



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TITULO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE  
PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR  
LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO”**

TESIS PREVIO A OPTAR EL  
GRADO DE INGENIERO  
COMERCIAL

**AUTOR:**

*Jairo Paúl Ramírez Feijóo*

**DIRECTOR:**

*Ing. Edison Espinosa Bailón MAE.*

**LOJA – ECUADOR**

**2014**

## CERTIFICACIÓN

**Ing. Edison Espinosa Bailón MAE**

**DOCENTE DE LA MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA:**

### **CERTIFICA:**

Haber asesorado, orientado y dirigido para el desarrollo del presente trabajo de tesis intitulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO”**, de la autoría del aspirante **JAIRO PAÚL RAMÍREZ FEIJOÓ**.

Al reunir con las condiciones de fondo y forma, autorizo su presentación y defensa para los trámites legales correspondientes.

**Loja, Septiembre del 2014**



---

**Ing. Edison Espinosa Bailón MAE**

**DIRECTOR DE TESIS**

PARTI 14 CONSULTA, RECONSTRUCCION PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLIACION ELECTRONICA COMPLETO.

## AUTORÍA

Yo, Jairo Paúl Ramírez Feijoó, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

**Autor:** Jairo Paúl Ramírez Feijoó.

**Firma:**



**Cédula:** 1715380620

**Fecha:** Loja, Septiembre del 2014.

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo Jairo Paúl Ramírez Feijoó declaro ser autor de la tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO”** como requisito para optar al título de INGENIERO COMERCIAL; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de Septiembre del dos mil catorce, firma el autor.

Firma: 

**Autor:** Jairo Paúl Ramírez Feijoó  
**Cédula:** 1715380620  
**Dirección:** Quito, Barrio Carcelén  
**Correo electrónico:** jairi\_llo@yahoo.es  
**Teléfono:** 2483785

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Edison Espinosa Bailón, MAE

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Dr. Luis Quizhpe Salinas MAE.	Presidente
Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.	Vocal
Ing. Galo Salcedo López Mg. Sc.	Vocal

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por las bendiciones recibidas a lo largo de esta carrera universitaria guiándome con su poder infinito para lograr culminar esta meta trazada.

Agradezco a todos mis profesores de la Universidad Nacional de Loja, al transmitirme los conocimientos que aportaron sólidamente en mi formación universitaria.

Agradezco a mi esposa por brindarme su apoyo incondicional y amor profundo alentándome cada día para dar lo mejor de mí.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron en la elaboración de esta investigación.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres José y Judith, quienes con su ejemplo de superación y esfuerzo constante influyeron para que perseverare en mi objetivo académico.

A mi esposa Cristina, que con su amor incondicional me brindó el apoyo necesario para culminar esta carrera universitaria.

Finalmente, dedico a mi hijo Joaquín, quien sin saberlo ha sido y sigue siendo el motor fundamental que me inspira a superarme constantemente para ser cada día alguien mejor y a mi hijo/a que está por venir.

**a. TÍTULO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO”**

## **b. RESUMEN.**

La presente investigación muestra los estudios necesarios que se realizaron para verificar si es beneficioso implementar un restaurante especializado en pescados asados en el sector de la Loma de Puengasí al sur de la ciudad de Quito, cuyo nombre comercial sería “El Pez Leñador”.

Fue necesario desarrollar un Estudio de Mercado, en el que mediante la aplicación de 370 encuestas a los pobladores del sector de la Loma de Puengasí, con el fin de descubrir que realmente existía una demanda insatisfecha que se podía aprovechar para ofertar el servicio de restaurante.

El plan de comercialización permitió buscar tácticas para ingresar al mercado mediante el análisis del producto, el precio, la plaza y producción así como también demás aspectos inherentes al funcionamiento del establecimiento.

El estudio técnico permitió determinar que la ubicación del local, en la antigua vía a los Chillos será ideal para la ejecución del proyecto, de igual manera permitió cuantificar el tamaño, la capacidad instalada y demás aspectos técnicos que era necesario determinar.

En el estudio Organizacional se determinó al establecimiento como una empresa de responsabilidad limitada con la denominación legal de “El



PEZ LEÑADOR CIA LTDA”, la cual está integrada por dos accionistas. Por otra parte, también este estudio permitió determinar que era necesario contratar a un Gerente, a una secretaria, a un cajero/a, a un Chef, dos ayudantes de cocina y tres meseros , generando así plazas de empleo para este sector de Quito.

El estudio financiero determinó que el proyecto requiere de la inversión de \$54.359,53; estimándose obtener una utilidad de \$52.208,85 en el primer año de funcionamiento, mientras que al quinto se reportaría una utilidad de \$63.360,27

Así mismo se determinó que el punto de equilibrio en el primer año se dará con el restaurante trabajando al 35,95% de la capacidad instalada y facturando \$196.260,58 , a partir de dicho valor la empresa comenzará a reportar ganancias.

Por otro lado, valor actual neto del proyecto fue de \$151.498,76 ; al ser positivo demostró que es conveniente aceptar el proyecto. La tasa interna de retorno del proyecto fue de 96.84%, cuyo valor es superior al costo de capital del 12%.

De esta manera la inversión se recuperaría en dos años y catorce días, con una relación costo beneficio 1,20; lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de veinte centavos.

Sin embargo se determinó que el proyecto puede soportar incremento de hasta el 13,62% de sus costos y una disminución del 11,35% de los

ingresos.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el presente documento se demuestra técnicamente que el proyecto es viable y factible, cuya ejecución permitirá obtener ganancias para los inversionistas y generar fuentes de empleo para el sector.

## **ABSTRACT**

This research shows the necessary studies that were performed to verify if it is beneficial to implement a restaurant specializing in fish roasted on Loma de Puengasí on Quito city, whose commercial name would be "El Pez Leñador".

It was necessary to develop a market study, in which through the application of 370 surveys to residents of Loma de Puengasí, in order to discover that there was actually an unsatisfied demand that could be leveraged to offer restaurant service.

The strategic marketing plan allowed search tactics for entering the market through analysis of product, price, place and production as well as also other aspects inherent in the operation of the establishment.

The technical study showed that the location of the premises, in the on the old road to los Chillos was ideal for the implementation of the project, in the same way allowed to quantify the size, capacity and other technical aspects that it was necessary to determine.

The organizational study was constituted to the establishment as a company of limited liability under the legal name of "EL PEZ LEÑADOR CIA LTDA", which is integrated by two shareholders. On the other hand, this study also allowed to determine that it was necessary to hire a Manager, a Secretary, a cashier to a chef and still waiter, thus generating jobs for this sector of Quito.

The financial study determined that the project requires the investment of \$54.359,53, considering that obtaining a utility of \$52.208,85 in the first year of operation, while the fifth will accrue a utility of \$63.360,27.

It was also determined that the point of balance in the first year will be the restaurant working 35,95% of installed capacity and billed \$196.260,58 from this value the company will begin to report earnings.

On the other hand, net present value of the project was \$151.498,76; to be positive, it showed that it is appropriate to accept the project. The internal rate of return of the project was 96.84%, whose value is greater than the cost of capital of 12%.

In this way the investment would recover in two years three months and thirteen days, with a cost benefit 1.20; which means that for every dollar invested is obtained a profit of 20 cents.

However it was determined that the project can withstand increased up to 13,62% of its costs and a decrease of 11,35% of revenues.

According to the results obtained in the present document is technically demonstrates that the project is viable and feasible, whose implementation will allow profit to investors and generate sources of employment for the sector.

### **c. INTRODUCCION.**

La falta de un establecimiento que expendiera comida saludable en el sector de la Loma de Puengasí, conlleva a que los moradores ingieran altas cantidades de grasas y demás alimentos que afectan al sistema cardiovascular.

Hoy en día en nuestro país existe una amplia discusión sobre la mala alimentación de los ecuatorianos cuya principal causa es la alta ingesta de la denominada comida chatarra que se caracteriza por un alto índice de carbohidratos, sales y azúcares.

El problema ha alcanzado tal magnitud que se están tomando algunas medidas con el fin de concienciar a la población de que es lo que están ingiriendo mediante la implementación de un semáforo alimenticio en el cual se está obligando a la industria ecuatoriana a etiquetar con escalas de alta, media, baja la cantidad de sal, azúcar y grasa.

Inclusive se habla de gravar aranceles adicionales a la denominada comida chatarra, esto con el fin de desestimular su consumo y cambiar los hábitos alimenticios de la población.

Estas medidas gubernamentales tienen la intención de dar mayor oportunidad para la creación de nuevos establecimientos con un enfoque sano cuyo principal objetivo sea el expendio de alimentos nutritivos al contrario de lo que ofrecen la mayoría de los establecimientos de la zona.

En el sector de la Loma de Puengasí, existe un sin número de establecimientos que expenden comida rápida caracterizada por su alto contenido de grasa saturada, como hamburguesas, papas fritas y demás frituras.

Lo anterior mencionado constituye en la esencia de la problemática que se intenta resolver mediante la creación de un lugar que satisfaga la

necesidad de alimentarse bien, con alimentos de calidad en lugar adecuado y cómodo.

El pescado es uno de los alimentos más sanos y ricos en nutrientes que aportan para el buen funcionamiento del organismo, y mejor aun si es preparado con técnicas de cocción adecuados.

Esto da la pauta de que es necesario establecer, en este sector de la ciudad de Quito, un restaurante que se caracterice principalmente por ofrecer a su clientela productos sanos de alta calidad y atención de primera, se contribuirá a que los pobladores de la Loma de Puengasí se alimenten sanamente.

Por ello se propone la creación de un lugar alternativo de alimentación para los pobladores del sector de la Loma de Puengasí donde se expendan comida saludable cuya preparación este basada en la cocción mediante técnicas de asado; en este lugar el producto estrella será el pescado asado.

En el presente documento se plasma los resultados obtenidos de la investigación al realizar los correspondientes estudios de mercado, técnico, administrativo organizacional, económico financiero y de evaluación financiera.

El mercado actualmente es favorable al existir la necesidad de alimentarse mejor, y al no existir establecimientos en el sector que se enfoquen con ese fin.

El estudio técnico permite visualizar como se debe estructurar el establecimiento propuesto considerando los aspectos de esta índole

El estudio administrativo otorga los lineamientos organizacionales para definir como se estructurará la empresa.

Adicionalmente cada vez es más fácil obtener créditos productivos lo cual es una excelente oportunidad de inversión que se justifica con los resultados obtenidos en el estudio de evaluación financiera.

#### **d. REVISION DE LITERATURA.**

##### **MARCO REFERENCIAL.**

##### **RESTAURANTE.**

Un restaurante es un establecimiento comercial donde se paga por la comida y bebida consumidas en el mismo local o para llevar con el fin de satisfacer las necesidades de alimentación.

Se entiende por restaurante aquel establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo.<sup>1</sup>

##### **RESTAURANTE DE PESCADO ASADO**

La principal motivación de este proyecto es crear un negocio que proponga a la clientela una alternativa sana de alimentación, y que mejor hacerlo con el pescado alimento que posee propiedades altamente saludables para el ser humano.

Ahora bien, el sabor que debe tener el producto también es muy importante por eso al asarlo es el sabor diferenciador que se obtendrá será superior comparado con el prepararlo de manera tradicional así lo señala Jacinto Nogues, “el fuego debe hacerse con leña porque agrega a la carne el sabor ahumado típico del asado criollo”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> [www.definicionabc.com/social/restaurante.php](http://www.definicionabc.com/social/restaurante.php)

<sup>2</sup> Nogues, Jacinto. 2003. El Asado Argentino : Consejos y Secretos para hacer la mejor carne del mundo



Lo que se busca con este proyecto es darle un valor agregado, y nada mejor que el principal factor motivador sea un sabor único y agradable para el paladar de los clientes.

### **TECNICAS DE ASADO.**

Para asar las carnes existen algunas técnicas, en este caso especial al enfocarme en el pescado, mencionaré las siguientes:

### **ASADO CON LEÑA.**

La leña es el combustible ideal para obtener ese factor diferenciador buscado pues “las brasas resultantes de la combustión de la leña y leve ahumado que genera, le agregan a la carne asada un saborcillo muy atractivo.”<sup>3</sup>

Al cocinar en leña se debe tener en cuenta que la madera no debe ser ni verde ni húmeda, es decir debe estar seca, preferiblemente que tenga un alto rendimiento calórico generando brasas de larga duración.

Algunas maderas que cumplen con esas propiedades son el Quebracho, el Algarrobo, el Piquillín, La Vid.

Para identificar que madera es ideal para el asado se puede observar que la madera con mayor dureza otorga una brasa superior con un mayor rendimiento aunque es difícil de encender.

Por esa razón es preferible empezar el fuego con leña liviana y seguir después con la leña de mayor dureza.

---

<sup>3</sup> Salgado, Héctor. 2005. Secretos de los Asados, Ediciones Granica S.A

La temperatura es un factor fundamental en el asado, así el autor Héctor Salgado recomienda que para saber si la temperatura es idónea se debe mantener las palmas de las manos a la altura donde se colocaran las carnes; así, si el solo se puede mantener de uno a dos segundos la temperatura oscilará entre (170 y 200) grados centígrados, temperatura adecuada únicamente para sellar las carnes de res.

Si se resiste de tres a cuatro segundos, la temperatura estará entre 120 y 170 grados centígrados; temperatura ideal para asar cortes delgados y bifés.

Finalmente, si es posible resistir de cinco a seis segundos, la temperatura estará entre 90 y 120; temperatura que permitirá asar cortes gruesos, al requerirse mayor tiempo de cocción.

Si la temperatura es menor a 90 grados centígrados la cocción se detiene. En el caso del producto propuesto los instrumentos que se utilizaran para asar serán la pinza y la pala de asados.

### **ASADO CON PIEDRA VOLCÁNICA**

Actualmente existe en el mercado Parrillas de piedra volcánica que frente a las parrillas tradicionales tienen un sinnúmero de ventajas.

Este tipo de parrillas funcionan a gas, lo que hace este combustible es calentar la piedra volcánica que se sitúa en una rejilla desprendiendo calor hacia la parrilla de manera ascendente.

Su utilización es simple, ya que no requiere madera ni carbón, y para calentarla es suficiente disponer de cinco minutos sin desprender humo.

Son parrillas montadas sobre contenedores rectangulares que en su fondo tienen instalados quemadores de gas licuado. Sobre ellos se ubica una gruesa rejilla de fierro que soporta piedras volcánicas, las cuales se calientan hasta el rojo vivo simulando las brazas.<sup>4</sup>

Para el negocio que propuesto, este tipo de parrillas me resulta apropiado por las ventajas mencionadas, especialmente porque el espacio que dispongo para ubicarla, es limitado y está en un ambiente cerrado.

### **Tipo de Pescado recomendado para el Asado.**

Para este proyecto el pescado que se asará deberá tener una carne bien firme, cuya piel sea gruesa y de estructura esquelética sólida para que mantenga su forma después de cocida.

El autor Héctor Salgado sugiere como especies más recomendadas al Salmon Rosado, al Salmón Blanco, al Dorado, al Mero, Surubi, a la Sardina, y a la Trucha.

Para asegurarse que el pescado esté en óptimas condiciones es necesario verificar que las agallas sean rojas, húmedas y brillantes, los ojos tersos y relucientes, el olor debe ser suave agradable y las carnes firmes.

---

<sup>4</sup> Marín, Roberto. Manual del Parrillero Criollo, Ediciones Granica S.A

## **BENEFICIOS.**

### **BENEFICIOS DEL PESCADO.**

La motivación principal de escoger al pescado como producto estrella para el negocio propuesto, es la indiscutible cantidad de beneficios que este posee.

“El pescado es uno de esos alimentos que produce beneficios en distintos órganos. Con el pescado vamos a cuidar el corazón, el aparato circulatorio, el cerebro, y los pulmones.”<sup>5</sup>

De igual manera es de dominio público que el pescado posee un alto contenido en ácidos grasos Omega 3 lo cual beneficia en gran medida al aparato cardiovascular.

Algunos autores recomiendan que el consumo de pescado deba ser de tres a cinco veces por semana.

En una investigación realizada en Australia se comprobó que el consumo habitual de pescado aumentaba la elasticidad de las arterias y por tanto prevenía la arteriosclerosis.<sup>6</sup>

Sin embargo es necesario señalar que la ingesta de pescado es beneficiosa siempre y cuando la técnica de cocción a la que sea sometido sea la adecuada; pues se sabe que el exceso de grasas saturadas provoca serios daños a la salud de los seres humanos.

---

<sup>5</sup> Mejías, Magdalena. 2007. La salud está en su despensa: El poder curativo de los alimentos. EDAF

<sup>6</sup> Mejías, Magdalena. 2007. La salud está en su despensa: El poder curativo de los alimentos. EDAF

Nadie discute que es delicioso saborear un pescado frito, y de hecho en nuestra gastronomía ecuatoriana es muy común encontrar sitios tradicionales y con alta popularidad donde se expenden pescados con este tipo de cocción.

De ahí la necesidad de proponer una alternativa saludable de cocción para este tan importante alimento, y que mejor que hacerlo utilizando una técnica antigua y tradicional como lo es el asado, la cual además de beneficiar al producto con propiedades saludables contribuirá con el aporte característico de sabor en los alimentos asados.

## **MARCO CONCEPTUAL.**

### **PROYECTOS DE INVERSION.**

Los proyectos de inversión buscan obtener un retorno económico que al contar con un respaldo amplio de estudios, garantizan de cierta forma obtener réditos positivos.

Así el autor Saúl Fernández Espinoza señala que un proyecto de inversión “es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos”.<sup>7</sup>

### **EL CICLO DE LOS PROYECTOS.**

Los proyectos de inversión tienen ciclos, así mismo estos ciclos pueden variar según la naturaleza del mismo, ya que al ser privado la primera

---

<sup>7</sup> Fernandez, Saul. 2007. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Editorial Tecnológica de Costa Rica

etapa del proyecto surgirá de una necesidad identificada que al ser satisfecha generará ingresos para el inversionista; mientras que al ser un proyecto de naturaleza público el proyecto surgirá al detectar un problema de índole social al que hay que buscarle solución sin ánimos de lucro.

Así mismo el autor Saúl Fernández Espinoza señala que el ciclo de vida de un proyecto está compuesto por al menos cuatro fases:

- Pre inversión
- Ejecución del Proyecto
- Operación
- Evaluación de resultados

Sin embargo las fases o principales ciclos son:

Pre inversión, Inversión y Operación

### **PREINVERSION.**

En esta fase se formula y evalúa al proyecto, buscando encontrar una solución al problema planteado o a su vez encontrar la manera de aterrizar la idea generando una oportunidad de negocio.

De igual manera el autor Saúl Fernández Espinosa, sugiere que dentro de esta fase se presentan etapas dentro de las cuales, en un momento dado se puede definir si es beneficioso continuar con el proyecto o simplemente descartarlo.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Fernandez, Saul. 2007. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Editorial Tecnológica de Costa Rica

Así, en la etapa de identificación se trata de establecer cuáles son los causales que originan el problema y también cuales son las posibles soluciones.

Dentro de esta etapa se puede utilizar las técnicas de árboles de causas y efectos para así determinar los problemas con las correspondientes alternativas de solución.

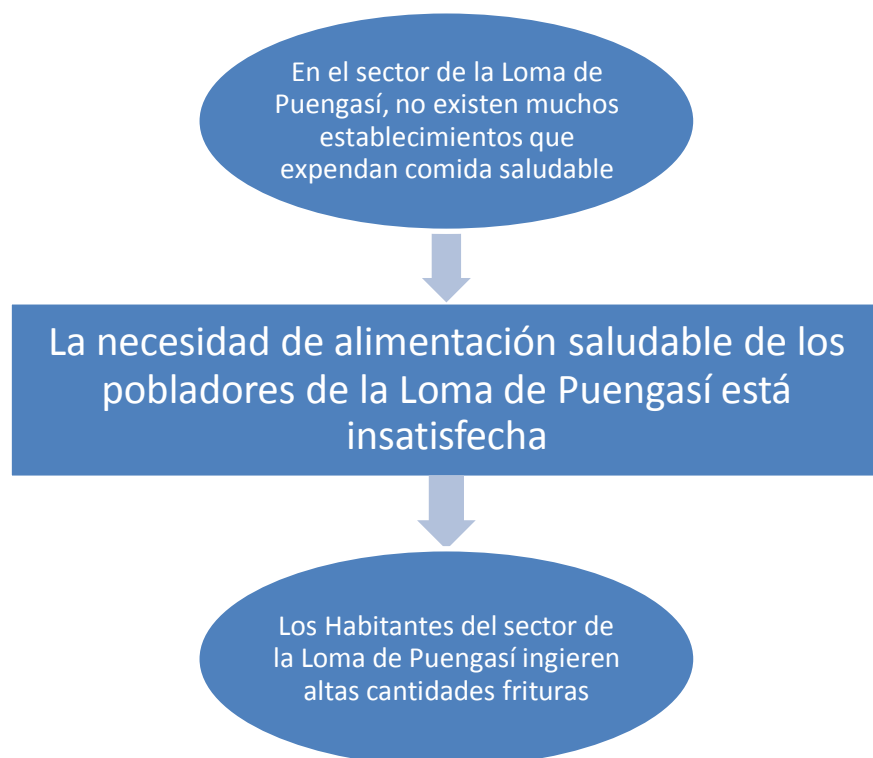
Así, en el caso particular del presente estudio se identificó como problema central que la necesidad de alimentación saludable de los pobladores de la Loma de Puengasí está insatisfecha.

La principal causa de esta problemática es que en el sector de la Loma de Puengasí, no existen muchos establecimientos que expendan comida saludable

La consecuencia o efecto de lo anterior es que Los Habitantes del sector de la Loma de Puengasí ingieren altas cantidades frituras.

Finalmente, la alternativa de solución propuesta es la creación de un restaurante de pescados asados en el sector de la Loma de Puengasí al Sur de Quito.

De esta manera se plantea el árbol de causas y efectos con su respectivo cuadro interpretativo mencionados en el GRÁFICO N° 1 y CUADRO N° 1

**GRÁFICO N° 1****ARBOL DE CAUSAS Y EFECTOS.**



**CUADRO N° 1**

<b>PROBLEMA CENTRAL</b>	
La necesidad de alimentación saludable de los pobladores de la Loma de Puengasí está insatisfecha.	
<b>Causas</b>	<b>Efectos</b>
En el sector de la Loma de Puengasí, no existen muchos establecimientos que expendan comida saludable	Los Habitantes del sector de la Loma de Puengasí ingieren altas cantidades frituras
<b>ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN</b>	
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO.	

**INVERSIÓN.**

Al invertir en un proyecto productivo se desembolsan recursos financieros, para comprar todo lo necesario para poner en marcha el proyecto, con el fin de obtener ganancias o simplemente cumplir con los objetivos planteados.

Inclusive en el libro Planificación y rentabilidad de proyectos industriales sugiere que al invertir “se renuncia a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de unas expectativas”<sup>9</sup>

Por otra parte el autor, Fernandez Saul señala que la inversión “estará compuesta por el valor de todos los recursos productivos que el empresario deberá tener disponibles para que todas las partes que componen el proyecto puedan ser adquiridas, construidas o instaladas para la puesta en operación”.

El proyecto planteado se prevé que la inversión más considerable será la relacionada con la adecuación del local, sin embargo existirán otros rubros que se analizaran detenidamente en el estudio técnico.

### **OPERACIÓN.**

La fase de operación constituye el inicio de las actividades productivas para las cuales fue concebido el proyecto. En el caso de este proyecto, esta fase no puede iniciarse sin antes haber concluido toda la infraestructura y equipamiento del local con indumentaria para restaurante.

---

<sup>9</sup> Ramon Companys ,Pascual. 1988. Planificación y rentabilidad de proyectos industriales. P 31  
Fernandez, Saul. 2007. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Editorial Tecnológica de Costa Rica P15.

## **ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD.**

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

El estudio de mercado permite determinar cuáles son las necesidades que se requiere satisfacer identificando a los posibles clientes, de tal manera que se pueda garantizar que el producto que se está proponiendo tendrá la aceptación necesaria para sostenerse en el tiempo.

Es así que al momento de proponer el negocio de restaurante en el sector de la Loma de Puengasí, se lo realizó en base de supuestos de aceptación; es precisamente el estudio de mercado quien dará la luz verde o no para continuar en la ejecución del proyecto.

Es importante señalar que la base del estudio de mercado es tener la capacidad de identificar qué tipo de información es necesario recabar ante un problema específico de toma de decisiones<sup>10</sup>

Para la presente investigación se consideró como aspectos fundamentales el analizar si entre los pobladores del sector de la loma de Puengasí, apetecerían el pescado asado, así como también cuales serán los principales acompañantes del plato ofertado.

### **MERCADO.**

Como lo define el autor Raúl Gutiérrez García, mercado es el conjunto de personas que adquieren o compran productos y servicios para su uso

---

<sup>10</sup> FERRE TRENZANO, José María. 1997. Los Estudios de Mercado. P19

personal, para el de su núcleo familiar, o para el de la institución o empresa en la que trabaja.<sup>11</sup>

En el caso particular de esta investigación, es necesario determinar el mercado objetivo al que se está apuntando; así, se ha segmentado geográficamente, buscando la población más cercana del sector de la Loma de Puengasí, lugar donde se encuentra ubicado el local en el cual se acondicionaría el restaurante.

El sector de la Loma de Puengasí es un sector populoso de la ciudad de Quito. Está ubicado en el sector centro sur. El barrio se denomina San Isidro de Puengasí, y cuenta con una población total de 17 997 habitantes<sup>12</sup>, según el censo realizado el año 2010.

Los pobladores de este populoso sector, que requieren alimentarse saludablemente, en un lugar acogedor y familiar serán los integrantes del mercado objetivo al que se pretende apuntar.

Mediante los cuestionarios desarrollados, se podrá determinar cuántas personas aproximadamente serán los potenciales clientes del restaurant, cuáles son sus ingresos económicos y el correspondiente nivel de vida, y cuál es su predilección en cuanto a la preparación del producto propuesto.

---

<sup>11</sup> GUTIERREZ, Raúl. 1999. Ventas y Mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa. P19

<sup>12</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

## **DEMANDA Y OFERTA.**

### **DEMANDA.**

La demanda de un bien es la cantidad del mismo que desea adquirir por periodo el grupo de sujetos que lo necesita a un precio determinado.<sup>13</sup>

Así en esta investigación es necesario determinar cuánto pescado se necesita producir para lograr satisfacer a la demanda del mercado del sector de la Loma de Puengasí, de tal manera que se logre una producción eficiente y efectiva.

#### **Demanda Potencial.**

La demanda potencial es la formada por todos los consumidores que tienen algún interés por un producto en particular y que es posible alcanzar con la utilización intensiva de los instrumentos de marketing por parte de todos los competidores.<sup>14</sup>

Es decir en el caso de esta investigación la demanda potencial estará conformada por los pobladores que consumen en todo tipo de restaurantes del sector.

#### **Demanda Efectiva o Real.**

Es la demanda totalmente cierta donde existen potenciales compradores con las condiciones materiales para poder adquirir el producto ofertado.

---

<sup>13</sup> LIPIDON CASTILLO, Jesús. 1998. Conceptos Básicos de Economía. P57.

<sup>14</sup> CASADO DIAZ, Ana. 2010. Introducción al Marketing. P103.

**Demanda Insatisfecha**

Es la demanda que aún no ha sido cubierta totalmente, de tal manera que es mayor a la oferta.

**OFERTA.**

Es la cantidad de un producto o servicio que un productor individual está dispuesto a vender en un periodo determinado y depende del precio del producto y de los costos de producción del productor.

Así el autor Gabriel Baca señala que la oferta “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”<sup>15</sup>

Lo más importante de este estudio es determinar cuál es la oferta del bien o servicio que se planea introducir al mercado.

**MARKETING MIX.****PRODUCTO.**

Es lo que en forma tangible el consumidor adquirirá y está compuesto por todo aquello que es medible o sujeto a especificación.<sup>16</sup>

En el caso de este proyecto, el producto a comercializar será el pescado asado.

---

<sup>15</sup> BACA URBINA, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición, Mc. Graw Hill, México 1995.. Pp 36

<sup>16</sup> GUTIERREZ, Raúl. 1999. Ventas y Mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa. P22

## **DISTRIBUCIÓN O PLAZA.**

Es todo lo relacionado con el recorrido físico del producto antes de llegar al consumidor.

En este caso la plaza será el local donde se implementará el restaurante.

## **PRECIO.**

Es el valor que el consumidor al que está dispuesto a adquirir el bien o el servicio.<sup>17</sup>

El precio del pescado asado se determinará basándose en los costos de producción y considerando un margen de utilidad de haga sustentable al negocio.

## **PUBLICIDAD.**

Se refiere a generar los canales más amplios e impactantes de comunicación con el mercado objetivo, para estimular la venta.<sup>18</sup>

El restaurante se anunciará mediante canales tradicionales, generando promociones que incentive a probar el producto.

## **ESTUDIO TÉCNICO.**

El estudio técnico permitirá determinar el tamaño del proyecto, el proceso productivo, la localización y otro grupo de elementos complementarios, que describe las obras físicas necesarias, la organización para la producción y el calendario de realización del proyecto.

---

<sup>17</sup> GUTIERREZ, Raúl. 1999. Ventas y Mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa P21

<sup>18</sup> IBID. P22

En el estudio técnico también se incluirá el análisis de los costos del proyecto que resultan de las soluciones dadas a los problemas técnicos y económicos presentados.<sup>19</sup>

### **TAMAÑO.**

El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.<sup>20</sup>

En el caso del proyecto del restaurante se debe definir cuantos pescados asados se puede producir en la unidad de tiempo en las condiciones normales establecidas, procurando siempre incrementar la producción para disminuir así los costos unitarios.

Así mismo desde el punto de que el restaurante servirá como un servicio de alimentación, se debe medir cual será la capacidad máxima de comensales que podrá alojar en un horario pico.

Así el autor Juan José Miranda señala que al hablar de capacidad, la forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo.<sup>21</sup>

De acuerdo con lo anteriormente mencionado, será importante determinar la capacidad diseñada donde se establece el máximo nivel de

---

<sup>19</sup> ILPES. 2001. Guía para la presentación de proyectos. P91

<sup>20</sup> IBID, P92

<sup>21</sup> MIRANDA, Juan José. 2005. Gestión de Proyectos: Identificación Formulación Evaluación Financiera. P119.



producción de pescados y por otra parte la máxima capacidad de clientes atendidos.

**a. Capacidad Instalada.**

La capacidad instalada corresponde a la capacidad máxima disponible permanentemente.<sup>22</sup>

Es decir, en el restaurante la capacidad instalada será la máxima capacidad disponible.

**b. Capacidad Utilizada.**

Es la fracción de la capacidad instalada que se está empleando<sup>23</sup>.

Se considera que mientras más se dé a conocer el restaurante y mejore la eficiencia productiva se incrementará la capacidad utilizada hasta llegar a alcanzar a la capacidad instalada.

**LOCALIZACIÓN.**

Según lo recomienda el autor Juan José Miranda, el estudio de localización debe ir desde una macro localización es decir partiendo desde lo nacional y regional hasta llegar a una micro localización del lugar preciso, donde se desarrollaría el proyecto.

Sin embargo, como se lo mencionó al inicio de la investigación, al contar con un local apropiado con el negocio, el estudio de localización girará en torno a verificar si la localización del local comercial es idónea o no para el negocio.

---

<sup>22</sup> IBID, P119.

<sup>23</sup> IBID, P119

El local está ubicado en Ecuador, en la región sierra, provincia de Pichincha, en el sector sur de Quito, en la vía principal de la antigua vía a Conocoto, lugar altamente concurrido ya que por esta vía transita un alto número de vehículos y transeúntes.

Esta vía sirve de acceso a los ochenta y dos mil habitantes<sup>24</sup> aproximadamente del sector de Conocoto y del resto del valle de los chillos.

La dirección exacta del local es en la Entrada a Pitatambo, Calle E Lote 13B y Antigua Vía a Conocoto.

EL local cuenta con todos los servicios básicos y está libre para ser utilizado.

### **Factores de localización.**

#### **MACROLOCALIZACION.**

La macro localización para el proyecto está determinada por la descripción de la zona o el contexto donde el proyecto impacta a través de sus diferentes costos y beneficios.<sup>25</sup>

#### **MICROLOCALIZACION.**

En cuanto a la micro localización el autor Román Rosales sugiere que para esta decisión se deben considerar como importantes los siguientes aspectos, así: vías de comunicación, medios de transporte, servicios públicos básicos, la topografía, los estudios de suelo y de mercado, las

---

<sup>24</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>25</sup> ROSALES POSAS, Ramón. 2005. La Formulación y la Evaluación de Proyectos . UNED. P116

condiciones ambientales y de salubridad, el precio de la tierra, los estudios de mercado, el tamaño y la tecnología, la conservación de los patrimonios histórico y cultural, la disponibilidad de área (para requerimientos actuales y futuras ampliaciones).<sup>26</sup>

El sector de la Loma de Puengasí es un sector populoso de la ciudad de Quito. Está ubicado en el sector centro sur. El barrio se denomina San Isidro de Puengasí, y cuenta con una población total de 17 997 habitantes<sup>27</sup>, según el censo realizado el año 2010.

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

“Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.”<sup>28</sup>

- **Componente tecnológico.**

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

---

<sup>26</sup> IBID

<sup>27</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>28</sup> BACA URBINA Gabriel, Proyecto de Inversión MCGRAW HILL, México 2008

La tecnología debe responder a ciertas condiciones propias de mercado, pues la misma no deberá ser ni muy alta (tecnología de punta) ni elemental para el proceso ya que se debe evitar por un lado el desperdicio de capacidad instalada y por otro debe considerarse la posible expansión de la unidad productiva.

### **Infraestructura Física.**

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión

### **Distribución de la Planta.**

La distribución del área física así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

La organización de la distribución de la planta comprende determinar la ubicación de los departamentos, de las estaciones de trabajo, la localización de las máquinas y de los puntos de almacenamiento de una instalación productiva.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> HUERTAS, Rubén, DOMINGUEZ Rosa. 2008. Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicio y turísticas P8.

**Proceso de producción.**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

**Flujograma de Proceso.**

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y su secuencia lógica.

**ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

Corresponde a decisiones internas del proyecto se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

En el estudio administrativo se contemplan: objetivos, metas, políticas, normas o reglas, tipos de autoridad, estructura de autoridad, organigrama, plantilla de personal, descripción de puestos, tabla o estructura de sueldos, políticas operativas, horarios de trabajo, prestaciones a los trabajadores y documentos legales.<sup>30</sup>

### **BASE LEGAL.**

Toda empresa para poder operar en el mercado ecuatoriano requiere cumplir con los siguientes requisitos.

#### **Acta constitutiva.**

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

#### **La razón social o denominación.**

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la Ley.

#### **Domicilio.**

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

#### **Objeto de la sociedad.**

---

<sup>30</sup> LERMA, AlejandroMARQUEZ, Enrique.2010, Comercio y Marketing Internacional, Cengage Learning Editores, P.632

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

### **Capital Social.**

Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado

### **Tiempo de duración de la sociedad.**

Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

### **Administradores.**

Los administradores necesitan comprometerse para aprender de forma continua y para crear valor para otros.<sup>31</sup>

Para que la administración general sea eficiente es necesario delegar a un responsable para que sea quien responda por los objetivos y metas planteados.

## **NIVELES JERÁRQUICOS.**

### **Legislativo-directivo.**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los

---

<sup>31</sup> HITT, Michael.2006. Administración, Pearson Educación 2006. P15.

dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.<sup>32</sup>

### **Ejecutivo.**

Este nivel está conformado por el Gerente - Administrador, el cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

### **Asesor.**

Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

### **Operativo.**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

---

<sup>32</sup> VÁZQUEZ Víctor H., Organización Aplicada, 1985



**Auxiliar o de apoyo.**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

**ORGANIGRAMAS.**

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”<sup>33</sup>.

**CLASES DE ORGANIGRAMAS.**

- a) **Organigrama estructural.** Es la representación gráfica de todas las unidades de una organización como sus relaciones de jerarquía o dependencia.
- b) **Organigrama funcional.** Detalla la relación de autoridad y dependencia entre cada una de las unidades administrativas así como sus funciones principales. Es de utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general.
- c) **Organigrama posicional.** Contempla la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de una empresa.

**MANUALES.****CLASES DE MANUALES.****1. Manual de bienvenida.**

En este manual se describen las políticas de la compañía, normas, prestaciones y otros temas relacionados.

---

<sup>33</sup> VÁZQUEZ Víctor H., Organización Aplicada, 1985, pág. 122.

## **2. Manual de procedimientos.**

Es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad.

## **3. Manual de Funciones.**

El manual de funciones describe las responsabilidades que la persona deberá cumplir en su puesto.<sup>34</sup>

Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses.

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre la relación de dependencia, dependencia Jerárquica, naturaleza del trabajo, tareas principales, tareas secundarias, responsabilidades, requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo.

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

El estudio determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se pueda realizar, esto se hace en base a los

---

<sup>34</sup> MONTALVAN, Cesar. 1999. Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa. Universidad Iberoamericana. P25.

requerimientos humanos, y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción de la empresa.

El objetivo general del estudio financiero es ordenar y sistematizar la información derivada de las etapas anteriores y elaborar los cuadros que servirán de base para la evaluación de resultados.<sup>35</sup>

## **LA INVERSIÓN DEL PROYECTO.**

### **INVERSIONES FIJAS.**

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico.

### **COSTOS FIJOS.**

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

### **COSTOS VARIABLES.**

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

---

<sup>35</sup> KOCH, Josefina . Manual del Empresario Exitoso,P52.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO.**

El punto de equilibrio es la cifra de ventas a partir de la cual la empresa empezará a obtener beneficios.

Es decir el punto de equilibrio es la cifra de ventas que deberemos alcanzar en un periodo de tiempo determinado para no perder ni tampoco ganar dinero.

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

Para calcular el punto de equilibrio, deberemos dividir el total de los costos fijos por el margen de contribución unitario.<sup>36</sup>

### **FLUJO DE CAJA.**

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

---

<sup>36</sup> LUDEVIT, Manuel.1987. Como crear su propia empresa, Marcombo. P94.

Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que se detallan en el cuadro que llevan el nombre de Costos Fijos y Variables los años de vida útil del proyecto.

### **ELEMENTOS DEL FLUJO DE CAJA.**

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

### **VALOR ACTUAL NETO (VAN).**

El método del VAN consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.<sup>37</sup>

Es decir, consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

---

<sup>37</sup> JIMENEZ Francisco, Ingeniería Económica, Editorial Tecnológica CR. P81

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

$$VAN = \sum \left( \frac{BN_t}{(1+i)^t} \right) - INVERSIÓN$$

$$FA = 1 / (1+i)^n$$

$$SFNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = INICIAL$$

### **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).**

La tasa interna de rendimiento de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) se igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos).<sup>38</sup>

Es decir, constituye en un indicador que muestra la capacidad de ganancias de un proyecto y la factibilidad de ejecutarlo o no. Este método de evaluación al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los

---

<sup>38</sup> IBID, P82

flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Este método actualmente es muy utilizado por bancos, empresas privadas, industrias, organismos de desarrollo económico y empresas estatales.

La TIR, utilizada como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.<sup>39</sup>

La fórmula se interpreta así:

**TIR** = Tasa Interna de Retorno

**Tm** = Tasa menor

**Dt** = Diferencia de tasas

**VAN menor** = Valor actual neto calculado con la menor tasa de actualización

**VAN Mayor** = Valor actual neto calculado con la mayor tasa de actualización

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

---

<sup>39</sup> IBID, P83.

## **RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.**

El índice de deseabilidad o índice de beneficio/costo, es el complemento del Valor actual neto. El índice de deseabilidad de un proyecto es el resultado de dividir los flujos positivos descontados el año cero entre los flujos negativos descontados el año cero, siendo estos últimos por lo general la inversión inicial.<sup>40</sup>

Es el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos con el valor actual de los egresos, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

B/C > 1 Se puede realizar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto.

B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

$$R(B/C) = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

## **PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.**

Permite conocer el tiempo que la empresa tardaría en recuperar la inversión inicial mediante el flujo de entradas de efectivo que producirá el proyecto.

Los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas.

---

<sup>40</sup> JIMENEZ Francisco, Ingeniería Económica, Editorial Tecnológica CR. P83



## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, para medir si le afectan o no, las situaciones que se dan en una economía, esto es el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a uno el proyecto no es sensible.”<sup>41</sup>

## FÓRMULAS:

**Diferencia de TIR =** TIR del Proyecto – Nueva TIR

**% de Variación =** 
$$\frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

**Sensibilidad =** 
$$\frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

<sup>41</sup> BACA URBINA Gabriel, Proyecto de Inversión MCGRAW HILL, México 2008

## e. MATERIALES Y MÉTODOS.

### MATERIALES.

Entre los recursos materiales que se necesitó están los siguientes:

### RECURSOS HUMANOS.

Autor: JAIRO RAMIREZ

Coautor: Director de Tesis.

### RECURSOS MATERIALES y ECONÓMICOS.

#### CUADRO N° 2

**Presupuesto** (cuadro de materiales y costo)

ITEM POR ACTIVIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
ENCUESTADORES	10	45	450
ALIMENTACIÓN ENCUESTADORES	10	7,5	75
MOVILIZACIÓN	10	3	30
RESMAS DE PAPEL BOND	2	4,75	9,5
ESFEROGRÁFICOS	10	0,55	5,5
LÁPICES	10	0,35	3,5
COPIAS	400	0,05	20
INTERNET (PLAN MENSUAL)	12	22,86	274,32
IMPRESIONES A COLOR	100	0,5	50
IMPRESIONES Blanco y Negro	500	0,1	50
ANILLADOS	3	3,5	10,5
EMPASTADOS	3	18	54
ARANCELES UNIVERSITARIOS	5	5	25
GASTOS NOTARIALES	1	30	30
MATERIALES PARA LA INVESTIGACIÓN	1	100	100
IMPREVISTOS	1	60	60
<b>TOTAL</b>			<b>1247,32</b>

**Elaboración:** El Autor.

## **MÉTODOS.**

Para la realización del proyecto de investigación se realizó un estudio descriptivo y explicativo analizando las características y cualidades del sector alimenticio del mercado Quiteño específicamente del barrio San Isidro de la Loma de Puengasí.

Los métodos que se utilizaron fueron:

### **Método Deductivo**

En el caso del presente proyecto la hipótesis planteada sugiere que será factible la creación de la micro empresa el pez leñador en el sector de la Loma de Puengasí, y se comprobó con los resultados obtenidos si realmente será factible o no la implementación de este negocio.

### **Método Inductivo**

En la presente investigación se utilizó este método al basarse en las teorías referentes a la preparación y comercialización del producto estrella del Pez Leñador, así como demás teorías administrativas científicas que sustentan teóricamente el proyecto.

## **TÉCNICAS.**

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron las siguientes:

### **Entrevista**

En el caso particular de este proyecto, se entrevistó a expertos y profesionales en la materia gastronómica, así como también a personas del sector de la Loma de Puengasí, que puedan aportar con información referente al proyecto de investigación.

### **Encuesta**

En el caso de este proyecto la encuesta estuvo dirigida a la muestra de población del sector de la Loma de Puengasí.

### **Observación Científica**

En el caso de este proyecto, se observó a establecimientos que proponen servicios o productos similares al propuesto para tener una base del cómo preparar el producto y mejorar la técnica observada.

Así mismo se experimentó con el producto obtenido antes de comercializarlo.

## **POBLACION Y MUESTRA**

### **Población.**

El presente estudio se desarrolló en el sector de la Loma de Puengasí el cual es un sector populoso de la ciudad de Quito. Está ubicado en el

sector centro sur. El barrio se denomina San Isidro de Puengasí, y cuenta con una población total de 17.997 habitantes<sup>42</sup>.

Para el INEC proporcionar esta información, solicitó dividir por zonas y sectores al Barrio San Isidro de Puengasí; así de tal forma, se escogió las zonas 208, 209, 210, 212, y 214, cuya ubicación está cercana al lugar donde se propone establecer el Restaurante.

### **Proyección.**

La fórmula que se utilizó para proyectar la población del sector de la loma de Puengasí es:

$$P = PA(1 + tc)^n$$

Dónde:

P= Población.

n= años a proyectar.

PA= Población actual.

tc= Índice de crecimiento.

Así según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), de acuerdo con el censo de población y vivienda efectuado el 2010, señala que en el sector de la Loma de Puengasí existen 17 997 habitantes<sup>43</sup>.

También señala que el índice de crecimiento es del 1,95%<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>43</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>44</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Población y Tasas de Crecimiento Intercensal de 2010-2001 por sexo, según parroquias

Para establecer la población existente en el año 2014 aplico la fórmula:

$$P = 17997(1 + 1,95\%)^4$$

$$P = 17997(1,0195)^4$$

$$P = 17997(1,0803113)$$

$$P = 19442$$

La población en el sector de la Loma de Puengasí en el año 2014 será de aproximadamente 19.442 habitantes.

#### **Tamaño de la Muestra.**

Se debe tomar en cuenta que el negocio que se pretende emprender tiene como clientes familias, por lo que es importante dividir la población 4, ya que se estima que existen 3,8 miembros por familia promedio, así de esta manera la población para la muestra será de: 4861.

#### **Determinación de la muestra.**

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población 4861 (Habitantes del sector de la Loma de Puengasí).

$e^2$  = Margen de error, se aplica el 5%.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N} = \frac{4861}{1 + (0,05)^2 (4861)} = \frac{4861}{13,1525} = 369,58$$

**n = 370 encuestas.**

Es decir se aplicará la encuesta a al menos 370 pobladores del sector.

## f. RESULTADOS.

### ENCUESTA A DEMANDANTES.

#### 1. ¿Cuál es su edad?

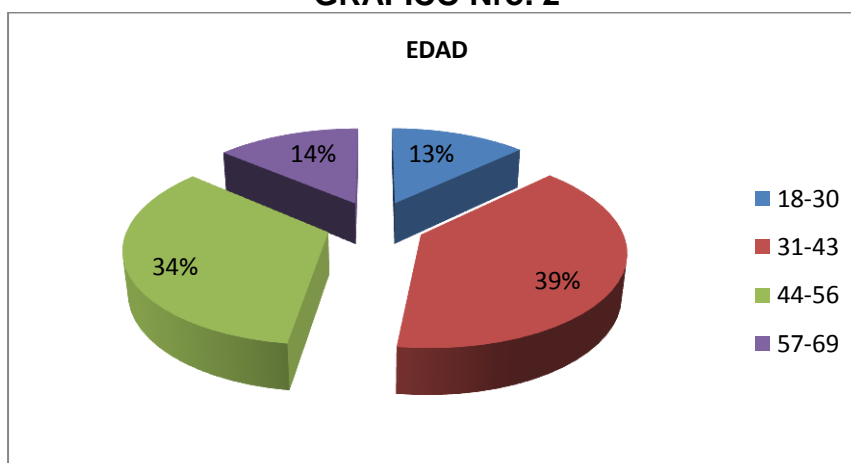
**CUADRO Nº. 3**  
**EDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-30	48	14%
31-43	145	39%
44-56	126	34%
57-69	51	14%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO Nro. 2**



#### INTERPRETACION:

De las encuestas aplicadas a los 370 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 13% respondió que tiene una edad de entre 18 a 30 años, un 39% respondió que edades entre 31 a 43 años, un 34% tiene edad entre 44 a 56 años y un 14% tiene edad de entre 57 a 69 años, de acuerdo a este resultado se puede establecer que la mayor parte de habitantes están entre los 31 a los 43 años.



## 2.- ¿De cuántos miembros se compone su familia?

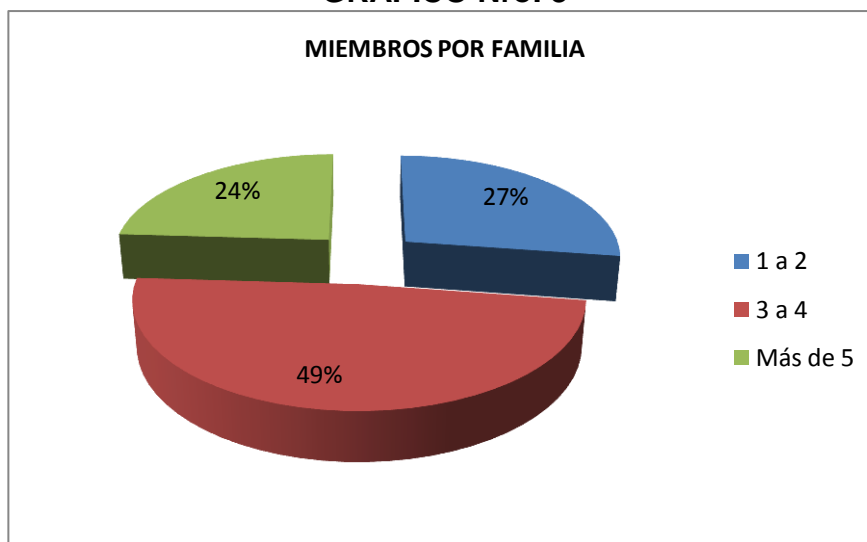
**CUADRO N°. 4**  
**MIEMBROS POR FAMILIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2	101	27%
3 a 4	180	49%
Más de 5	89	24%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO Nro. 3**



### **INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 370 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 27% respondió que su familia se compone de entre 1 a 2 miembros, el 49% de ellos respondieron que su familia se compone de entre 3 a 4 miembros y el 24% de los encuestados manifestaron que tienen más de 5 miembros su familia, esto demuestra que la mayoría de los habitantes tienen de entre 3 a 4 miembros en cada familia.

### 3. ¿Asiste usted a restaurantes?

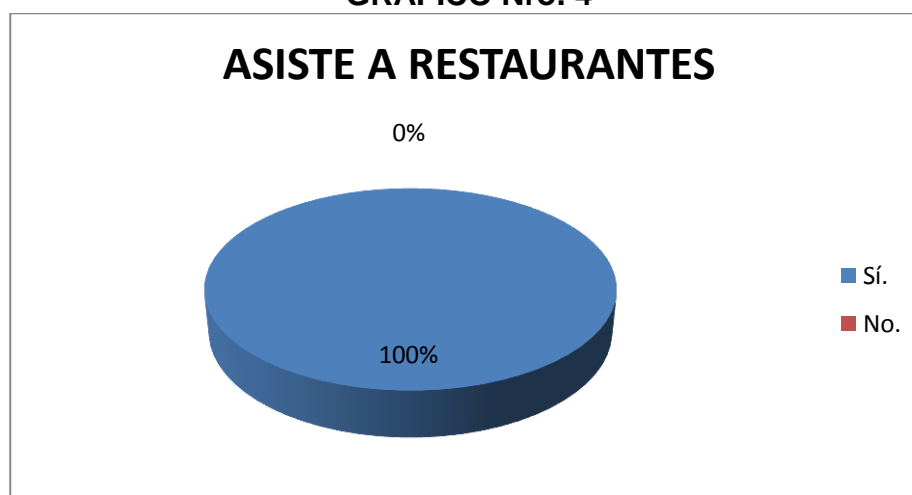
**CUADRO N°. 5  
ASISTE A RESTAURANTES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	370	100%
No.	0	0%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a los demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO Nro. 4**



#### **INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 370 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 100% respondió que si asisten a restaurantes en el sector, mientras ninguno de ellos manifestaron que no asisten, esto quiere decir que la mayoría de los habitantes del sector si asisten a restaurantes a degustar de las diferentes comidas que se ofrecen en la Loma de Puengasí.

Esta pregunta permite determinar que la DEMANDA POTENCIAL es de 370 habitantes.

#### 4. ¿Con que frecuencia visita los restaurantes?

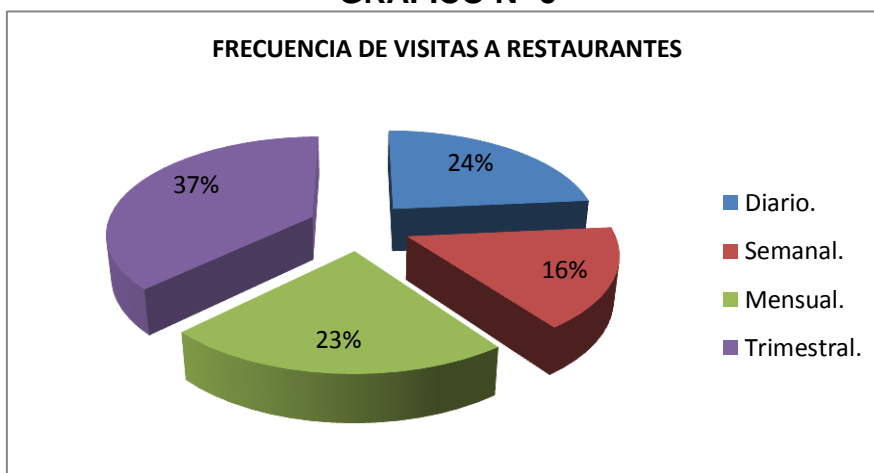
**CUADRO N°. 6**  
**FRECUENCIA DE VISITA A RESTAURANTES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario.	87	24%
Semanal.	61	16%
Mensual.	84	23%
Trimestral.	138	37%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 5**



#### **INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 370 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 24% respondió que asisten a restaurantes de forma diaria, el 16% de ellos manifestaron que asisten de forma semanal, el 23% de los habitantes del sector manifestaron que asisten a un restaurante de forma mensual y el 37% de ellos manifestaron que su asistencia lo hacen de forma trimestral.

### 5. ¿En su alimentación consume habitualmente pescado?

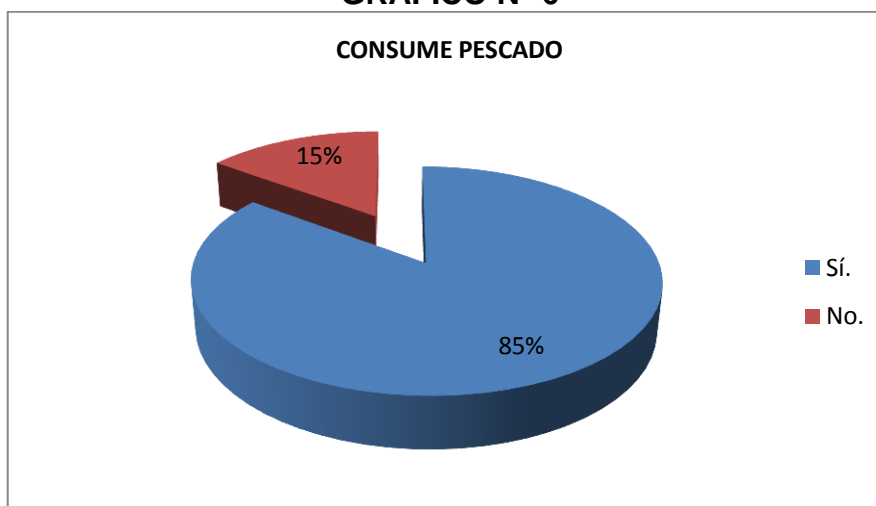
**CUADRO N° 7  
CONSUME PESCADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	315	85%
No.	55	15%
<b>Total</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 6**



#### **INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 370 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 85% respondió que en su alimentación si consumen habitualmente pescado, mientras que el 15% de los habitantes del sector manifestaron que no en su costumbre habitual consumir pescado, esto quiere decir que el proyecto si es factible de realizarlo porque la mayoría de los habitantes del sector asistirían a un restaurante que ofrezca este tipo de plato.

Esta pregunta permite determinar la DEMANDA REAL.

## 6. ¿Con qué frecuencia mensual consume pescado?

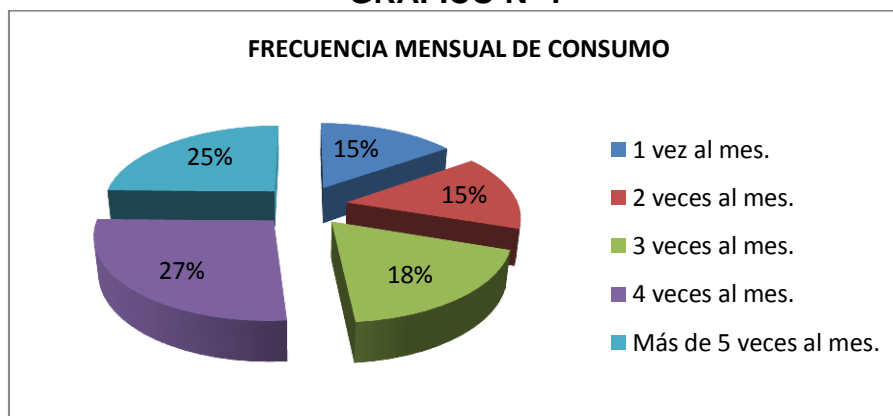
**CUADRO N° 8**  
**FRECUENCIA MENSUAL DE CONSUMO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al mes.	48	15%
2 veces al mes.	47	15%
3 veces al mes.	58	18%
4 veces al mes.	84	27%
Más de 5 veces al mes.	78	25%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 7**



### INTERPRETACION:

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 15% respondió que consume 1 vez al mes pescado, el 15% de los habitantes manifestaron que consumen mensualmente 2 veces, el 18% de ellos manifestaron que la frecuencia es de 3 veces al mes el consumo de pescado, el 27% de ellos manifestaron que su consumo es de 4 veces al mes el consumo de pescado y el 25% de ellos manifestaron que su consumo mensual es de más de 5 veces al mes.

## 7. ¿Cuál es la preparación de pescado de su preferencia?

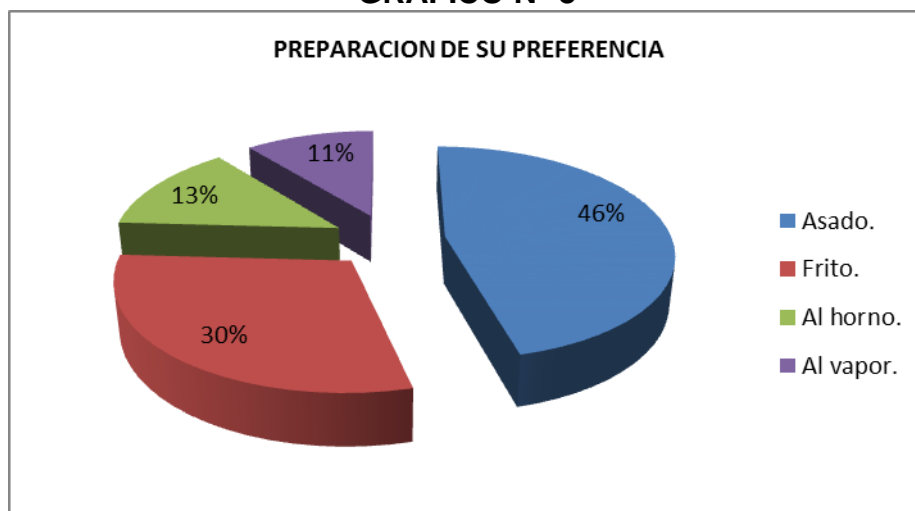
**CUADRO N°. 9**  
**PREPARACION DE SU PREFERENCIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Asado.	145	46%
Frito.	94	30%
Al horno.	42	13%
Al vapor.	34	11%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 8**



### INTERPRETACION:

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 46% respondió que la preparación del pescado lo prefieren asado, el 30% de ellos lo prefieren frito, siendo el porcentaje más alto, el 13% de los habitantes lo prefieren al horno y el 11% de los habitantes del sector lo prefieren al vapor.

**8. ¿Cuál es la porción ideal que usted prefiere en la presentación del plato de pescado?**

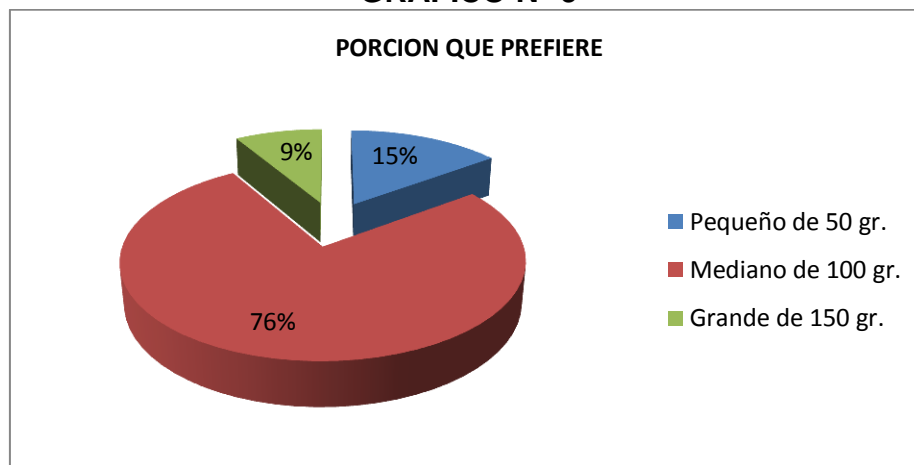
**CUADRO N°. 10  
PORCION QUE PREFIERE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pequeño de 50 gr.	47	15%
Mediano de 100 gr.	241	76%
Grande de 150 gr.	27	9%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 9**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 15% respondió que la presentación del plato ideal y de su preferencia es el de 50 gr., el 76% de los habitantes manifestaron que la porción de su preferencia es el plato de 100 gr., siendo el porcentaje de mejor aceptación por los habitantes del sector, y el 9% de ellos manifestaron que el plato de su preferencia es el que tiene la presentación de 150 gr.

**9. ¿Qué factor considera más importante al momento de degustar el plato de pescado?**

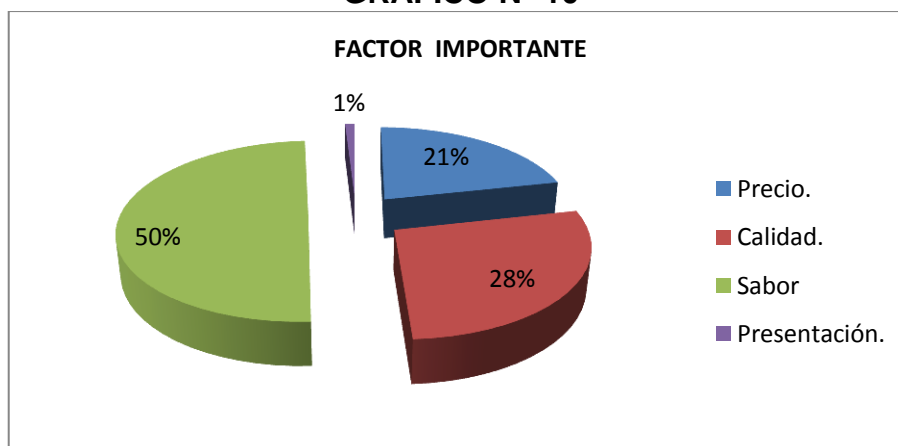
**CUADRO N°. 11  
FACTOR IMPORTANTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio.	68	21%
Calidad.	87	28%
Sabor	157	50%
Presentación.	3	1%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 10**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 21% respondió que el factor más importante en la presentación del plato de pescado es el precio, el 28% de ellos manifestaron que lo más importante es la calidad en la degustación del plato, el 50% de los habitantes manifestaron que el factor más importante que ellos consideran es el sabor y solamente el 1% de ellos manifestaron que es la presentación del plato.



**10. ¿Cómo prefiere que esté acompañado la presentación del plato de pescado?**

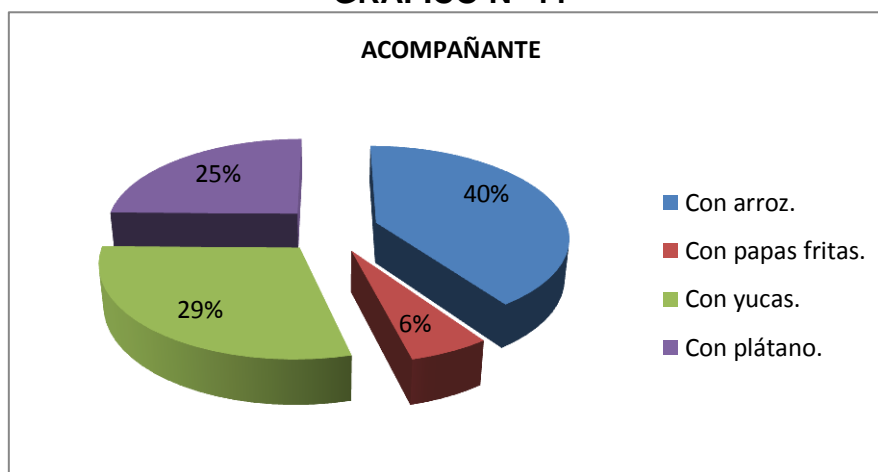
**CUADRO N°. 12  
ACOMPAÑANTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Con arroz.	127	40%
Con papas fritas.	18	6%
Con yucas.	92	29%
Con plátano.	78	25%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 11**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 40% respondió que el acompañante en la presentación del plato es con arroz, el 6% de ellos manifestaron que la presentación la prefieren con papas fritas, el 29% de ellos manifestaron que el acompañante prefieren que sea con yucas y el 25% de ellos manifestaron que prefieren con plátano.

11. ¿Sí se creara un restaurante especializado en pescados asados en el sector Loma de Puengasí al sur de Quito, usted consumiría nuestro producto?

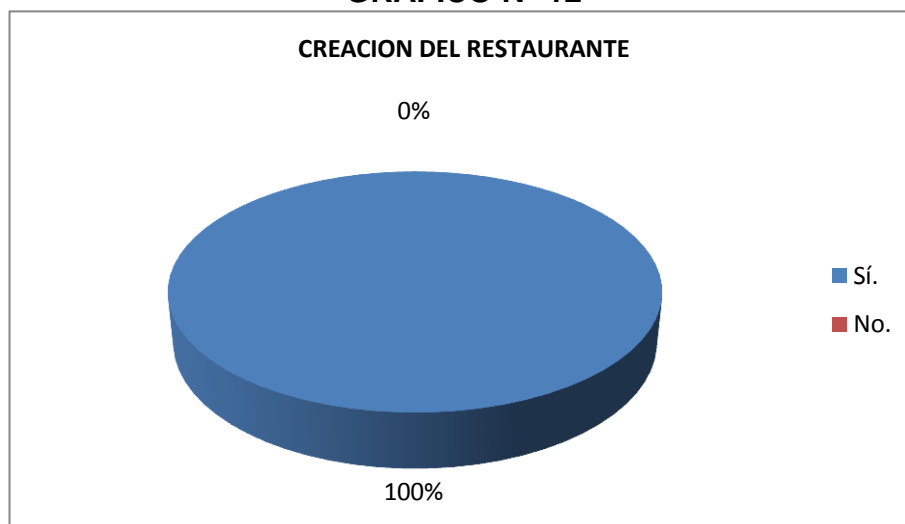
**CUADRO N°. 13  
CREACION DEL RESTAURANTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí.	315	100%
No.	0	0%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 12**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 100% respondió que si se creara un nuevo restaurante especializado en pescado asado en el sector de Puengasí al sur de Quito, ellos si asistirían al restaurante a degustar de dicho plato. Esta pregunta permite determinar la DEMANDA EFECTIVA.

**12. ¿Qué precio pagaría por un plato de pescado asado de alta calidad?**

**CUADRO N° 14**

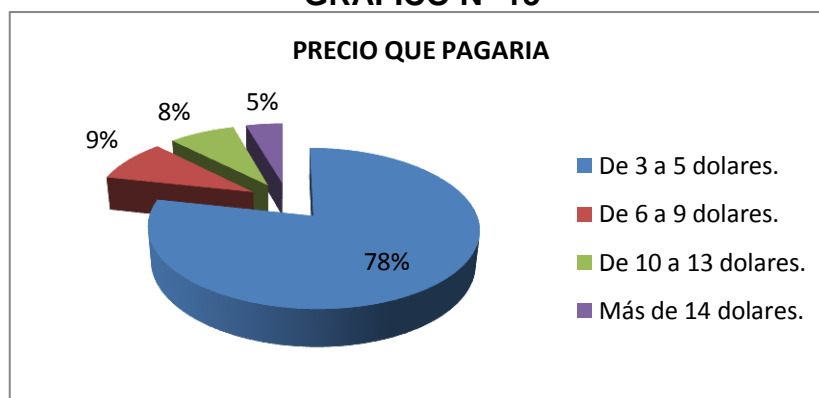
**PRECIO QUE PAGARIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 3 a 5 dolares.	247	78%
De 6 a 9 dolares.	29	9%
De 10 a 13 dolares.	25	8%
Más de 14 dolares.	14	4%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 13**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 9% respondió que pagaría por un plato de pescado asado el precio de 3 a 5 dólares, el 78% de ellos manifestaron que pagarían por el plato de entre 6 a 9 dólares por una buena presentación, el 8% manifestaron que pagaría el precio de entre 10 a 13 dólares y solamente el 5% de ellos pagarían más de 14 dólares dependiendo de su presentación.

### 13. ¿Qué promociones desearía que ofrezca el nuevo restaurante?

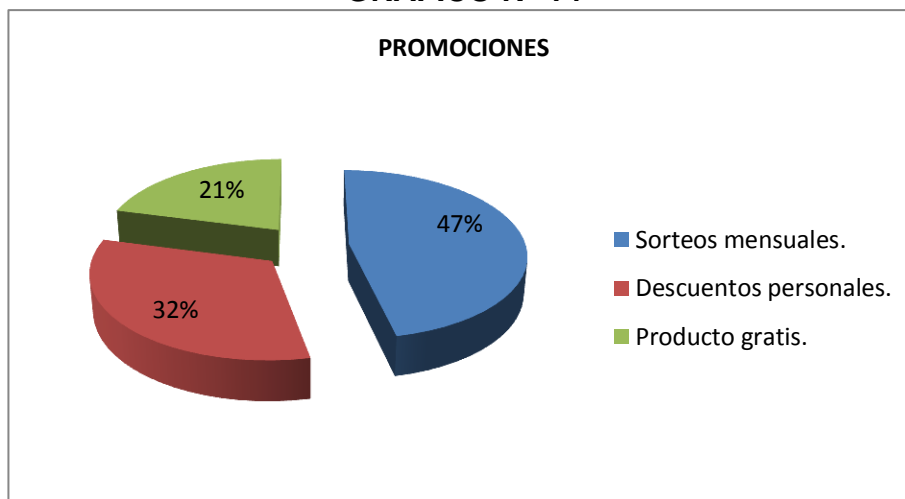
**CUADRO N°. 15  
PROMOCIONES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sorteos mensuales.	147	47%
Descuentos personales.	102	32%
Producto gratis.	66	21%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 14**



#### **INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 47% respondió que prefieren dentro de la promoción el sorteo mensual por compras, el 32% de ellos manifestaron que prefieren de promoción los descuentos personales al momento de ir a degustar un plato en el nuevo restaurante, y el 21% de ellos manifestaron que una promoción sería el producto gratis.

**14. ¿Qué medio publicitario usted preferiría para el nuevo restaurante?**

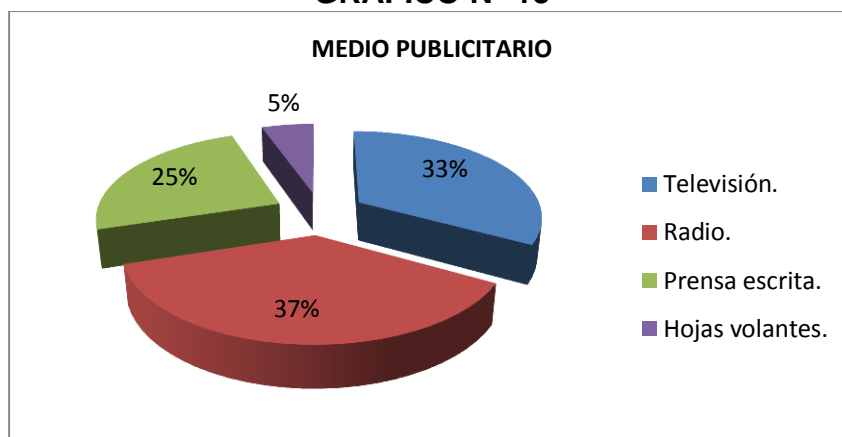
**CUADRO N°. 16  
MEDIO PUBLICITARIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión.	104	33%
Radio.	117	37%
Prensa escrita.	77	25%
Hojas volantes.	17	5%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes.

**Elaboración:** El Autor.

**GRAFICO N° 15**



**INTERPRETACION:**

De las encuestas aplicadas a los 315 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, el 33% respondió que el medio publicitario que preferiría para el nuevo restaurante es la televisión, el 37% de ellos manifestaron que el medio publicitario sería la radio, el 25% de ellos manifestaron que sería la prensa escrita y solamente el 5% de ellos manifestaron que sería un medio de publicitar al nuevo restaurante las hojas volantes que se entregan a los transeúntes del sector y de la ciudad.

## ENTREVISTA A LOS RESTAURANTES DEL SECTOR LA LOMA DE PUENGASI.

Para analizar la oferta, se entrevistó por separado a los administradores de los cinco Restaurantes más importantes que se encuentran ubicados en los alrededores de la Loma de Puengasí.

Las entrevistas, tenían como objetivo determinar cuál es la cantidad de platos vendidos de cada establecimiento, cual es el día de mayor venta y el de menor venta en los locales, y finalmente como ven las condiciones económicas y políticas actuales para el sector alimenticio.

De esta manera se obtuvo los siguientes resultados:

### 1. ¿Cuántos platos vende diariamente en su local?

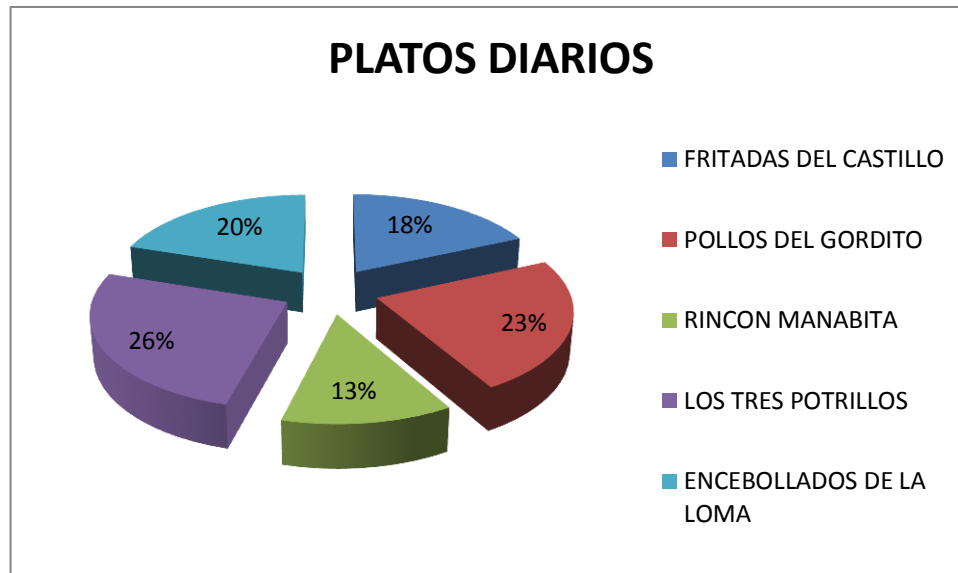
**CUADRO N°. 17  
OFERENTES**

Nro.	NOMBRE DEL RESTAURANTE	UBICACION	VISITANTES DIARIOS
1	FRITADAS DEL CASTILLO	Loma de Puengasí	68
2	POLLOS DEL GORDITO	Loma de Puengasí	86
3	RINCON MANABITA	Loma de Puengasí	46
4	LOS TRES POTRILLOS	Loma de Puengasí	96
5	ENCEBOLLADOS DE LA LOMA	Loma de Puengasí	74

**Fuente:** Entrevista.

**Elaboración:** El Autor.

GRAFICO N° 16

**INTERPRETACION:**

Se observa que el establecimiento Los Tres Potrillos, tiene mayor participación de mercado con un 26% frente a su competencia, seguido de un 23% de participación de Pollos El Gordito y de un 20% de los encebollados de la Loma. Sin embargo la diferencia en platos vendidos entre los establecimientos visitados no es muy considerable.

2. ¿Cuál es el día de mayor venta en su establecimiento y cuál es el día de menor venta?

CUADRO N°. 18

ESTABLECIMIENTO	DIA MAYOR VENTAS	DIA MENOR VENTAS
FRITADAS EL CASTILLO	DOMINGO	LUNES
POLLOS DEL GORDITO	SABADOS	LUNES
RINCON MANABITA	DOMINGO	LUNES Y MARTES
LOS TRES POTRILLOS	DOMINGO	NO ABRE LUNES
ENCEBOLLADOS DE LA LOMA	SABADO Y DOMINGO	NO ABRE LUNES

**Fuente:** Entrevista.

**Elaboración:** El Autor.

### INTERPRETACIÓN:

La mayoría de los establecimientos entrevistados aseguró que los fines de semana venden más platos de los que se vende entre semana, especialmente consideran que el mejor día de ventas es el Domingo ya que por lo general la gente acude en familia a comer fuera de casa, mientras que el día Lunes es el día de menor venta tanto es así que tres de los cinco establecimientos entrevistados ni siquiera abre este día.



**3. ¿Cómo ven las condiciones políticas y económicas actuales para el sector alimenticio?**

**CUADRO Nº. 19  
CONDICIONES POLÍTICAS Y ECONÓMICAS**

<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>CONDICIONES FAVORABLES</b>	<b>CONDICIONES DESFAVORABLES</b>
FRITADAS EL CASTILLO		X
POLLOS DEL GORDITO		X
RINCON MANABITA	X	
LOS TRES POTRILLOS	X	
ENCEBOLLADOS DE LA LOMA	X	

**Fuente:** Entrevista.

**Elaboración:** El Autor.

**INTERPRETACIÓN:**

Los establecimientos que venden comida alta en grasas y carbohidratos se quejan por las medidas anunciadas por el gobierno tendientes a desestimular el consumo de comida de bajo contenido nutritivo, sin embargo afirman que sus ventas no han disminuido; mientras que, los establecimientos que expenden comida tradicional afirman que las condiciones son favorables

## **g. DISCUSIÓN.**

### **ESTUDIO DE MERCADO.**

El estudio de mercado realizado permitió determinar cuáles son las necesidades que se requiere satisfacer identificando a los posibles clientes, de tal manera que se pueda garantizar que el producto que se está proponiendo tendrá la aceptación necesaria para sostenerse en el tiempo.

El estudio de mercado permite identificar a los clientes potenciales, reales y efectivos y así poder determinar la demanda insatisfecha de acuerdo a las ofertas del mercado.

### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA.**

El siguiente análisis permitirá cuantificar el volumen de producción que el mercado del sector de la Loma de Puengasí podría consumir a un precio establecido.

Así mismo se establecerá el balance entre la oferta y la demanda actual, determinándose así la demanda insatisfecha del mercado, cuyo resultado positivo afirmará que vale la pena expender los platos en el restaurante propuesto.

En definitiva la demanda será el número de comensales que está dispuesto a consumir alimentos en el restaurante especializado en pescados, a un precio establecido.

## DEMANDA POTENCIAL.

La demanda potencial está definida basándose en la investigación cuantitativa del mercado realizada; así la demanda potencial del restaurante se obtiene mediante la cantidad de habitantes del sector loma de Puengasí, de la ciudad de Quito; considerados como, mercado objetivo.

Según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), de acuerdo con el censo de población y vivienda efectuado el 2010, señala que en el sector de la Loma de Puengasí existen 17.997 habitantes<sup>45</sup>.

También señala que el índice de crecimiento es del 1,95%<sup>46</sup>

Para establecer la población existente en el año 2014 aplico la fórmula:

$$P = 17997(1 + 1,95\%)^4$$

$$P = 17997(1,0195)^4$$

$$P = 17997(1,0803113)$$

$$P = 19442$$

La población en el sector de la Loma de Puengasí en el año 2014 será de aproximadamente 19.442 habitantes.

---

<sup>45</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>46</sup> <http://www.inec.gob.ec>.- Población y Tasas de Crecimiento Intercensal de 2010-2001 por sexo, según parroquias

De igual manera se proyecta para los siguientes años pronosticando el número de habitantes, para los siguientes cinco años.

Por otra parte, en la pregunta número 3, cuadro Nro. 5., se determinó que el 100% de la población encuestada asisten a restaurantes; con este resultado se logra determinar la demanda potencial, cuyos resultados se exponen a continuación en el cuadro Nro. 20.

**CUADRO No. 20**

<b>AÑOS</b>	<b>Demanda población en el sector de la Loma de Puengasi</b>	<b>% Asisten a Restaurantes</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL EN ESTUDIO</b>
0	19.442	100%	19.442
1	19.821	100%	19.821
2	20.208	100%	20.208
3	20.602	100%	20.602
4	21.004	100%	21.004
5	21.413	100%	21.413

**Fuente:** Población en el sector de la Loma de Puengasí.

**Elaboración:** El Autor.

### **DEMANDA REAL.**

En este estudio, la demanda real está representada por toda la población segmentada que realmente consume pescado. Para determinar la demanda real se considera la población total de estudio que es de 19.442 habitantes del sector de la Loma de Puengasí, esta cantidad se multiplica

por el porcentaje real de las personas que si consumen pescado, establecida en la pregunta número 5, que corresponde al 85%; obteniendo un total de 16.525 personas que prefieren este alimento. De la misma forma se procede para los siguientes años, como se puede observar en el cuadro Nro. 21.

**CUADRO No. 21**

<b>DEMANDA REAL</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>% UTILIZAN</b>	<b>DEMANDA REAL</b>
1	19.442	85%	16.526
2	19.821	85%	16.848
3	20.208	85%	17.177
4	20.602	85%	17.512
5	21.004	85%	17.853

**Fuente:** Cuadros Nro. 7 y Nro. 20.

**Elaboración:** El Autor.

**CONSUMO PER CÁPITA.-** Es el consumo promedio de platos que realiza cada habitante del sector de la Loma de Puengasí, así se observa en el cuadro No.22

CUADRO No. 22

CONSUMO ANUAL PROMEDIO EN RESTAURANTES			
OPCIÓN	FRECUENCIA	PM ANUAL	PROMEDIO
Diario.	87	365	31.755
Semanal.	61	52	3.172
Mensual.	84	12	1.008
Trimestral.	138	4	552
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>		<b>36.487</b>

**Fuente:** Cuadro Nro. 6.

**Elaboración:** El Autor.

$$\text{PROMED ANUAL} = \frac{\sum \text{PROM}}{N}$$

$$\text{PROMED ANUAL} = \frac{36.487}{370}$$

**PROMEDIO ANUAL = 98,61 anual**

El consumo Per cápita de los habitantes del sector de la Loma de Puengasí en restaurantes es de 98,61 anual.

Con esta información se obtiene la DEMANDA REAL EN CONSUMO que se visualiza en el cuadro No. 23

CUADRO No. 23

DEMANDA REAL EN CONSUMO			
AÑOS	DEMANDA REAL	PROM ANUAL	DEMANDA REAL ANUAL EN CONSUMO
1	16.526	98,61	1.629.688
2	16.848	98,61	1.661.467
3	17.177	98,61	1.693.865
4	17.512	98,61	1.726.896
5	17.853	98,61	1.760.570

**Fuente:** Cuadros Nro. 21 y Nro. 22.

**Elaboración:** El Autor.

### DEMANDA EFECTIVA.

La demanda efectiva es la cantidad de platos que los consumidores del sector de la Loma de Puengasí realmente están dispuestos a consumir en el establecimiento propuesto, en un tiempo determinado y a un precio dado. De acuerdo con la encuesta realizada, en la pregunta No.11 el 100% de los encuestados acudirá al restaurante, con este resultado se obtiene la demanda efectiva descrita en el cuadro No. 24

**CUADRO No. 24**

<b>DEMANDA EFECTIVA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA REAL ANUAL</b>	<b>100 % UTILIZARIAN</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA ANUAL</b>
2014	1.629.688	100%	1.629.688
2015	1.661.467	100%	1.661.467
2016	1.693.865	100%	1.693.865
2017	1.726.896	100%	1.726.896
2018	1.760.570	100%	1.760.570

**Fuente:** Cuadro Nro. 13 y 23

**Elaboración:** El Autor.

### ANÁLISIS DE LA OFERTA.

La oferta es considerada como la cantidad de platos que la competencia está dispuesta a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es vital importancia investigar sobre la situación de los oferentes del servicio relacionado con el proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto es fundamental conocer aspectos como: su

capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, su tecnología para establecer si puede o no mejorar la calidad del servicio, precios, etc.

Para determinar la oferta existente se ha considerado los datos de los restaurantes del sector de la Loma de Puengasí existentes que son las que ofrecen los servicios similares a los que se pretende ofrecer, como se observa en el cuadro No. 25.

**CUADRO No. 25**

OFERTA				
N°	RESTAURANTE	PLATOS DIARIOS	DIAS DEL AÑO	VISITAS POR AÑO
1	FRITADAS DEL CASTILLO	68	365	24.820
2	POLLOS DEL GORDITO	86	365	31.390
3	RINCON MANABITA	46	365	16.790
4	LOS TRES POTRILLOS	96	365	35.040
5	ENCEBOLLADOS DE LA LOMA	74	365	27.010
TOTAL		370		135.050

**Fuente:** Cuadro Nro. 17

**Elaboración:** El Autor.

Luego proyectamos la oferta a los 5 años de vida útil del proyecto, tomando como base la tasa de crecimiento del sector de restaurantes que es del 4,98%<sup>47</sup>, así:

<sup>47</sup><http://poderes.com.ec/2013/el-pib-crecio-un-501-en-el-2012/>



**AÑO 1**

$$P = 135050(1 + 8,98\%)^0$$

$$P = 135050(1,0898)^0$$

$$P = 135050$$

De igual manera se procede con los siguientes años, obteniéndose los siguientes resultados:

**CUADRO No. 26**

<b>OFERTA ANUAL</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA ANUAL</b>
1	135.050
2	141.775
3	148.836
4	156.248
5	164.029

**Fuente:** Cuadro Nro. 25.

**Elaboración:** El Autor.

**ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA.**

Es la relación que existe entre la oferta de los restaurantes del sector y la demanda la cual permite determinar el número de demandantes o usuarios que no pudieron hacer uso del servicio por falta de oferta en el mercado, para poder cuantificar esta demanda se realiza un balance entre oferta y demanda y de esta manera obtenemos la demanda insatisfecha.

**CUADRO No. 27**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
1	1.629.688	135.050	1.494.638
2	1.661.467	141.775	1.519.691
3	1.693.865	148.836	1.545.029
4	1.726.896	156.248	1.570.648
5	1.760.570	164.029	1.596.541

**Fuente:** Cuadros Nro. 24 y 26.

**Elaboración:** El Autor.

Como se puede apreciar en el cuadro número 27, identificamos que la demanda Insatisfecha para el primer año es de 1'494.638 visitantes de restaurantes en el sector de la Lomas de Puengasí y para el quinto año es de 1'596.541, por lo que se demuestra que el proyecto brindara una nueva oportunidad de negocio de restaurante para los demandantes, los mismos que se lograra captarlos mediante un buen servicio, de buena calidad y a precio cómodo.

### **ESTRATEGIA DE MERCADO.**

Para diseñar las estrategias de mercado se recopilo información de las personas encuestadas con respecto al servicio, precio, promoción y publicidad etc.

### **Producto.**

**RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**, su oferta es brindar la calidad de servicios en la presentación de un plato especializado para el Restaurante como es el pescado asado en sus diferentes presentaciones, a precios

medianamente módicos y así diferenciarnos de la competencia, y esto se logrará en base a nuestras instalaciones físicas, personal capacitado y material de comunicación y promoción. **RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**, también ofrecerá confort, buen gusto, y convivencia familiar junto a una cultura diferente.

**GRÁFICO N°. 18**



En cuanto a las instalaciones físicas del Restaurante “El Pez Leñador” incluye:

**GRÁFICO N°. 19**



**Servicios varios:** Contaremos con un local de dos plantas para darles mejor confort a los clientes, y el servicio. El horario de atención del establecimiento será de 12H00 A 20H00; y, se contara con estacionamiento para automóviles.

### **Precio.**

En la determinación del precio de nuestros servicios se consideró que debido a que la estrategia está enfocada en la diferenciación, para poder lograr ofrecer servicios de calidad, se debe establecer precios que ayuden a cubrir los costos para poder satisfacer las necesidades del cliente más exigente, por lo que nuestros clientes meta tendrán el poder adquisitivo suficiente para acceder a nuestro producto.

### **Los parámetros que se utilizaron para establecer los precios fueron:**

En base a los precios que ofrece la competencia.

En función a los costos fijos y variables de restaurantes existentes en sector, rendimiento esperado del inversionista, precios de la competencia nacional, así como también influyeron la situación política y económica del cliente y las temporadas altas y bajas del negocio.

**Descuentos:** Se ofrecerán descuentos por grupos que acudan mínimo 6 clientes y será del 10% sobre el precio del pedido, por época de apertura.

**Precios referenciales.** Los mismos que se ajustarán de acuerdo a los costos de producción.

**Plaza.**

La principal plaza del Restaurante El Pez Leñador será el sector de la loma de Puengasí y los demás alrededores del valle de los chillos, sin descartar que en lo posterior el establecimiento se consolide en uno de los mejores por su gastronomía especializada de tal manera que clientes de otros sectores acudan a consumir.

**Promoción.**

**RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**, en su fase inicial del año 2014, arrancará su promoción por medio de las agencias publicitarias de la ciudad de Quito.

El material publicitario es sólo de apoyo para una mayor difusión del restaurante y para la captación de nuestros clientes meta.

Se realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: Ubicación, precios, calidad de productos (platos de pescado asado) y el enfoque familiar.

La campaña se otorgará a una agencia publicitaria, que se encargará de crear una manera eficiente de comunicar los servicios que ofrece el

**RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**,

Entre las herramientas que se usarán están los medios impresos como:

**Medios impresos locales:** Se harán publicaciones en los periódicos de mayor circulación en el mercado para presentar al mercado una nueva

opción en restaurantes. El costo aproximado de estas publicaciones que se realizarán dos veces al año.

**Internet:** Se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y el que mejor comunicación. Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de nuestros clientes potenciales, y ofrecer toda información necesaria sobre los platos del restaurante, mediante un contacto directo con el cliente a través de las redes sociales.

Los medios publicitarios que se cotizaran serán:

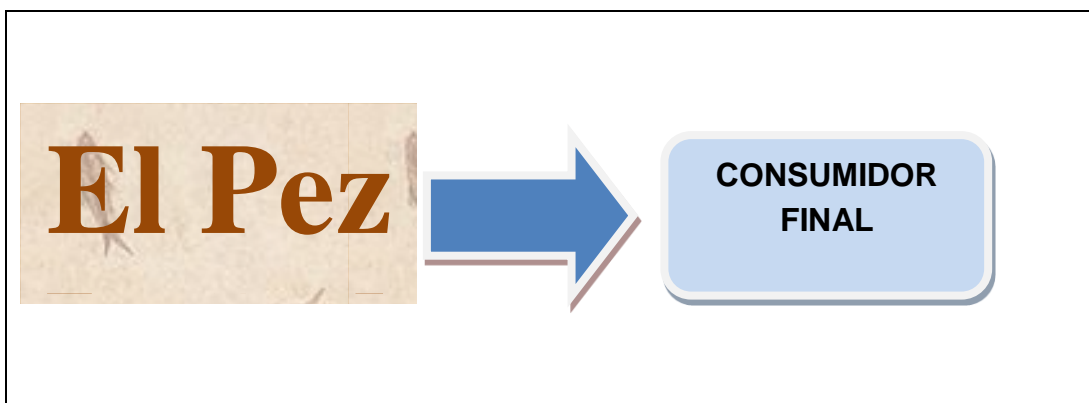
**Radio:** Radio Canela, FM MUNDO, Radio La Bruja, Radio la Otra.

**Prensa Escrita:** La Hora, El Comercio, El Extra .

#### **CANAL DE DISTRIBUCIÓN.**

El restaurante propuesto contará con un canal de distribución directo de esta manera el contacto con el cliente será más personalizado.

**GRAFICO N° 20**



## **ESTUDIO TÉCNICO.**

El estudio técnico permite determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción o prestación de servicios, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado con el objeto de determinar la tecnología, el espacio físico y el recurso humano más adecuado. El objeto del estudio técnico es definir un tamaño óptimo de producción o servicio obedeciendo las necesidades del mercado, entrando así a un nuevo campo competitivo.

## **TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.**

Este estudio permite describir el tamaño que tendrá el restaurante propuesto a implantarse, la localización óptima y el diseño de ingeniería que será de acuerdo a las necesidades del mercado, además permite considerar el tamaño necesario de la infraestructura para el desenvolvimiento de los recursos humanos tanto el aspecto administrativo como operativo.

## **TAMAÑO DE LA EMPRESA.**

El tamaño del proyecto se lo considera como la capacidad de producción de platos con que el restaurante contará durante un periodo de tiempo determinado.

## **CAPACIDAD INSTALADA DEL RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ.**

La capacidad instalada del restaurante, estará determinada en función de satisfacer parte de la demanda insatisfecha a cubrir durante el periodo de vida útil del proyecto.

Se contará con un total de 20 mesas de de 1,50 m x 1 m que albergan a 4 sillas cada una, obteniendo una capacidad para 80 personas.

El horario de atención del establecimiento será de 12H00 A 20H00; laborándose 8 horas diarias de Martes a Domingo ya que el Lunes es un día atípico para este tipo de establecimientos.

La capacidad instalada de las 80 sillas por las 8 horas laborables permitirá atender a 640 personas diarias. Multiplicando el resultado por los 6 días a la semana laborables obteniendo 3.840 personas semanal. Al multiplicar por 4 semanas, se obtiene 15.360 personas al mes. Finalmente multiplicamos por 12, obteniendo 184.320 personas que se atenderán en el año. De esta manera se determinó que la capacidad instalada del restaurante propuesto será 184.320 platos anuales, como se lo evidencia en el cuadro No.28.



**CUADRO No.28**

<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>					
<b>CAPACIDAD MESAS</b>	<b>PLATOS X HORA</b>	<b>PLATOS X DIA (8 HORAS)</b>	<b>PLATOS X SEMANA (6 días)</b>	<b>PLATOS X MES (4 semanas)</b>	<b>PLATOS X AÑO (12 meses)</b>
20 Mesas de 4 sillas c/u	80	640	3840	15360	184.320
<b>TOTAL</b>					<b>184.320</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaboración:** El Autor.

**CUADRO No. 29**

<b>RELACION DE LA CAPACIDAD INSTALADA CON LA DEMANDA INSATISFECHA</b>			
<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>%</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>
1	1.494.638	12,33%	184.320
2	1.519.691	12,13%	184.320
3	1.545.029	11,93%	184.320
4	1.570.648	11,74%	184.320
5	1.596.541	11,54%	184.320

**Fuente:** Cuadros No. 27 y 28

**Elaboración:** El Autor.

### **CAPACIDAD UTILIZADA:**

Por ser un proyecto mediano y al existir una demanda insatisfecha muy amplia se utilizara al inicio de las operaciones el 75% de la capacidad instalada y la empresa trabajara los 312 días del año calendario, ya que la afluencia de clientes se dará de Martes a Domingo, por lo que luego de los 5 años de vida útil se considerará en la ampliación de la capacidad del proyecto de ser necesario. Los resultados se los puede ver en el cuadro No.30.

**CUADRO No. 30**

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>%</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>MENSUAL</b>
1	184.320	75%	138.240	11.520
2	184.320	80%	147.456	12.288
3	184.320	85%	156.672	13.056
4	184.320	90%	165.888	13.824
5	184.320	95%	175.104	14.592

**Fuente:** Cuadro No. 29

**Elaboración:** El Autor.

### **LOCALIZACIÓN DEL RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ.**

Existen algunos factores que determinan la localización de un lugar para la prestación de un servicio de restaurante y que generalmente se denominan factores localizaciones, entre los que podemos mencionar: terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

### **DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA.**

Es otro factor importante que hace posible la localización, teniendo presente que la mano de obra que dispone la ciudad de Quito, es cuantiosa y diversificada ya que dispone de gente con formación de nivel medio y superior, que están preparando mano de obra calificada y que por la falta de gestión empresarial no se generan fuentes de trabajo, situación que da la pauta para que se considere seriamente la ubicación del restaurante y específicamente en el sector de Loma de Puengasi, ofreciendo fuentes de trabajo y coadyuvando al desarrollo social.

## **DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS.**

Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta, ya que se trata de servicio de utilización humana, por lo tanto estos servicios deben ser óptimos y que dispone la ciudad de Quito para dar una localización apropiada al proyecto.

### **EL AGUA.**

Es el elemento necesario y primordial en la prestación del servicio, en la ciudad de Quito se tiene agua tratada purificada, siendo ideal para los requerimientos del restaurante y se tiene en cantidad suficiente.

### **ENERGÍA ELÉCTRICA.**

De igual manera la ciudad de Quito y principalmente el sector de La Loma de Puengasí cuenta con el servicio constante del fluido eléctrico.

### **TELEFONÍA.**

Este servicio cubre toda la ciudad de Quito y principalmente el sector de la Loma de Puengasí y además cuenta con servicios tecnológicos en comunicación y telefonía celular.

## **MACROLOCALIZACIÓN**

El **RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**, se encontrará ubicada sector de Loma de Puengasí al sur de Quito, del Cantón Quito, Provincia de

Pichincha. El lugar ideal para disfrutar de una comida especial de pescado asado.

**PROVINCIA.-** Pichincha.

**CANTÓN.-** Quito

**SECTOR:** Loma de Puengasí, al Sur de Quito.

### GRÁFICO NRO. 21



### **MICROLOCALIZACIÓN.**

Se refiere al lugar específico donde estará ubicado el Restaurante “El Pez Leñador”.

Para determinar la ubicación del restaurante fue necesario evaluar cual de las ubicaciones disponibles sería la mejor para implementar el restaurante. En el cuadro No.31 se mencionan los criterios:

**CUADRO NRO. 31**

PONDERACIÓN DE CRITERIOS		
CRITERIO	PONDERACION	
Proximidad y Disponibilidad al Mercado	5	17%
Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas	2	7%
Medios de Transporte	4	14%
Disponibilidad de Servicios Públicos	5	17%
Influencia del Clima	3	10%
Disponibilidad de Mano de Obra Cercana	5	17%
Vías de Acceso	1	3%
Seguridad del Sector	4	14%
Valoración 1 AL 5	29	100%

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

De esta manera se asignó un puntaje del 1 al 5 siendo uno la peor calificación y 5 la más atractiva, a cada uno de los lugares disponibles, obteniéndose los resultados del cuadro No. 32.

**CUADRO NRO. 32**

EVALUACION DE ALTERNATIVAS								
UBICACIÓN	Proximidad y Disponibilidad al Mercado	Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas	Medios de Transporte	Disponibilidad de Servicios Públicos	Influencia del Clima	Disponibilidad de Mano de Obra Cercana	Vías de Acceso	Seguridad del Sector
CHAGUARQUINGO	5	2	2	5	4	1	5	1
LOMA DE PUENGASI	5	4	5	4	4	5	2	5
CONOCOTO	3	4	3	4	3	2	3	3
SECTOR PAUSTERIZADORA	4	2	3	3	3	4	4	1

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

Finalmente se ponderó los resultados obtenidos del cuadro anterior con los criterios del cuadro No. 31 para así poder determinar que la mejor ubicación sería la del sector de la Loma de Puengasí, como se puede evidenciar en el cuadro No.33

**CUADRO NRO. 33**

EVALUACION DE ALTERNATIVAS CON LA PONDERACIÓN DE CRITERIOS									TOTAL	PONDERACIÓN
UBICACIÓN	Proximidad y Disponibilidad al Mercado	Proximidad y Disponibilidad de Materias Primas	Medios de Transporte	Disponibilidad de Servicios Públicos	Influencia del Clima	Disponibilidad de Mano de Obra Cercana	Vías de Acceso	Seguridad del Sector		
CHAGUARQUINGO	25	4	8	25	12	5	5	4	88	22%
LOMA DE PUENGASI	25	8	20	20	12	25	2	20	132	33%
CONOCOTO	15	8	12	20	9	10	3	12	89	22%
SECTOR PAUSTERIZADORA	20	4	12	15	9	20	4	4	88	22%
	85	24	52	80	42	60	14	40	397	

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

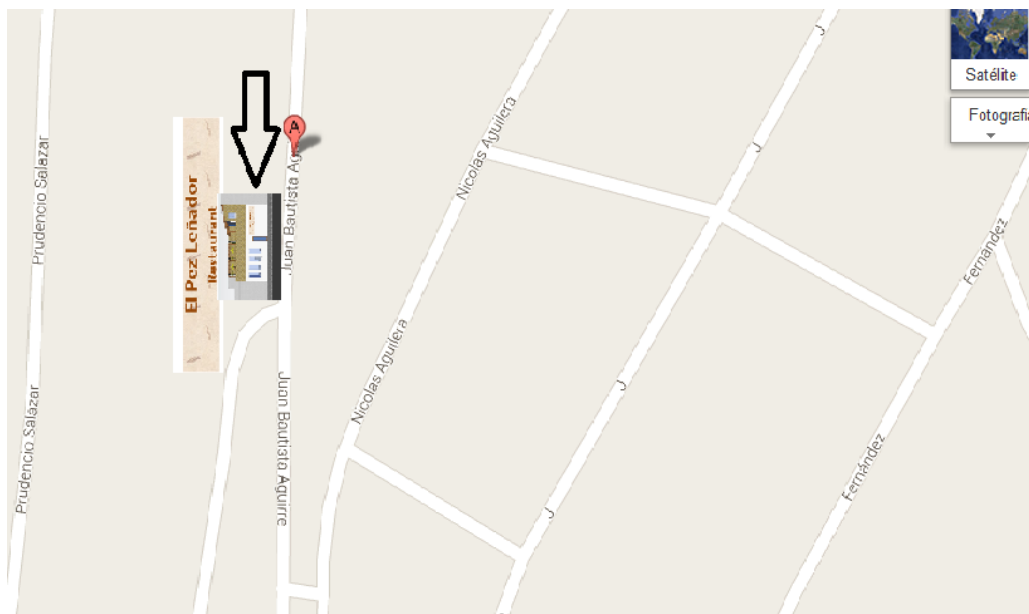
En este caso el Restaurante “El Pez Leñador” estará ubicado Sector Lomas de Puengasí, al Sur de Quito, Cantón Quito, Provincia de Pichincha, La dirección exacta del local es en la Entrada a Pitatambo,

Calle E Lote 13B y Antigua Vía a Conocoto (Via a los Chillos) , la cual se observa en los gráficos 22 y 23.

**GRÁFICO No. 22**



**GRÁFICO No. 23**



## **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.**

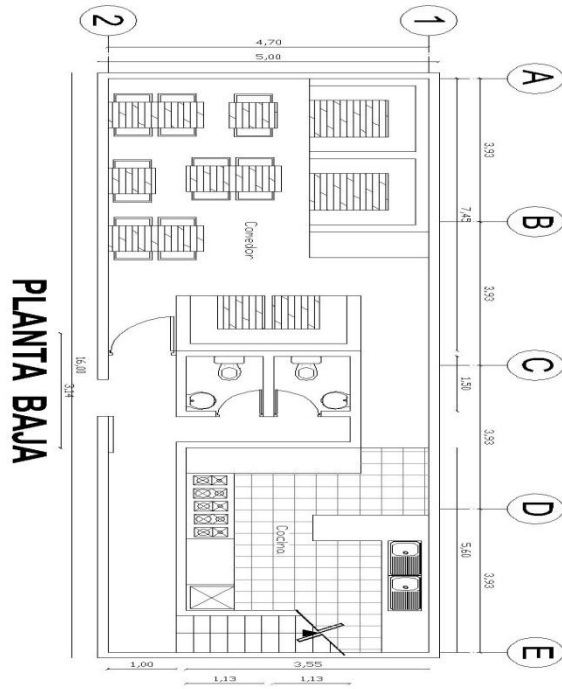
La distribución de la planta es el lugar en donde se ubicará la maquinaria para el restaurante propuesto, además se determina la disponibilidad del espacio para todos los puestos de trabajo y sitios de constante actividad.

Se debe tomar en cuenta en este punto que es muy importante atender las necesidades que se dan en el movimiento de servicios, trabajos indirectos y servicios auxiliares.

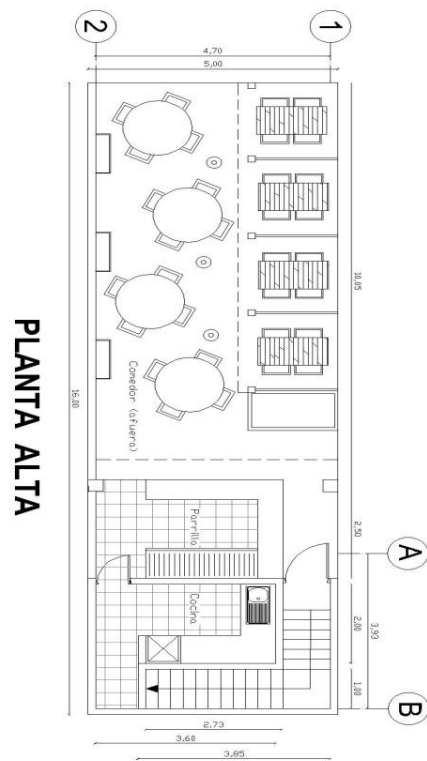
La distribución física de la planta tiene como objetivo principal localizar equipos e implementos necesarios de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama de proceso de operación. El ordenamiento de los equipos e implementos necesarios en un restaurante permite la ejecución sin contratiempos de las operaciones y la minimización del tiempo del servicio.



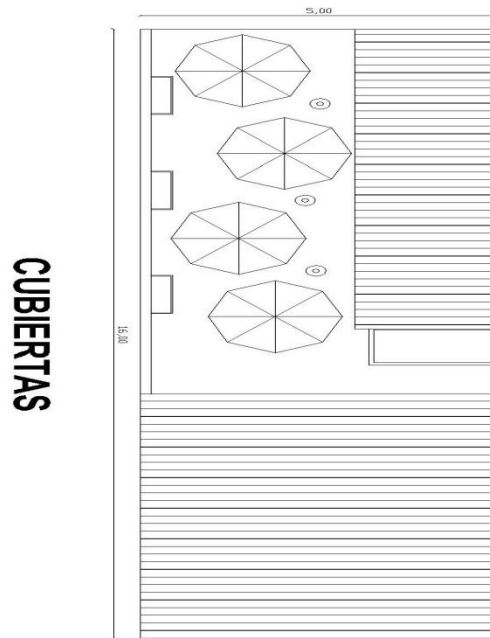
**GRAFICO N° 24  
DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



**GRAFICO N° 25  
DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



**GRAFICO N° 26**  
**DISTRIBUCION DE LA PLANTA**



**GRAFICO N° 27**  
**DISTRIBUCION DE LA PLANTA**





### **INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

La ingeniería del proyecto se refiere específicamente a aquella parte del estudio que se relaciona en su fase técnica, es decir en las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

### **PROCESO.-**

Es el procedimiento técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes y servicios mediante una determinada función del producto o servicio, es decir son las transformaciones que realizará el aparato productivo para convertir una adecuada combinación de insumos en cierta cantidad de productos o servicios.

### **DISEÑO.**

Para el diseño del restaurante se elaboró un Logotipo de Imagen Corporativa de la siguiente manera:

➤ **NOMBRE: RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**

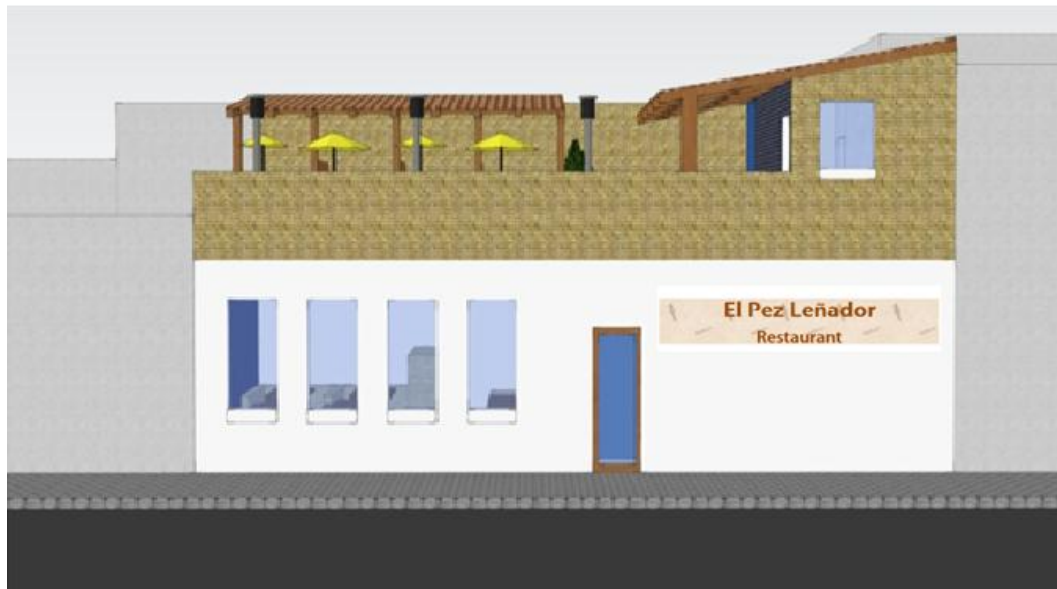
**LOGOTIPO.**

**GRAFICO N° 28**



De tal manera que el letrero principal del establecimiento será:

**GRAFICO N° 29**



**HORARIO DE ATENCIÓN.**

El horario de atención será de 12 del medio día a 20 horas, ya que es impredecible la hora en la que el cliente desea alimentarse, además se laborará de Martes a domingo.

**SERVICIO.**

Después de realizar el correspondiente estudio de mercado se determina que en el sector Puengasí, los demás establecimientos tienen un precio elevado, por lo que se intentará ofrecer un servicio de calidad y a un bajo precio.

**SERVICIOS QUE SE OFRECE.**

Especialidad "Pescado Asado"

Todo acompañado con guarniciones a elegir:

- Arroz, Plátano ó Yuca.
- Choclo
- Champiñones
- Ensalada (Brócoli, Lechuga, Zanahoria)

### GRAFICO N° 30



#### **PRESENTACIÓN DEL SERVICIO.**

La presentación del servicio se realizara mediante trípticos en las cuales se especificaran los servicios que ofrece el restaurante.

#### **PROCESO DEL SERVICIO.**

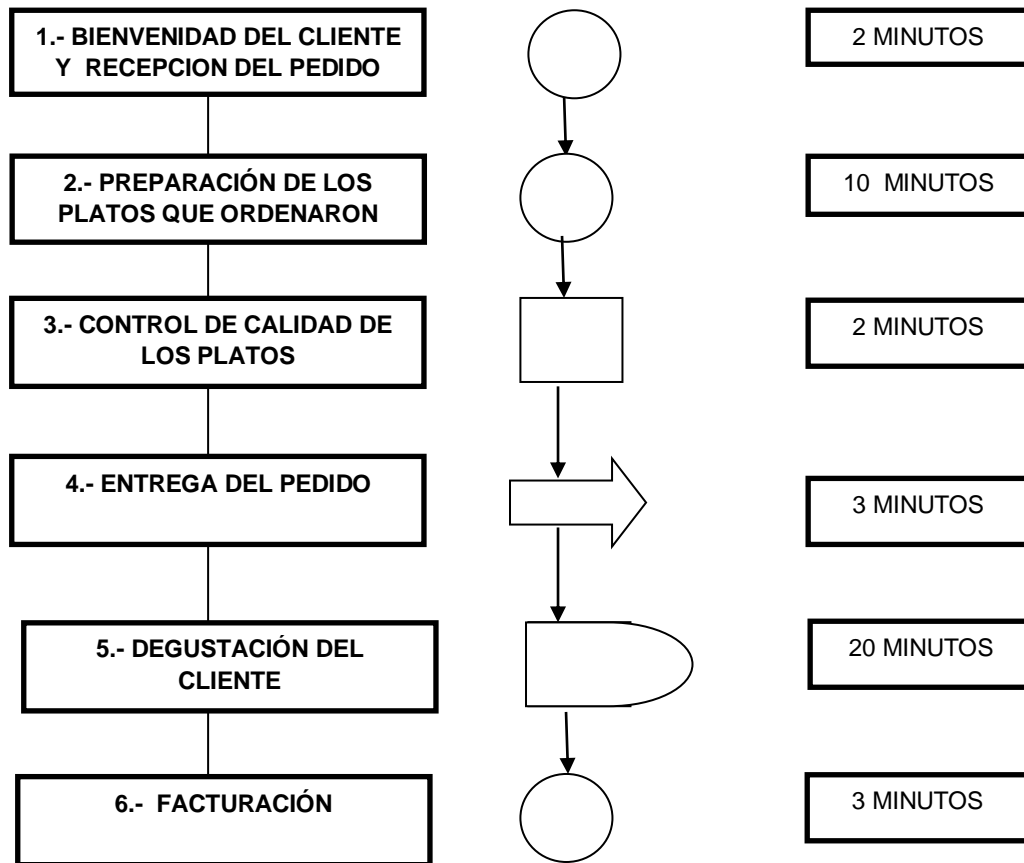
**El proceso se lo realizara de la siguiente manera:**

- 1. Bienvenida del cliente y recepción del pedido:** Se recibe al cliente y su respectiva orden de pedido, con los datos personales para emitir al final su respectiva factura.
- 2. Preparación de los platos que ordenaron:** Se procede a la preparación del pedido de los platos solicitados

- 3. Control de calidad de los platos:** El pedido debe de estar completo y revisado por el Chef, de tal manera que todo este conforme a las exigencias del cliente.
- 4. Entrega del Pedido:** Se entrega al cliente el pedido, siguiendo los protocolos del restaurante.
- 5. Degustación del cliente:** El cliente procederá a degustar los alimentos preparados.
- 6. Facturación:** Se factura el pedido y se recaudan los valores correspondientes con la correspondiente despedida y agradecimiento al cliente.

### GRAFICO Nº 31

#### DIAGRAMA DE FLUJO DE OPERACIÓN DEL SERVICIO DEL RESTAURANTE



TIEMPO ESTIMADO DEL SERVICIO : 40 MINUTOS.

#### SIMBOLOGÍA.

- Operación ○
- Transporte →
- Inspección □
- Demora ⬡

ELABORACIÓN: El autor



## REQUERIMIENTOS HUMANOS

El restaurant necesitará del siguiente personal para poder operar adecuada satisfaciendo los requerimientos del restaurante:

- 1 GERENTE
- 1 SECRETARIA CONTADORA
- 1 CHEF
- 2 AYUDANTES DE COCINA
- 3 MESEROS VENDEDORES

## REQUERIMIENTOS MATERIALES

Para tener un servicio de calidad en el restaurante propuesto se requiere contar con el siguiente equipamiento:

**CUADRO No. 34**

<b>MAQUINARIA</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>
Parrilla de piedras volcánicas	Unidad	1
Cilindro de Gas	Unidad	3
Congelador	Unidad	1

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

Adicionalmente requerirá de los siguientes utensillos:

**CUADRO No. 35**

<b>HERRAMIENTAS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>
Cacerolas	Unidad	5
Sartén Teflón	Unidad	4
Espátulas Térmicas	Unidad	6
Tablas para picar	Unidad	4
Cuchillo Deshuesador	Unidad	4
Puntilla	Unidad	3
Tenedores	Docena	3
Cuchillos	Docena	3
Vasos	Docena	3
Charoles para servicio	Docena	2
Platos base	Docena	3
Saleros	Docena	1
Pimenteros	Docena	1
Ajiceros	Docena	1
Jarras para limonada	Docena	1

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

Por otra parte para el restaurante se requerirá el siguiente mobiliario.

**CUADRO N° 36**

<b>Mobiliario</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Mesas	20
Sillas	80
Escritorio con silla ejecutiva	1
Archivador	1

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

Los equipos de computación necesarios para operar son:

**CUADRO N° 37**

<b>Equipo de Computación</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>
1	Computador
1	Impresora

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

Los equipos de oficina necesarios para operar son:

**CUADRO N° 38**

<b>Equipo de Oficina</b>	
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>
1	Televisor Plasma LG
1	Teléfono inalámbrico Panasonic
1	Minicomponente
1	Caja Registradora

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** El autor

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO.**

La empresa tiene que constituirse legalmente para que empiece a hacer todos sus trámites, luego de un análisis de las diferentes formas de constitución que existen se ha decidido optar por constituirse en una compañía de responsabilidad limitada que se registrará bajo las leyes de: compañías, de turismo, tributación, laboral, de tránsito, de transporte y otras para desempeñar lícitamente sus acciones.

Luego que sea aprobada por la Superintendencia de compañías se registrará en el Registro Mercantil, así mismo se sacará el permiso de funcionamiento que otorga el Municipio de Quito.

## **ASPECTOS LEGALES.**

El marco jurídico en el cual se rigen las actividades del **RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR”**, es el siguiente: Ley Régimen Tributario Interno, Código del Trabajo, Ley de Seguridad Social, Ley de Compañías, Reglamento Interno (parte de la propuesta).

A continuación se pone a consideración el formato de una minuta:

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -  
Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Jairo Ramirez,  
y Segundo Román; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos,  
mayores de edad, casados, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su  
voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de  
responsabilidad limitada: **RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía.  
Ltda.**, la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera  
especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes  
estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS **RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía.  
Ltda.**

CAPITULO PRIMERO.

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,

FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN

ARTICULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Quito, con domicilio en el  
mismo lugar, provincia de Pichincha. República del Ecuador, de  
nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada  
**RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.**

ARTICULO DOS.- La compañía tiene por objeto y finalidad, el servicio de  
RESTAURANTE. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o  
jurídica abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para

celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeros.

ARTICULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## CAPITULO SEGUNDO.

### DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL.

ARTICULO CINCO.- El capital social de la compañía es de cuatrocientos dólares, dividido en cuatrocientas participaciones de un dólares cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerarlo en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE.- El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que le corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE.- Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ.- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE.- En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

### CAPITULO TERCERO.

#### DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES.

ARTICULO DOCE.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:



Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

#### CAPITULO CUARTO.

#### DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.

ARTICULO QUINCE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE.- Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los

asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO.- Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE.- El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS.- Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y, removerlos por causas Justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos;

Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;

Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:

Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:

Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;

Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:

Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;

Aprobar los reglamentos de la compañía:

Aprobar el presupuesto de la compañía;

Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:

Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS.- Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:

Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;

Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

Reemplazar al gerente, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su

ausencia o hasta que la Junta general de socios designe un reemplazo y se haya inscrito su nombramiento y, aunque no se le hubiere encargado la función por escrito;

Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;

Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

Representar legalmente a la compañía en forma Judicial y extrajudicial;

Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;

Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;

Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;

Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

Realizar Inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;

Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;

Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;

Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta general;

Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones:

Presentar a la Junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico:

Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;

Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la Junta general de socios.



## CAPÍTULO QUINTO.

### DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA.

ARTÍCULO TREINTA Y UNO.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES.- El capital con el que se constituye la compañía **RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.**, ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el señor Jairo Ramírez diez mil participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de diez mil dólares; el señor Segundo Román diez mil participaciones, un dólar cada una, con un valor total de diez mil dólares TOTAL: veinte mil participaciones de un dólar cada una, que dan un total de VEINTE MIL PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta Integración de Capital, en el Banco del Pichincha, Sucursal en Quito, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Jairo Ramirez para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y

convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente,

(f) El Abogado

**ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:** La Ley de Compañías no determina un patrón para la estructura administrativa de la compañía; por tanto tendrá valor lo que conste, al respecto, en el estatuto.

**DOCUMENTO HABILITANTE:** Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta “Integración de Capital” de una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en dinero.

**APROBACIÓN DE LA INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS:** Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías; la que, al aprobar la constitución dispone lo siguiente: 1. Que se margine una razón en la matriz de la escritura de constitución, con la aprobación que realiza; 2. La publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de

los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía: y. 3. La inscripción en el Registro Mercantil.

LA MINUTA: Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

## **ORGANIZACIÓN.**

### **NIVELES.**

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es la estructura organizativa con que cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece niveles jerárquicos de autoridad.

Por ello se tomará en cuenta los siguientes niveles jerárquicos:

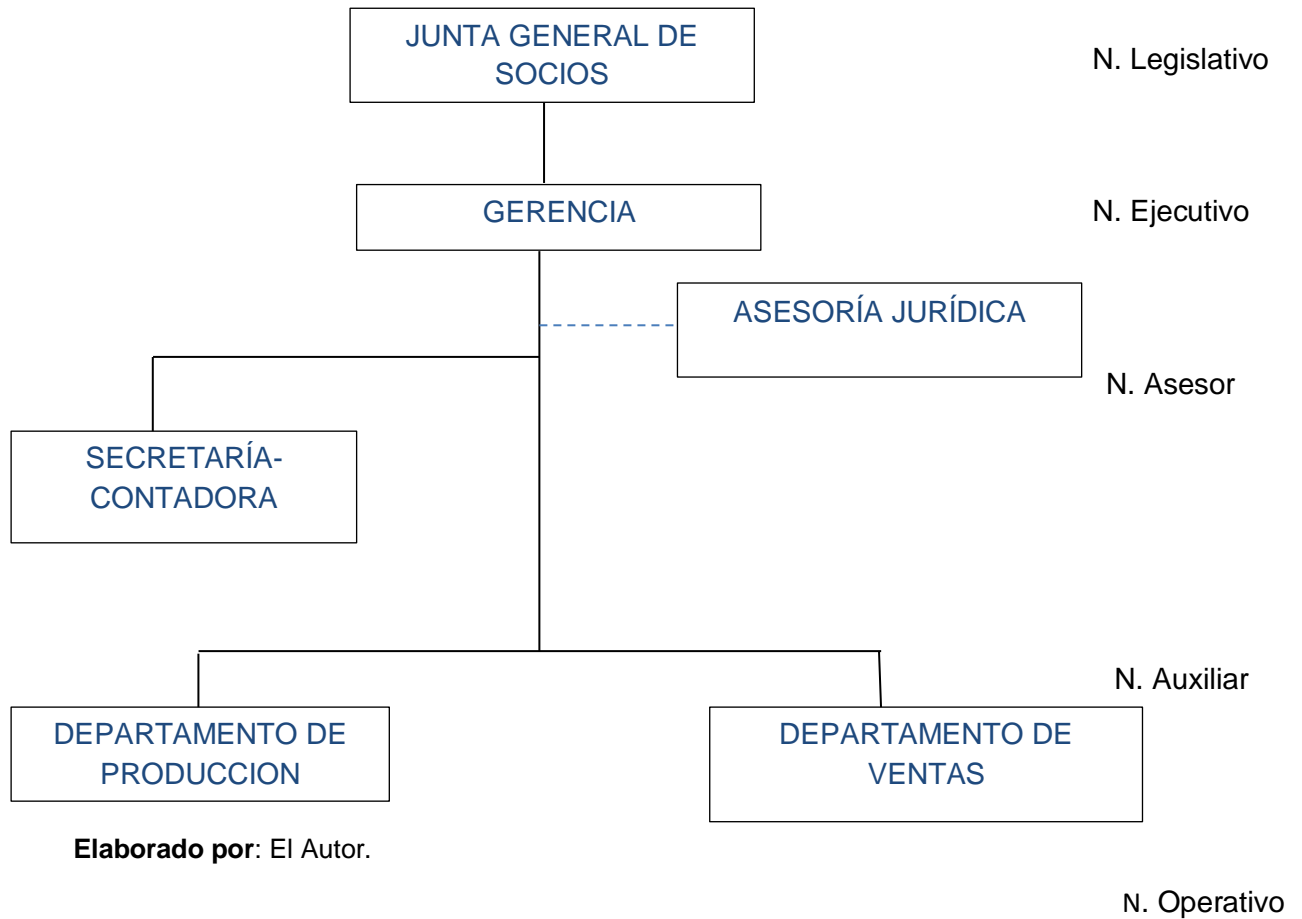
- **Nivel Legislativo.-** Este nivel se encargará de fijar políticas, normas y procedimientos que regirán las actividades de la empresa y está conformado por la Junta General de Socios.

- **Nivel Ejecutivo.-** Es el que ejecuta los planes y programas, estará a cargo de la planeación, organización, dirección y control de la empresa y lo conforma el Gerente.
- **Nivel Asesor.-** Serán las personas contratadas en forma temporal, para aconsejar, apoyar a los otros niveles sobre diferentes temas específicos, en este caso el jurídico, estará integrado por el Asesor Jurídico.
- **Nivel Auxiliar.-** Sirve de ayuda a los otros niveles en la prestación del servicio.
- **Nivel Operativo.-** Aquí se encuentran los departamentos que se encargan de ejecutar las labores para los que fue creada la empresa.


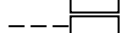
### **Organigramas**

Son las representaciones gráficas de la organización del restaurante:

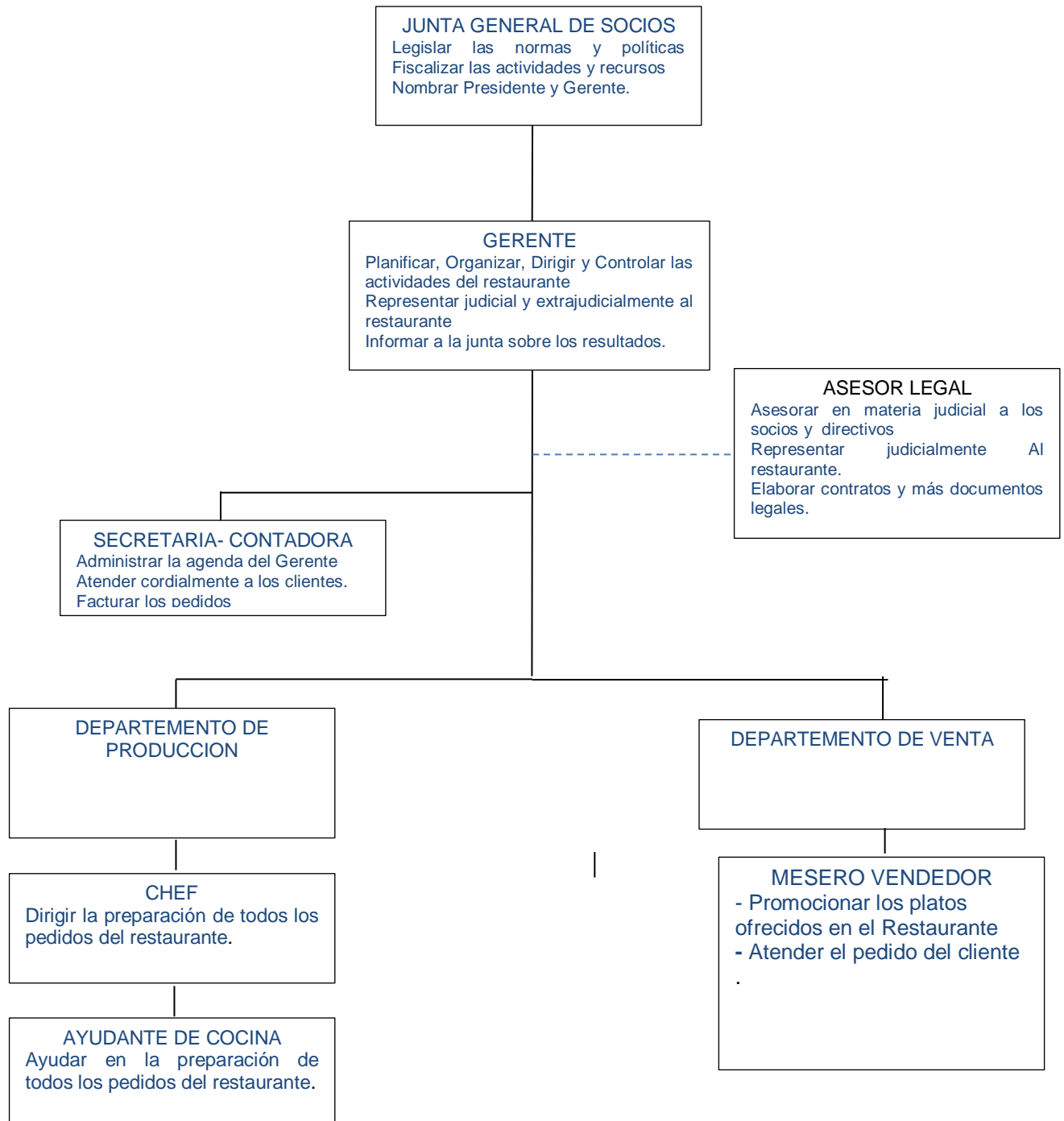
**GRAFICO Nº 32**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**  
**RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.**



**SIMBOLOGIA:**

-  Autoridad-dependencia
-  Asesoría temporal

**GRAFICO Nº 33**  
**ORGANIGRAMA FUNCIONAL**  
**RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.**



**Elaborado por:** El Autor.

## MANUAL DE FUNCIONES.

MANUAL DE FUNCIONES RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.		
PUESTO GERENTE		
<p><b>Área:</b> ADMINISTRATIVA.  <b>Unidad:</b> GERENCIA.  <b>Reporta a:</b> JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS  <b>Supervisa a:</b> TODAS LAS ÁREAS.</p>		
<p><b>OBJETIVO:</b>            Cumplir y hacer cumplir las disposiciones y reglamentos internos y normatividad externa vigentes aplicable al restaurante, a fin de lograr los objetivos y metas trazadas, mediante la toma de decisiones procurando la optimización de los recursos económicos, financieros y humanos.</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dictar las políticas y normas de trabajo referentes a la prestación de los servicios ofertados.</li> <li>- Fijar precios de servicios para eventos o compromisos sociales.</li> <li>- Programar cursos de capacitación y adiestramiento del personal, tendientes a mejorar destrezas, habilidades y aptitudes de los empleados.</li> <li>- Imponer sanciones disciplinarias al personal de acuerdo a leyes, normas y reglamentos internos.</li> <li>- Autorizar la adquisición de insumos, víveres, materiales, etc., después del análisis de cotizaciones de precios.</li> <li>- Firmar cheques y comprobantes de egresos del pago.</li> <li>- Establecer paquetes promocionales, de acuerdo a la temporada y fijar descuentos según el monto del servicio o el cliente.</li> </ul>		
<p style="text-align: center;"><b>RELACIONES FRECUENTES</b></p> <p><b>Internas:</b> Con todas las áreas del restaurante.  <b>Externas:</b> Clientes, Proveedores.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESFUERZOS MENTALES Y FÍSICOS</b></p> <p><b>Mentales:</b> Permanente.  <b>Físicos:</b> Bajo.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b></p> <p><b>Nivel de instrucción:</b> Superior  <b>Título Profesional:</b> Ing. Administración de Empresas o afines.  <b>Experiencia:</b> 3 años.  <b>Capacitación:</b> Permanente.</p>	<p style="text-align: center;"><b>RESPONSABILIDAD</b></p> <p>Calidad de Servicios ofertados por el restaurante, de sus costos y de los beneficios.            Brindar un adecuado ambiente de trabajo.</p>	
<p><b>CONDICIONES Y RIESGOS DE TRABAJO</b>            Cómodo con muy pocas posibilidades de accidentes.</p>		
<p><b>Realizado Por:</b>  Jairo Ramírez.</p>	<p><b>Aprobado Por:</b>  Junta General de Accionistas.</p>	<p><b>Emisión:</b></p>

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
<b>RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.</b>		
<b>PUESTO SECRETARIA-CONTADORA</b>		
<b>Área:</b> FINANCIERA. <b>Unidad:</b> SECRETARIA-CONTADORA. <b>Reporta a:</b> GERENTE GENERAL.		
<b>OBJETIVO:</b> Planificar, dirigir, supervisar, coordinar, ejecutar, controlar, las actividades financieras y contables del restaurante.		
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener actualizado el sistema de control interno.</li> <li>- Implementar y mantener actualizado el sistema de contabilidad de acuerdo a las necesidades de la empresa.</li> <li>- Planificar, dirigir, coordinar y supervisar la ejecución de las actividades del departamento de contabilidad.</li> <li>- Elaborar conciliaciones bancarias.</li> <li>- Elaborar roles de pago.</li> <li>- Elaborar planillas de empleados y el pago de aportes patronales de IESS.</li> <li>- Elaborar órdenes de pago de Impuestos fiscales y sus respectivos anexos.</li> <li>- Constatar físicamente inventarios y activos fijos.</li> <li>- Presentar oportuna y permanentemente reportes informes financieros para la gerencia.</li> </ul>		
<b>RELACIONES FRECUENTES</b> <b>Internas:</b> Con todas las áreas del restaurante. <b>Externas:</b> Clientes.		<b>ESFUERZOS MENTALES Y FÍSICOS</b> <b>Mentales:</b> Permanente. <b>Físicos:</b> Bajo.
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b> <b>Nivel de instrucción:</b> Superior <b>Título Profesional:</b> Secretariado. Contabilidad <b>Experiencia:</b> 2 años. <b>Capacitación:</b> Permanente.		<b>RESPONSABILIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar a la gerencia información contable– financiera en forma oportuna.</li> <li>- Cuidado de los muebles y equipos de contabilidad.</li> </ul>
<b>CONDICIONES Y RIESGOS DE TRABAJO</b> Cómodo con muy pocas posibilidades de accidentes.		
<b>Realizado Por:</b> Jairo Ramírez.	<b>Aprobado Por:</b> Junta General de Accionistas	<b>Emisión:</b>



<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>RESTAURANTE "EL PEZ LEÑADOR" Cía. Ltda.</b>		
<b>PUESTO CHEF</b>		
<b>Area:</b> COCINA. <b>Unidad:</b> PREPARACION DE ALIMENTOS		
<b>OBJETIVO:</b> Preparar los platos y dar a conocer a los usuarios los productos de la empresa, puesto clave que deberá acreditar experiencia en la elaboración de menús		
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizar las comidas del día según el menú.</li> <li>- Servir en porciones adecuadas para cada persona.</li> <li>- Tener el suficiente cuidado de los alimentos de una manera higiénica.</li> <li>- Ser el responsable del inventario de la materia prima y elementos en su zona de trabajo.</li> <li>- Usar adecuadamente las recetas estándares para mantener un adecuado manejo de costos.</li> <li>- Mantener al Cocinero informado de todo lo pertinente con las preparaciones de cocina</li> </ul>		
<b>RELACIONES FRECUENTES</b> <b>Internas:</b> Con todas los departamentos. <b>Externas:</b> Clientes.		<b>ESFUERZOS MENTALES Y FÍSICOS</b> <b>Mentales:</b> Bajo. <b>Físicos:</b> Permanente.
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b> <b>Nivel de instrucción:</b> Superior. <b>Título Profesional:</b> Chef de cocina. <b>Experiencia:</b> 1 años. <b>Capacitación:</b> Especialidad en gastronomía.		<b>COMPETENCIAS</b> - Manejar el cuidado y disposición de la cocina, así como de las máquinas que utiliza.
<b>CONDICIONES Y RIESGOS DE TRABAJO</b> Cómodo con medianas posibilidades de accidentes.		
<b>Realizado Por:</b> Jairo Ramírez.	<b>Aprobado Por:</b>	<b>Emisión:</b>

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.</b>		
<b>PUESTO AYUDANTE DE COCINA</b>		
<b>Area:</b> COCINA. <b>Unidad:</b> PREPARACION DE ALIMENTOS		
<b>OBJETIVO:</b> El ayudante de cocina preparará los platos solicitados por el cliente bajo la dirección y supervisión del CHEF		
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaborar con la preparación de alimentos.</li> <li>- Servir los platos en porciones adecuadas.</li> <li>- Conocer las recetas estándar de cocina.</li> <li>- Realizar las labores de manera ordenada e higiénica.</li> <li>- Conocer y aplicar las técnicas para almacenar alimentos.</li> <li>- Revisar diariamente la cámara fría y el congelador .</li> <li>- Realizar las diferentes funciones de chef cuando este no está.</li> </ul>		
<b>RELACIONES FRECUENTES</b> <b>Internas:</b> Con todas los departamentos. <b>Externas:</b> Clientes.		<b>ESFUERZOS MENTALES Y FÍSICOS</b> <b>Mentales:</b> Bajo. <b>Físicos:</b> Permanente.
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b> <b>Nivel de instrucción:</b> Medio. <b>Título Profesional:</b> Ayudante de cocina. <b>Experiencia:</b> 1 años. <b>Capacitación:</b> Especialidad en gastronomía.		<b>COMPETENCIAS</b> - Manejar el cuidado y disposición de la cocina, así como de las máquinas que utiliza.
<b>CONDICIONES Y RIESGOS DE TRABAJO</b> Cómodo con medianas posibilidades de accidentes.		
<b>Realizado Por:</b> Jairo Ramírez.	<b>Aprobado Por:</b>	<b>Emisión:</b>

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>		
<b>RESTAURANTE "EL PEZ LEÑADOR" Cía. Ltda.</b>		
<b>PUESTO MESERO VENDEDOR</b>		
<b>Area:</b> LOCAL DE RESTAURANTE <b>Unidad:</b> MESERO. <b>Reporta a:</b> CHEF.		
<b>OBJETIVO:</b> Mantener el orden y aseo del restaurante e instalaciones.		
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar la limpieza del área de trabajo</li> <li>- Recibir a la clientela con cortesía y acompañarla a la mesa.</li> <li>- Tomar la orden del cliente.</li> <li>- Conocer a la perfección los ingredientes de todos los platos, así como sus tiempos aproximados de preparación.</li> <li>- Inspeccionar que sean los platillos que el cliente solicito</li> <li>- Servir los alimentos en la mesa</li> <li>- Recoger los platos sucios</li> <li>- Presentar al cliente su cuenta</li> <li>- Seguir correctamente las órdenes de los estándares de servicio.</li> </ul>		
<b>RELACIONES FRECUENTES</b> <b>Externas:</b> Clientes.	<b>ESFUERZOS MENTALES Y FÍSICOS</b> <b>Mentales:</b> Bajo. <b>Físicos:</b> Permanente.	
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b> <b>Nivel de instrucción:</b> Secundaria. <b>Título Profesional:</b> Bachiller o afines. <b>Experiencia:</b> 1 años. <b>Capacitación:</b>	<b>COMPETENCIAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo.</li> <li>- Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo.</li> <li>- Operación de equipos y aparatos de uso común.</li> <li>- Tomar decisiones rápido bajo presión.</li> <li>- Practico, detallista, tradicional, discreto atento.</li> </ul>	
<b>CONDICIONES Y RIESGOS DE TRABAJO</b> Cómodo con muy pocas posibilidades de accidentes.		
<b>Realizado Por:</b> Jairo Ramírez.	<b>Aprobado Por:</b>	<b>Emisión:</b>

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>RESTAURANTE “EL PEZ LEÑADOR” Cía. Ltda.</b>		
<b>PUESTO ASESOR JURIDICO</b>		
<b>Area:</b> JURIDICA <b>Unidad:</b> ASESOR <b>Reporta a:</b> GERENTE		
<b>OBJETIVO:</b> Asesorar sobre aspectos legales que incumben a la empresa.		
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesorar a los accionistas y funcionarios de la empresa en los aspectos jurídicos y de carácter laboral.</li> <li>- Elaborar contratos de trabajo.</li> <li>- Las demás funciones que disponga su jefe inmediato superior, dentro de su campo de acción.</li> </ul>		
<b>RELACIONES FRECUENTES</b> <b>Externas:</b> Clientes.	<b>ESFUERZOS MENTALES Y FISICOS</b> <b>Mentales:</b> Bajo. <b>Físicos:</b> Permanente.	
<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b> <b>Nivel de instrucción:</b> Superior <b>Título Profesional:</b> Abogado. <b>Experiencia:</b> 1 años. <b>Capacitación:</b>	<b>COMPETENCIAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ética profesional, su participación es eventual, recomienda toma de acciones, no tiene poder de decisión.</li> <li>- Requiere establecer buenas relaciones personales con el personal.</li> </ul>	
<b>CONDICIONES Y RIESGOS DE TRABAJO</b> Cómodo con muy pocas posibilidades de accidentes.		
<b>Realizado Por:</b> Jairo Ramírez.	<b>Aprobado Por:</b>	<b>Emisión:</b>

## **ESTUDIO FINANCIERO.**

### **INVERSIONES**

Desde el punto de vista macroeconómico la inversión se identifica con el conjunto de recursos financieros asignados a la adquisición de los elementos necesarios para construir la infraestructura física (montaje) y a la dotación de recursos corrientes necesarios para su funcionamiento.

La inversión total de un proyecto está formada por: Activos fijos, activos corrientes y por el capital de trabajo.

### **INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS**

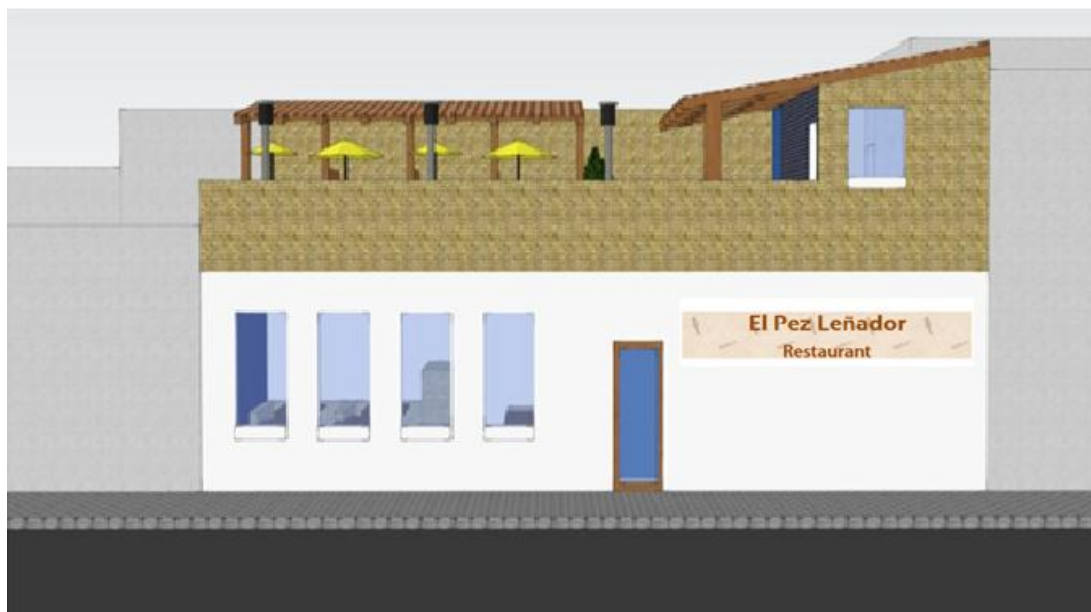
Es el conjunto de bienes materiales que constituyen la infraestructura productiva del restaurante, necesaria para desarrollar la actividad para la cual fue creada.

Se caracterizan básicamente por su permanencia en la actividad productiva en tal virtud necesitan ser renovados y ampliados de requerirlo la demanda.

### **INFRAESTRUCTURA**

La infraestructura necesaria para que pueda operar el restaurante será un local con una superficie de 120 m<sup>2</sup> distribuidos en dos plantas, de tal manera que se caracterice por ser un lugar cómodo y confortable como se sugiere en el gráfico No. 34.

GRAFICO N° 34



### Adecuaciones e Instalaciones

Son costos relacionados con la adecuación del local para el buen funcionamiento del negocio y su proceso de producción.

Cuadro N°39

Adecuaciones e Instalaciones				
Descripción	U.	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Instalaciones Eléctricas	pto	\$ 33,00	10,35	\$ 341,55
Remodelación obra gris	m2	\$ 120,00	50	\$ 6.000,00
Pintura de Caucho	m2	\$ 120,00	2,07	\$ 248,40
Chova	m2	\$ 50,00	0,8	\$ 40,00
Cerámica de Pared	m2	\$ 54,00	11,3	\$ 610,20
Fregaderos dobles de cocina	u	\$ 2,00	20	\$ 40,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7.280,15</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** El autor

## Depreciación de Adecuaciones e Instalaciones

**Cuadro N° 40**

Depreciación de Adecuaciones e Instalaciones				
VALOR DEL ACTIVO:		\$	7.280,15	
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		\$	10,00	
DEPRECIACIÓN			10%	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	7.280,15	\$ 728,02		6.552,14
1	6.552,14		655,21	5.896,92
2	5.896,92		655,21	5.241,71
3	5.241,71		655,21	4.586,49
4	4.586,49		655,21	3.931,28
5	3.931,28		655,21	3.276,07
6	3.276,07		655,21	2.620,85
7	2.620,85		655,21	1.965,64
8	1.965,64		655,21	1.310,43
9	1.310,43		655,21	655,21
10	655,21		655,21	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013  
Elaboración: El Autor

## MAQUINARIA

El equipamiento que se requerirá para la implementación del restaurante será:

**Cuadro N° 41**

MAQUINARIA				
Descripción	Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Parrilla de piedras volcánicas	Unidad	1	950,00	950,00
Cilindro de Gas	Unidad	3	65	195,00
Congelador	Unidad	1	550	550,00
TOTAL				1.695,00

**FUENTE:** Almacenes Montero

**ELABORACIÓN:** El autor

## HERRAMIENTAS

Este monto contempla el valor de las herramientas y los utensilios que serán utilizados tanto, para la preparación del pescado asado que el Restaurante ofrecerá, como en los que se servirá el mismo:

**Cuadro N° 42**

<b>HERRAMIENTAS</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Cacerolas	Unidad	5	35	175,00
Sartén Teflón	Unidad	4	42	168,00
Espátulas Térmicas	Unidad	6	2	12,00
Tablas para picar	Unidad	4	4	16,00
Cuchillo Deshuesador	Unidad	4	8	32,00
Puntilla	Unidad	3	0,8	2,40
Tenedores	Docena	3	3,96	11,88
Cuchillos	Docena	3	3,96	11,88
Vasos	Docena	3	4,15	12,45
Charoles para servicio	Docena	2	5,6	11,20
Platos base	Docena	3	7,8	23,40
Saleros	Docena	1	0,8	0,80
Pimenteros	Docena	1	0,8	0,80
Ajiceros	Docena	1	1,5	1,50
Jarras para limonada	Docena	1	30	30,00
<b>TOTAL</b>				<b>509,31</b>

**FUENTE:** Almacenes Montero

**ELABORACIÓN:** El autor

Al ser la maquinaria y herramientas, activos fijos fue necesario realizar su depreciación, la misma que se detalla a continuación:



Cuadro N°43

<b>Depreciación de Maquinaria y Herramientas</b>				
<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>		\$ 2.204,31		
<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL:</b>		\$ 10,00		
<b>DEPRECIACIÓN</b>		10%		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	2.204,31	\$ 220,43		1.983,88
1	1.983,88		198,39	1.785,49
2	1.785,49		198,39	1.587,10
3	1.587,10		198,39	1.388,72
4	1.388,72		198,39	1.190,33
5	1.190,33		198,39	991,94
6	991,94		198,39	793,55
7	793,55		198,39	595,16
8	595,16		198,39	396,78
9	396,78		198,39	198,39
10	198,39		198,39	0
Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013				
Elaboración: El Autor				

## Mobiliario

Se consideró que los muebles y enseres sean de alta calidad para generar un ambiente propicio, para dar una atención adecuada a los clientes.

Cuadro N°44

<b>Mobiliario</b>			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mesas	20	\$ 65,00	\$ 1.300,00
Sillas	80	\$ 17,20	\$ 1.376,00
Escritorio con silla ejecutiva	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Archivador	1	\$ 75,00	\$ 75,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.981,00</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** El autor

Cuadro N°45

<b>Depreciación de Mobiliario</b>				
<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>		\$	2.981,00	
<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL:</b>		\$	10,00	
<b>DEPRECIACIÓN</b>		\$	0,10	
<b>AÑOS</b>	<b>VAL. ACTIVO</b>	<b>VAL.RES.</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
0	2.981,00	\$ 298,10		2.682,90
1	2.682,90		268,29	2.414,61
2	2.414,61		268,29	2.146,32
3	2.146,32		268,29	1.878,03
4	1.878,03		268,29	1.609,74
5	1.609,74		268,29	1.341,45
6	1.341,45		268,29	1.073,16
7	1.073,16		268,29	804,87
8	804,87		268,29	536,58
9	536,58		268,29	268,29
10	268,29		268,29	0,00

Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013  
Elaboración: El Autor

### Equipo de Computación

Permitirá procesar y almacenar de una manera eficaz y rápida todas las informaciones ingresadas en dicho equipo; tal es así que facilitará el control de las operaciones contables del Restaurante.

Cuadro N°46

<b>Equipo de Computación</b>			
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo U.</b>	<b>Costo Total</b>
1	Computador	\$ 751,00	751
1	Impresora	\$ 109,00	109
<b>TOTAL</b>			<b>860</b>

**FUENTE:** Computron

**ELABORACIÓN:** El autor

**Cuadro Nº 47**

<b>Depreciación de Equipos de Computación</b>				
<b>VALOR DEL ACTIVO:</b>		\$ 860,00		
<b>AÑOS DE VIDA ÚTIL:</b>		\$ 3,00		
<b>DEPRECIACIÓN</b>		33%		
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	860	\$ 283,80		576,2
1	576,2		190,15	386,05
2	386,05		190,15	195,91
3	195,91		195,91	0,00
Fuente: La Tablita (Tributaria y Laboral) Año 2013				
Elaboración: El Autor				

**Equipo de Oficina:** Constituye los diversos instrumentos a utilizarse en el área administrativa de la empresa. También se detalla la depreciación respectiva.

**Cuadro Nº 48**

<b>Equipo de Oficina</b>			
Cant.	Descripción	Costo U.	Costo Total
1	Televisor Plasma LG	\$ 1.130,00	1.130,00
1	Teléfono inalámbrico Panasonic	\$ 108,00	108,00
1	Minicomponente	\$ 324,00	324,00
1	Caja Registradora	\$ 274,00	274,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.836,00</b>
Fuente: Almacenes La Ganga			
Elaboración: EL Autor			

**Cuadro N° 49**

<b>Depreciación de Equipos de Oficina</b>				
VALOR DEL ACTIVO:		\$	1.836,00	
AÑOS DE VIDA ÚTIL:		\$	10,00	
DEPRECIACIÓN		\$	0,10	
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL.RES.	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1.836,00	\$ 183,60		1.652,40
1	1.652,40		165,24	1.487,16
2	1.487,16		165,24	1.321,92
3	1.321,92		165,24	1.156,68
4	1.156,68		165,24	991,44
5	991,44		165,24	826,20
6	826,20		165,24	660,96
7	660,96		165,24	495,72
8	495,72		165,24	330,48
9	330,48		165,24	165,24
10	165,24		165,24	0,00

Fuente: La Tabla (Tributaria y Laboral) Año 2013  
Elaboración: El Autor

En el presente estudio se consideró un 5% de imprevistos, debido a que puede darse una variación en los precios.

El resumen de las inversiones de los activos fijos se muestra en el cuadro No. 50 a continuación:

**Cuadro N° 50**

<b>Resumen de Inversiones en Activos Fijos</b>		
ACTIVOS	Cuadro N°	VALOR
Equipos y Utensillos	27	\$ 2.204,31
Adecuaciones e Instalaciones	29	\$ 7.280,15
Mobiliario	31	\$ 2.981,00
Equipos de Computación	33	\$ 860,00
Equipos de Oficina	35	\$ 1.836,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 15.161,46</b>
Imprevistos 5%		\$ 758,07
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 15.919,53</b>

Fuente: Presupuestos de Activos Fijos  
Elaboración: EL Autor

**Reinversión de activo fijo.-** Para el cuarto año se reinvertirá en equipos de computación, ya que los mismos tienen solo una vida útil de tres años, por lo tanto se tomó el valor del costo inicial que es \$ 860,00 y se lo incrementó en un 5% anual.

**Cuadro N° 51**

<b>Costo Proyectado de Equipo de Computo</b>			
<b>Incremento anual</b>		<b>5%</b>	
<b>Año</b>	<b>Costo</b>	<b>Valor Incremento</b>	<b>Costo Incrementado Anualmente</b>
1	860	\$ 43,00	903,00
2	903	\$ 45,15	948,15
3	948,15	\$ 47,41	995,56
4	995,56	\$ 49,78	1045,34

Elaboración: EL Autor

**Cuadro N° 52**

<b>Reinversión de Equipo de Cómputo</b>	
<b>REINVERSIÓN ACTIVO</b>	<b>VALOR</b>
Equipo de Computación	1.045,34
<b>TOTAL</b>	<b>1.045,34</b>

Elaboración: EL Autor

## **ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS**

Dentro de este grupo, están las Cuentas que han ocasionado gastos anticipados; y, que por su naturaleza no pueden ser considerados como

consumidos íntegramente en un solo período o ejercicio económico, es decir se irá difiriendo para el tiempo estimado por la ley.

**Cuadro N° 53**

<b>Inversiones en Activo Diferido</b>	
<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR</b>
Estudio de factibilidad	500
Patente Municipal	140
Permiso Sanitario	61,2
Afiliación a las cámaras	306
Permiso Intendencia de la F	21
Permiso del Cuerpo de Bor	45,2
Constitución Legal de la En	315
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1388,4</b>
Imprevistos 5%	69,42
<b>TOTAL</b>	<b>1.457,82</b>
Fuente: Estudios anteriores.	
Elaboración: El Autor	

Este estudio está proyectado a cinco años, por lo tanto la amortización de este activo, está detallado de la siguiente forma:

**Cuadro N° 54**

<b>Amortización de Activo Diferido</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>VAL.ACT.DIF</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	1.457,82	\$ 291,56	1.166,26
2	1.166,26	\$ 291,56	874,69
3	874,69	\$ 291,56	583,13
4	583,13	\$ 291,56	291,56
5	291,56	\$ 291,56	0,00
Fuente: Cuadro N° 53			
Elaboración: El Autor			

## ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Su función de constituir aquella parte de la inversión que debe servir para financiar los desfases que normalmente se producirán entre la generación de los ingresos y la ocurrencia de los egresos que se deben realizar anticipadamente a los cambios en los niveles de operación del proyecto.

## GASTOS DE PRODUCCIÓN

### Mano de Obra Directa

Es la fuerza de trabajo que desarrolla el hombre directamente para transformar todos los materiales en productos terminados, en este caso será el personal que interviene directamente en el proceso productivo del restaurante.

Cuadro N° 55

<b>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALORES</b>
Sueldo Básico Unificado CHEF	\$ 500,00
Décimo Tercero	\$ 41,67
Décimo Cuarto	\$ 41,67
Vacaciones	\$ 20,83
Aporte Patronal IESS 12,15%	\$ 60,75
Aporte IESS 9.35%	\$ 46,75
<b>Total</b>	<b>\$ 711,67</b>
Nº de Empleados Operativos	1
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 711,67</b>
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 8.540,00</b>
Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales	
Elaboración: El Autor	

Cuadro N° 56

<b>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALORES</b>
Sueldo Básico Unificado ayudantes	\$ 340,00
Décimo Tercero	\$ 28,33
Décimo Cuarto	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 14,17
Aporte Patronal IESS 12,15%	\$ 41,31
Aporte IESS 9.35%	\$ 31,79
<b>Total</b>	<b>\$ 483,93</b>
Nº de Ayudantes de Cocina	2
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 967,87</b>
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 11.614,40</b>
Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales	
Elaboración: El Autor	

Para la proyección respectiva, el segundo año se calculó de la siguiente manera:

Cuadro N° 57

<b>PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Valor Total Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	20.154,40
2	21.162,12
3	22.220,23
4	23.331,24
5	24.497,80
Fuente: Cuadro N° 55 y 56.	
Elaboración: El Autor	

### **Mano de Obra Indirecta**

Para este proyecto la mano de obra indirecta la constituye los meseros vendedores.



Cuadro N° 58

<b>PRESUPUESTO MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>VALORES</b>
Sueldo Básico Unificado Meseros	\$ 340,00
Décimo Tercero	\$ 28,33
Décimo Cuarto	\$ 28,33
Vacaciones	\$ 14,17
Aporte Patronal IESS 12,15%	\$ 41,31
Aporte IESS 9,35%	\$ 31,79
<b>Total</b>	<b>\$ 483,93</b>
N° de Empleados Operativos	3
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 1.451,80</b>
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 17.421,60</b>
Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales	
Elaboración: El Autor	

Para la proyección respectiva, el segundo año se calculó de la siguiente manera:

Cuadro N° 59

<b>PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Valor Total Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	17.421,60
2	18.292,68
3	19.207,31
4	20.167,68
5	21.176,06
Fuente: Cuadro N° 58	
Elaboración: El Autor	

### Materia Prima:

La Materia Prima es el elemento primario que será transformado, con la finalidad de convertirlo en un bien final o intermedio; además se caracteriza por ser parte esencial del nuevo producto; en el caso del mencionado Restaurante es el pescado y todos los elementos que se emplean para la elaboración de este plato.

**Cuadro N° 60**

<b>Ingredientes para preparación de Pescado Asado</b>	
<b>Pescado Asado</b>	
<b>Ingredientes</b>	<b>Valor</b>
Pescado	1,5
Sal	0,03
Cilantro	0,01
Limón	0,05
Papas	0,1
Aliño	0,3
Plátano	0,2
Cebolla	0,15
Arroz	0,2
<b>Total</b>	<b>2,54</b>
Fuente: Investigación Directa	
Elaboración: El Autor	

Es decir el resumen de los valores de materia prima directa para la preparación del plato de pescado serán los expuestos en el cuadro No. 61

**Cuadro N° 61**

<b>Materia Prima Directa</b>				
Descripción	Precio Unitario	Cantidad Mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Pescado Asado	2,54	11520,00	29.260,80	351.129,60
<b>TOTAL</b>			<b>29.260,80</b>	<b>351.129,60</b>
Fuente: Investigación Directa				
Elaboración: El Autor				

De igual manera se proyecta para los siguientes cinco años; así:

**Cuadro N° 62**

<b>PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	
AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	351.129,60
2	368.686,08
3	387.120,38
4	406.476,40
5	426.800,22
Fuente: Cuadro N° 61	
Elaboración: El Autor	

## **MATERIALES INDIRECTOS.**

Es el material que se utiliza de manera complementaria para la preparación y presentación del plato de pescado, y son los descritos en el cuadro No.63.

**Cuadro N° 63**

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
Descripción	Precio Unitario	Cantidad Mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Contenedores o Tarrinas	0,08	11520	\$ 921,60	\$ 11.059,20
condimentos	0,03	11520	\$ 345,60	\$ 4.147,20
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.267,20</b>	<b>\$ 15.206,40</b>
Fuente: Investigación Directa				
Elaboración: El Autor				

**Cuadro N° 64**

<b>PROYECCIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Valor Total Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	\$ 15.206,40
2	\$ 15.966,72
3	\$ 16.765,06
4	\$ 17.603,31
5	\$ 18.483,47
Fuente: Cuadro N° 63	
Elaboración: El Autor	

Con los cuadros anteriores podemos obtener el resumen de costos de producción que se observa en el cuadro No. 65

**Cuadro N° 65**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN RESUMEN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Mano de Obra Directa	\$ 1.679,53	\$ 20.154,40
Mano de Obra Indirecta	\$ 1.451,80	\$ 17.421,60
Materia Prima Directa	\$ 29.260,80	\$ 351.129,60
Materiales Indirectos	\$ 1.267,20	\$ 15.206,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33.659,33</b>	<b>\$ 403.912,00</b>
Fuente: Cuadro N° 56,57,61,63		
Elaboración: El Autor		

## **GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

### **Sueldos Administrativos**

Son los gastos incurridos por concepto de remuneraciones de las personas que elaboran en el departamento administrativo.

Cuadro N° 66

<b>PRESUPUESTO PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA</b>
Sueldo Básico Unificado	\$ 600,00	\$ 400,00
Décimo Tercero	\$ 50,00	\$ 33,33
Décimo Cuarto	\$ 26,50	\$ 26,50
Vacaciones	\$ 25,00	\$ 16,67
Aporte Patronal IESS 12,15%	\$ 72,90	\$ 48,60
Aporte IESS 9,35%	\$ 56,10	\$ 37,40
<b>Total Mensual</b>	<b>\$ 830,50</b>	<b>\$ 562,50</b>
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 9.966,00</b>	<b>\$ 6.750,00</b>
<b>Total Anual por Pagar</b>	<b>\$ 16.716,00</b>	
Fuente: Ministerio Relaciones Laborales		
Elaboración: El Autor		

Para la proyección respectiva, el segundo año se calculó de la siguiente manera:

Cuadro N° 67

<b>PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	16.716,00
2	17.551,80
3	18.429,39
4	19.350,86
5	20.318,40
Fuente: Cuadro N° 66	
Elaboración: El Autor	

### Suministros de oficina

Se estimó que los siguientes son útiles de oficina necesarios para realizar el trabajo diario.

Cuadro N° 68

<b>PRESUPUESTO PARA SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Sello De Caucho	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Esferos bic azul, negro	4	\$ 0,35	\$ 1,40
Corrector bic	1	\$ 1,10	\$ 1,10
Lápices	1	\$ 0,40	\$ 0,40
Resma de papel A4	1	\$ 7,60	\$ 7,60
Carpetas Archivadoras	1	\$ 3,40	\$ 3,40
<b>TOTAL MENSUAL</b>			<b>\$ 19,40</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$ 232,80</b>
Fuente: Papelería Paco			
Elaboración: El Autor			

Proyectando para los siguientes cinco años tenemos:

Cuadro N° 69

<b>PROYECCIÓN DE SUMINISTROS DE OFICINA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	\$ 232,80
2	\$ 244,44
3	\$ 256,66
4	\$ 269,50
5	\$ 282,97
Fuente: Cuadro N° 66	
Elaboración: El Autor	

### Útiles de Aseo y Limpieza

Son elementos que el restaurante requiere para su mantenimiento, con la finalidad de brindar una presentación digna y adecuada al cliente.

**Cuadro Nº 70**

<b>PRESUPUESTO PARA ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA</b>				
DENOMINACIÓN	MEDIDA	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Detergente	Kilo	\$ 5,00	2,5	\$ 12,50
Lava vajilla	Kilo	\$ 3,00	1,1	\$ 3,30
Estropajo de Acero	Unidad	\$ 2,00	0,85	\$ 1,70
Esponja de Lavar platos	Unidad	\$ 1,00	1,45	\$ 1,45
Escoba	Unidad	\$ 2,00	3,15	\$ 6,30
Trapeador	Unidad	\$ 2,00	2,25	\$ 4,50
Recogedor de Basura	Unidad	\$ 1,00	4,5	\$ 4,50
Baldes	Unidad	\$ 3,00	4,8	\$ 14,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 48,65</b>
Fuente: Supermercados AKI				
Elaboración: El Autor				

Proyectando para los cinco años se obtiene:

**Cuadro Nº 71**

<b>PROYECCIÓN DE ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA</b>	
AÑOS	Incrementado
	5%
1	\$ 48,65
2	\$ 51,08
3	\$ 53,64
4	\$ 56,32
5	\$ 59,13
Fuente: Cuadro Nº 68	
Elaboración: El Autor	

## Arriendo

En el sector de la loma de Puengasí el arriendo de un local de las características similares al sugerido oscila entre \$400 mensuales y \$600 mensuales. En función de lo mencionado se ha establecido un arriendo de \$500 dólares mensuales.

Cuadro N° 72

<b>PRESUPUESTO ARRIENDO</b>			
DENOMINACIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ARRIENDO	\$ 500,00	500	6000
<b>TOTAL</b>		<b>500</b>	<b>6000</b>
Fuente: Investigación propia			
Elaboración: El Autor			

Proyectando un incremento del 5% se obtiene:

Cuadro N° 73

<b>PROYECCIÓN DE ARRIENDO</b>	
AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	\$ 6.000,00
2	\$ 6.300,00
3	\$ 6.615,00
4	\$ 6.945,75
5	\$ 7.293,04
Fuente: Cuadro N° 72	
Elaboración: El Autor	

### Agua Potable

El restaurante hará uso del agua potable tanto para limpieza del local como para la preparación de los alimentos.

Cuadro N° 74

<b>PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE AGUA</b>				
DENOMINACIÓN	CANT. m³	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo	150	\$ 0,39	58,5	702
<b>TOTAL</b>			<b>58,5</b>	<b>702</b>
Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento				
Elaboración: El Autor				



Proyectando para los siguientes cinco años se obtiene:

**Cuadro N° 75**

<b>PROYECCIÓN DE CONSUMO DE AGUA POTABLE</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Valor Total Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	\$ 702,00
2	\$ 737,10
3	\$ 773,96
4	\$ 812,65
5	\$ 853,29
Fuente: Cuadro N° 74	
Elaboración: El Autor	

### **Consumo de Energía Eléctrica**

El consumo de energía eléctrica será de aproximadamente 30 kw diarios.

A continuación el detalle:

**Cuadro N° 76**

<b>PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>					
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT. (kw/h)</b>	<b>Precio Diario</b>	<b>Valor Diario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Energía eléctrica	30	\$ 0,08	2,4	72	864
<b>TOTAL</b>			<b>2,4</b>	<b>72</b>	<b>864</b>
Fuente: Empresa Eléctrica Quito S.A.					
Elaboración: El Autor					

Proyectando para cinco años se obtiene:

**Cuadro N° 77**

<b>PROYECCIÓN CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Valor Total Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	\$ 864,00
2	\$ 907,20
3	\$ 952,56
4	\$ 1.000,19
5	\$ 1.050,20
Fuente: Cuadro N° 76	
Elaboración: El Autor	

**Consumo de Teléfono**

Se ha considerado que el consumo será de unos 650 minutos al mes aproximadamente, que multiplicado por 12 meses serán 7.800 minutos al año.

**Cuadro N° 78**

<b>PRESUPUESTO PARA CONSUMO DE TELÉFONO</b>				
<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>CANT. Minutos</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Teléfono	650	\$ 0,03	19,5	<b>234</b>
Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones				
Elaboración: El Autor				

Proyectando para los cinco años se obtiene:

Cuadro N° 79

<b>PROYECCIÓN DE CONSUMO DE TELÉFONO</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>Valor Total Incrementado</b>
	<b>5%</b>
1	\$ 234,00
2	\$ 245,70
3	\$ 257,99
4	\$ 270,88
5	\$ 284,43
Fuente: Cuadro N° 78	
Elaboración: El Autor	

Con los valores obtenidos en los cuadros anteriores se obtiene el resumen de los gastos administrativos expuestos en el cuadro No.80

Cuadro N° 80

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS RESUMEN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Sueldos Administrativos	\$ 1.393,00	\$ 16.716,00
Suministros de Oficina	\$ 19,40	\$ 232,80
Útiles de Aseo y Limpieza	\$ 4,05	\$ 48,65
Arriendos	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Agua Potable	\$ 58,50	\$ 702,00
Energía Eléctrica	\$ 72,00	\$ 864,00
Teléfono	\$ 19,50	\$ 234,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.066,45</b>	<b>\$ 24.797,45</b>
Fuente: Cuadros No. 66,68,70,72,74,76,78		
Elaboración: El Autor		

## GASTOS DE VENTAS

### Publicidad

Los gastos de publicidad incluirán realizar cuñas radiales publicitarias y anuncios en prensa durante un lapso de 4 y 3 meses respectivamente.

**Cuadro N° 81**

<b>PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD</b>			
DENOMINACIÓN	TIEMPO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuña radial	4 meses	\$ 135,00	\$ 540,00
Anuncio en Prensa	3 meses	\$ 72,00	\$ 216,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 207,00</b>	<b>\$ 756,00</b>
Fuente: Investigación Propia			
Elaboración: El Autor			

Proyectando para cinco años se obtiene:

**Cuadro N° 82**

<b>PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD</b>	
AÑOS	Valor Total Incrementado
	5%
1	\$ 756,00
2	\$ 793,80
3	\$ 833,49
4	\$ 875,16
5	\$ 918,92
Fuente: Cuadro N° 81	
Elaboración: El Autor	

Cuadro N° 83

<b>RESUMEN GASTOS DE VENTA</b>		
Denominación	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	\$ 207,00	\$ 756,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 207,00</b>	<b>\$ 756,00</b>
Fuente: Cuadro. No. 81		
Elaboración: El Autor		

A continuación se detalla el total de los activos circulantes para un año de operación:

Cuadro N° 84

<b>ACTIVOS CIRCULANTES PARA UN AÑO DE OPERACIÓN</b>		
ACTIVO	CUADRO N°	VALOR
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Mano de Obra Directa	55,56	\$ 11.614,40
Mano de Obra Indirecta	58	\$ 17.421,60
Materia Prima	61	\$ 351.129,60
Materiales Indirectos	63	\$ 15.206,40
<b>TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 395.372,00</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		
Útiles de Oficina	68	\$ 232,80
Materiales de Limpieza	70	\$ 48,65
Sueldos Administrativos	66	\$ 16.716,00
Arriendos	72	\$ 6.000,00
Agua Potable	74	\$ 702,00
Energía Eléctrica	76	\$ 864,00
Teléfono	78	\$ 234,00
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 24.797,45</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Publicidad	81	\$ 756,00
<b>TOTAL DE GASTOS DE VENTAS</b>		<b>\$ 756,00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS</b>		<b>\$ 420.925,45</b>
Imprevistos 5%		\$ 21.046,27
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 441.971,72</b>
Fuente: Presupuestos		
Elaboración: El Autor		

Para comenzar a operar se necesitará para el primer mes la cantidad que se detalla a continuación:

**Cuadro N° 85**

<b>CAPITAL NECESARIO PARA PRIMER MES DE OPERACIÓN</b>		
<b>ACTIVO</b>		
<b>RUBROS CALCULADOS PARA UN MES DE OPERACIÓN</b>	<b>CUADRO N°</b>	<b>VALOR</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Mano de Obra Directa	55,56	967,87
Mano de Obra Indirecta	58	1.451,80
Materia Prima	61	29.260,80
Materiales Indirectos	63	1.267,20
<b>TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>32.947,67</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		
Útiles de Oficina	68	\$ 19,40
Materiales de Limpieza	70	\$ 4,05
Arriendos	72	\$ 500,00
Sueldos Administrativos	66	\$ 1.393,00
Agua Potable	74	\$ 58,50
Energía Eléctrica	76	\$ 72,00
Teléfono	78	\$ 19,50
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>2.066,45</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Publicidad	81	\$ 207,00
<b>TOTAL DE GASTOS DE VENTAS</b>		<b>\$ 207,00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS MENSUALES</b>		<b>\$ 35.221,12</b>
Imprevistos 5%		\$ 1.761,06
<b>TOTAL</b>		<b>36.982,18</b>
Fuente: Presupuestos		
Elaboración: El Autor		

## RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

Con los valores obtenidos en los cuadros anteriores, se consigue el resumen descrito en el cuadro No. 86

**Cuadro N° 86**

<b>RESUMEN DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Maquinaria	\$ 1.695,00	
Herramienta	\$ 509,31	
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 7.280,15	
Mobiliario	\$ 2.981,00	
Equipos de Computación	\$ 860,00	
Equipos de Oficina	\$ 1.836,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 15.161,46</b>	27,9%
Imprevistos 5%	\$ 758,07	
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 15.919,53</b>	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Estudio de factibilidad	\$ 500,00	
Patente Municipal	\$ 140,00	
Permiso Sanitario	\$ 61,20	
Afiliación a las cámaras	\$ 306,00	
Permiso Intendencia de la Policía	\$ 21,00	
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$ 45,20	
Constitución Legal de la Empresa	\$ 315,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 1.388,40</b>	2,6%
Imprevistos 5%	\$ 69,42	
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDO</b>	<b>\$ 1.457,82</b>	
<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>		
Gastos de Producción	\$ 32.947,67	
Gastos de Administración	\$ 2.066,45	
Gastos de Venta	\$ 207,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 35.221,12</b>	64,8%
Imprevistos 5%	\$ 1.761,06	
<b>TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTE</b>	<b>\$ 36.982,18</b>	
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>\$ 54.359,53</b>	
Elaboración: El Autor		

## FINANCIAMIENTO

Para financiar el monto de la inversión se hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

**Cuadro N° 87**

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Capital propio	40,00%	21.743,81
Préstamo Bancario	60,00%	32.615,72
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>100,00%</b>	<b>54.359,53</b>
Elaboración: El Autor		

Para financiar el 60% de la inversión se recurrirá a un préstamo en el Banco Pichincha, con una tasa de interés preferencial del 12% anual, amortizándose cada 30 días, como se lo muestra en el cuadro No. 88 y en la correspondiente tabla de amortización No. 89.


**Cuadro N° 87**

<b>AMORTIZACION DE PRESTAMO BANCARIO</b>			
<b>BENEFICIARIO</b>	RESTAURANTE EL PEZ LEÑADOR		
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	BANCO PICHINCHA C.A		
<b>MONTO EN USD</b>			32.615,72
<b>TASA DE INTERES</b>	12,00%	Tasa Int. Me	1,00%
<b>PLAZO</b>	5 años		
<b>GRACIA</b>	0 años		
<b>FECHA DE INICIO</b>	01/12/2013		
<b>MONEDA</b>	Dólares		
<b>AMORTIZACION CADA</b>	30 días		
<b>Número de periodos</b>	60	para amortizar capital	

**FUENTE: Banco Pichincha**



Cuadro N° 88

 <b>BANCO PICHINCHA</b> En confianza.					
No.	Vencimiento	cuota	Interes	Capital	Saldo
0	01-dic-13				\$ 32.615,72
1	01-ene-14	\$ 725,52	\$ 326,16	\$ 399,36	\$ 32.216,36
2	01-feb-14	\$ 725,52	\$ 322,16	\$ 403,36	\$ 31.813,00
3	01-mar-14	\$ 725,52	\$ 318,13	\$ 407,39	\$ 31.405,61
4	01-abr-14	\$ 725,52	\$ 314,06	\$ 411,46	\$ 30.994,15
5	01-may-14	\$ 725,52	\$ 309,94	\$ 415,58	\$ 30.578,57
6	01-jun-14	\$ 725,52	\$ 305,79	\$ 419,73	\$ 30.158,84
7	01-jul-14	\$ 725,52	\$ 301,59	\$ 423,93	\$ 29.734,91
8	01-ago-14	\$ 725,52	\$ 297,35	\$ 428,17	\$ 29.306,74
9	01-sep-14	\$ 725,52	\$ 293,07	\$ 432,45	\$ 28.874,29
10	01-oct-14	\$ 725,52	\$ 288,74	\$ 436,78	\$ 28.437,51
11	01-nov-14	\$ 725,52	\$ 284,38	\$ 441,14	\$ 27.996,37
12	01-dic-14	\$ 725,52	\$ 279,96	\$ 445,55	\$ 27.550,82
13	01-ene-15	\$ 725,52	\$ 275,51	\$ 450,01	\$ 27.100,80
14	01-feb-15	\$ 725,52	\$ 271,01	\$ 454,51	\$ 26.646,29
15	01-mar-15	\$ 725,52	\$ 266,46	\$ 459,06	\$ 26.187,24
16	01-abr-15	\$ 725,52	\$ 261,87	\$ 463,65	\$ 25.723,59
17	01-may-15	\$ 725,52	\$ 257,24	\$ 468,28	\$ 25.255,31
18	01-jun-15	\$ 725,52	\$ 252,55	\$ 472,97	\$ 24.782,34
19	01-jul-15	\$ 725,52	\$ 247,82	\$ 477,70	\$ 24.304,65
20	01-ago-15	\$ 725,52	\$ 243,05	\$ 482,47	\$ 23.822,18
21	01-sep-15	\$ 725,52	\$ 238,22	\$ 487,30	\$ 23.334,88
22	01-oct-15	\$ 725,52	\$ 233,35	\$ 492,17	\$ 22.842,71
23	01-nov-15	\$ 725,52	\$ 228,43	\$ 497,09	\$ 22.345,62
24	01-dic-15	\$ 725,52	\$ 223,46	\$ 502,06	\$ 21.843,56
25	01-ene-16	\$ 725,52	\$ 218,44	\$ 507,08	\$ 21.336,47
26	01-feb-16	\$ 725,52	\$ 213,36	\$ 512,15	\$ 20.824,32
27	01-mar-16	\$ 725,52	\$ 208,24	\$ 517,28	\$ 20.307,04
28	01-abr-16	\$ 725,52	\$ 203,07	\$ 522,45	\$ 19.784,60
29	01-may-16	\$ 725,52	\$ 197,85	\$ 527,67	\$ 19.256,92
30	01-jun-16	\$ 725,52	\$ 192,57	\$ 532,95	\$ 18.723,97
31	01-jul-16	\$ 725,52	\$ 187,24	\$ 538,28	\$ 18.185,69
32	01-ago-16	\$ 725,52	\$ 181,86	\$ 543,66	\$ 17.642,03
33	01-sep-16	\$ 725,52	\$ 176,42	\$ 549,10	\$ 17.092,93
34	01-oct-16	\$ 725,52	\$ 170,93	\$ 554,59	\$ 16.538,34
35	01-nov-16	\$ 725,52	\$ 165,38	\$ 560,14	\$ 15.978,21
36	01-dic-16	\$ 725,52	\$ 159,78	\$ 565,74	\$ 15.412,47
37	01-ene-17	\$ 725,52	\$ 154,12	\$ 571,39	\$ 14.841,08
38	01-feb-17	\$ 725,52	\$ 148,41	\$ 577,11	\$ 14.263,97
39	01-mar-17	\$ 725,52	\$ 142,64	\$ 582,88	\$ 13.681,09
40	01-abr-17	\$ 725,52	\$ 136,81	\$ 588,71	\$ 13.092,38
41	01-may-17	\$ 725,52	\$ 130,92	\$ 594,59	\$ 12.497,79
42	01-jun-17	\$ 725,52	\$ 124,98	\$ 600,54	\$ 11.897,25
43	01-jul-17	\$ 725,52	\$ 118,97	\$ 606,55	\$ 11.290,70
44	01-ago-17	\$ 725,52	\$ 112,91	\$ 612,61	\$ 10.678,09
45	01-sep-17	\$ 725,52	\$ 106,78	\$ 618,74	\$ 10.059,35
46	01-oct-17	\$ 725,52	\$ 100,59	\$ 624,93	\$ 9.434,43
47	01-nov-17	\$ 725,52	\$ 94,34	\$ 631,17	\$ 8.803,25
48	01-dic-17	\$ 725,52	\$ 88,03	\$ 637,49	\$ 8.165,77
49	01-ene-18	\$ 725,52	\$ 81,66	\$ 643,86	\$ 7.521,91
50	01-feb-18	\$ 725,52	\$ 75,22	\$ 650,30	\$ 6.871,61
51	01-mar-18	\$ 725,52	\$ 68,72	\$ 656,80	\$ 6.214,81
52	01-abr-18	\$ 725,52	\$ 62,15	\$ 663,37	\$ 5.551,43
53	01-may-18	\$ 725,52	\$ 55,51	\$ 670,00	\$ 4.881,43
54	01-jun-18	\$ 725,52	\$ 48,81	\$ 676,70	\$ 4.204,73
55	01-jul-18	\$ 725,52	\$ 42,05	\$ 683,47	\$ 3.521,25
56	01-ago-18	\$ 725,52	\$ 35,21	\$ 690,31	\$ 2.830,95
57	01-sep-18	\$ 725,52	\$ 28,31	\$ 697,21	\$ 2.133,74
58	01-oct-18	\$ 725,52	\$ 21,34	\$ 704,18	\$ 1.429,56
59	01-nov-18	\$ 725,52	\$ 14,30	\$ 711,22	\$ 718,34
60	01-dic-18	\$ 725,52	\$ 7,18	\$ 718,34	\$ 0,00
TOTAL			\$ 10.915,40	\$ 32.615,72	\$ 43.531,12

FUENTE: Banco Pichincha



## COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Para establecer la rentabilidad del proyecto y realizar el análisis financiero es necesario determinar el costo de producción y para su cálculo consideramos los siguientes elementos:

- Costo de Producción: Costos Primos, Gastos Indirectos de Fabricación.
- Costos de Operación: Gastos Administrativos, Gastos de Venta, Gastos Financieros.

La estructura de los costos para este proyecto se lo realizó en base a los datos numéricos que se obtuvo en el cuadro anterior No.90

<b>Cuadro N° 91</b>	
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	
Costos Primos	\$ 389.848,20
Gastos Indirectos de Producción	\$ 35.461,82
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 425.310,02</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	
Gastos Administrativos	\$ 26.692,18
Gastos de Ventas	\$ 793,80
Gastos Financieros	\$ 2.183,08
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 29.669,06</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 454.979,09</b>
Fuente: Cuadro N° 90	
Elaboración: El Autor	

El Costo Unitario de Producción, resulta de la relación existente entre el costo total y el número de unidades producidas durante el periodo.

Aplicamos la siguiente fórmula:

$$\text{CUP} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{N}^{\circ} \text{ Unidades Producidas}}$$

El precio de venta se determina, considerando el precio unitario de producción o fabricación más el margen de utilidad del 20%.

Una vez conocidos el costo unitario y el precio de venta, se proyectan los ingresos para los 5 años del proyecto.

Cuadro N° 92						
INGRESOS TOTALES						
AÑO	Costo Total	Producción Anual	Costo Unitario	Margen Utilidad	PVP	Ingresos por Ventas
				20%		
1	\$ 454.979,09	138.240	\$ 3,29	\$ 0,66	\$ 3,95	\$ 545.974,90
2	\$ 477.526,02	147.456	\$ 3,24	\$ 0,65	\$ 3,89	\$ 573.031,23
3	\$ 501.200,31	156.672	\$ 3,20	\$ 0,64	\$ 3,84	\$ 601.440,37
4	\$ 526.058,30	165.888	\$ 3,17	\$ 0,63	\$ 3,81	\$ 631.269,96
5	\$ 552.159,20	175.104	\$ 3,15	\$ 0,63	\$ 3,78	\$ 662.591,04

Fuente: Cuadros N° 30 y 91  
Elaboración: El Autor

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este documento contable presenta los resultados obtenidos en el periodo económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo.

Es uno de los Estados Financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

En el restaurante propuesto el estado de pérdidas y ganancias arroja resultados positivos que se evidencian en el cuadro No.93 :

Cuadro N° 93					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ingreso por Ventas	545.974,90	573.031,23	601.440,37	631.269,96	662.591,04
<b>Total de Ingresos</b>	<b>545.974,90</b>	<b>573.031,23</b>	<b>601.440,37</b>	<b>631.269,96</b>	<b>662.591,04</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo de Operación	454.979,09	477.526,02	501.200,31	526.058,30	552.159,20
Resultados antes de Utilidad	90.995,82	95.505,20	100.240,06	105.211,66	110.431,84
15% Utilidad a Trabajadores (-)	13.649,37	14.325,78	15.036,01	15.781,75	16.564,78
Resultados antes de Impuesto a la Renta	77.346,44	81.179,42	85.204,05	89.429,91	93.867,06
25% Impuesto a la Renta (-)	19.336,61	20.294,86	21.301,01	22.357,48	23.466,77
Resultados antes de Reserva Legal	58.009,83	60.884,57	63.903,04	67.072,43	70.400,30
10% Reserva Legal (-)	5.800,98	6.088,46	6.390,30	6.707,24	7.040,03
<b>Total de Egresos</b>	<b>493.766,05</b>	<b>518.235,12</b>	<b>543.927,63</b>	<b>570.904,77</b>	<b>599.230,77</b>
<b>UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>52.208,85</b>	<b>54.796,11</b>	<b>57.512,74</b>	<b>60.365,19</b>	<b>63.360,27</b>
Fuente: Cuadro 91,92					
Elaboración: El Autor					

## PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio es la cifra de ventas a partir de la cual el restaurante empezará a obtener beneficios.

Es decir es la cifra de ventas que deberemos alcanzar en un periodo de tiempo determinado para no perder ni tampoco ganar dinero.

El cálculo del punto de equilibrio para el restaurante propuesto se muestra a continuación:

**PUNTO DE EQUILIBRIO 1ER AÑO**

**a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} X 100$$

$$PE = \frac{51067,09}{545974,90 - 403912} X 100$$

$$PE = 35,95\%$$

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{51067}{1 - \frac{403912}{545970,90}}$$

$$PE = 196260,58$$

**c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{51067,90}{3,95 - 2,92}$$

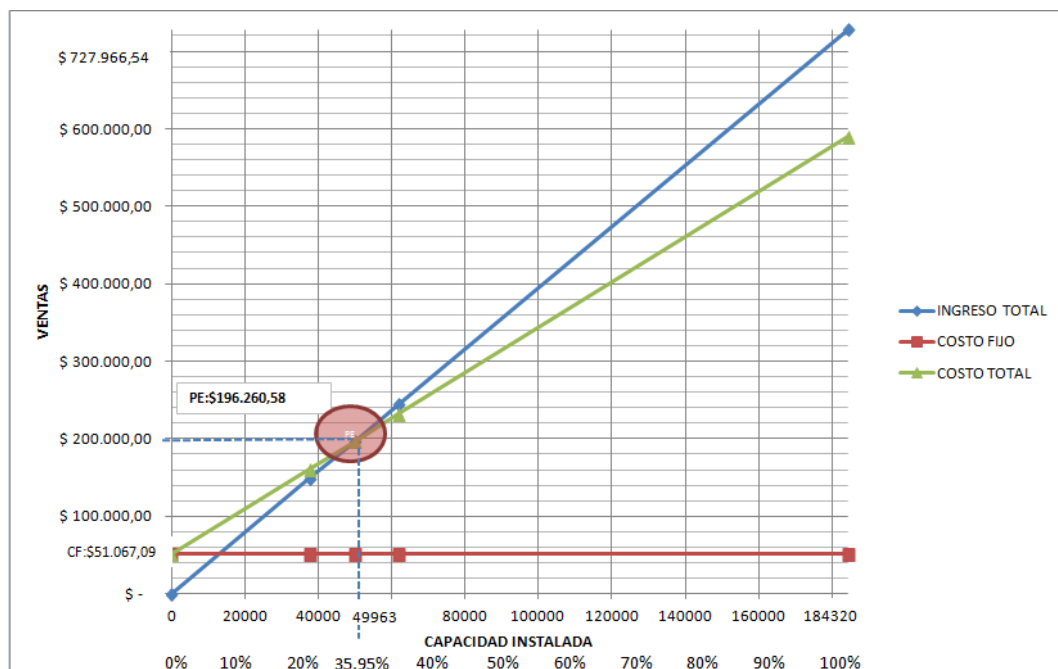
$$PE = 49693$$

## ANALISIS

Mediante los resultados obtenidos podemos observar que el punto de equilibrio en el año 1 se dá cuando las ventas alcanzan los \$196.260,58 , con un 35,95% de la capacidad instalada y 49693 unidades producidas; lo cual se demuestra gráficamente:

### GRÁFICO NO. 35

#### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1



## RESULTADOS

PRECIO DE VENTA (PVP)	\$	3,95
UNIDADES PRODUCIDAS		138240
INGRESO TOTAL	\$	545.974,90
COSTO FIJO TOTAL	\$	51.067,09
COSTO VARIABLE TOTAL	\$	403.912,00
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	2,92
PUNTO DE EQUILIBRIO PESCADOS		49692,87
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	\$	196.260,58
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION CAPACIDAD INSTALADA		35,95%

**PUNTO DE EQUILIBRIO 2do AÑO****a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} X 100$$

$$PE = \frac{53418,42}{573031,23 - 424107,60} X 100$$

$$PE = 35,87\%$$

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{53418,42}{1 - \frac{424107,60}{573031,23}}$$

$$PE = 205544,44$$

**c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{53418,42}{3,89 - 2,88}$$

$$PE = 52892$$

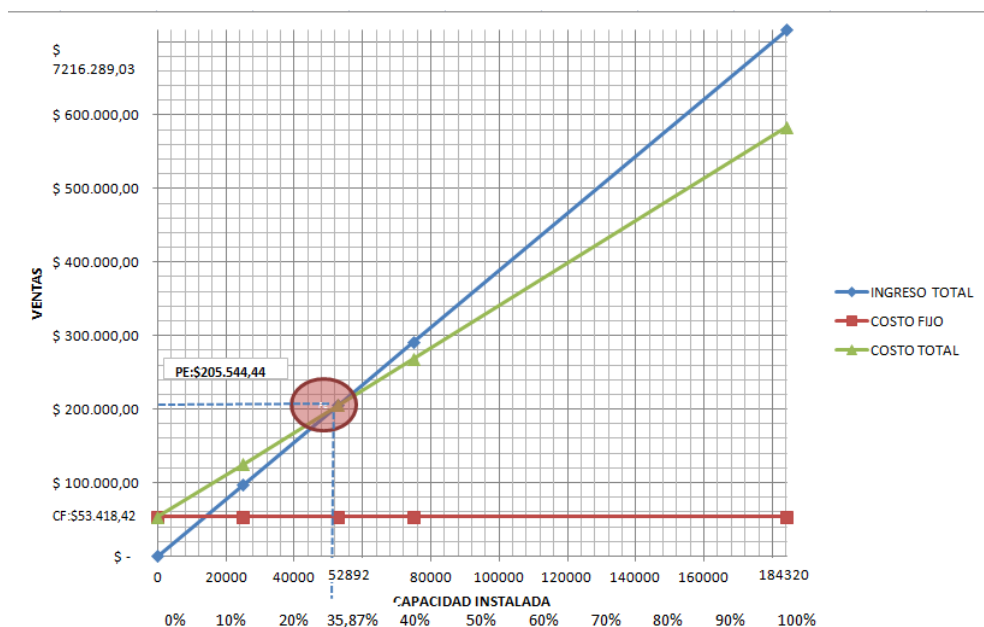


## ANALISIS

Mediante los resultados obtenidos podemos observar que el punto de equilibrio en el año 2 se dá cuando las ventas alcanzan los \$205.544,44 , con un 35,87% de la capacidad instalada y 52892 unidades producidas; lo cual se demuestra gráficamente:

### GRÁFICO NO. 36

#### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2



## RESULTADOS

PRECIO DE VENTA (PVP)	\$	3,89
UNIDADES PRODUCIDAS		147.456
INGRESO TOTAL	\$	573.031,23
COSTO FIJO TOTAL	\$	53.418,42
COSTO VARIABLE TOTAL	\$	424.107,60
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	2,88
PUNTO DE EQUILIBRIO PESCADOS		52892
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	\$	205.544,44
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION CAPACIDAD INSTALADA		35,87%

**PUNTO DE EQUILIBRIO 3er AÑO**

**a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} \times 100$$

$$PE = \frac{55887,33}{601440,37 - 445312,98} \times 100$$

$$PE = 35,80\%$$

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{55887,33}{1 - \frac{445312,98}{601440,37}}$$

$$PE = 215291,46$$

**c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{55887,33}{3,84 - 2,84}$$

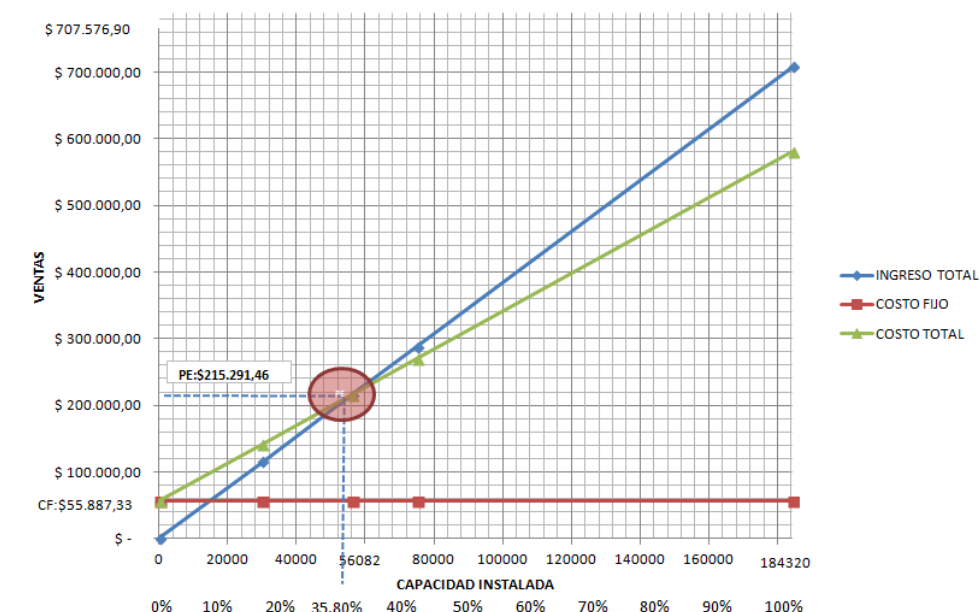
$$PE = 56082$$

## ANALISIS

Mediante los resultados obtenidos podemos observar que el punto de equilibrio en el año 3 se dá cuando las ventas alcanzan los \$215.291,46 , con un 35,80% de la capacidad instalada y 56082 unidades producidas; lo cual se demuestra gráficamente:

### GRÁFICO NO. 37

#### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3



## RESULTADOS

PRECIO DE VENTA (PVP)	\$	3,84
UNIDADES PRODUCIDAS		156.672
INGRESO TOTAL	\$	601.440,37
COSTO FIJO TOTAL	\$	55.887,33
COSTO VARIABLE TOTAL	\$	445.312,98
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	2,84
PUNTO DE EQUILIBRIO PESCADOS		56082
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	\$	215.291,46
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION CAPACIDAD INSTALADA		35,80%

**PUNTO DE EQUILIBRIO 4to AÑO**

**a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} X 100$$

$$PE = \frac{58.479,67}{631269,96 - 467578,63} X 100$$

$$PE = 35,73\%$$

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{58479,67}{1 - \frac{467578,63}{631269,96}}$$

$$PE = 225524,84$$

**c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{58479,67}{3,81 - 2,82}$$

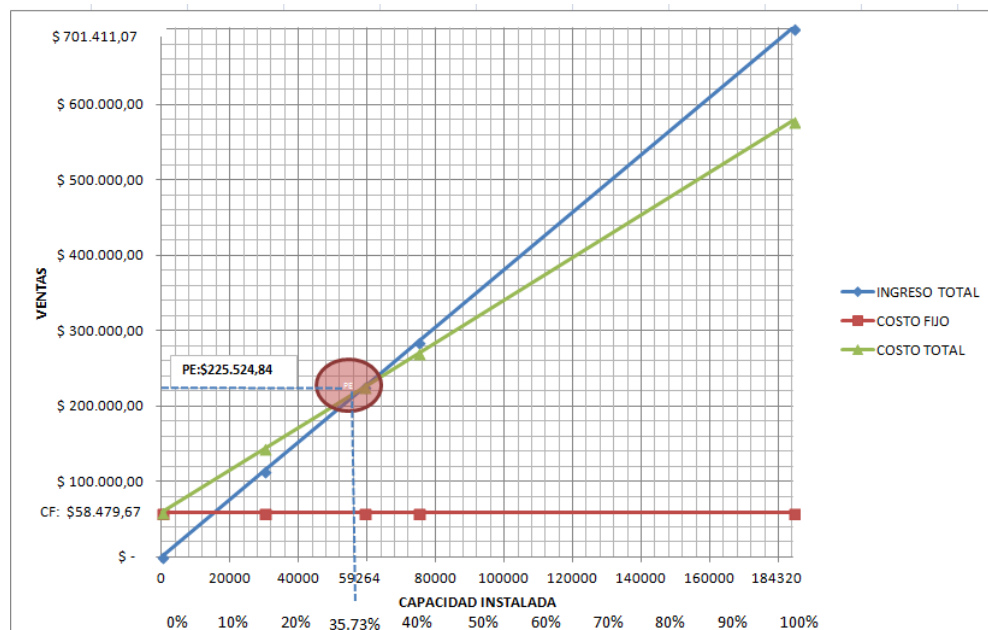
$$PE = 59264$$

## ANALISIS

Mediante los resultados obtenidos podemos observar que el punto de equilibrio en el año 4 se dá cuando las ventas alcanzan los \$225.524,84 , con un 35,73% de la capacidad instalada y 59264 unidades producidas; lo cual se demuestra gráficamente:

### GRÁFICO NO. 38

#### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4



## RESULTADOS

PRECIO DE VENTA (PVP)	\$	3,81
UNIDADES PRODUCIDAS		165.888
INGRESO TOTAL	\$	631.269,96
COSTO FIJO TOTAL	\$	58.479,67
COSTO VARIABLE TOTAL	\$	467.578,63
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	2,82
PUNTO DE EQUILIBRIO PESCADO		59264
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	\$	225.524,84
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION CAPACIDAD INSTALADA		35,73%

**PUNTO DE EQUILIBRIO 5to AÑO**

**a. EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL} X 100$$

$$PE = \frac{61.201,64}{662591,04 - 490957,56} X 100$$

$$PE = 35,66\%$$

**b. EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{1 - \frac{COSTO VARIABLE TOTAL}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{61.201,64}{1 - \frac{490957,56}{662591,04}}$$

$$PE = 236.268,92$$

**c. EN FUNCIÓN DE LAS CANTIDADES POR PRODUCIR**

$$PE = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{61.201,64}{3,78 - 2,80}$$

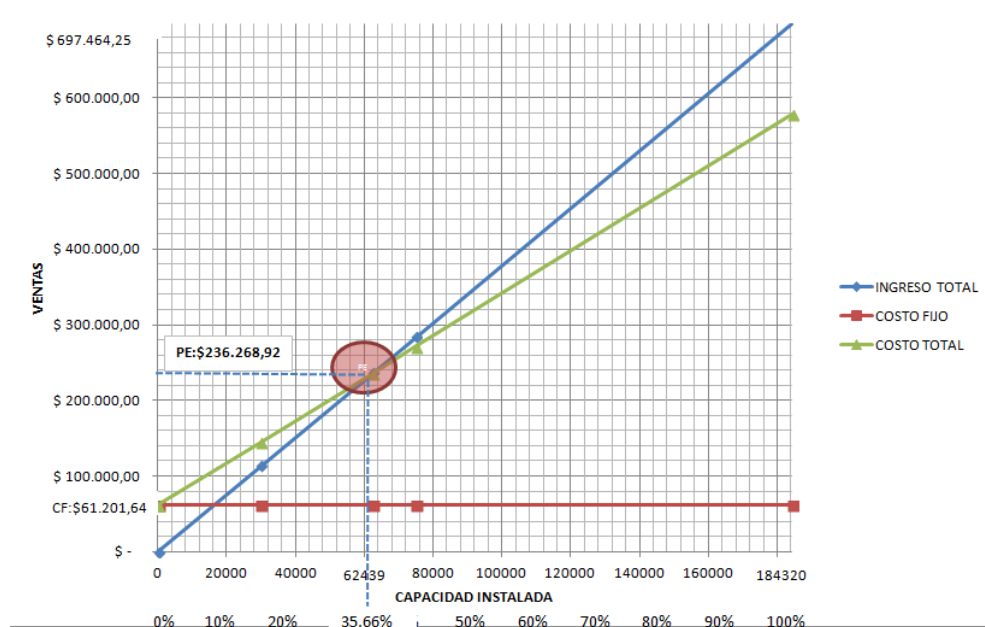
$$PE = 62439$$

## ANALISIS

Mediante los resultados obtenidos podemos observar que el punto de equilibrio en el año 5 se dá cuando las ventas alcanzan los \$236.268,92 , con un 35,66% de la capacidad instalada y 62.439 unidades producidas; lo cual se demuestra gráficamente:

### GRÁFICO No. 39

#### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5



## RESULTADOS

PRECIO DE VENTA (PVP)	\$	3,78
UNIDADES PRODUCIDAS	\$	175.104,00
INGRESO TOTAL	\$	662.591,04
COSTO FIJO TOTAL	\$	61.201,64
COSTO VARIABLE TOTAL	\$	490.957,56
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$	2,80
PUNTO DE EQUILIBRIO PESCADO		62439
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	\$	236.268,92
PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCION CAPACIDAD INSTALADA		35,66%

## EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

Para evaluar este proyecto en primer lugar se elaboró un flujo de caja proyectado, con el fin de establecer los ingresos y los egresos, para así determinar el flujo neto de caja, que se observa en el cuadro No. 94

CUADRO No. 94						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
VENTAS		\$ 545.974,90	\$ 573.031,23	\$ 601.440,37	\$ 631.269,96	\$ 662.591,04
VALOR RESIDUAL						\$ 1.713,95
PAGO DE CAPITAL	\$ 54.359,53					
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 54.359,53</b>	<b>\$ 545.974,90</b>	<b>\$ 573.031,23</b>	<b>\$ 601.440,37</b>	<b>\$ 631.269,96</b>	<b>\$ 664.304,98</b>
<b>EGRESOS</b>						
ACTIVO FIJO	\$ 15.919,53					
ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.457,82					
ACTIVO CIRCULANTE	\$ 36.982,18					
PRESUPUESTO DE OPERACIÓN		\$ 454.979,09	\$ 477.526,02	\$ 501.200,31	\$ 526.058,30	\$ 552.159,20
REINVERSIÓN					\$ 1.045,34	
PARTICIPACIÓN DE UTILIDADES		\$ 13.649,37	\$ 14.325,78	\$ 15.036,01	\$ 15.781,75	\$ 16.564,78
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 19.336,61	\$ 20.294,86	\$ 21.301,01	\$ 22.357,48	\$ 23.466,77
RESERVA LEGAL		\$ 5.800,98	\$ 6.088,46	\$ 6.390,30	\$ 6.707,24	\$ 7.040,03
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$ 54.359,53</b>	<b>\$ 493.766,05</b>	<b>\$ 518.235,12</b>	<b>\$ 543.927,63</b>	<b>\$ 571.950,11</b>	<b>\$ 599.230,77</b>
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 52.208,85</b>	<b>\$ 54.796,11</b>	<b>\$ 57.512,74</b>	<b>\$ 59.319,85</b>	<b>\$ 65.074,21</b>
Fuente: Cuadro No. 93						
Elaboración: El autor						

## VALOR ACTUAL NETO

Es la expresión, en términos actuales, de todos los ingresos (flujo de fondos) que se producen durante el horizonte de vida del proyecto y representa el total de los recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil.

Para estimar el VAN, se consideran la diferencia de los rubros correspondientes a: egresos e ingresos del proyecto, hay que dejar constancia que si el valor actual neto de una inversión es positivo, esta debe aceptarse, y rechazarse si es negativo.



Para calcular el valor actual neto se realiza la sumatoria de los valores actualizados y se los resta de la inversión inicial. Los cálculos correspondientes se observan en el siguiente cuadro:

<b>Cuadro N° 95</b>			
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUALIZADO
		12,00%	
0	54.359,53		
1	52.208,85	0,892857143	46.615,04
2	54.796,11	0,797193878	43.683,12
3	57.512,74	0,711780248	40.936,43
4	59.319,85	0,635518078	37.698,84
5	65.074,21	0,567426856	36.924,86
Fuente: Cuadro N° 94		<b>TOTAL</b>	<b>205.858,29</b>
Elaboración: El Autor		<b>INVERSIÓN</b>	<b>54.359,53</b>
		<b>VAN</b>	<b>151.498,76</b>

**ANÁLISIS.-** El resultado obtenido del VAN es positivo y mayor a uno, por lo tanto nos demuestra que es conveniente realizar este proyecto.

### **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

Representa el tiempo en el cual se va a recuperar la inversión que se realizó para la puesta en marcha del proyecto.

En el cuadro No. 96 nos sirve para calcular los años, meses y días que se requieren para recuperar la inversión así:

<b>Cuadro N° 96</b>			
<b>PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>INVERSION</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO ACUMULADO</b>
0	54.359,53		
1		52.208,85	52.208,85
2		54.796,11	107.004,96
3		57.512,74	164.517,70
4		59.319,85	223.837,55
5		65.074,21	288.911,76
Fuente: Cuadro N° 94			
Elaboración: El Autor			

Con los datos del cuadro No. 96 aplicamos la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera la Inversión} + \left( \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inversión}} \right)$$

$$PRC = 2,03925 \qquad \qquad \qquad = \qquad \qquad \qquad \mathbf{2 \text{ AÑOS}}$$

$$PRC = 0,03925 \times 12 \text{ (Meses)} = 0,47099 \qquad \qquad \qquad = \qquad \qquad \qquad \mathbf{0 \text{ MESES}}$$

$$PRC = 0,047099 \times 30 \text{ (Días)} = 14,13 \qquad \qquad \qquad = \qquad \qquad \qquad \mathbf{14 \text{ DÍAS}}$$

**ANÁLISIS.-** El capital se recuperará en 2 años, y 14 días.

## TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno es un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos. En otras palabras, sirve para evaluar si un proyecto de inversión es o no rentable. Para su estimación, es necesario considerar el valor actual Neto de la inversión, y su posible recuperación en el largo plazo, con diferentes alternativas de tasa de interés.

<b>Cuadro N° 97</b>					
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>					
Años	Flujo Neto	Factor Actualizac.	Van Menor	Factor Actualizac.	Van Mayor
		96,00%		97,00%	
0	\$ 54.359,53		-\$ 54.359,53		-\$ 54.359,53
1	\$ 52.208,85	0,510204082	\$ 26.637,17	0,507614213	\$ 26.501,95
2	\$ 54.796,11	0,260308205	\$ 14.263,88	0,257672189	\$ 14.119,43
3	\$ 57.512,74	0,132810309	\$ 7.638,28	0,130798066	\$ 7.522,55
4	\$ 59.319,85	0,067760362	\$ 4.019,53	0,066394957	\$ 3.938,54
5	\$ 65.074,21	0,034571613	\$ 2.249,72	0,033703024	\$ 2.193,20
Fuente: Cuadro N° 94		<b>VAN Tm</b>	<b>\$ 449,06</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-\$ 83,85</b>
Elaboración: El Autor					

La tasa interna de retorno de este proyecto se obtendrá utilizando los datos del cuadro No. 97 y mediante la aplicación de la formula siguiente:

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \left( \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$\text{TIR} = 96 + 1 \left( \frac{449,06}{449,06 - (-83,85)} \right)$$

$$\text{TIR} = 96,84\%$$

**ANÁLISIS.-** El resultado obtenido de la TIR es 96,84%, el mismo que es mayor que la tasa del costo de capital 12%, por lo tanto podemos recomendar que si es conveniente realizar este proyecto.

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, a esto se lo relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirían durante el período del proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio-costo están representados en el cuadro No. 98 que se detalla a continuación:

Cuadro N° 98						
RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)						
Año	ACTUALIZACIÓN DEL COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN 12,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN 12,00%	INGRESO ACTUALIZADO
0						
1	454.979,09	0,892857143	406.231,33	545.974,90	0,892857143	487.477,59
2	477.526,02	0,797193878	380.680,82	573.031,23	0,797193878	456.816,99
3	501.200,31	0,711780248	356.744,48	601.440,37	0,711780248	428.093,37
4	526.058,30	0,635518078	334.319,56	631.269,96	0,635518078	401.183,47
5	552.159,20	0,567426856	313.309,96	664.304,98	0,567426856	376.944,49
Fuente: Cuadro N° 94			<b>1.791.286,14</b>			<b>2.150.515,91</b>
Elaboración: El Autor					<b>R B/C</b>	<b>1,20</b>

$$BC = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$RBC = \frac{2150515,91}{1791286,14}$$

$$RBC = 1,20 \text{ dólares}$$

**Análisis.-** Según el resultado obtenido la relación beneficio costo para el proyecto es mayor que uno (1.20), por lo tanto es financieramente aceptado lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,20 centavos de rentabilidad o utilidad.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS

Cuadro N° 99								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN INCREMENTO EN LOS COSTOS								
RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)								
AÑO	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIG. AUMENTADO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
		13,62%		FLUJO NETO	TOR DE ACTUALIZAC	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
					49,00%	Tm	50%	TM
0				-54.359,53		-54.359,53		-54.359,53
1	454.979,09	516.947,24	545.974,90	29.027,67	0,67114094	19.481,65	0,67	19.351,78
2	477.526,02	542.565,07	573.031,23	30.466,16	0,450430161	13.722,88	0,44	13.540,52
3	501.200,31	569.463,79	601.440,37	31.976,58	0,302302121	9.666,59	0,30	9.474,54
4	526.058,30	597.707,44	631.269,96	33.562,52	0,20288733	6.809,41	0,20	6.629,63
5	552.159,20	627.363,28	664.304,98	36.941,70	0,136165993	5.030,20	0,13	4.864,75
Fuente: Cuadro N° 94					TOTAL	<b>351,20</b>	TOTAL	<b>-498,31</b>
Elaboración: El Autor								

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 49 + 1 \left( \frac{351,20}{351,20 - (-498,31)} \right)$$

$$NTIR = 49,41\%$$

**Diferencias TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR**

$$\text{Diferencias TIR} = 96,84 - 49,41$$

$$\text{Diferencias TIR} = 47,43\%$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{\text{Diferencias TIR}}{\text{TIR Proyecto}}$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{47,43\%}{96,84}$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \mathbf{48,98\%}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}} \times 100$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{48,98}{49,41} \times 100 = \mathbf{0.99}$$

**ANÁLISIS.-** Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta 13,62% en los costos demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS

Cuadro N° 100								
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON UN DECREMENTO EN LOS INGRESOS								
RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)								
AÑO	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL. DISMINUIDO	COSTO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
		11,35%		FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
				49,00%	Tm	50%	TM	
0				-54.359,53		-54.359,53		-54.359,53
1	545.974,90	484.006,75	454.979,09	29.027,67	0,67114094	19.481,65	0,67	19.351,78
2	573.031,23	507.992,18	477.526,02	30.466,16	0,450430161	13.722,88	0,44	13.540,52
3	601.440,37	533.176,88	501.200,31	31.976,58	0,302302121	9.666,59	0,30	9.474,54
4	631.269,96	559.620,82	526.058,30	33.562,52	0,20288733	6.809,41	0,20	6.629,63
5	664.304,98	588.906,37	552.159,20	36.747,17	0,136165993	5.003,71	0,13	4.839,13
Fuente: Cuadro N° 94				TOTAL		<b>324,72</b>	TOTAL	<b>-523,93</b>
Elaboración: El Autor								

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$\text{NTIR} = 49 + 1 \left( \frac{324,72}{324,72 - (-523,93)} \right)$$

$$\text{NTIR} = 49,38\%$$

**Diferencias TIR = TIR Proyecto – Nueva TIR**

$$\text{Diferencias TIR} = 96,84\% - 49,38\%$$

$$\text{Diferencias TIR} = 47,46\%$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{\text{Diferencias TIR}}{\text{TIR Proyecto}}$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = \frac{47,46}{96,84}$$

$$\text{Porcentaje de Variación} = 49,007$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\text{Porcentaje de Variación}}{\text{Nueva TIR}} \times 100$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{49,007}{49,38} \times 100 = 0.99$$

**ANÁLISIS.-** Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución de hasta 11,35% en los ingresos, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.



## **h. CONCLUSIONES**

- El estudio de mercado demuestra que la demanda Insatisfecha para el primer año es de 1´494.638 visitantes de restaurantes en el sector de la Loma de Puengasí y para el quinto año es de 1´596.541, por lo que se demuestra que el proyecto brindará una nueva oportunidad de negocio.
- El Estudio técnico muestra que se podrá tener una capacidad instalada de 184320 platos anuales; sin embargo en el primer año se estima trabajar con un 75% de la capacidad llegando al quinto año utilizar el 95% de la capacidad.
- La ubicación propuesta del restaurant es ideal debido a las vías de acceso del sector y la alta circulación de vehículos que se dirigen hacia el valle de los chillos, de manera especial los fines de semana.
- La ejecución de este proyecto permitirá generar ocho plazas de empleo en un inicio

- La conformación legal de la empresa será mediante responsabilidad limitada con la conformación de dos socios; con la razón social “EL PEZ LEÑADOR CIA LTDA”
- La ejecución de este proyecto requiere de la inversión de \$54.359,53 dólares los cuales serán financiados el 40% por aporte de los accionistas y el restante mediante un crédito al Banco Pichincha C.A, a una tasa del 12% anual.
- Se estima obtener una utilidad de \$52.208,85 en el primer año de funcionamiento, mientras que al quinto se reportaría una utilidad de \$63.360,27 .
- El punto de equilibrio en el primer año se dará con el restaurante trabajando al 35,95% de la capacidad instalada y facturando \$196.260,58 , a partir de dicho valor la empresa comenzará a reportar ganancias.
- El VAN o valor actual neto del proyecto es de \$151.498,76 ; al ser positivo demuestra que es conveniente aceptar el proyecto.
- El TIR o tasa interna de retorno del proyecto es de 96,84%, cuyo valor es superior al costo de capital del 12%, resultado que demuestra que el proyecto es factible.

- La inversión se recuperaría en dos años y catorce días, es decir en un tiempo razonable y antes de que se cumpla la vida útil del proyecto
- La relación costo beneficio (RBC) es de 1,20; lo que significa que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de veinte centavos.
- El análisis de sensibilidad muestra que el negocio puede soportar incremento del 13,62% de sus costos y una disminución del 11,35% de los ingresos.
- Según los resultados obtenidos el proyecto es viable y factible, cuya ejecución permitirá obtener ganancias para los inversionistas y generar fuentes de empleo para el sector.

## **i. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la calidad en la preparación de los alimentos y la calidez en la atención a los clientes sean las principales características del restaurante.
- Se debe considerar que en un inicio el restaurante requerirá de promociones y publicidad que le permitan dar a conocer los servicios que se ofrecerán a la clientela,.
- Se recomienda la ubicación y distribución de la planta propuesta en el estudio técnico, ya que permitirá satisfacer la necesidad de alimentación de la población del sector y alojar cómodamente a los comensales.
- El personal contratado deberá ser evaluado en los aspectos tanto técnicos como de servicio para que estén en capacidad de satisfacer las exigencias de los clientes.
- Se recomienda que las utilidades obtenidas sean reinvertidas para ampliar la capacidad del restaurante y lograr ampliar la participación en la demanda insatisfecha
- Se debe monitorear permanentemente los resultados obtenidos de tal manera que estén alineados con los presupuestos de este estudio para lograr la sostenibilidad del proyecto.

## j. BIBLIOGRAFIA

- Nogues, Jacinto. 2003. El Asado Argentino : Consejos y Secretos para hacer la mejor carne del mundo
- Salgado, Héctor. 2005. Secretos de los Asados, Ediciones Granica S.A
- Mejías, Magdalena. 2007. La salud está en su despensa: El poder curativo de los alimentos. EDAF
- Fernandez, Saul. 2007. Los Proyectos de Inversión: Evaluación Financiera. Editorial Tecnológica de Costa Rica
- Ramon Companys ,Pascual. 1988. Planificación y rentabilidad de proyectos industriales. P 31
- FERRE TRENZANO, José María. 1997. Los Estudios de Mercado. P19
- GUTIERREZ, Raúl. 1999. Ventas y Mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa. P19
- LIPIDON CASTILLO, Jesús. 1998. Conceptos Básicos de Economía. P57.
- CASADO DIAZ, Ana. 2010. Introducción al Marketing. P103.
- BACA URBINA, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, Tercera Edición, Mc. Graw Hill, México 1995.. Pp 36
- GUTIERREZ, Raúl. 1999. Ventas y Mercadotecnia para la pequeña y mediana empresa.
- ILPES. 2001. Guía para la presentación de proyectos. P91
- MIRANDA, Juan José. 2005. Gestión de Proyectos: Identificación Formulación Evaluación Financiera. P119.
- ROSALES POSAS, Ramón. 2005. La Formulación y la Evaluación de Proyectos . UNED. P116
- BACA URBINA Gabriel, Proyecto de Inversión MCGRAW HILL, México 2008

- MARIN, Roberto. Manual del Parrillero Criollo, Ediciones Granica S.A
- VÁZQUEZ Víctor H., Organización Aplicada, 1985, pág. 122.
- Cegarra Sánchez, José. 2011. Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Ediciones Díaz Santos.
- Vázquez, Luisa. Ferreira, Rejane. Mogollon Amparo. Delgado, Eugenia. Vargas, Ingrid. 2006 Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud. Servei de Publicaciones. Primera Edición.
- Garza Mercado, Ario. 2007. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades. El colegio de México.
- Yuni, José. Urbano, Claudio. 2006. Técnicas para investigar 2. Editorial Brujas.
- MONTALVAN, Cesar. 1999. Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa. Universidad Iberoamericana. P25.
- <http://www.inec.gob.ec>.- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.
- <http://www.inec.gob.ec>.- Población y Tasas de Crecimiento Intercensal de 2010-2001 por sexo, según parroquias
- <http://poderes.com.ec/2013/el-pib-crecio-un-501-en-el-2012/>

**k. ANEXOS**

**ANEXO 1**

**RESUMEN DEL PROYECTO**

**a. TEMA.**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO”**

## b. PROBLEMÁTICA



<b>PROBLEMA CENTRAL</b>	
La necesidad de alimentación saludable de los pobladores de la Loma de Puengasí está insatisfecha.	
<b>Causas</b>	<b>Efectos</b>
En el sector de la Loma de Puengasí, no existen muchos establecimientos que expendan comida saludable	Los Habitantes del sector de la Loma de Puengasí ingieren altas cantidades frituras
<b>ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN</b>	
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE PESCADOS ASADOS EN EL SECTOR LOMA DE PUENGASÍ AL SUR DE QUITO.	



## **Delimitación del Problema**

**Temporal:** El período estimado para el desenvolvimiento total de este estudio será aproximadamente seis meses

**Espacial:** El estudio del presente proyecto se realizará en el sector sur de la ciudad de Quito específicamente en el Barrio la Loma de Puengasí.

## **Formulación del problema**

La investigación se centrará en contestar la siguiente interrogante:

¿La creación de un restaurante especializado en pescados asados ubicado en el sector de la Loma de Puengasí al sur de Quito, resultará factible o no tanto técnica como financieramente?

## **Descripción del Problema**

La falta de un establecimiento que expenda comida saludable en el sector de la Loma de Puengasí, conlleva a que los moradores ingieran altas cantidades de grasas y demás alimentos que afectan al sistema cardiovascular.

Hoy en día las enfermedades cardiovasculares provocadas por una mala alimentación son muy comunes en la población ecuatoriana.

El problema alcanza tal gravedad que incluso la Organización mundial de la salud reconoció a la obesidad como una enfermedad caracterizada por un incremento de la grasa corporal que pone en riesgo la salud de las personas.

La principal causa de este mal es la ingesta de altas cantidades de grasas insaturadas provenientes de frituras.

En el sector de la Loma de Puengasí, existe un sin número de establecimientos que expenden comida rápida caracterizada por su alto

contenido de grasa saturada, como hamburguesas, papas fritas y demás frituras.

Las múltiples ocupaciones y el escaso tiempo de los pobladores los obliga a la optimización del tiempo en los aspectos inclusive básicos del ser humano como lo es la alimentación.

Pero el alimentarse ya no es suficiente ahora es necesario alimentarse sanamente; sin embargo a pesar de existir un sinnúmero de establecimientos de comida rápida en este sector, no satisfacen a plenitud la necesidad de la una alimentación saludable.

Por ello propongo la creación de un lugar alternativo de alimentación para los pobladores del sector de la Loma de Puengasí donde se expendan comida saludable cuya preparación este basada en la cocción mediante técnicas de asado.

En este lugar el producto estrella será el pescado asado.

De esta manera se cubrirá el requerimiento de alimentarse en un tiempo apropiado pero sobre todo de manera sana que es lo más importante.

## **c. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad para la creación de un restaurante de pescados asados en el sector Loma de Puengasí al sur de Quito

### **Objetivos Específicos**

- Realizar el estudio de mercado que permita conocer los posibles demandantes y ofertantes del producto, y proponer un plan de comercialización para el sector de la Loma de Puengasí
- Efectuar el estudio Técnico que permita determinar el tamaño de la planta la localización y la ingeniería de implementación del restaurante propuesto.
- Realizar el estudio administrativo – organizacional para establecer la estructura jerárquica empresarial y su base legal.
- Realizar el estudio Económico Financiero para determinar las inversiones, el tamaño de la inversión y los presupuestos.
- Efectuar el estudio de evaluación Financiera evaluación financiera, para determinar la rentabilidad del proyecto, aplicando los indicadores de evaluación, Valor actual neto (VAN), Relación beneficio Costo (RBC), Periodo de recuperación de capital (PRC), Tasa interna de retorno (TIR), y el Análisis de sensibilidad.

## d. METODOLOGÍA

### Métodos

Para la realización del proyecto de investigación se realizará un estudio descriptivo y explicativo analizando las características y cualidades del sector alimenticio del mercado Quiteño específicamente del barrio San Isidro de la Loma de Puengasí.

El método que se utilizará será el **Método Deductivo**, el cual consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas.<sup>48</sup>

En el caso del presente proyecto la hipótesis planteada sugiere que será factible la creación de la micro empresa el pez leñador en el sector de la Loma de Puengasí, y se comprobará con los resultados obtenidos si realmente será factible o no la implementación de este negocio.

De igual manera se utilizará el **Método Inductivo**, que consiste en basarse en enunciados singulares, tales como las descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales tales como hipótesis o teorías.<sup>49</sup>

En el caso de la presente investigación me basaré en las teorías referentes a la preparación y comercialización del producto estrella del Pez Leñador, así como demás teorías administrativas científicas que sustentan teóricamente el proyecto.

---

<sup>48</sup> Cegarra Sánchez, José. 2011. Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica. Ediciones Díaz Santos.

<sup>49</sup> Ibid,

## Técnicas

Las técnicas utilizadas en este proyecto de investigación serán:

**Entrevista:** Es una conversación en la que se ejercita el arte de formular preguntas y escuchar respuestas y tiene un propósito determinado, que es la obtención de información.<sup>50</sup>

En el caso particular de este proyecto, entrevistaremos a expertos y profesionales en la materia gastronómica, así como también a personas del sector de la Loma de Puengasí, que puedan aportar con información referente al proyecto de investigación.

**Encuesta:** Se caracteriza por la recopilación de testimonios, orales o escritos, provocados o dirigidos con el propósito de averiguar hechos, opiniones o actitudes.<sup>51</sup>

En el caso de este proyecto la encuesta estará dirigida a la muestra de población del sector de la Loma de Puengasí.

**Observación Científica:** Es una técnica de recolección de información consistente en la inspección y estudio de las cosas o hechos tal como acontecen en la realidad mediante el empleo de los sentidos, conforme a las exigencias de la investigación científica y a partir de las categorías perceptivas construidas a partir y por las teorías científicas que utiliza el investigador.<sup>52</sup>

En el caso de este proyecto, observaré a establecimientos que propongan en servicio o producto similar al propuesto para tener una base del cómo preparar el producto y mejorar la técnica observada. Así mismo se experimentará con el producto obtenido antes de comercializarlo.

---

<sup>50</sup> Vázquez, Luisa. Ferreira, Rejane. Mogollon Amparo. Delgado, Eugenia. Vargas, Ingrid. 2006. Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud. Servei de Publicacions. Primera Edición.

<sup>51</sup> Garza Mercado, Ario. 2007. Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades. El colegio de México.

<sup>52</sup> Yuni, José. Urbano, Claudio. 2006. Técnicas para investigar 2. Editorial Brujas.

## Población y muestra

### Población

El presente estudio se desarrollará en el sector de la Loma de Puengasí el cual es un sector populoso de la ciudad de Quito. Está ubicado en el sector centro sur. El barrio se denomina San Isidro de Puengasí, y cuenta con una población total de 17997 habitantes<sup>53</sup>.

Para el INEC proporcionar esta información, solicitó dividir por zonas y sectores al Barrio San Isidro de Puengasí; así de tal forma, se escogió las zonas 208,209, 2010, 212, y 214, cuya ubicación esta cercana al lugar donde se propone establecer el Restaurante.

### Proyección

La fórmula que utilizaré para proyectar la población del sector de la loma de Puengasí es:

$$Pn = PA(1 + tc)^n$$

Donde:

P= Población

n= años a proyectar

PA= Población actual

tc= Índice de crecimiento

Así según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), de acuerdo con el censo de población y vivienda efectuado el 2010, señala que en el sector de la Loma de Puengasí existen 17 997 habitantes<sup>54</sup>.

También señala que el índice de crecimiento es del 1,95%<sup>55</sup>

Para establecer la población existente en el año 2013 aplico la fórmula:

<sup>53</sup> <http://www.inec.gob.ec>- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>54</sup> <http://www.inec.gob.ec>- Información Censal Cantonal, Población por área según provincia, cantón y Empadronamiento.

<sup>55</sup> <http://www.inec.gob.ec>- Población y Tasas de Crecimiento Intercensal de 2010-2001 por sexo, según parroquias

$$P = 17997(1 + 1,95\%)^3$$

La población en el sector de la Loma de Puengasí en el año 2013 será de aproximadamente 19070 habitantes.

### **Tamaño de la Muestra.**

Se debe tomar en cuenta que el negocio que se pretende emprender tiene como clientes familias, por lo que es importante dividir la población 4, ya que se estima que existen 3,8 miembros por familia promedio, así de esta manera la población para la muestra será de: 4861.

### **Determinación de la muestra.**

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población 4861 (Habitantes del sector de la Loma de Puengasí).

e2 = Margen de error, se aplica el 5%.

$$n = \frac{N}{1 + e^2 N} = \frac{4861}{1 + (0,05)^2 (4861)} = \frac{4861}{13,1525} = 369,58$$

**n = 370 encuestas.**

Es decir se aplicará la encuesta a al menos 370 pobladores del sector.

## ANEXO 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES**

Reciba un cordial saludo como Egresado de la Universidad Nacional de Loja solicito comedidamente que esta encuesta sea realizada con la mayor sinceridad para garantizar la veracidad de los resultados. **El propósito es determinar la Factibilidad para la Creación de un Restaurant de pescados asados en el sector de la Loma de Puengasí, al sur de la ciudad de Quito.**

### ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA

1. ¿Cuál es su edad?

- 18-30 ( )
- 31-43 ( )
- 44-56 ( )
- 57-69 ( )

2.- ¿De cuántos miembros se compone su familia?

ALTERNATIVA

1 a 2 ( )

3 a 4 ( )

Más de 5 ( )



**3. ¿Asiste usted a restaurantes? DEMANDA POTENCIAL**

**Sí. ( )**

**No. ( )**

**4. ¿Con que frecuencia visita los restaurantes?**

**Diario. ( )**

**Semanal. ( )**

**Mensual. ( )**

**Trimestral. ( )**

**5. ¿En su alimentación consume habitualmente pescado? DEMANDA REAL.**

**Sí. ( )**

**No. ( )**

**6. ¿Con qué frecuencia mensual consume pescado?**

**1 vez al mes. ( )**

**2 veces al mes. ( )**

**3 veces al mes. ( )**

**4 veces al mes. ( )**

**Más de 5 veces al mes. ( )**

**7. ¿Cuál es la preparación de pescado de su preferencia?**

**Asado. ( )**

**Frito. ( )**

**Al horno. ( )**

**Al vapor. ( )**

**8. ¿Cuál es la porción ideal que usted prefiere en la presentación del plato de pescado?**

**Pequeño de 50 gr. ( )**

**Mediano de 100 gr. ( )**

**Grande de 150 gr. ( )**

9. ¿Qué factor considera más importante al momento de degustar el plato de pescado?

- Precio. ( )
- Calidad. ( )
- Sabor. ( )
- Presentación. ( )

10. ¿Cómo prefiere que esté acompañado la presentación del plato de pescado?

- Con arroz. ( )
- Con papas fritas. ( )
- Con yucas. ( )
- Con plátano. ( )

11. ¿Sí se creara un restaurante especializado en pescados asados en el sector Loma de Puengasí al sur de Quito, usted consumiría nuestro producto?

- Sí. ( )
- No. ( )

12. ¿Qué precio pagaría por un plato de pescado asado de alta calidad?

- De 3 a 5 dólares. ( )
- De 6 a 9 dólares. ( )
- De 10 a 13 dólares. ( )
- Más de 14 dólares. ( )

13. ¿Qué promociones desearía que ofrezca el nuevo restaurante?

- Sorteos mensuales. ( )
- Descuentos personales. ( )
- Producto gratis. ( )

14. ¿Qué medio publicitario usted preferiría para el nuevo restaurante?

- Televisión. ( )
- Radio. ( )
- Prensa escrita. ( )
- Hojas volantes. ( )

### ANEXO 3

## LOCAL A REMODELAR PARA IMPLEMENTAR EL RESTAURANTE



## ANEXO 4

### FOTOGRAFIA PARRILLA INDUSTRIAL DE PIEDRA VOLCÁNICA



# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	44
f. RESULTADOS .....	50
g DISCUSIÓN .....	68
h. CONCLUSIONES .....	179
i. RECOMENDACIONES .....	182
j. BIBLIOGRAFÍA .....	183
k. ANEXOS .....	185
ÍNDICE .....	199