de Salud	1	\$ 156,00	\$ 156,00
Certificado de Medio Ambiente	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Permiso del Cuerpo Bombero	1	\$ 120,00	\$ 120,00
IEPI	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Total de Inversión en Gastos de Constitución		\$ 474,00	\$ 474,00
<b>TOTAL DE INVERSION INICIAL EN ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>\$ 474,00</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 4.2.3 Capital de Trabajo

Como toda inversión que se realice en un proyecto, es necesario conocer cuánto será el capital de trabajo que se va a necesitar, estos costos están divididos en fijos y variables. Los costos fijos son aquellas responsabilidades que la empresa tiene que no varían ni tienen que ver con la producción y venta, es decir así no exista producción estos costos se van a generar. En cambio los costos variables son aquellos que dependen de la producción y por lo tanto van a variar de acuerdo a ella.

Dentro de este contexto se debe conocer el manejo de la materia prima directa e indirecta y el manejo de los proveedores para tener un control de la inversión realizada para la operación, a continuación el detalle:

- Días de inventario de materia prima

Tanto la materia prima directa como la indirecta se compraran semanalmente, abasteciéndonos así con los materiales suficientes para la producción, se tendrán en refrigeración todo lo que son las carnes, verduras y frutas, mientras que los demás productos estarán en bodega.

- Días de inventario de productos en proceso y terminados

La producción del restaurante de dietas variadas será diaria, con la venta de sus productos también de manera rápida por lo que son productos perecibles como desayunos y almuerzos, los cuales se entregan diariamente a los clientes.

- Política de cartera a clientes

El restaurante de dietas variadas venderá a sus clientes menús, específicamente desayunos y almuerzos de manera diaria, con pagos en efectivo. No se dará crédito a los clientes excepto que sea una empresa la que contrate nuestros servicios y productos para varios de sus empleados se les dará un crédito de 30 días para cancelar.

- Política de Cartera a los Proveedores

El restaurante de dietas variadas cancelara a sus proveedores de la siguiente manera: Productos perecibles como carnes, vegetales, hortalizas y frutas el pago se realizara en efectivo. Productos duraderos como condimentos, bebidas, conservas y demás se cancelaran en un plazo establecido de 15 días después de cada entrega, dando un anticipo del 50%.

. **Tabla 34** Inversión en Capital de Trabajo

<b>INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
<b><u>Sueldos y Salarios</u></b>	
Chef	\$ 10.411,60
Ayudantes de Cocina	\$ 11.845,40
Meseros	\$ 11.845,40
Asistente de Limpieza	\$ 5.823,44
Recepcionista	\$ 6.827,10
Contador	\$ 10.411,60
Administrador	\$ 11.845,40
<b>Total Sueldos y Salarios</b>	<b>\$ 69.009,94</b>
<b><u>Costos de Alquiler de Local</u></b>	<b>\$ 6.000,00</b>
<b>Total de Costos Fijos</b>	<b>\$ 75.009,94</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Materia Prima Directa	\$ 45.534,00
Materia Prima Indirecta	\$ 12.175,20

<b>Total de Costos Variables</b>	<b>\$ 57.709,20</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 132.719,14</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 4.2.3 Total de inversión.

**Tabla 35** Total de inversión.

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
Activos Fijos	\$ 27.978,60
Activos Diferidos	\$ 474,00
Capital de Trabajo	\$ 132.719,14
<b>TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 161.171,74</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 4.3 FINANCIAMIENTO.

#### 4.3.1 Estrategia de financiamiento.

Al conocer el valor total de la inversión, para la creación del restaurante de dietas variadas, como estrategia de financiamiento, el solicitar un préstamo bancario correspondiente al 18% del total, puesto que el restante, será aportado por el propietario del proyecto.

Con base en este contexto, el préstamo será proporcionado por la Corporación Financiera Nacional, quien emite créditos con una tasa de interés del 0,94% mensual y cuyo plazo será de 36 meses.

**Tabla 3** Estrategia de financiamiento.

<b>FINANCIAMIENTO</b>
-----------------------

DETALLE	VALOR FINANCIADO	VALOR FINANCIADO
Accionista	\$ 132.719,14	82%
Préstamo bancario (CFN)	\$ 28.452,60	18%
<b>TOTAL</b>	\$ 161.171,74	100%

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

#### 4.3.2 Tabla de amortización.

El préstamo bancario, presenta una estructura financiera con un plazo de 60 meses, detallando en la tabla de amortización los valores por intereses y capital.

**Tabla 37** Tabla de amortización.

N°	Saldo Adeudado	Cuota	Interés	Amortización	Saldo Reducido
1	\$ 28.452,60	\$ 935,28	\$ 267,45	\$ 667,82	\$ 27.784,78
2	\$ 27.784,78	\$ 935,28	\$ 261,18	\$ 674,10	\$ 27.110,67
3	\$ 27.110,67	\$ 935,28	\$ 254,84	\$ 680,44	\$ 26.430,23
4	\$ 26.430,23	\$ 935,28	\$ 248,44	\$ 686,83	\$ 25.743,40
5	\$ 25.743,40	\$ 935,28	\$ 241,99	\$ 693,29	\$ 25.050,11
6	\$ 25.050,11	\$ 935,28	\$ 235,47	\$ 699,81	\$ 24.350,30
7	\$ 24.350,30	\$ 935,28	\$ 228,89	\$ 706,39	\$ 23.643,92
8	\$ 23.643,92	\$ 935,28	\$ 222,25	\$ 713,03	\$ 22.930,89
9	\$ 22.930,89	\$ 935,28	\$ 215,55	\$ 719,73	\$ 22.211,16
10	\$ 22.211,16	\$ 935,28	\$ 208,78	\$ 726,49	\$ 21.484,67
11	\$ 21.484,67	\$ 935,28	\$ 201,96	\$ 733,32	\$ 20.751,34
12	\$ 20.751,34	\$ 935,28	\$ 195,06	\$ 740,22	\$ 20.011,13
13	\$ 20.011,13	\$ 935,28	\$ 188,10	\$ 747,17	\$ 19.263,95

<b>14</b>	\$ 19.263,95	\$ 935,28	\$ 181,08	\$ 754,20	\$ 18.509,76
<b>15</b>	\$ 18.509,76	\$ 935,28	\$ 173,99	\$ 761,29	\$ 17.748,47
<b>16</b>	\$ 17.748,47	\$ 935,28	\$ 166,84	\$ 768,44	\$ 16.980,02
<b>17</b>	\$ 16.980,02	\$ 935,28	\$ 159,61	\$ 775,67	\$ 16.204,36
<b>18</b>	\$ 16.204,36	\$ 935,28	\$ 152,32	\$ 782,96	\$ 15.421,40
<b>19</b>	\$ 15.421,40	\$ 935,28	\$ 144,96	\$ 790,32	\$ 14.631,08
<b>20</b>	\$ 14.631,08	\$ 935,28	\$ 137,53	\$ 797,75	\$ 13.833,34
<b>21</b>	\$ 13.833,34	\$ 935,28	\$ 130,03	\$ 805,25	\$ 13.028,09
<b>22</b>	\$ 13.028,09	\$ 935,28	\$ 122,46	\$ 812,81	\$ 12.215,28
<b>23</b>	\$ 12.215,28	\$ 935,28	\$ 114,82	\$ 820,46	\$ 11.394,82
<b>24</b>	\$ 11.394,82	\$ 935,28	\$ 107,11	\$ 828,17	\$ 10.566,65
<b>25</b>	\$ 10.566,65	\$ 935,28	\$ 99,33	\$ 835,95	\$ 9.730,70
<b>26</b>	\$ 9.730,70	\$ 935,28	\$ 91,47	\$ 843,81	\$ 8.886,89
<b>27</b>	\$ 8.886,89	\$ 935,28	\$ 83,54	\$ 851,74	\$ 8.035,15
<b>28</b>	\$ 8.035,15	\$ 935,28	\$ 75,53	\$ 859,75	\$ 7.175,40
<b>29</b>	\$ 7.175,40	\$ 935,28	\$ 67,45	\$ 867,83	\$ 6.307,57
<b>30</b>	\$ 6.307,57	\$ 935,28	\$ 59,29	\$ 875,99	\$ 5.431,58
<b>31</b>	\$ 5.431,58	\$ 935,28	\$ 51,06	\$ 884,22	\$ 4.547,36
<b>32</b>	\$ 4.547,36	\$ 935,28	\$ 42,75	\$ 892,53	\$ 3.654,83
<b>33</b>	\$ 3.654,83	\$ 935,28	\$ 34,36	\$ 900,92	\$ 2.753,90
<b>34</b>	\$ 2.753,90	\$ 935,28	\$ 25,89	\$ 909,39	\$ 1.844,51
<b>35</b>	\$ 1.844,51	\$ 935,28	\$ 17,34	\$ 917,94	\$ 926,57
<b>36</b>	\$ 926,57	\$ 935,28	\$ 8,71	\$ 926,57	\$ -

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 4.3.3 Calculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Los datos para el cálculo de la TMAR, son los siguientes:

**Tabla 38** TMAR

<b>DATOS PARA EL TMAR</b>			
Rf1	=	1,00%	: Tasa libre de riesgo*
Rf2	=	4,00%	: Premio por invertir en acciones*
Rm	=	8,00%	: Rendimiento promedio del mercado*
Bapalan.	=	0,85	: Beta apalancado
Bdesap.	=	0,60	: Beta desapalancado
t ECUADOR	=	36,25%	: Tasa de impuestos-Ecuador
Razon (D/P)	=	0,43	:Relación de endeudamiento para la empresa
Rp Ec	=	9,00%	:Riesgo país del Ecuador

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

<b><math>E(r) = Rf1 + Bapalan.(Rm - Rf2)</math></b>	
E(r)	3,72%
TMAR	12,72%

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### 4.4 PRECIO PROYECTADO.

Para obtener nuestra proyección de ingresos, es necesario conocer la proyección del precio, esto lo realizaremos en base a la inflación proporcionada por el INEC.

A continuación detallo tabla de precio proyectado

**Tabla 39** Precio proyectado.

<b>AÑOS</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>INFLACION</b>	3,20%	3,50%	2,98%	3,50%	2,98%
<b>PRECIO DESAYUNOS</b>	\$ 4,00	\$ 4,14	\$ 4,26	\$ 4,41	\$ 4,54
<b>PRECIO ALMUERZOS</b>	\$ 5,00	\$ 5,18	\$ 5,33	\$ 5,52	\$ 5,68
<b>PRECIO PLATOS A LA CARTA</b>	\$ 8,99	\$ 9,30	\$ 9,58	\$ 9,92	\$ 10,21

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano

#### **4.5 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.**

Se proyectará los ingresos en los próximos 5 años, la cantidad de platos que venderá el restaurante está detallado en el estudio técnico, se la realizó de acuerdo a la demanda que atenderá el proyecto con su respectivo precio, considerando la inflación.

**Tabla 40** Ingresos en dólares.

<b>AÑOS</b>	<b>DESAYUNOS</b>	<b>ALMUERZOS</b>	<b>PLATOS A LA CARTA</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>
2017	\$ 40.584,01	\$ 132.000,00	\$ 21.576,00	\$ 194.160,01
2018	\$ 46.204,89	\$ 150.282,00	\$ 24.564,28	\$ 221.051,17
2019	\$ 52.339,98	\$ 170.236,44	\$ 27.825,92	\$ 250.402,35
2020	\$ 59.589,07	\$ 193.814,19	\$ 31.679,81	\$ 285.083,07
2021	\$ 67.501,30	\$ 219.548,84	\$ 35.886,26	\$ 322.936,40

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano

#### **4.6 PROYECCIONES DE COSTOS Y GASTOS.**

##### **4.6.1. PROYECCIÓN DE COSTOS.**

###### **4.6.1.1 Proyección de materia prima.**

Según los resultados del análisis técnico en donde se especificó los materiales que se van a utilizar para la elaboración de los menús, nos permitirán elaborar un presupuesto de compra de materia prima. Para realizar la proyección de los años de los siguientes 5 años se

tomó en consideración un estimativo de la inflación actual según el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 41** Costos por materia prima.

<b>Presupuesto de Compra de Materia Prima</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Tasa de inflación</b>	<b>3,20%</b>	<b>3,50%</b>	<b>2,98%</b>	<b>3,50%</b>	<b>2,98%</b>
MATERIA PRIMA DIRECTA (sin IVA)	\$ 45.534,00	\$ 47.127,69	\$48.532,10	\$ 50.230,72	\$ 51.727,59
MATERIA PRIMA INDIRECTA (sin IVA)	\$ 12.175,20	\$ 12.601,33	\$12.976,85	\$ 13.431,04	\$ 13.831,29
Total de compras (sin IVA)	\$ 57.709,20	\$ 59.729,02	\$61.508,95	\$ 63.661,76	\$ 65.558,88
Total valor IVA 12%	\$ 1.461,02	\$ 1.512,16	\$ 1.557,22	\$ 1.611,72	\$ 1.659,75
<b>TOTAL COMPRA MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ 59.170,22</b>	<b>\$ 61.241,18</b>	<b>\$63.066,17</b>	<b>\$ 65.273,48</b>	<b>\$ 67.218,63</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 4.6.1.2 Proyección de Gastos en Personal.

Se detalla la proyección de los costos y gastos de mano de obra directa, indirecta y personal administrativo.

**Tabla 42** Presupuesto de Personal.

<b>PRESUPUESTO DE PERSONAL</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Valor Nomina de Personal Administrativo	\$22.257,00	\$22.924,71	\$23.612,45	\$24.320,82	\$25.050,45
Valor Nomina de Personal Operativo MOD	\$17.238,70	\$17.755,86	\$18.288,54	\$18.837,19	\$19.402,31
Valor Nomina de Personal de Apoyo MOI	\$29.514,24	\$30.399,67	\$31.311,66	\$32.251,01	\$33.218,54
Total Nomina de Empleados	\$69.009,94	\$71.080,24	\$73.212,65	\$75.409,02	\$77.671,30
Total Aporte Patronal 11,15%	\$ 7.694,61	\$ 7.925,45	\$ 8.163,21	\$ 8.408,11	\$ 8.660,35

Total Décimo Tercer Sueldo	\$ 4.630,00	\$ 4.768,90	\$ 4.911,97	\$ 5.059,33	\$ 5.211,11
Total Décimo Cuarto Sueldo	\$ 3.186,00	\$ 3.281,58	\$ 3.380,03	\$ 3.481,43	\$ 3.585,87
<b>Total Gastos de Personal</b>	<b>\$84.520,55</b>	<b>\$87.056,16</b>	<b>\$89.667,85</b>	<b>\$92.357,89</b>	<b>\$95.128,62</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 4.6.2 PROYECCIONES DE OTROS GASTOS.

##### 4.6.2.1 Otros gastos administrativos.

**Tabla 43** Otros gastos administrativos.

<b>PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INFLACIÓN</b>	3,20%	3,50%	2,98%	3,50%	2,98%
Gastos Administrativos					
Arriendo de local	\$ 6.000,00	\$ 6.210,00	\$ 6.395,06	\$ 6.618,89	\$ 6.816,13
LUZ	\$ 3.840,00	\$ 3.974,40	\$ 4.092,84	\$ 4.236,09	\$ 4.362,32
AGUA	\$ 720,00	\$ 745,20	\$ 767,41	\$ 794,27	\$ 817,94
TELÉFONO	\$ 240,00	\$ 248,40	\$ 255,80	\$ 264,76	\$ 272,65
INTERNET	\$ 264,00	\$ 273,24	\$ 281,38	\$ 291,23	\$ 299,91
<b>Total de Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 11.064,00</b>	<b>\$ 11.451,24</b>	<b>\$ 11.792,49</b>	<b>\$ 12.205,22</b>	<b>\$ 12.568,94</b>
Gastos de Venta					
Publicidad y Promoción	\$ 1.000,00	\$ 1.035,00	\$ 1.065,84	\$ 1.103,15	\$ 1.136,02
Total Gastos de Venta	\$ 1.000,00	\$ 1.035,00	\$ 1.065,84	\$ 1.103,15	\$ 1.136,02
<b>TOTAL DE OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 12.064,00</b>	<b>\$ 12.486,24</b>	<b>\$ 12.858,33</b>	<b>\$ 13.308,37</b>	<b>\$ 13.704,96</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

#### 4.7 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

**Tabla 44** Estado de pérdidas y ganancias.

**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS  
RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS  
PROYECCIÓN A CINCO AÑOS**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>					
Ventas	\$ 194.160,01	\$ 221.051,17	\$ 250.402,35	\$ 285.083,07	\$ 322.936,40
Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 194.160,01</b>	<b>\$ 221.051,17</b>	<b>\$ 250.402,35</b>	<b>\$ 285.083,07</b>	<b>\$ 322.936,40</b>
<b>Costo de Ventas</b>	<b>\$ (59.170,22)</b>	<b>\$ (61.241,18)</b>	<b>\$ (63.066,17)</b>	<b>\$ (65.273,48)</b>	<b>\$ (67.218,63)</b>
<b>Egresos</b>					
Egresos de Administración y Ventas	\$ (97.584,55)	\$ (100.577,40)	\$ (103.592,02)	\$ (106.769,40)	\$ (109.969,60)
Egresos Financieros	\$ (2.781,87)	\$ (1.778,87)	\$ (656,69)	\$ -	\$ -
Otros Egresos	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)
Total Egresos	\$ (102.862,96)	\$ (104.852,81)	\$ (106.745,25)	\$ (109.265,94)	\$ (112.466,14)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 32.126,83</b>	<b>\$ 54.957,18</b>	<b>\$ 80.590,93</b>	<b>\$ 110.543,65</b>	<b>\$ 143.251,63</b>
<b>15% Participación Trabajadores</b>	<b>\$ (4.819,02)</b>	<b>\$ (8.243,58)</b>	<b>\$ (12.088,64)</b>	<b>\$ (16.581,55)</b>	<b>\$ (21.487,74)</b>
<b>Utilidad Antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>\$ 27.307,81</b>	<b>\$ 46.713,60</b>	<b>\$ 68.502,29</b>	<b>\$ 93.962,10</b>	<b>\$ 121.763,88</b>
<b>Impuesto Renta</b>	<b>\$ (6.280,80)</b>	<b>\$ (10.744,13)</b>	<b>\$ (15.755,53)</b>	<b>\$ (21.611,28)</b>	<b>\$ (28.005,69)</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 21.027,01</b>	<b>\$ 35.969,47</b>	<b>\$ 52.746,76</b>	<b>\$ 72.350,82</b>	<b>\$ 93.758,19</b>

Elaborado por: Jeniffer Zambrano

#### 4.8 FLUJO NETO DEL PROYECTO

Tabla 45 Flujo neto del proyecto.

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>
RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS
<b>PROYECCIÓN A CINCO AÑOS</b>

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>INGRESOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Caja Inicial</b>						
<b>Ingresos proyectados</b>		\$ 194.160,01	\$ 221.051,17	\$ 250.402,35	\$ 285.083,07	\$ 322.936,40
Otros Ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Disponible		\$ 194.160,01	\$ 221.051,17	\$ 250.402,35	\$ 285.083,07	\$ 322.936,40
<b>COSTOS</b>						
<b>Costos Variable</b>						
Egresos efectivos compras		\$ (59.170,22)	\$ (61.241,18)	\$ (63.066,17)	\$ (65.273,48)	\$ (67.218,63)
Egresos gastos de fabricación		\$ -				
<b>Costos Fijos</b>						
Egresos gastos de personal		\$ (84.520,55)	\$ (87.056,16)	\$ (89.667,85)	\$ (92.357,89)	\$ (95.128,62)
Egresos gastos de administración		\$ (11.064,00)	\$ (11.451,24)	\$ (11.792,49)	\$ (12.205,22)	\$ (12.568,94)
Egresos por ventas		\$ (2.000,00)	\$ (2.070,00)	\$ (2.131,69)	\$ (2.206,30)	\$ (2.272,04)
Egresos financieros (intereses)		\$ (2.781,87)	\$ (1.778,87)	\$ (656,69)	\$ -	\$ -
Depreciación de Equipos		\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)
<b>Total de Costos</b>		\$(162.033,18)	\$(166.093,99)	\$(169.811,42)	\$(174.539,42)	\$(179.684,77)
<b>Utilidad Antes de Impuesto</b>		\$ 32.126,83	\$ 54.957,18	\$ 80.590,93	\$ 110.543,65	\$ 143.251,63
<b>15% Participación Trabajadores</b>		\$ (4.819,02)	\$ (8.243,58)	\$ (12.088,64)	\$ (16.581,55)	\$ (21.487,74)
<b>Utilidad Antes de Impuesto a la Renta</b>		\$ 27.307,81	\$ 46.713,60	\$ 68.502,29	\$ 93.962,10	\$ 121.763,88
Impuesto Renta		\$ (6.280,80)	\$ (10.744,13)	\$ (15.755,53)	\$ (21.611,28)	\$ (28.005,69)
<b>Utilidad Neta</b>		\$ 21.027,01	\$ 35.969,47	\$ 52.746,76	\$ 72.350,82	\$ 93.758,19
Depreciación de Equipos		\$ 2.496,53	\$ 2.496,53	\$ 2.496,53	\$ 2.496,53	\$ 2.496,53
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ (132.719,14)</b>	\$ (1.035,48)	\$ (912,49)	\$ (1.103,66)	\$ (972,57)	\$ 33.609,32
<b>Préstamo</b>	<b>\$ 28.452,60</b>					
<b>Amortización de la Deuda</b>		\$ 8.441,47	\$ 9.444,47	\$ 10.566,65	\$ -	\$ -
<b>Valor de Desecho</b>						
<b>Flujo de Caja</b>	<b>\$ (104.266,54)</b>	<b>\$ 30.929,54</b>	<b>\$ 46.997,99</b>	<b>\$ 64.706,29</b>	<b>\$ 73.874,78</b>	<b>\$ 129.864,04</b>

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

#### 4.9 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 46 Estado de situación financiera proyectado.

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>
RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS
PROYECCIÓN A CINCO AÑOS

<b>Activos</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activos Corrientes</b>						
Disponible	\$132.719,14	\$106.377,25	\$ 136.334,38	\$ 188.144,07	\$ 271.225,11	\$ 376.919,24
Inversiones		\$	\$	\$	\$	\$
Inventarios		\$ 59.170,22	\$ 61.241,18	\$ 63.066,17	\$ 65.273,48	\$ 67.218,63
Materiales u Suministros de Operación	\$ 8.128,20	\$ 8.128,20	\$ 8.128,20	\$ 8.128,20	\$ 8.128,20	\$ 8.128,20
Suministros de Oficina	\$ 150,60	\$ 150,60	\$ 150,60	\$ 150,60	\$ 150,60	\$ 150,60
Suministros de Mantenimiento	\$ 437,80	\$ 437,80	\$ 437,80	\$ 437,80	\$ 437,80	\$ 437,80
Muebles de Oficina	\$ 1.352,00	\$ 1.229,09	\$ 1.117,36	\$ 1.015,78	\$ 923,43	\$ 839,49
Adecuación de Local	\$ 3.700,00					
<b>Total Activos Corrientes</b>	\$146.487,74	\$175.493,16	\$ 207.409,52	\$ 260.942,62	\$ 346.138,63	\$ 453.693,96
<b>Activos Fijos</b>						
Equipos y Maquinarias	\$14.210,00	\$11.713,47	\$ 14.210,00	\$ 11.713,47	\$ 9.216,93	\$ 6.720,40
-Depreciación Acumulada		\$(2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)	\$ (2.496,53)
<b>Total Activo Fijo</b>	\$ 14.210,00	\$ 9.216,93	\$ 11.713,47	\$ 9.216,93	\$ 6.720,40	\$ 4.223,87
<b>Activo Diferido</b>						
Intangibles y Diferidos	\$ 474,00	\$ 147,00	\$ 147,00	\$ 147,00	\$ 147,00	\$ 147,00
<b>Total Activo Diferido</b>	\$ 474,00	\$ 147,00	\$ 147,00	\$ 147,00	\$ 147,00	\$ 147,00
<b>Total Activo</b>	<b>\$161.171,74</b>	<b>\$184.857,10</b>	<b>\$ 219.269,98</b>	<b>\$ 270.306,55</b>	<b>\$ 353.006,03</b>	<b>\$ 458.064,83</b>
<b>Pasivo</b>						
<b>Participación de los Trabajadores</b>		\$ 4.819,02	\$ 8.243,58	\$ 12.088,64	\$ 16.581,55	\$ 21.487,74
Impuesto a Pagar		\$ 6.280,80	\$ 10.744,13	\$ 15.755,53	\$ 21.611,28	\$ 28.005,69
Préstamo a Corto Plazo	\$ 28.452,60	\$ 20.011,13	\$ 10.566,65	\$		
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$28.452,60</b>	<b>\$ 31.110,95</b>	<b>\$ 29.554,36</b>	<b>\$ 27.844,16</b>	<b>\$ 38.192,83</b>	<b>\$ 49.493,44</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Suscrito	\$132.719,14	\$132.719,14	\$ 132.719,14	\$ 132.719,14	\$ 132.719,14	\$ 132.719,14
Utilidad Acumulada Retenida		\$21.027,01	\$ 56.996,48	\$ 109.743,24	\$ 182.094,06	\$ 275.852,25
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$132.719,14</b>	<b>\$153.746,15</b>	<b>\$ 189.715,62</b>	<b>\$ 242.462,38</b>	<b>\$ 314.813,20</b>	<b>\$ 408.571,39</b>
<b>Total Pasivo+ Patrimonio</b>	<b>\$ 161.171,74</b>	<b>\$ 184.857,10</b>	<b>\$ 219.269,98</b>	<b>\$ 270.306,55</b>	<b>\$ 353.006,03</b>	<b>\$ 458.064,83</b>

#### 4.10 EVALUACIÓN FINANCIERA.

Los principales indicadores de evaluación financiera, determinan la viabilidad del proyecto, estos han sido posibles gracias a la elaboración de los diversos estados contables ya presentados.

**Tabla 47** Indicadores de evaluación financiera.

<b>FLUJO TOTAL</b>	
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	\$ (161.171,74)
<b>AÑO 1</b>	\$ 30.929,54
<b>AÑO 2</b>	\$ 46.997,99
<b>AÑO 3</b>	\$ 64.706,29
<b>AÑO 4</b>	\$ 73.874,78
<b>AÑO 5</b>	\$ 129.864,04
<b>TMAR</b>	12,72%
<b>VAN</b>	\$ <b>122.467,30</b>
<b>TIR</b>	<b>43,86%</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Tabla 48** PAYBACK

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Flujo método efectivo</b>	- 104.266,54	30.929,54	46.997,99	64.706,29	73.874,78	129.864,04
<b>Flujo neto efectivo</b>	- 104.266,54	- 42.407,47	20.658,97	103.073,56	186.116,83	371.970,13
<b>Flujo de caja descontado acumulado</b>	- 104.266,54	- 73.337,00	- 26.339,01	38.367,27	112.242,05	242.106,09

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

En base al análisis financiero realizado podemos concluir como **FACTIBLE** el proyecto de implementación de un restaurante de dietas variadas, con un periodo de recuperación de la inversión de 3 años, a continuación detallo la siguiente tabla:

**Tabla 49** Evaluación financiera.

<b>Indicador</b>	<b>Valor</b>	<b>Condición</b>	<b>Resultado</b>
<b>Tasa de descuento</b>	12,72%		
<b>TIR</b>	43,86%	TIR > tasa de descuento	Factible
<b>VAN</b>	<b>\$ 122.467,30</b>	VAN > 0	Factible
<b>Pay back</b>	Tercer año de operaciones		Factible

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Respecto a los resultados alcanzados en la evaluación financiera, podemos definir que el proyecto es rentable con una tasa de descuento del 12,72%, la cual refleja una tasa interna de retorno del 43,86% siendo mayor que la tasa de descuento. Y una recuperación de la inversión en 3 años de operación.

#### **4.11 ANÁLISIS DE RIESGOS**

Según Varela, “el objetivo de este análisis es identificar las variables y los factores que están sometidos a una probabilidad importante de cambio, los cuales influyan en los resultados de este proyecto” (Varela, 2008); dentro de éste podemos considerar los cambios en las condiciones del entorno como los macroeconómicos, políticas de gobierno, entre otros.

Dentro del análisis de riesgos encontramos:

- Riesgos de mercado
- Riesgos técnicos
- Riesgos económicos
- Riesgos financieros

#### **4.11.1 Riesgos de mercado**

Los riesgos de mercado se asocian a cambios en las tendencias de consumo que generen una disminución en la demanda. Así mismo los riesgos de mercado se pueden dar por variaciones en el sector turístico y gastronómico o la entrada de una nueva competencia que ofrezca productos similares en la ciudad, esto dará un impacto negativo en las ventas.

#### **4.11.2 Riesgos técnicos**

Los riesgos técnicos se asocian directamente a la adquisición de los equipos y materiales a utilizar para el funcionamiento del proyecto, cuando existe una escasez de materia prima, la fuente de adquisición se ve afectada y por ende la producción. Es importante inspeccionar y evaluar el funcionamiento de los equipos, la falla de alguno podría ocasionar una mala producción de los platos y se incurriría en gastos inesperados.

#### **4.11.3 Riesgos económicos**

Los riesgos económicos se relacionan directamente con las ventas proyectadas. Para evaluar este riesgo, se realiza una simulación suponiendo que las ventas serán el 80% de la estimación inicial. En estas circunstancias, este proyecto sigue siendo viable, por lo tanto no existe un riesgo exagerado con una disminución de ventas, los detalles se observarán en el análisis de sensibilidad.

Otro riesgo económico tiene que ver con el incremento de los precios de las materias primas, lo cual reducirá la utilidad y por ende el periodo de recuperación de la inversión puede ser mayor.

#### 4.11.4 Riesgos financieros

Los riesgos financieros que pueden ocurrir en el proyecto son por ejemplo, una demora del aporte de los socios, demoras de desembolsos de la entidad crediticia, o quizás ocurra un incremento en el monto de capital, lo que significaría un cambio en los flujos económicos que a su vez retrasaría el desarrollo y ejecución del proyecto.

#### 4.12 ANÁLISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA

Se analizarán las razones financieras del proyecto, estos son resultados numéricos al relacionar dos cifras o cuentas del Estado de Resultados y Estado de Situación Financiera, que servirán para conocer como estaría la situación real de la operación de la compañía.

**Razón corriente.-** Es el resultado de dividir los activos corrientes sobre los pasivos corrientes, a continuación los resultados que dieron los balances:

Tabla 50 Razón Corriente.

Índice financiero	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente	\$146.487,74	\$175.493,16	\$ 207.409,52	\$ 260.942,62	\$346.138,63	\$ 453.693,96
Pasivo corriente	\$28.452,60	\$ 31.110,95	\$ 29.554,36	\$ 27.844,16	\$ 38.192,83	\$ 49.493,44
Razón Corriente	\$ 5,15	\$ 5,64	\$ 7,02	\$ 9,37	\$ 9,06	\$ 9,17

Elaborado por: Jeniffer Zambrano.

Esto quiere decir que por cada \$1,00 que la empresa tenga de pasivo corriente, tendrá \$5,15 en el año cero, \$5,64 en el año uno, \$7,02 en el año dos, \$9,37 en el año tres, \$9,06 en el año cuatro y \$ 9,17 en el año cinco, de respaldo en el activo corriente respectivamente. Por el resultado la empresa tiene buena liquidez, puede existir variaciones pero habría que analizar a fondo que pasaría con las cuentas pertenecientes a los activos y pasivos corrientes dentro de la operación.

**Capital de trabajo.-** Se obtiene de restar los activos corrientes de los pasivos corrientes, a continuación los resultados:

**Tabla 51** Índice Capital de trabajo.

<b>Índice financiero</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Activo corriente	\$146.487,74	\$175.493,16	\$ 207.409,52	\$ 260.942,62	\$346.138,63	\$ 453.693,96
Pasivo corriente	\$28.452,60	\$ 31.110,95	\$ 29.554,36	\$ 27.844,16	\$ 38.192,83	\$ 49.493,44
Capital de Trabajo	\$ 118.035	\$ 144.382	\$ 177.855	\$ 233.098	\$ 307.946	\$ 404.201

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

El capital de trabajo es el excedente de los activos corrientes, (una vez cancelados los pasivos corrientes) que le quedan a la empresa en calidad de fondos permanentes, para atender las necesidades de la operación normal de la empresa en marcha.

**Razón de deuda o nivel de endeudamiento.-** Se obtiene de la división del pasivo sobre el activo, nos permite establecer el grado de participación de los acreedores, en los activos de la empresa.

**Tabla 52** Razón de deuda o nivel de endeudamiento.

<b>Índice financiero</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Pasivos	\$28.452,60	\$ 31.110,95	\$ 29.554,36	\$ 27.844,16	\$ 38.192,83	\$ 49.493,44
Activos	\$161.171,74	\$184.857,10	\$ 219.269,98	\$ 270.306,55	\$353.006,03	\$ 458.064,83
Razón de deuda	17,65%	16,83%	13,48%	10,30%	10,82%	10,80%

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Lo anterior, se interpreta en el sentido que por cada dólar que la empresa tiene en el activo, debe \$0,17 centavos para año 0, \$0,16 centavos para año 1, \$0,13 centavos para año 2, \$0,103 centavos para año 3, \$0,108 centavos para año 4 y \$0,108 centavos para año 5

respectivamente, es decir, que ésta es la participación de los acreedores sobre los activos de la compañía.

**Leverage o apalancamiento.-** Es otra forma de determinar el endeudamiento, es frente al patrimonio de la empresa, para establecer el grado de compromiso de los accionistas, para con los acreedores, se determina con la división del patrimonio sobre el activo, a continuación los resultados:

**Tabla 53** Leverage o apalancamiento.

<b>Índice financiero</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Patrimonio	<i>\$132.719,14</i>	<i>\$153.746,15</i>	<i>\$ 189.715,62</i>	<i>\$ 242.462,38</i>	<i>\$314.813,20</i>	<i>\$ 408.571,39</i>
Pasivo	<b>\$28.452,60</b>	<b>\$ 31.110,95</b>	<b>\$ 29.554,36</b>	<b>\$ 27.844,16</b>	<b>\$ 38.192,83</b>	<b>\$ 49.493,44</b>
Razón de deuda	0,21	0,20	0,16	0,11	0,12	0,12

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

De los resultados anteriores se concluye que la empresa tiene comprometido de su patrimonio el 21%, 20%, 16%, 11%, 12%, y 12% respectivamente para cubrir sus obligaciones. El mayor o menor riesgo que conlleva cualquier nivel de endeudamiento, depende de varios factores, tales como la capacidad de pago a corto y largo plazo, así como la calidad de los activos tanto corrientes como fijos. Una empresa con un nivel de endeudamiento muy alto, pero con buenas capacidades de pago, es menos riesgoso para los acreedores, que un nivel de endeudamiento bajo, pero con malas capacidades de pago.

#### **4.13 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad busca analizar los criterios más relevantes que tengan incidencia en las principales variables del proyecto. Así, se podrá ver el rango de variaciones unidimensionales o multidimensionales que el proyecto puede soportar. Usar escenarios o hacer simulaciones, es muy conveniente.

Se analizará la sensibilidad del proyecto en tres escenarios:

- ✓ Sensibilidad al cambio de las ventas proyectadas.
- ✓ Sensibilidad al cambio de la TMAR.
- ✓ Sensibilidad al cambio del precio de venta.

### Sensibilidad al cambio de las ventas proyectadas

Dentro del conjunto de variables que puede afectar la viabilidad del proyecto están las ventas, que generan impacto directo sobre la tasa interna de retorno proyectada. A continuación se presenta tres escenarios de ventas que afectan la TIR y el Valor Presente Neto:

**Tabla 54** Sensibilidad al cambio de ventas proyectadas.

Sensibilidad al cambio de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas al 100%	\$ 194.160,01	\$ 221.051,17	\$ 250.402,35	\$ 285.083,07	\$ 322.936,40
Reducción al 20% de ventas	\$155.328,01	\$ 176.840,94	\$ 200.321,88	\$ 228.066,46	\$258.349,12
Reducción al 25% de ventas	\$145.620,01	\$ 165.788,38	\$ 187.801,76	\$ 213.812,30	\$242.202,30
Reducción al 30% de ventas	\$135.912,01	\$ 154.735,82	\$ 175.281,64	\$ 199.558,15	\$226.055,48

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Tabla 55** Cambio del TIR y VAN de la sensibilidad de ventas.

Sensibilidad en las ventas	TIR	VAN
Reducción al 20% de las ventas	14,89%	\$ 7.914,14
Reducción del 25% de las ventas	6,87%	\$ (20.724,15)
Reducción al 30% de las ventas	-1,69%	\$ (49.362,44)

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Con los resultados del análisis sobre la sensibilidad de las ventas, se observa que al existir una reducción del 30% de las ventas, el proyecto no tendría rentabilidad por lo tanto no

sería factible. Con una reducción del 25% de las ventas el proyecto a pesar de que su TIR es positiva, el proyecto no es rentable porque su tasa de recuperación de inversión es menor que la tasa de descuento. Con la reducción del 20% de las ventas el proyecto es factible con el VAN y TIR positivos, es decir que con un 80% de ventas el proyecto es atractivo al inversionista.

### **Sensibilidad al cambio de la TMAR**

Si la tasa mínima atractiva de rendimiento para el inversionista cambia, tiene relación directa con el VAN. A continuación veamos el cambio que se dio.

**Tabla 56** Sensibilidad al cambio de TMAR.

<b>Tasa de Descuento</b>	<b>VAN</b>	<b>TIR</b>
9%	\$ 150.369,05	43,86 %
11%	\$ 134.786,80	43,86 %
<b>12,72%</b>	<b>\$ 122.467,30</b>	<b>43,86 %</b>
14%	\$ 113.890,07	43,86 %

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

### **Sensibilidad al cambio del Precio**

El precio es una variable muy importante dentro del análisis de sensibilidad en el estudio financiero del proyecto, este puede variar por varios motivos, una de las razones es porque existe una fuerte competencia en el mercado con productos similares, y se busca fidelizar a los clientes ofreciendo un producto de calidad a un menor costo.

**Tabla 57** Cambio del Precio.

<b>AÑOS</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>INFLACION</b>	3,20%	3,50%	2,98%	3,50%	2,98%
<b>PRECIO DESAYUNOS</b>	\$ 3,00	\$ 3,11	\$ 3,20	\$ 3,31	\$ 3,41
<b>PRECIO ALMUERZOS</b>	\$ 4,00	\$ 4,14	\$ 4,26	\$ 4,41	\$ 4,54
<b>PRECIO PLATOS A LA CARTA</b>	\$ 7,99	\$ 8,27	\$ 8,52	\$ 8,81	\$ 9,08
<b>SENSIBILIDAD EN LAS VENTAS</b>	\$ 155.214,01	\$ 176.711,15	\$ 200.174,85	\$ 227.899,07	\$ 258.159,51

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

**Tabla 58** Sensibilidad al cambio del Precio en el VAN y TIR.

Tasa de Descuento	12,72%
<b>VAN</b>	<b>\$ 7.577,84</b>
<b>TIR</b>	<b>14,80%</b>

**Elaborado por:** Jeniffer Zambrano.

Al existir una reducción en el precio de \$1,00 en cada producto que se ofrece, existe una reducción del 34% en la TIR, es decir que del 43,86% la tasa se reduce a 14,80%. Lo mismo sucede con el VAN, a pesar de esta reducción que afecta directamente a la proyección de los ingresos el proyecto sigue siendo rentable.

## CONCLUSIONES

De acuerdo a los estudios realizados para conocer la factibilidad de creación de un restaurante de dietas variadas, ubicado en Manta-Manabí, el cual ofrecerá productos como desayunos, almuerzos y platos a la carta, basados en una guía nutricional, se concluye que el proyecto es factible.

De acuerdo con la investigación de mercados realizada, el proyecto tiene una aceptación del 73% de la población económicamente activa de la ciudad. Existe una competencia dinámica, pero la propuesta pretende ofrecer al mercado un producto diferente con un precio accesible.

A partir de la investigación de mercados se concluye que las personas están dispuestas a consumir los productos que oferta la propuesta.

En base al estudio técnico se concluyó que es factible la creación de un restaurante de dietas variadas, los requerimientos de activos, mano de obra, maquinaria, materia prima e insumos necesarios para la implementación del mismo, existen con una facilidad de adquisición y uso, lo que convierte al proyecto físicamente realizable. Así mismo se realizó un estudio administrativo y legal que permitirá cumplir a cabalidad con los requisitos para la constitución de la empresa; dentro de este estudio también se abarcaron los requerimientos de personal con su respectivo presupuesto.

Desde una perspectiva financiera, la tasa mínima atractiva de rentabilidad es del 12,72% y las proyecciones en ventas muestran una tasa interna de retorno proyectada del 43,86%, con una recuperación de la inversión en 3 años. Es decir que el proyecto es factible y rentable.

Para conocer los escenarios a los que el proyecto se puede enfrentar, se realizó un análisis de riesgos, con la finalidad de identificar las variables y los factores que podrían estar inmersos a cambios y cuál es el potencial, para tomar medidas correctivas; se concluyó que todos los escenarios son importantes, para conocer el impacto se realizó el análisis de sensibilidad.

Se realizó un análisis de la estructura financiera del proyecto, para conocer los ratios financieros y analizar si la empresa tendría capacidad de pago, liquidez, cuál es el apalancamiento del patrimonio sobre los pasivos, se pudo concluir que la empresa tiene una estabilidad financiera, con suficiente liquidez, capacidad de endeudamiento, y un apalancamiento adecuado para cubrir sus obligaciones.

En el análisis de sensibilidad se determinó cuán sensible es el proyecto a los cambios en diferentes escenarios, se denotó que tanto la reducción del precio, como de la proyección de ingresos por ventas, tienen estabilidad y equilibrio, existe un límite de reducciones a las que el proyecto se puede enfrentar sin dejar de ser atractivo para el inversionista.

## **RECOMENDACIONES**

Si se llegase a realizar el proyecto, se recomienda realizar la evaluación técnica de las maquinarias y equipos a adquirirse con el fin de evitar una ineficiencia de producción y trabajo.

Este proyecto puede ser usado como guía didáctica para la Universidad, la información que contiene es de fuentes primarias seguras, que permitirán dar mayor fluidez y rapidez a las futuras investigaciones.

Se recomienda que al ser realizado el proyecto, se realice una constante supervisión de los inventarios, con la finalidad de realizar una correcta requisición de materia prima y evitar desperdicios o pérdida de material.

Se recomienda que antes de iniciar el negocio, se realicen pruebas de la elaboración de platos, con el fin de lograr una estandarización en los sabores.

Se recomienda realizar un monitoreo y evaluación constante de las ventas y su plan de marketing y promoción, con la finalidad de alcanzar el correcto funcionamiento y cumplir los objetivos propuestos que corroboran la factibilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

Barrial Martinez, A. M., & Barrial Martinez, A. M. (2011). *"La educación alimentaria y nutricional desde una dimensión sociocultural como contribución a la seguridad alimentaria y nutricional"*. Obtenido de Contribuciones a las Ciencias Sociales: <http://www.eumed.net/rev/cccss/16/bmbm.html>

BM, B. M. (Septiembre de 2016). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>

Brassel, F. (2007). Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/110959-opac>

Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires: Tercera edición, Mc Graw Hill.

INEC. (2010). *Censo Poblacion de Vivienda*. Obtenido de [www.inec.gob.ec\\_censo\\_poblacional\\_de\\_vivienda/manabi/cantones/manta](http://www.inec.gob.ec_censo_poblacional_de_vivienda/manabi/cantones/manta)

INEC, I. N. (2017). Obtenido de [www.inec.gob.ec/tabulados\\_CPV/3\\_TCA\\_PARR\\_NAC\\_POBL\\_1990\\_2001\\_2010.xls](http://www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/3_TCA_PARR_NAC_POBL_1990_2001_2010.xls)

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN, México, 2008.

Ministra de Salud Pública, M. (2014). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de [http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Anexo\\_5\\_Regla-Permiso-de-Funcionamiento-20141.pdf](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Anexo_5_Regla-Permiso-de-Funcionamiento-20141.pdf)

Nassir, S. C. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación, Chile.

Novinson, E. (s.f.). Obtenido de [http://www.ehowenespanol.com/ejemplos-barreras-entrada-salida-compania-info\\_462395/](http://www.ehowenespanol.com/ejemplos-barreras-entrada-salida-compania-info_462395/)

*Nuevos enfoque de desarrollo. Código Orgánico de la Producción*. (2014).

Replanet, .. (27 de Septiembre de 2013). *Top 10 Restaurantes Ecológicos*. Obtenido de Replanet: <http://www.replanet.es/es/reportajes/top-10/top-10-restaurantes-ecologicos/>  
*ricedream.eu*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ricedream.eu/es/products/rice-dream-original-calcium-vitamins>

Sanchez, J. C. (2012). *Los metodos de investigacion*. Mexico: Diaz de Santos.

Sapag, N. C., & Orjuela, S. (2002). *Guía de Estudios de Mercado*. Obtenido de <https://emprendeunefa.files.wordpress.com/2008/09/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf>

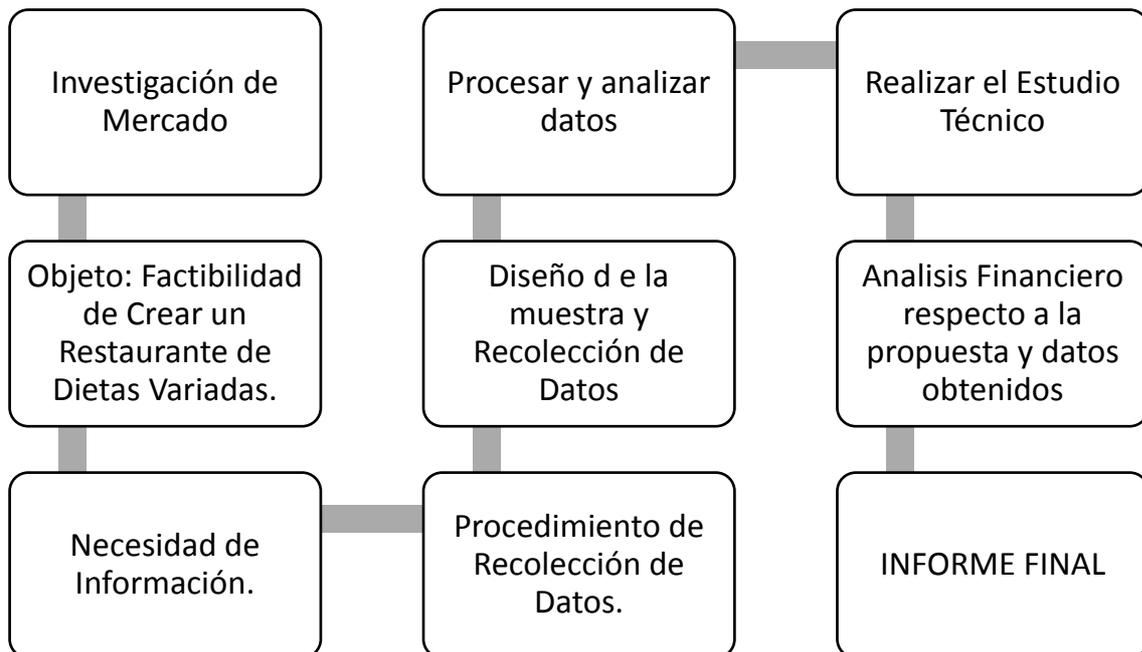
Stedile, P., & Martins, H. (2010). SOBERANIA ALIMENTARIA: Una Necesidad de los Pueblos. (B. S. FOME, Ed.) *Acaoterra*. Obtenido de [http://www.acaoterra.org/IMG/pdf/SOBERANIA\\_ALIMENTARIA\\_-\\_texto\\_en\\_espanol\\_\\_ENFF\\_nov\\_11.pdf](http://www.acaoterra.org/IMG/pdf/SOBERANIA_ALIMENTARIA_-_texto_en_espanol__ENFF_nov_11.pdf)

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial* (3era Edición ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia.

Yorde Erem, S. (2014). *Cómo lograr una Vida Saludable*. (A. V. Nutrición, Ed.) Obtenido de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-07522014000100018&lang=pt](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-07522014000100018&lang=pt)

## ANEXOS

### Planificación de Actividades.



## ENCUESTA

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**

### **CREACION DE UN RESTAURANTE DE DIETAS VARIADAS EN LA CIUDAD DE MANTA**

Buenos días / tardes señor/ joven / señorita. Soy Estudiante de la ULEAM esta encuesta se la realizara con el fin de determinar la factibilidad para introducir en el mercado de la ciudad de Manta un restaurante de dietas variadas. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su gentil colaboración.

1.- ¿Qué edad tiene?

15 – 20 años \_\_\_ 20 – 25 \_\_\_ 30 – 35 \_\_\_ 35 – 40 \_\_\_ 40 - 45 \_\_\_ 45 en adelante \_\_\_

2.- Genero

Femenino \_\_\_ Masculino \_\_\_

3.- ¿A usted le gustaría comer en un restaurante de comida saludable?

a. Si \_\_\_ b. No \_\_\_

c. Otros Motivos: Especifique \_\_\_\_\_

4.- ¿Con que frecuencia Ud., Come en un Restaurante?

a. Diariamente \_\_\_

- b. Una vez a la semana \_\_\_\_
- c. Más de una vez a la semana \_\_\_\_
- d. Una vez al mes \_\_\_\_
- e. Más de una vez al mes \_\_\_\_
- f. Rara vez \_\_\_\_

5.- ¿Con quién come cuando visita un restaurante?

Sólo \_\_\_\_ Familia \_\_\_\_ Amigos \_\_\_\_ Novia(o) \_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_

6.- ¿Por qué motivo come usted en un restaurante?

- a. Por curiosidad \_\_\_\_
- b. Por tiempo \_\_\_\_
- c. Trabajo \_\_\_\_
- d. Otros \_\_\_\_\_

7.- ¿Cuánto gasta regularmente cuando va a comer?

- a. \$2,00 – \$3.00 \_\_\_\_
- b. \$3,00 - \$4,00 \_\_\_\_
- c. \$4,00- \$5,00 \_\_\_\_
- d. 5,00 o más \_\_\_\_

8.- ¿Qué le parece la idea de un restaurante de dietas variadas?

- a. Excelente \_\_\_\_
- b. Muy Bueno \_\_\_\_
- c. Bueno \_\_\_\_
- d. Regular \_\_\_\_
- e. Malo \_\_\_\_

9.- ¿Qué comida esperaría encontrar en un restaurante de dietas variadas?

- a. Almuerzos \_\_\_\_
- b. Platos a la carta \_\_\_\_
- c. Ensaladas \_\_\_\_
- d. Postres \_\_\_\_
- e. Comida Saludable \_\_\_\_
- f. Otros (especifique) \_\_\_\_\_

10.- ¿Qué característica usted considera importante al momento de elegir un lugar dónde comer? (Nota: Puede escoger varias opciones)

- a. Ambiente \_\_\_\_
- b. Servicio \_\_\_\_

c. Precio \_\_\_\_

d. Ubicación \_\_\_\_

e. Exclusividad \_\_\_\_

f. Sabor \_\_\_\_

11.- En qué sector le gustaría que esté ubicado el Restaurante de Dietas Variadas.

Norte \_\_\_\_\_

Centro \_\_\_\_\_

Sur \_\_\_\_\_