



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

**Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas
y Hoteleras**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:**

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

**“Creación de un Restaurante Familiar “Vista Hermosa” en el
Mirador de la Cruz del Cerro de La Pata Grande”**

Presentado por:

Lisette Cañizares Barahona

Luis Guillermo Feijoo Castro

DIRECTOR: Ing. Said Diez Farhat, MBA

Guayaquil, 8 de diciembre de 2011

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado con mucho amor a mis padres Víctor H. Cañizares y la Ab. Dolores Barahona, a mis hermanas Karina y Jacqueline de igual manera a mis tres sobrinos.

Lisette Cañizares B.

DEDICATORIA

A mis padres Miguel Ángel Feijoo y Rosa Melida Castro, mis hermanos y a mis amigos que me motivaron día a día para la elaboración de mi proyecto.

Y en especial a Dios que me ha dado salud y fuerzas para cumplir mi deseo de ser profesional.

Luis G. Feijoo

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mi madre por ser madre y padre, por todo su esfuerzo durante estos años por darme una carrera profesional, por estar a mi lado brindándome las fuerzas necesarias en todo momento y creer en que podía siempre salir adelante.

Agradezco a nuestro Director de Proyecto Ing. Said Diez Farhat, MBA quien ha dedicado parte de su tiempo para ayudarnos y guiarnos en la realización de este proyecto.

Agradezco a mi compañero de proyecto Luis G. Feijoo por su esmero, perseverancia y apoyo para llegar a la meta deseada.

Agradezco a todos mis amigos en especial a Jorge Luis por su ayuda para hacer posible la elaboración de nuestro proyecto.

Lissette Cañizares B.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios quien me permitió llegar a cumplir uno de mis grandes anhelos de convertirme en un profesional.

Segundo a mis padres quienes siempre me brindaron su apoyo incondicional para cumplir mis metas y vencer obstáculos que se presentan en la vida universitaria, además inculcarme que la mejor oportunidad que pueden brindarle a un hijo es de convertirse en un excelente profesional.

Al Ing. Said Diez Farhat, MBA por guiarme en todo lo que respecta a mi proyecto y por sus enseñanzas durante la carrera.

A mis amigos que me apoyaron en todos los momentos y durante la creación del proyecto.

Luis G. Feijoo

ÍNDICE

Carátula	I
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	IV
Índice General.....	VI
1. Resumen Ejecutivo.....	1
2. Título del Proyecto.....	2
3. La Oportunidad.....	2
4. Descripción de la empresa.....	3
a. Razón social.....	3
b. Nombre comercial.....	3
c. Lugar y Fecha de constitución.....	3
d. Fecha de inicio de operaciones.....	3
e. Nombre.....	3
f. Logotipo.....	3
g. Slogan.....	4
h. Papelería.....	4
i. Misión.....	5
j. Visión.....	5
k. Valores Corporativos.....	6
l. Objetivos de la empresa.....	6
I. Objetivo General.....	6
II. Objetivo Especifico.....	6
m. Naturaleza del Productos o Servicios.....	6
n. Cuadro de Accionistas.....	7
5. Diagnóstico.....	8
a. Planteamiento del problema.....	8
I. Justificación.....	8
II. Contribución potencial del estudio.....	9
III. Relación con otros problemas o fenómenos.....	9
IV. Contextualización del problema.....	10
V. Pronóstico o provisión.....	11
VI. Alternativas de solución al problema.....	11

VII.	Objetivos de la investigación.....	11
	a) Objetivos generales.....	11
	b) Objetivos específicos.....	11
VIII.	Metodología.....	12
	a) Justificación del método	12
	b) Muestra.....	12
	c) Técnicas de recolección de datos.....	12
	d) Técnicas y métodos de análisis de datos.....	13
IX.	Hipótesis.....	14
X.	Marco teórico.....	14
XI.	Marco referencial.....	15
b.	Análisis del entorno.....	15
	I. Macro Entorno.....	15
	1. Entorno político.....	16
	2. Entorno económico.....	17
	3. Entorno social.....	21
	4. Entorno tecnológico.....	23
	II. Micro Entorno.....	24
	a) Clientes internos.....	25
	b) Clientes externos.....	25
	c) La competencia.....	26
	d) Sustituto.....	26
	e) Barreras de entrada y de salida.....	26
6.	Plan de Marketing.....	27
	a. Análisis Situacional	28
	I. Análisis de Mercado.....	28
	II. Análisis FODA.....	28
	III. Análisis de Competencia.....	29
	IV. Productos y servicios.....	30
	V. Factores Críticos de Éxito.....	31
	b. Estrategias de Marketing.....	31
	I. Objetivos de Marketing.....	31
	II. Objetivos financieros.....	31

III.	Segmentación y mercado meta.....	32
IV.	Posicionamiento.....	32
V.	Estrategias de Marketing Mix.....	33
1.	Producto.....	33
2.	Precio.....	34
3.	Plaza	35
4.	Promoción.....	35
VI.	Detalle de costo de publicidad.....	36
c.	Investigación de Mercado.....	37
I.	Definición del problema.....	38
II.	Hipótesis.....	38
III.	Métodos de investigación.....	38
IV.	Métodos de muestreo.....	38
V.	Tamaño de la muestra.....	39
VI.	Formato de la encuesta.....	39
VII.	Presentación y análisis de la encuesta.....	43
7.	Plan Operativo.....	51
a.	Distribución física de la planta.....	51
b.	Planta General.....	52
c.	Fachadas de la planta.....	53
d.	Días de funcionamiento.....	54
e.	Horario de funcionamiento.....	54
f.	Infraestructura.....	54
g.	Proceso productivo o de entrega del servicio.....	57
h.	Perfiles y manual de funciones de empleados.....	58
I.	Estructura organizacional.....	58
II.	Propietarios.....	59
III.	Empleados.....	59
a)	Administrador/Gerente.....	59
b)	Chef.....	60
c)	Ayudante de cocina.....	61
d)	Meseros.....	62
e)	Limpieza.....	64

f) Seguridad.....	65
IV. Contratación.....	66
V. Selección.....	66
VI. Entrenamiento.....	67
VII. Control y disciplina.....	67
VIII. Evaluación del desempeño.....	68
IX. Uniformes.....	68
i. Política de calidad.....	69
j. Proceso de control de calidad.....	69
I. Proveedores.....	69
II. Punto clave.....	70
k. Proceso de recepción de materia prima.....	70
l. Normas de higiene.....	71
m. Provisión de agua, generadores de energía.....	72
n. Almacenaje de productos.....	73
I. Alimentos perecederos.....	74
II. Alimentos no perecederos.....	74
o. Almacenaje y manipulación de desechos.....	75
p. Plan de contingencia.....	76
8. Cronograma del proyecto.....	81
9. Estudio financiero.....	82
a. Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión.....	82
b. Fuente de financiamiento.....	82
c. Balance Inicial.....	83
d. Amortización del préstamo.....	83
e. Depreciación acumulada de activos fijos.....	85
f. Amortización de Gastos de constitución.....	87
g. Proyección de Ventas de Platos.....	88
h. Proyección de Ventas de bebidas.....	90
i. Proyección de ventas mensuales.....	93
j. Proyección de ventas anual.....	94
k. Cálculo de remuneraciones.....	94
l. Gastos mensuales.....	96

m. Estado de resultado mensual.....	98
n. Estado de resultado anual.....	99
o. Flujo de caja.....	100
p. Balance General.....	101
q. Punto de equilibrio.....	102
r. Ratios financieros.....	102
s. Análisis de sensibilidad.....	103
t. Análisis financiero.....	104
10. Sistema de Gestión y Monitoreo del proyecto.....	105
11. Conclusiones.....	105
12. Recomendaciones.....	107
13. Bibliografía.....	108
14. Anexos.....	109
a. Datos de la encuesta.....	109
b. Imágenes y vista panorámica mirador La Cruz.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de accionistas.....	7
Tabla 2: Planta turística.....	21
Tabla 3: Segmentación y mercado meta.....	32
Tabla 4: Detalle de costo de publicidad.....	37
Tabla 5: Tamaño de la muestra.....	39
Tabla 6: Cronograma de la obra.....	81
Tabla 7: Inversión inicial.....	82
Tabla 8: Fuentes de financiamiento.....	82
Tabla 9: Balance Inicial.....	83
Tabla 10: Amortización del préstamo.....	83
Tabla 11: Amortización del préstamo anual.....	84
Tabla 12: Amortización del préstamo mensual.....	84
Tabla 13: Depreciación acumulada de activos fijos.....	85
Tabla 14: Equipos de computación.....	85
Tabla 15: Muebles y enseres.....	85
Tabla 16: Muebles y enseres (edificación).....	86
Tabla 17: Depreciación acumulada de activos fijos.....	86
Tabla 18: Amortización de gastos de constitución.....	87
Tabla 19: Depreciación anual.....	87
Tabla 20: Costos de platos.....	87
Tabla 21: Proyección de ventas.....	88
Tabla 22: Meses de feriado.....	88

Tabla 23: Desglose de venta de cada plato.....	88
Tabla 24: Costo de producción de mensual.....	89
Tabla 25: Costos de bebidas.....	90
Tabla 26: Proyección de ventas.....	90
Tabla 27: Desglose de venta de bebidas.....	91
Tabla 28: Costo de producción mensual.....	92
Tabla 29: Proyección de ventas mensuales.....	93
Tabla 30: Proyección de ventas mensual (utilidad bruta).....	93
Tabla 31: Proyección de ventas anual.....	94
Tabla 32: Cálculo de remuneraciones.....	94
Tabla 33: Vacaciones y fondos de reserva.....	95
Tabla 34: Gastos mensuales.....	96
Tabla 35: Total gastos anuales.....	97
Tabla 36: Estado de resultado mensual.....	98
Tabla 37: Estado de resultado anual.....	99
Tabla 38: Flujo de caja.....	100
Tabla 39: VAN, TIR, B/C, TR.....	101
Tabla 40: Balance general.....	101
Tabla 41: Punto de equilibrio.....	102
Tabla 42: Ratios financieros.....	102
Tabla 43: Análisis de sensibilidad N.-1.....	103
Tabla 44: Análisis de sensibilidad N.-2.....	103
Tabla 45: Análisis de sensibilidad N.-3.....	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Riesgo País al 06 de Mayo del 2011.....	16
Gráfico 2: Índice de confianza en el Ecuador a Mayo del 2011.....	17
Gráfico 3: Producto Interno Bruto, PIB, Ingreso Per Cápita.....	18
Gráfico 4: Inflación mensual y anual del índice de precios al Consumidor.....	19
Gráfico 5: Inflación acumulada.....	19
Gráfico 6: Desocupación total y por sexo.....	20
Gráfico 7: Tiempo promedio dedicado actividades recreativas a nivel nacional al año 2005.....	22
Gráfico 8: Uso del tiempo promedio a comer a nivel nacional.....	22
Gráfico 9: Números de usuario de Internet a nivel nacional a marzo del 2011.....	23
Gráfico 10: Encuestas-sexo.....	43
Gráfico 11: Encuesta-edad.....	44
Gráfico 12: Encuesta - pregunta 1.....	44
Gráfico 13: Encuesta - pregunta 2.....	45
Gráfico 14: Encuesta - pregunta 3.....	45
Gráfico 15: Encuesta - pregunta 4.....	46
Gráfico 16: Encuesta - pregunta 5.....	46
Gráfico 17: Encuesta - pregunta 6.....	47
Gráfico 18: Encuesta - pregunta 7.....	47
Gráfico 19: Encuesta - pregunta 8.....	48

Gráfico 20: Encuesta - pregunta 9.....	48
Gráfico 21: Encuesta - pregunta 10.....	49

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Logotipo.....	3
Ilustración 2: Papelería	4
Ilustración 3: Tarjeta de presentación.....	5
Ilustración 4: Técnica y métodos de análisis de datos.....	13
Ilustración 5: Fuerzas Porter.....	24
Ilustración 6: Menú.....	30
Ilustración 7: Marketing Mix.....	33
Ilustración 8: Listado de platos.....	34
Ilustración 9: Listado de precios.....	35
Ilustración 10: Plano.....	51
Ilustración 11: Planta General.....	52
Ilustración 12: Fachadas de la planta.....	53
Ilustración 13: Proceso del Servicio.....	57
Ilustración 14: Organigrama.....	58
Ilustración 15: Uniforme.....	68

1. RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro estudio de factibilidad financiera para la creación de un restaurante familiar tipo rústico en la ciudad de Piñas provincia de El Oro se llevó a cabo con el propósito de poder determinar la viabilidad de la creación de este proyecto, el mismo que dividimos en varias etapas para poder obtener mejores resultados del análisis.

Iniciamos con la investigación del lugar que es el principal mirador turístico de Piñas, donde se construirá la infraestructura del restaurante por lo que se ha analizado sus características y ventajas turísticas.

Se elaboró también un análisis de los aspectos de la empresa y su servicio, centrándonos en el micro y macro entorno.

Posteriormente, se realizó el respectivo estudio de mercado para poder analizar y cubrir las necesidades y preferencias de quienes serán nuestros futuros clientes, y entre ellos detectar nuestro mercado objetivo. Luego de identificar nuestro mercado objetivo, creamos nuestro plan de marketing, que será el más conveniente para llegar a nuestro mercado.

Luego se realizó el respectivo estudio y recolección de datos generales de la obra y distribución de las futuras áreas del restaurante con su presupuesto y fecha de entrega de la construcción.

Para finalizar se elaboró la viabilidad financiera de llevar a cabo el proyecto. Dicho estudio nos brinda el monto de inversión para la creación del restaurante y su funcionamiento, valores de costos de producción y gastos, proyección de su demanda, para concluir con el flujo de caja con el cual logramos definir nuestro parámetro de rentabilidad, como la tasa interna de retorno de la inversión.

2. TÍTULO DEL PROYECTO

Creación de un Restaurante Familiar “Vista Hermosa” en el Mirador de la Cruz del Cerro de La Pata Grande.

3. LA OPORTUNIDAD

Entre una de las muchas costumbres y tradiciones que aún conservamos los ecuatorianos son las salidas familiares los fines de semana, y lo que mas se disfruta de aquellos paseos, es acudir a un buen restaurante, es así como nos hemos enfocado en la creación de el restaurante “Vista Hermosa” en el Mirador de la Cruz del Cerro la Pata Grande en Piñas, El Oro. Y en complemento a dicho restaurante proponemos una serie de actividades deportivas o recreativas orientadas a la interacción de las personas como: juegos deportivos ya sea indor o volley, así como también picnic para quienes prefieran disfrutar de su menú al aire libre en un entorno natural.

Restaurante “Vista Hermosa” en el Mirador de la Cruz del Cerro la Pata Grande, será una empresa dedicada a la preparación de los platos típicos más representativos del Ecuador.

Gracias a la realización de este proyecto lograremos un desarrollo turístico más elevado en el cantón Piñas brindando un producto de excelente calidad y haciéndole sentir al cliente que visitarnos fue su mejor elección.

4. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

a) **Razón Social**

Luis Guillermo Feijoo y Lissette Cañizares Barahona

b) **Nombre Comercial**

Restaurante Familiar “Vista Hermosa”

c) **Lugar y Fecha de constitución**

Piñas, El Oro – Lunes 26 de Diciembre del 2011

d) **Fecha de inicio de operaciones**

Miércoles 4 de Enero del 2012

e) **Nombre**

RESTAURANTE “VISTA HERMOSA”

El nombre guardará relación con la ubicación donde se encontrará situado el restaurante, debido a que esta cuenta con una vista panorámica de la ciudad y de alrededores naturales.

f) **Logotipo**



Ilustración 1: Logotipo

g) **Slogan**

El Buen Sabor de lo Tradicional

El slogan resaltará el tipo de comida que se ofrecerá en el restaurante, puesto que será netamente de comida típica del cantón y de algunos platos más representativos del país.

h) **Papelería**

- ✓ Hojas y sobres membretados

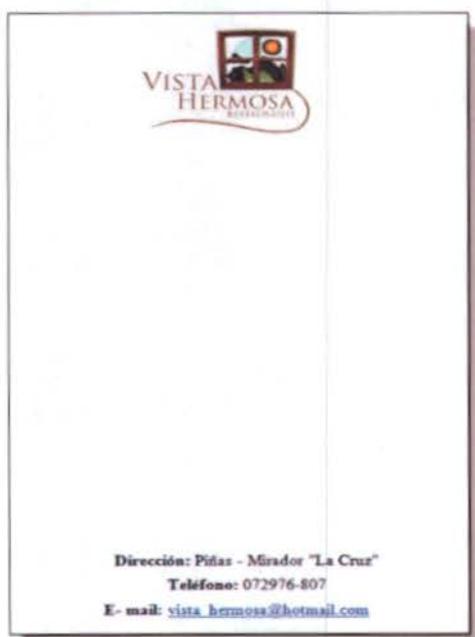


Ilustración 2: Papelería

Este tipo de documento se utilizará para elaborar cotizaciones, cartas y otros oficios que requerirán de una presentación más personal y formal. Este tipo de documento siempre deberá ir acompañado de un sobre membretado.

✓ Tarjeta de presentación

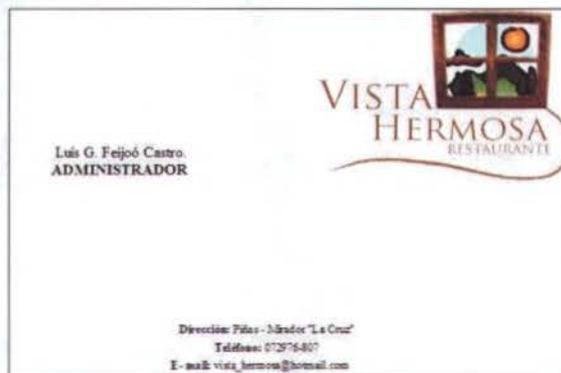


Ilustración 3: Tarjeta de Presentación

La tarjeta de presentación es una imagen visual con la información de contacto de una persona o empresa por lo que será importante disponer de ellas; ya que servirán como recordatorio de lo que hacemos o quiénes somos a la persona a la cual se la entregaremos.

i) Misión

Somos un restaurante familiar dedicado a ofrecer el mejor servicio de alimentos y bebidas con platos típicos representativos del país, brindando un lugar acogedor, con un entorno hacia la naturaleza inigualable que atraen a turistas nacionales y extranjeros.

j) Visión

Restaurante “Vista Hermosa” para el año 2016 nos visualizamos como un restaurante sólido, posicionados en la mente del consumidor como el mejor restaurante de comida típica en el cantón; proyectándonos al mercado a nivel nacional, representando la comida típica de las provincias.

k) Valores Corporativos

- Servicio
- Innovación
- Espíritu de Equipo
- Responsabilidad
- Equidad

l) Objetivos de la empresa

I) Objetivo General

Crear un restaurante en el que se ofrecerá y dará a conocer los diferentes platos culinarios tradicionales y representativos del país a un precio asequible, diferenciándonos de la competencia por ofrecer un excelente servicio, calidad de producto y agradable ambiente familiar.

II) Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio técnico, ubicación y factibilidad del proyecto.
- Delimitar el monto de la inversión para implementar el proyecto.
- Fijar el procedimiento y tiempo de recuperación de la inversión.
- Realizar un plan de marketing, para dar a conocer adecuadamente el restaurante

m) Naturaleza del Producto o Servicio

El proyecto se encuentra en la industria de alimentos y bebidas, enfocando en brindar comida típica ecuatoriana de preferencia de la región costa y sierra.

El restaurante contará con infraestructura rústica y un ambiente cálido que hará sentir al consumidor como en casa, además de estar rodeado de la naturaleza que brinda el Cerro de la Pata Grande.

Nuestros meseros serán nuestra mejor carta de presentación por lo que serán capacitados para ofrecer un buen servicio y trato al cliente.

n) Cuadro de Accionistas

SOCIO	APORTE
Socio: Lissette Cañizares B. 25% CAPITAL PROPIO	\$12.466,14
Socio: Luis G. Feijoo 25% CAPITAL PROPIO	\$12.466,14
CRÉDITO BANCARIO	
BNF 50% CRÉDITO	\$24.932,28
TOTAL	
INVERSIÓN INICIAL	\$49.864,56

Tabla 1: Cuadro de accionistas

5. DIAGNÓSTICO

a) Planteamiento del problema

Implementación de un restaurante típico para el fomento del turismo gastronómico en Piñas.

I. Justificación

En años recientes hemos visto el interés de los habitantes por la comida rápida o precocidas, especialmente por las nuevas generaciones que a su vez son de gran influencia en las personas que los rodean como familiares y amigos al momento de elegir que tipo de comida desean consumir, dejando como segunda opción la comida típica o platos tradicionales que han caracterizado a cada ciudad del país. Una de las causas principales para que esto se de en nuestro país puede ser la facilidad que el gobierno otorga permisos de apertura a restaurantes de cualquier categoría o especialidad, en respuesta al crecimiento de la población y basándose en la libre competencia.

La forma de alimentarse varía con el pasar del tiempo, actualmente con el nuevo rol que ha tomado la mujer en la sociedad de buscar una mayor participación en el campo profesional, ha provocado que se le dedique menor tiempo a la elaboración de los alimentos; puesto que las personas trabajan lejos de sus casas y encuentran en los restaurantes de comida rápida el ahorro de tiempo que es significativo en su hora de almorzar.

Hoy en día, la gastronomía ha tenido un auge significativo a nivel nacional gracias a los avances que se han suscitado dentro de las ciencias de la alimentación y de la nutrición; las cuales indican la suma importancia de tener una alimentación adecuada para tener buena salud, bienestar físico y emocional.

II. Contribución potencial del estudio

Mediante esta investigación queremos dar a conocer la importancia de la comida típica y sus beneficios para la juventud que no cuenta con buenos hábitos alimenticios desde que se incrementó la demanda en la industria de la comida chatarra:

La importancia de la gastronomía típica es que da a conocer la esencia de lo que es el país a lo largo de su historia y como esta se ha mantenido con el paso de las generaciones.

Los beneficios de la comida típica es que ayudan a reducir problemas de salud; puesto que es una mezcla de ingredientes saludables basada en granos, vegetales y frutas.

III. Relación con otros problemas y/o fenómenos

La gastronomía ecuatoriana ha ido perdiendo su valor en los jóvenes, debido a la influencia de las grandes cadenas de comida rápida de los países desarrollados que se han expandido rápidamente en los últimos años en nuestras ciudades.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), declara que la obesidad es como una epidemia global del siglo 21 y que su incidencia es cada vez mayor en las naciones en desarrollo; por lo tanto se estima que para el 2015 en el Ecuador exista un 58.3 % de sobrepeso y un 21,7 % de obesidad en las mujeres y un 46,5% y 8,9% en los hombres correspondientemente.

Por lo que nosotros hemos relacionado nuestro problema con la obesidad y el sobrepeso; la cual se debe a una acumulación anormal o excesiva de grasa que se da por llevar una alimentación de comida chatarra, en muchos casos es perjudicial para la salud.

IV. Contextualización del Problema

“La comida rápida produce sobrepeso en los adolescentes”

Un estudio relaciona de forma clara la cantidad de comida rápida que toma un adolescente con su obesidad; algo que, por otra parte, parece muy lógico. Teniendo en cuenta los problemas que causa el sobrepeso, deberíamos intentar un cambio de costumbres en ellos.

El estudio, realizado en Estados Unidos y publicado en "Pediatrics", se llevó a cabo sobre 14.355 chicos y chicas de 9 a 14 años y mostró una relación estrecha entre frecuentar locales de comida rápida y sobrepeso. Esta costumbre también supone seguir dietas insanas: toman menos frutas y verduras, más bebidas azucaradas y su comida es menos variada.

Cuando se toca el tema, muchos padres piensan que todavía son muy jóvenes para tener problemas de corazón y que ya tendrán tiempo, más adelante, de preocuparse por esas cuestiones. Por supuesto que es un tremendo error, ya que, en primer lugar, serán adultos con una obesidad establecida contra la que tendrán que luchar, lo que no es fácil. Pero además, habrán adquirido unas costumbres alimenticias que les condicionarán en gran medida.

Por otra parte, la obesidad puede ocasionar en quien la sufre problemas médicos desde muy joven, aunque mucha gente lo ignora. Adicionalmente, a esa edad se es muy vulnerable a ciertos aspectos psicológicos, como la autoestima derivada de la propia apariencia, y éste es un aspecto a tener muy en cuenta.

Una vez asumida la importancia del problema, la cuestión es cómo conseguir que nuestros hijos cambien sus costumbres alimenticias. Los autores del estudio, entre los que se encuentra la doctora Elsie Taveras, de la Escuela Pública de Salud de Harvard, resaltan la importancia de la educación nutricional, tanto de los hijos como de los padres.

V. Pronóstico o Provisión de lo que puede suceder si el problema no es solucionado

Si la comida rápida se transforma en un hábito, las consecuencias pueden ser:

- Pérdida del consumo en la comida típica de la ciudad.
- Cierre de negocios de alimentación y bebidas, reemplazados por la comida rápida.
- Aumento en problemas de salud como: exceso de peso, colesterol elevado, aumento de la presión arterial, etc.

VI. Alternativas de solución al problema planteado

- Ofrecer menús saludables y nutritivos.
- Fomentar en la juventud la importancia de lo que es para el país seguir manteniendo su identidad culinaria.

VII. Objetivos de la Investigación

a) Objetivos Generales:

Determinar las razones por las cuales se esta perdiendo la importancia de consumir la comida típica, especialmente en los jóvenes que prefieren la comida chatarra.

b) Objetivos Específicos:

- Determinar las características sociales de los jóvenes que consumen comida chatarra.

- Obtener información sobre como la comida chatarra afecta en la salud de las personas.
- Establecer alternativas alimenticias saludables.
- Contribuir con campañas de concientización de buena alimentación sobre la problemática.

VIII. Metodología

Método de Investigación Acción y Método Ex Post Facts

a) Justificación del método

Para realizar el estudio sobre el comportamiento alimenticio de los jóvenes nosotros nos basamos en el método de “investigación acción” puesto que se enfoca en técnicas de investigación simultánea de conocimientos y cambios sociales. Lo hemos combinado también con el método “ex post facts” puesto que este nos ayuda a obtener información de la población mediante encuestas a un gran número de personas o también a través de cuestionarios y entrevistas.

b) Muestra

Nosotros vamos a estar dirigidos a personas que habitan en el cantón Piñas desde 20 años hasta adultos mayores, de nivel económico medio y medio alto.

c) Técnicas de recolección de datos

Las técnicas que vamos a emplear para nuestra investigación serán las siguientes:

- **Encuestas.-** se obtendrá información sobre las necesidades y preferencias de los habitantes y así se pueden obtener datos estadísticos de la información recolectada.

- **Entrevistas.-** la utilizaremos para obtener información de forma verbal, a través de preguntas, acerca de las necesidades que se desean saber. Los entrevistados deben estar relacionados con la investigación en cuestión, para que puedan darnos respuestas importantes.

d) Técnicas y métodos de análisis de datos

Para procesar los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en la población de Piñas, hemos decidido hacerlo para una mejor y sencilla interpretación mediante gráficos en forma de pastel y barras; los cuales serán reflejados en porcentajes para c

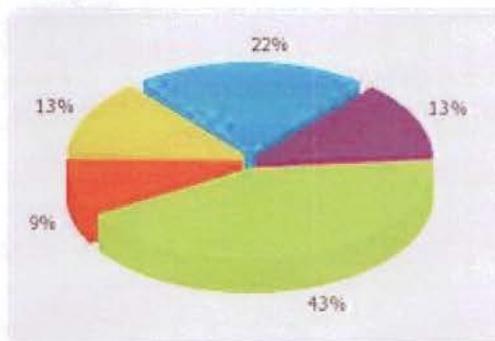


Ilustración 4: Técnicas y métodos de análisis de datos

IX. Hipótesis

Debido a los malos hábitos alimenticios, al sedentarismo y al consumo inadecuado de comida chatarra y más aún por el poco interés de las personas de mejorar sus costumbres en este problema que enfrenta la sociedad.

X. Marco Teórico

La obesidad

Según la Organización Mundial de la Salud (2010) declara que:

“La obesidad ha alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial, y cada año mueren, como mínimo, 2,6 millones de personas a causa de la obesidad o sobrepeso. Aunque anteriormente se consideraba un problema confinado a los países de altos ingresos, en la actualidad la obesidad también es prevalente en los países de ingresos bajos y medianos”.

Según La revista de la Organización Panamericana de la Salud en su artículo “Más peso, más riesgo” (2002) menciona que:

“La obesidad aumenta significativamente el riesgo de padecer ciertos trastornos de salud. Algunos de ellos son debilitantes o hasta ponen en peligro la vida. Las personas obesas tienen un riesgo de 50 a 100 por ciento mayor de morir de todas las causas en comparación con la gente de peso adecuado. Entre los adultos jóvenes (25 a 35 años), la obesidad grave aumenta el riesgo de muerte por un factor de 12. Para las personas obesas, el riesgo de sufrir de enfermedad coronaria, presión arterial elevada, artritis de las rodillas y gota se duplica. La obesidad duplica el riesgo de cáncer de mama, de endometrio o de colon, así como de trastornos hormonales, problemas de fecundidad y defectos del feto. El riesgo de diabetes y enfermedad de la vesícula es tres veces mayor para las personas obesas. Se ha demostrado que la distribución de la grasa corporal y los niveles de actividad física tienen sus propios efectos independientes sobre la salud. La grasa abdominal profunda en contraste con la grasa

concentrada en las caderas, las nalgas y los muslos- aumenta el riesgo, tanto de enfermedad cardíaca como de diabetes. La inactividad física, independientemente de la grasa corporal, aumenta el riesgo de diabetes, ataques cardíacos y accidentes cerebro vasculares, presión arterial elevada y de cáncer cervicouterino, ovárico, vaginal o de colon.”

XI. Marco Referencial

Según Juan Oliva (2009):

“La obesidad representa un problema de Salud Pública de gran magnitud a nivel mundial. Junto con la elevada carga de mortalidad prematura asociada a la obesidad y al elevado número de recursos asistenciales invertidos en su prevención y en el tratamiento de enfermedades directa o indirectamente asociadas a la misma, la obesidad supone una importe rebaja en la calidad de vida relacionada con la salud.” (p. 1).

b) Análisis del Entorno:

I. MACRO-ENTORNO

La sociedad y el entorno pueden ser influencia para la empresa y en ocasiones la determinan. Con el fin de conocer la influencia del entorno en la empresa analizaremos el PEST; el cual consiste en analizar la empresa bajo la perspectiva de cuatro variables:

1. Político
2. Económico
3. Social
4. Tecnológico

1. Entorno Político

El entorno político se entiende como el conjunto de variables relacionadas con la dirección de asuntos políticos que juegan un rol importante en lo que a el crecimiento económico, financiero y social de un país se refiere, la información que se genera respecto a la forma de gobierno, partidos políticos, relaciones exteriores y organizaciones internacionales influyen en la toma de decisiones financieras de inversión puesto que son considerados como factores relevantes para la toma de estas decisiones.

Riesgo País al 06 de Mayo del 2011

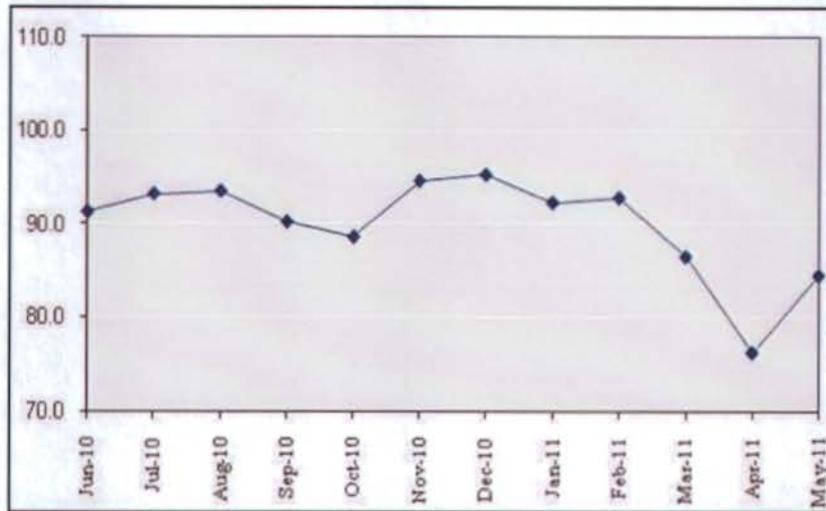


Fuente: BCE

Gráfico 1

El riesgo país del Ecuador actualmente se encuentra en un valor de 793.00, es el índice más alto de lo que va del año 2011 lo cual es perjudicial para las futuras inversiones en el país, debido a que los agentes financieros extranjeros ven con temor el poder establecer sus posibilidades de inversión en Ecuador; puesto que los capitalistas buscan ganancias para sus negocios y eso solo se los puede ofrecer un país políticamente estable; muestra de esto fue la crisis política que enfrento el país el día 30 de Septiembre del 2010 durante en Gobierno del Econ. Rafael Correa ante la sublevación de la Policía Nacional debido a la aprobación de la Ley Orgánica de Servicio Público en la Asamblea Constituyente que para muchos de los uniformados se veían directamente afectados a nivel económico quitándoles así el trato especial por haber formado parte de sus tropas; lo que conlleva a un intento de golpe de estado contra un gobierno democráticamente constituido.

Índice de Confianza en el Ecuador a Mayo 2011



Fuente: Deloitte

Gráfico 2

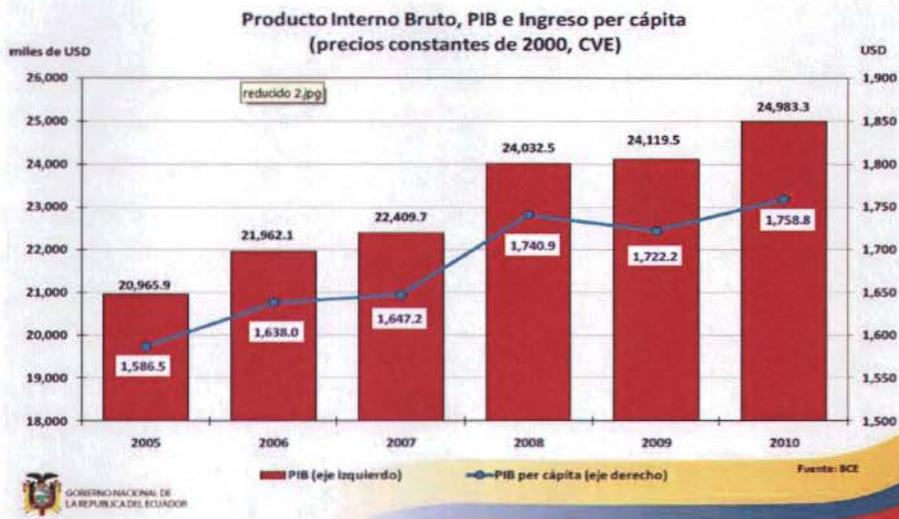
El Índice de Confianza Empresarial medido y monitoreado por Deloitte registró un incremento de 8.2 puntos ubicándose en 84.5 puntos de 250 posibles; si lo comparamos con mayo 2010 (81.6) se registra un ligero incremento.

Dentro de los factores positivos, los que mayor incidencia registran son el alto precio del petróleo, un menor desempleo y la estabilidad en las cifras macroeconómicas como inflación y tasas de interés, lo cual permite mantener un dinamismo de la economía.

2. Entorno Económico

En el entorno económico podemos decir que los principales factores que influyen en nuestro negocio dentro del macro entorno son el Producto Interno Bruto (PIB) e Ingreso per cápita, las tasas de inflación y las tasas de desempleo, pues son indicadores de crecimiento o de un desbalance en la economía del país que nos ayudarán a tomar futuras decisiones de expansión o de explorar en nuevos mercados.

Producto Interno Bruto, PIB e Ingreso per cápita



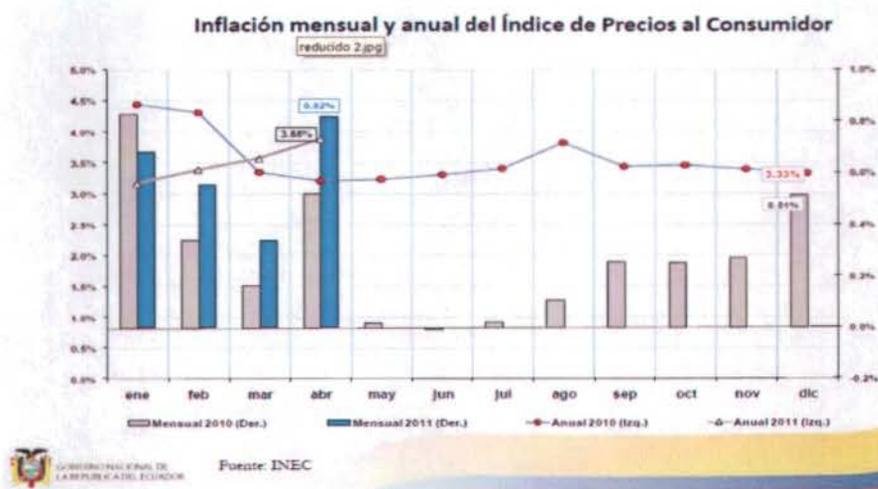
Fuente: B.C.E.

Gráfico 3

En el año 2010, el PIB per cápita se incrementó en 2.12% (al pasar de USD 1,722.2 en 2009 a USD 1,758.8 en 2010), resultado de la recuperación de la crisis económica mundial del año 2009. El crecimiento del PIB en el 2010 fue de 3.58%.

Podemos decir que el poder adquisitivo de los ecuatorianos ha tenido un incremento notorio en los últimos años y que esto es sumamente positivo para nuestro negocio ya que así habrá posibilidades muy fuertes de una ampliación en sus gastos.

Inflación mensual y anual del índice de Precios al Consumidor



Fuente: INEC

Gráfico 4

La inflación mensual de abril 2011 se ubicó en 0.82%, mostrando aceleración respecto a los tres meses anteriores y con indicativos de estacionalidad en dicho mes, ya que los precios al consumidor de igual mes del año anterior, aumentaron en 0.52%. En términos anuales, la inflación continúa aumentando, al situarse en el 3.88%.

Inflación acumulada mensual y anual del índice de Precios al Consumidor



Fuente: INEC

Gráfico 5

La inflación acumulada del período enero-abril 2011 fue de 2.41%, porcentaje superior al registrado en igual mes del 2010. Durante el período acumulado de 2011, la mayor inflación acumulada se registró en las divisiones de consumo de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (4.24%) y Prendas de Vestir y Calzado (3.39%).

Según con la información obtenida mediante el Banco Central del Ecuador respecto a la inflación en lo que corresponde al año 2011, no podemos precisar con exactitud cuales serian los ingresos que se podrían obtener, puesto que es un escenario muy variable.

Desocupación total y por sexo



Fuente: INEC

Gráfico 6

La tasa de desocupación total de marzo 2011 fue 7.0%. Por sexo, de las mujeres que conforman la PEA, el 9.1% se encontraban desocupadas, en tanto que la desocupación de los hombres se ubicó en el 5.5%, las dos con respecto a la PEA de su respectivo género. Las cifras muestran que el aumento del desempleo de las mujeres provocó un aumento a la tasa de desocupación total de marzo 2011.

El desempleo afecta directamente al gasto del consumo del consumidor y a la vez a la disponibilidad de mano de obra que no trabaja por alguna razón legalmente establecida.

Según el Barómetro Turístico del Ecuador que realizó el Ministerio de Turismo para Enero del 2011, indica que la planta turística instalada a nivel nacional actualizada a noviembre del 2010 se estructura de la siguiente manera:

Planta Turística a Noviembre 2010

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO
COMIDAS Y BEBIDAS	11.467
ALOJAMIENTO	3.695
AGENCIAS DE VIAJES	1.386
RECREACIÓN, DIVERSIÓN, ESPARCIMIENTO	721
TRANSPORTE TURÍSTICO	377
CASINOS, SALAS DE JUEGOS E HIPODROMOS	51
TOTAL GENERAL	17.697

Fuente: Catastro – MINTUR,
noviembre 2010

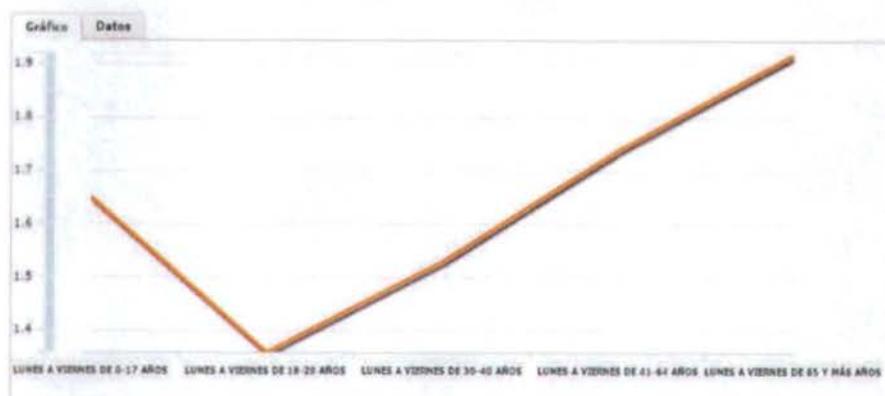
Tabla2: Planta Turística

Siendo alimentos y bebidas la actividad predominante que representa mayor participación en lo que se refiere a las actividades turísticas.

3. Entorno Social

El entorno socio-cultural tiene un vínculo muy fuerte con las empresas; los factores sociales como demografía, grupos de pertenencia o referencia, familia y status social definen el comportamiento de los clientes e incurren de manera directa en las actividades y decisiones de compra del individuo así mismo ayudan a las empresas a saber cuales son las necesidades de los clientes que se convertirían en sus potenciales consumidores si se vería afectada la demanda de sus productos o servicios y el tamaño del mercado potencial a cual se quieren dirigir.

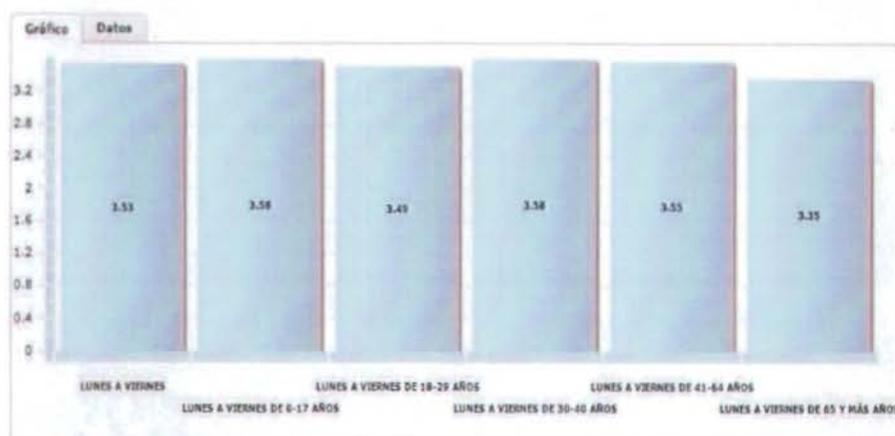
Tiempo promedio dedicado a actividades recreativas a nivel nacional al año 2005



Fuente: Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) – INEC

Gráfico 7

Uso del tiempo promedio dedicado a comer a nivel nacional



Fuente: Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo (ENEMDU) – INEC

Gráfico 8

Referente al proyecto por desarrollar a nivel social podemos decir que las costumbres que han ido adquiriendo y perdiendo las nuevas generaciones con respecto a los hábitos alimenticios y a las actividades de recreación afectarán nuestro negocio; puesto que ahora como podemos ver en los gráficos estadísticos según los estudios realizados en los últimos 6 años indican que los jóvenes no dedican mayor tiempo para las actividades recreativas así como también para la hora de comer; como si lo hacen los adultos mayores, debido a que en la actualidad los jóvenes dejan de lado la comida típica por la comida chatarra así como también por la demanda que ahora surge en el mercado de productos congelados y precocinados.

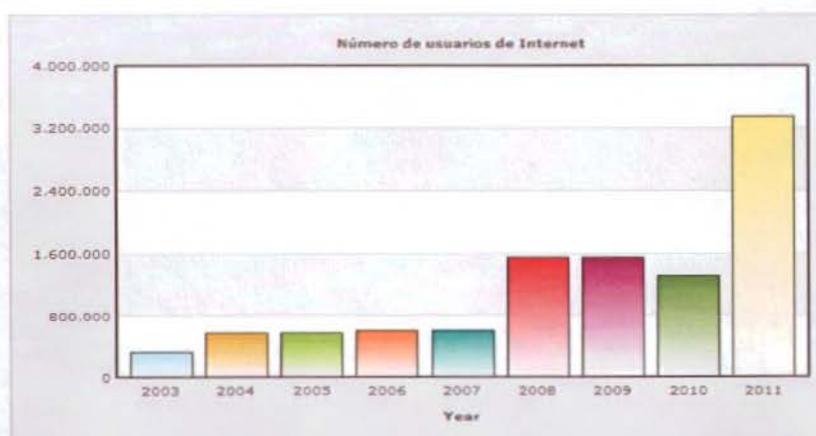
Por otro lado creemos que con el nuevo rol que ha tomado la mujer en la sociedad de buscar una mayor participación en el campo profesional siendo este más marcado en los últimos 10 años, según datos proporcionados por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de los 7.1 millones de mujeres existentes en el país, el 5.1 millones son económicamente activas, y es lo que da paso a que las familias tengan la necesidad de comer fuera del hogar debido a que se le dedica menor tiempo a la elaboración de los alimentos en los hogares y así se pierde el significado de lo que es comer en familia.

4. Entorno Tecnológico

En la actualidad la presencia de la tecnología en los negocios es primordial debido a que gracias a ella se logra tener un mejor y eficaz proceso productivo, cada tecnología nueva sustituye una tecnología vieja por lo que debemos estar en una mejora continúa.

Las fuerzas tecnológicas en relación con el servicio a ofrecer hace referencia a la utilización de equipos, utensilios y mobiliarios de cocina con los cuales se mantendrá el respectivo proceso de almacenamiento, conservación y elaboración de nuestros productos manteniéndolos frescos y sanos para así brindarle a los consumidores un producto de calidad y un servicio cada vez mas rápido para su satisfacción.

**Número de usuarios de internet a nivel nacional a marzo del 2011:
3.352.000**



Fuente: indexmundi.com

Gráfico 9

Como podemos darnos cuenta en el gráfico el acceso a internet ha tenido un gran auge a nivel país durante los últimos años, lo cual es otro aspecto positivo y de suma importancia en este entorno ya que gracias a la utilización de este medio se podrá dar a conocer el restaurante y todos los servicios que se proporcionarán, reduciendo costos en catálogos, papelería, correo, fax, teléfono, etc.

II. MICRO ENTORNO

El análisis interno de la empresa brindará como resultado la información necesaria al momento de elegir las estrategias y tipos de negociación para poder lograr una mayor ventaja competitiva del restaurante.

Con el objetivo de planear una estrategia o ventaja competitiva de empresas similares a la nuestra, se ha decidido crear una diferenciación del servicio que se ofrecerá, combinando nuestros recursos con nuestro buen servicio e infraestructura, para así caracterizarnos como un lugar de categoría por nuestra excelente calidad de producto y atención, creando una gran ventaja puesto que la competencia carece de brindar buena atención, así su producto sea bueno, descuidan otras características sumamente importantes del establecimiento. Dándonos una excelente ventaja con nuestros competidores, para un funcionamiento exitoso y mejor que los demás.



Ilustración 5: Fuerzas Porter

a) Clientes Internos (Nivel de negociación con clientes)

El Restaurante Familiar “Vista Hermosa” que se encontrará ubicado en el Mirador de la Cruz del Cerro de La Pata Grande tendrá como clientes potenciales a los habitantes locales que quieran tener como alternativa degustar una variedad de platos típicos teniendo una vista impresionante de la naturaleza y practicar distintas actividades recreativas, con precios a un margen aceptado por los consumidores, siendo estos bajos en relación a los de nuestros competidores; lo cual suele dificultar el poder de negociación del cliente que en este caso serían las familias de la ciudad de Piñas y cantones cercanos en la provincia.

Otro grupo de clientes potenciales son los turistas extranjeros, que vienen a Ecuador en busca de degustar una gastronomía distinta a la de su país de origen y también realizar actividades que los relacione con la naturaleza.

b) Clientes Externos (Nivel de negociación con proveedores)

La materia prima que se requiere para iniciar las operaciones en el restaurante se la encuentra fácilmente en nuestro país; dado que para la elaboración de nuestros platos típicos los aderezos e ingredientes son fáciles de conseguir, dándonos como resultado un poder de negociación bajo por parte de los proveedores, los cuales seleccionaremos por sus buenos precios, calidad en sus productos y cumplimiento.

A continuación se detalla una lista de los que hemos seleccionado:

- Alimentos y bebidas.- Para la elaboración de la comida hemos elegido a Corporación El Rosado ubicada en la ciudad de Machala, dado que esta ofrece productos de buena calidad a un excelente precio, además es el más cercano puesto que en el Cantón Piñas no se encuentra ningún comercial donde se pueda obtener todos los productos de alimentos y bebida necesarios.

- La luz.- Será obtenida de la corriente pública urbana del cantón, y en caso de alguna falla eléctrica se contará con un generador de luz.
- Los manteles y reposición de cubiertos, vasos o vajilla.- Serán adquiridos de la distribuidora Equindeca, una prestigiosa empresa especializada en materiales de restauración ubicada en la ciudad de Guayaquil.
- Materiales indirectos.- Llámese estos: detergente, limpia pisos, jabón, etc. también serán proporcionados por la Corporación El Rosado de la ciudad de Machala.

c) La competencia (rivalidad entre competidores)

Debido a las características y servicios a ofrecer del Restaurante “Vista Hermosa” no contamos con una competencia directa; dado que nuestra ubicación será en el mirador principal de Piñas ofreciendo platos típicos ecuatorianos y actividades recreativas, siendo así un restaurante netamente familiar.

d) Sustitutos (Producto sustituto)

El campo de alimentos y bebidas es muy amplio, es por eso que existen diversos tipos de comida provocando una gran cantidad de sustitutos ofertantes en el cantón; llegando a ser nuestra mayor competencia a vencer: los chifas, las parrilladas, asaderos de pollo, marisquerías, comida rápida que actualmente se encuentran dentro de la ciudad.

e) Barreras de entrada y salida

En el proyecto hemos considerado tres factores importantes para la creación del restaurante los cuales son: monto de la inversión, permisos y capacitación.

- Debido a nuestra excelente infraestructura rústica tradicional, la capacitación de los empleados e implementos de cocina y servicio, es muy importante tener en cuenta que se necesitará de un monto considerable de inversión para llevar a cabo este negocio con los estándares establecidos lo cual sería una barrera de entrada de nivel medio.
- Los permisos en nuestro país para lo que es restaurantes son bajos, puesto que no generan mayor problemas al momento de obtener los permisos correspondientes para el funcionamiento de un negocio de este tipo.
- El personal que labore en nuestro restaurante deberá tener un alto nivel de conocimiento en lo que respecta a preparación de platos típicos ecuatorianos, es por eso que se contratará un chef que tenga experiencia en este tipo de menú.

Basándonos en el análisis Porter podemos llegar a la conclusión que la elaboración de nuestro negocio tiene muchas posibilidades de ser un proyecto rentable puesto que nos puede asegurar la recuperación de la inversión en un corto plazo.

6. PLAN DE MARKETING

Se ha escogido las mejores estrategias de marketing para dar a conocer a turistas nacionales y extranjeros los productos y servicios que se brindarán. Gracias a este se creará una gran ventaja competitiva; ya que al momento de elegir un lugar donde comer estaremos posicionados en la mente de los consumidores.

a) Análisis Situacional

I. Análisis de Mercado

El servicio de restaurantes en la ciudad de Piñas, requiere que la idea de poner en marcha un nuevo negocio dedicado a comida típica, se enfoque profundamente en temas relacionados en:

- Servicio al clientes
- Servicios ofrecidos por la competencia
- Condiciones necesarias para el restaurante
- Análisis de productos, precios, promociones y publicidad.

Por lo que se pretende recoger información que brinde respuestas para preguntas como: ¿Si el tipo de restaurante que se desea abrir y el lugar dónde se lo piensa establecer, sería una buena inversión? por lo tanto se presenta el diseño y resultados de la investigación realizada en tres ciudades de la provincia de El Oro; para así poder encontrar respuestas a la interrogante planteada y dar el paso siguiente en la ejecución y propuesta del restaurante.

II. Análisis F.O.D.A

Fortalezas

- Adecuada estandarización de procesos de fabricación y venta del producto.
- Local bien ubicado, en sector altamente turístico de la ciudad de Piñas
- Infraestructura diferente (rústica)
- Variedad al momento de pagar (efectivo- tarjeta de crédito Visa, Master Card)
- Adquirir nuevas ventajas tecnológicas (dispositivos en la mesas)

Oportunidad

- Buen trato con proveedores
- Lograr captar la mayor cantidad de clientes, por medio de promociones y publicidad.
- Apertura de nuevas sucursales
- Introducción de nuevos platos típicos
- Actividades de interacción familiar

Debilidades

- Ser un restaurante nuevo lo que implicaría costos de financiamiento para la instalación e implementación del mismo.
- No cuenta con resguardo policial cercano.
- El restaurante solo dependerá de la venta de sus platillos, es decir por la concurrencia de consumidores al mismo.
- Los consumidores poseen baja lealtad de marca

Amenazas

- Vía de acceso (no asfaltada)
- Tiempo de llegada al restaurante
- Cierta resistencia de aquellos consumidores, los cuales les agrada la comida más no el ambiente y la decoración.
- Dificultad para conseguir los requisitos legales necesarios como los permisos y registros sanitarios necesarios para el normal funcionamiento del mismo.
- Alto número de competidores con nombre posicionado en el mercado.

III. Análisis de Competencia

No existe dentro del Cantón Piñas ningún otro Restaurante que se dedique específicamente a la venta de comida típica 100% ecuatoriana, ubicado en el principal mirador turístico del cantón y que además de su infraestructura rústica,

cuenta con actividades recreativas al aire libre con la gran naturaleza que brinda el mirador, por lo que no existe competidores directos; sin embargo muchas personas asisten a restaurantes de comida que brindan almuerzos y platos típicos en el centro de la ciudad como son:

- Restaurant
- La Cañada
- Kanela Fina
- Pizza Mónaco

Estos serían nuestros competidores indirectos ya que nuestro restaurante cuenta con una ubicación diferente, una infraestructura tradicional y un ambiente acogedor con la naturaleza.

IV. Productos y Servicios

El proyecto se desarrolla en la industria de servicios de alimentos y bebidas.

Nuestro menú a ofrecer será la comida típica ecuatoriana



**VISTA
HERMOSA
RESTAURANTE**

MENU

Arroz con menestra y carne	\$ 3.50	Bebidas	
Parrillada	\$ 7.00	Café	\$ 0,60
Seco de pollo	\$ 3.00	Agua	\$ 0,50
Moro (Pollo, Carne, Chuleta)	\$ 4.50	Gaseosa	\$ 0,70
Fritada	\$ 5.00	Jugo Sunny	\$ 0,80
Hornado	\$ 3.50	Cerveza	\$ 1,00
Motepillo	\$ 4.00	Sangría	\$ 8,00
Llapungacho	\$ 4.00		

“EL BUEN SABOR DE LO TRADICIONAL”

Ilustración 6: Menú

Además ofreceremos actividades recreativas como:

- Caminatas
- Picnic
- Juegos infantiles

V. Factores Críticos de Éxito

Será el primer restaurante decorado de manera rústica que represente lo que es Piñas, su historia y su gente.

Será el primero en estar ubicado en el mirador principal de ciudad con una vista impresionante.

Tendrá actividades recreacionales que ningún otro restaurante ofrece.

b) Estrategias de Marketing

I. Objetivos de Marketing

- Realizar la segmentación de mercado y definir nuestro mercado meta.
- Formular el plan de marketing para posicionar al Restaurante “Vista Hermosa” como lugar de preferencia tanto para turistas locales como extranjeros al momento de elegir donde comer.
- Desarrollar estrategias necesarias en el mercado para obtener la satisfacción del cliente, aprovechando las fortalezas de la empresa.

II. Objetivos Financieros

- Realizar los estudios financieros necesarios para poder obtener la rentabilidad en el menor tiempo posible, a través de las ventas generadas.
- Determinar el monto de la inversión necesario para poder desarrollar este proyecto.
- Determinar el período de recuperación de la inversión.

III. Segmentación y Mercado Meta

El proyecto está enfocado para turistas nacionales y extranjeros de preferencias:

Geografía	Áreas rurales, urbanas de la ciudad de Piñas, Zaruma y Portovelo
Demografía	De 20 a 60 años y grupos familiares.
Psicológicas	Que disfruten de la gastronomía ecuatoriana en un entorno natural y agradable.
Socioculturales	Clase social media a media alta.
Comportamiento del consumidor	Elección por buen producto y servicio.
Situación de consumo	Circunstancia de trabajo, unipersonal, o distracción.

Tabla 3: Segmentación y Mercado Meta

IV. Posicionamiento

El posicionamiento del restaurante “Vista Hermosa” se enfocará principalmente en la diferenciación del servicio; en la característica del sabor de los platos a servir; así como también a los servicios adicionales que se ofrecerán, los cuales usualmente no ofrece un restaurante. No sólo será servicio de alimentación sino también de actividades relacionadas con la naturaleza y de entretenimiento, logrando así que la visita de los clientes sea inolvidable e incomparable a la de otros restaurantes.

V. Estrategias de Marketing Mix

Con el objetivo de llegar a cubrir las necesidades y a obtener la aceptación del mercado meta, la empresa combina las herramientas estratégicas del marketing de la siguiente forma:



Ilustración 7: Marketing Mix

1. Producto

El restaurante “Vista Hermosa” ofrecerá los platos típicos más representativos del Ecuador; los mismos que tienen su sabor especial y característico, preferido por sus habitantes. Además el cliente puede sugerir platos que para ellos sean de gran representación nacional y característicos del buen sabor, de esta manera el menú se elaborará teniendo una variación gracias a las sugerencias y preferencias de los consumidores.

➤ **Menú a ofrecer**

Platos a la carta.- Se ofrecerá los principales platos típicos de la región costa y sierra ecuatoriana y estos son:

PLATOS DE LA COSTA
Arroz con menestra y carne asada
Seco de Pollo
Parrillada
Moro de lenteja pollo, carne o chuleta
PLATOS DE LA SIERRA
Fritada
Llapingacho
Hornado
Mote pillo

Ilustración 8: Listado de platos

Bebidas.- Se ofrecerá agua, gaseosas, jugos, café, cervezas y sangrías.

2. Precio

Los precios estarán fijados de acorde a los de la competencia, teniendo en cuenta el costo de producción del plato con cierto margen de ganancia establecido por producto individual.

PLATOS DE LA COSTA	P.V.P	COSTO DE PRODUCCIÓN
1Arroz con menestra y carne asada	\$ 3,50	\$ 1,60
2Seco de Pollo	\$ 3,00	\$ 0,93
3Parrillada	\$ 7,00	\$ 3,20
4Moro de lenteja pollo,carne o chuleta	\$ 4,50	\$ 1,64
PLATOS DE LA SIERRA	P.V.P	COSTO DE PRODUCCIÓN
5Fritada	\$ 5,00	\$ 3,07
6Llapingacho	\$ 4,00	\$ 2,15
7Hornado	\$ 3,50	\$ 1,72
8Mote pillo	\$ 4,00	\$ 1,68

Ilustración 9: Listado de precios

➤ **Forma de Pago**

- Efectivo
- Tarjeta de crédito (Visa y Mastercard)

3. Plaza

La venta del producto se llevará acabo a través de:

- Servicio directo al comprador, en el restaurante ubicado en el mirador de “La Cruz” en el Cantón Piñas.
- Se brindará los platos a personas que deseen realizar picnic en el mirador y a las escuelas que deseen comer al aire libre su lunch.

4. Promoción

➤ **Etapa de pre - apertura**

Semana previa al lanzamiento: Distribución de boletines en el centro de la ciudad de Piñas, Zaruma y Portovelo en los cuales constará la fecha de apertura,

horarios de atención, productos a ofrecer, y datos importantes del restaurante. Además anuncios en las principales radios del cantón.

Primera semana de funcionamiento.- Se enviarán cartas a las empresas, cooperativas, compañías, bancos, colegios etc. para prestar nuestros servicios para cenas o eventos que deseen realizar en nuestras instalaciones con nuestros servicios.

También:

- Se colocará una valla publicitaria en la avenida principal que conecta con todos los cantones para ser vista por sus habitantes y turistas que los visiten.
- Adhesivos con el logo de la empresa.

VI. Detalle de costo de publicidad

A continuación se detalla los costos de publicidad para la puesta la promoción y apertura del restaurante

Medio	Características	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Radio	Spots diarios, de lunes a viernes	\$12.00	5 spots más uno de cortesía *sábado	\$ 60
Boletines	Full color, tamaño 14.50 * 21 cm	\$ 0.08	1500	\$ 120
Adhesivos	Full color, tamaño 10 * 7 cm	\$ 0.15	800	\$120
Hojas membretadas	Bond grande, full color	\$0.09	1000	\$ 90
Sobres	Sobres Bond, full color	\$ 0.10	1000	\$ 100
Tarjetas de presentación	Tamaño 8.5 x 5 cm full color	\$0.02	1000	\$ 20
Valla publicitaria	Full color, tamaño 3 * 6 metros	\$ 1.500	1	\$ 1.500
Total Publicidad				\$2,010

Tabla 4: Detalle de costo de publicidad

c) Investigación de Mercado

La investigación de mercado proporciona la información necesaria para conocer las necesidades y características de los clientes potenciales y del mercado en general lo que ayuda a tomar decisiones eficaces.

Específicamente en este proyecto, la investigación de mercado ayudará a determinar aspectos relevantes como son:

- Comprender el ambiente gastronómico actual
- Identificar problemas y oportunidades
- Evaluar y desarrollar nuevas propuestas de marketing

Gracias a esta investigación de mercado se llegará a cubrir todas las exigencias de los consumidores, mediante el análisis e interpretación de los resultados en encuestas realizadas.

I. Definición del problema

El problema principal en el sector, es que no existe un restaurante donde ir a degustar comida cien por ciento ecuatoriana. La falta de infraestructura turística en el lugar donde vamos a implementar el proyecto ocasiona que los turistas piensen varias veces en visitar el lugar, puesto que no brinda ningún servicio o producto; además de ser un mirador.

II. Hipótesis

Los turistas nacionales y extranjeros buscarán un lugar acogedor y tradicional en Piñas para poder conocer mas sobre la identidad gastronómica ecuatoriana en su visita al cantón, creando una gran demanda en nuestro restaurante.

III. Métodos de Investigación

El método que se va a emplear para la recolección de datos será la investigación cuantitativa, la cual se realizará en Piñas, Zaruma y Portovelo; ciudades aledañas a la ubicación del proyecto donde se obtendrá información relevante para nuestra investigación.

El tiempo de duración del análisis de mercado será de aproximadamente 3 días y la estimación de tiempo para cada encuesta es de 3 minutos.

IV. Método de muestreo

Para lograr una muestra representativa, debemos emplear un método de muestreo probabilístico que nos permita obtener estadísticas útiles para calcular la posible aceptación del proyecto.

El método empleado para poder obtener la muestra es el muestreo probabilístico estratificado, puesto que este ofrece mayor facilidad en el momento de encuestar, debido a que el proyecto está dirigido a familias.

Los resultados esperados al emplear este método; es obtener una vista general acerca de las preferencias de los consumidores hacia el producto.

V. Tamaño de la muestra

Ciudad	# Personas	Porcentaje
Piñas	300	75%
Portovelo	50	12,50%
Zaruma	50	12,50%
TOTAL	400	100%

Tabla 5: Tamaño de la muestra

De acuerdo a la tabla se concluye que se deben realizar 400 encuestas en puntos estratégicos de las ciudades de Piñas, Zaruma y Portovelo.

Con esta muestra de 400 personas, se pretende explicar con validez estadística el comportamiento de los habitantes de dichas ciudades con respecto a las expectativas y del futuro proyecto.

VI. Formato de la encuesta

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa; el método que se empleará para la recolección de información será el de la encuesta, el mismo que proporcionará datos eficientes y concisos para la elaboración y análisis de los mismos.

Dicha encuesta constará de 10 preguntas abiertas y cerradas que ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes. Se efectuarán como entrevista personal.

ENCUESTA DEL PLAN DEL PROYECTO DE TITULACION

“Creación de un Restaurante Familiar “Vista Hermosa” en el Mirador “La Cruz”

EDAD: _____

CIUDAD: _____

SEXO: M

 F

1. ¿Cuántas veces sale usted a comer fuera de su hogar con familiares y amigos?

1 vez por semana

2 veces por semana

1 vez al mes

Otra: _____

2. ¿Cuánto usted gasta en el momento de salir a comer en un restaurante?

3. Prefiere un restaurante que le ofrezca el servicio de:

Servicio americano (servirse en el sitio)

Comida para llevar o takeaway

4. ¿Conoce usted el mirador de la Cruz?

SI

NO

5. ¿Con que frecuencia visita usted el mirador de la Cruz?

1 vez por semana

2 veces por semana

1 vez al mes

Otra: _____

6. ¿Considera usted que si el mirador contara con infraestructura, variedad gastronómica y actividades turísticas lo visitaría más?

SI

NO

7. ¿Le gustaría realizar actividades recreativas en el mirador La Cruz?

SI

8. ¿Que actividades le gustaría realizar en el mirador de la Cruz?

9. ¿Qué clase de comida le gustaría degustar en el restaurante?

Comida rápida

Comida especializada

Comida típica del país

Otros

10. Si su respuesta es comida típica del país ¿Que plato típico es el que más le gusta? Citar 3

Sus respuestas a las preguntas expuestas son muy importantes para nosotros, lo cual nos permitirán ofrecerle un mejor servicio.

VII. Presentación y análisis de la encuesta

Se realizó un total de 400 encuestas desde el día 23 de Julio hasta el día 25 de Julio del 2011; de las cuales 300 encuestas se realizaron en lugares estratégicos de la ciudad de Piñas, tales como:

- El Parque de la Ciudad
- Centro de la ciudad (calles más transitadas)

Además, se realizaron 50 encuestas en Zaruma y 50 más en Portovelo a personas que transitaban por el centro de dichas ciudades las mismas que cumplen con las características del segmento de mercado.

Interpretación de resultados

- SEXO

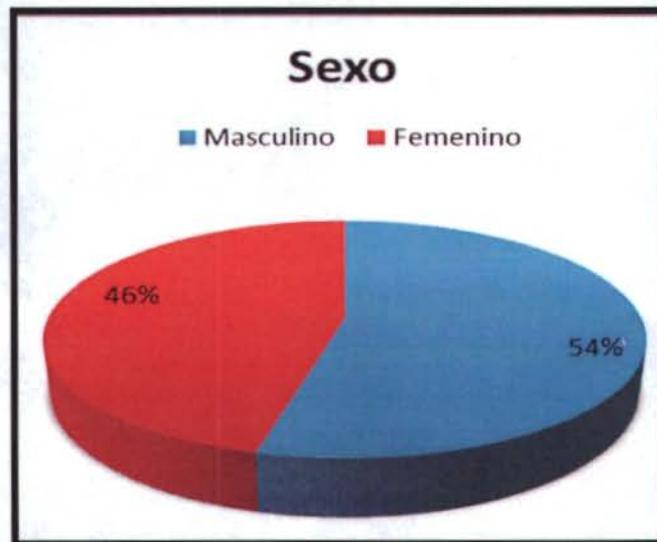


Gráfico 10: Encuesta – Sexo

➤ EDAD

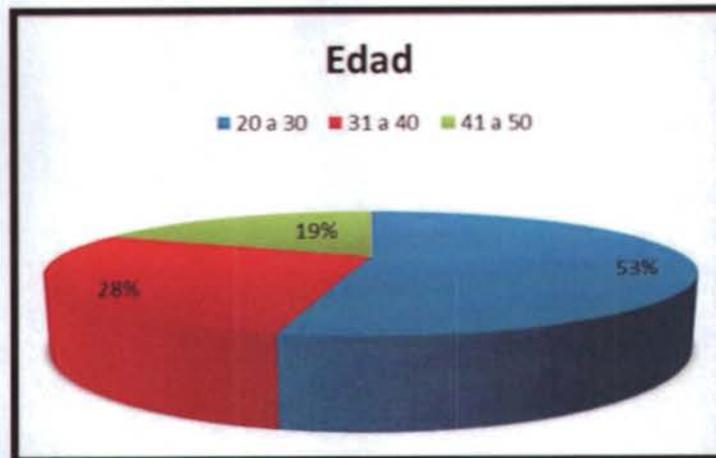


Gráfico 11: Encuesta – Edad

1.- ¿Cuántas veces sale usted a comer fuera de su hogar con familiares o amigos?



Gráfico 12: Encuesta – Pregunta 1

Esta pregunta revela la preferencia que tienen los habitantes de la ciudad de Piñas por salir a comer fuera de su hogar y la frecuencia con la que lo hacen la cual predomina con el 40% el salir a comer fuera 2 veces por semana, siendo esto una buena respuesta para nuestro proyecto, seguida del 35% que prefiere salir a comer fuera 1 vez por semana.

2.- ¿Cuánto usted gasta en el momento de salir a comer en un restaurante?



Gráfico 13: Encuesta – Pregunta 2

El 49% de los encuestados gasta alrededor de \$5 a \$20 dólares al momento de comer en un restaurante seguido del 35% y 16% que corresponden a valores mas elevados, lo que significa que nuestros precios están dentro de todos los márgenes de consumo de los encuestados.

3.- Prefiere un restaurante que le ofrezca el servicio de:



Gráfico 14: Encuesta – Pregunta 3

El cuadro muestra que el 87% de las personas encuestadas prefieren el servicio americano (servirse en el sitio) y el 13% prefieren comida para llevar o takeaway, por lo cual hemos decidido ofrecer el servicio de servirse en el sitio.

4.- ¿Conoce usted el mirador de la Cruz?



Gráfico 15: Encuesta – Pregunta 4

El 99% de los encuestados conocen el mirador de La Cruz donde se llevará a cabo nuestro proyecto dándonos como resultado, una ubicación estratégica ya que es conocida por todos sus habitantes.

5.- ¿Con qué frecuencia visita usted el mirador de la Cruz?



Gráfico 16: Encuesta – Pregunta 5

El gráfico muestra que el 48% visitan el mirador de La Cruz una vez al mes, seguido del 24% que lo visita una vez por semana lo cual nos resulta un poco bajo e implementara las estrategias de marketing necesarias para elevar el número de visitas.

6.-¿Considera usted que si el mirador contara con infraestructura, variedad gastronómica y actividades turísticas lo visitaría más?



Gráfico 17: Encuesta – Pregunta 6

El 96% de las personas están de acuerdo que si el mirador contara con infraestructura lo visitarían con más frecuencia, lo que nos indica que nuestro proyecto tendrá una gran aceptación por su ubicación altamente turística.

7.- ¿Le gustaría realizar actividades recreativas en el mirador La Cruz?



Gráfico 18: Encuesta – Pregunta 7

Esta pregunta demuestra que el 69% de los encuestados les gustaría realizar actividades recreativas al aire libre en el mirador de La Cruz, lo que nos diferenciará de lo demás restaurantes.

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en el mirador de la Cruz?



Gráfico 19: Encuesta – Pregunta 8

El 49% de las personas prefieren juegos infantiles seguido del 27% que eligieron realizar caminatas por los senderos del mirador y un 24% eligieron hacer picnic, por lo tanto se ha decidido implementar las 3 actividades en el mirador de La Cruz.

9.- ¿Qué clase de comida le gustaría degustar en el restaurante?

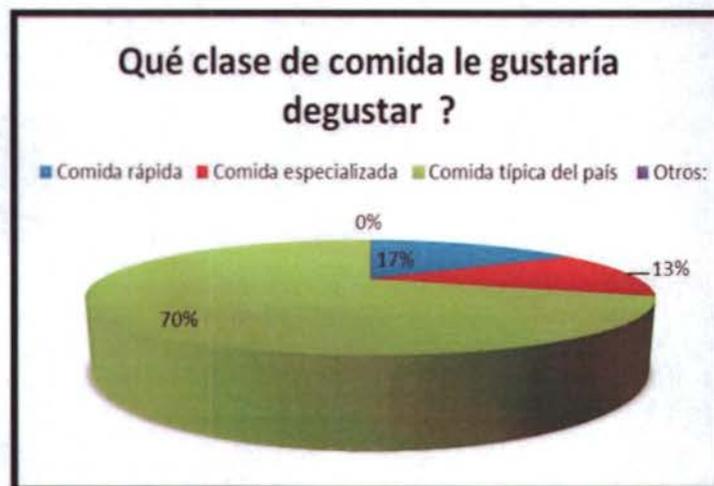


Gráfico 20: Encuesta – Pregunta 9

El 70% de los encuestados prefieren degustar comida típica al momento de comer, por lo cual hemos centrado nuestros servicios a la comida ecuatoriana de sierra y de la costa.

10.- Si su respuesta es comida típica del país ¿Que plato típico es el que más le gusta?



Gráfico 21: Encuesta – Pregunta 10

Entre los platos típicos del Ecuador los principales elegidos por los habitantes de Piñas fueron: con el 15 % parrilladas, 14% arroz con menestra y carne, 13% hornado y motepillo, 12% llapingacho y fritada, 11% seco de pollo y 15% moro con lenteja.

Gracias a estos porcentajes hemos definido nuestro menú para el restaurante y poder tener una idea de cuáles serán nuestros platos más vendidos o solicitados por los clientes.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a la tabulación de las encuestas los resultados adquiridos de las mismas; nos dan a conocer que la creación del proyecto del restaurante “Vista Hermosa” es factible para llevar a cabo, debido a que la mayoría de la población en Piñas opta por comer fuera y en restaurantes de comida típica del país.

Y es así, como el proyecto puede llegar a cubrir y satisfacer las necesidades y expectativas del mercado objetivo.

El 49% de la población encuestada tienen un margen de gastos que oscila entre los \$5,00 y \$20,00 dólares, los mismos que concuerdan con los precios de venta al público de los platos en el restaurante.

El 99% de los encuestados conocen el cerro La Cruz, lo cual es un determinante potencial para la creación de este proyecto en dicho lugar, ya que es altamente turístico.

Finalmente un dato relevante es que el 96% de la población están de acuerdo que si el cerro contara con las debidas adecuaciones turísticas y actividades recreativas como caminatas, picnic y juegos infantiles lo visitarían con más frecuencia.

7. PLAN OPERATIVO

a) Distribución de la planta

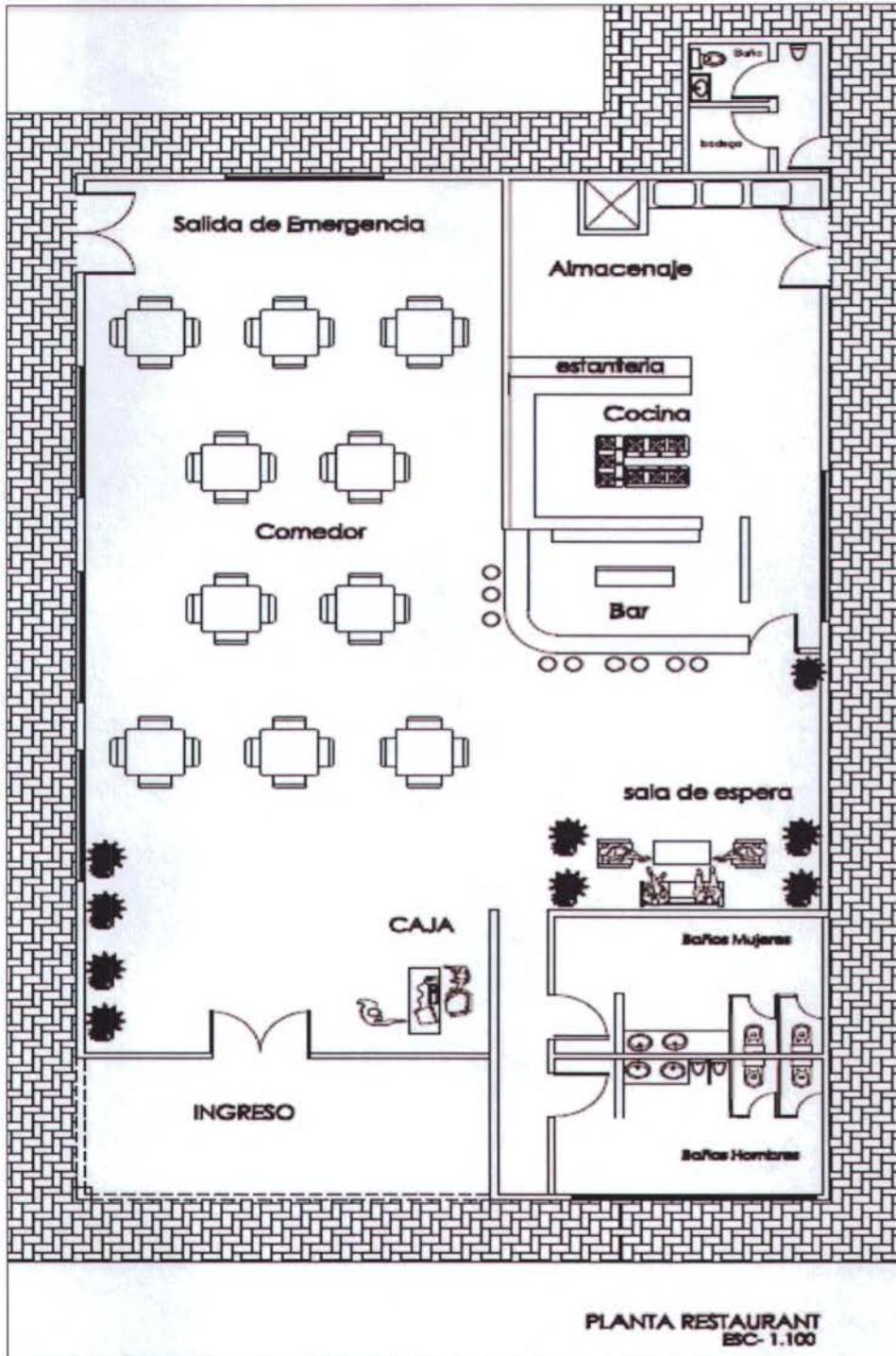


Ilustración 10: Plano

b) Planta General

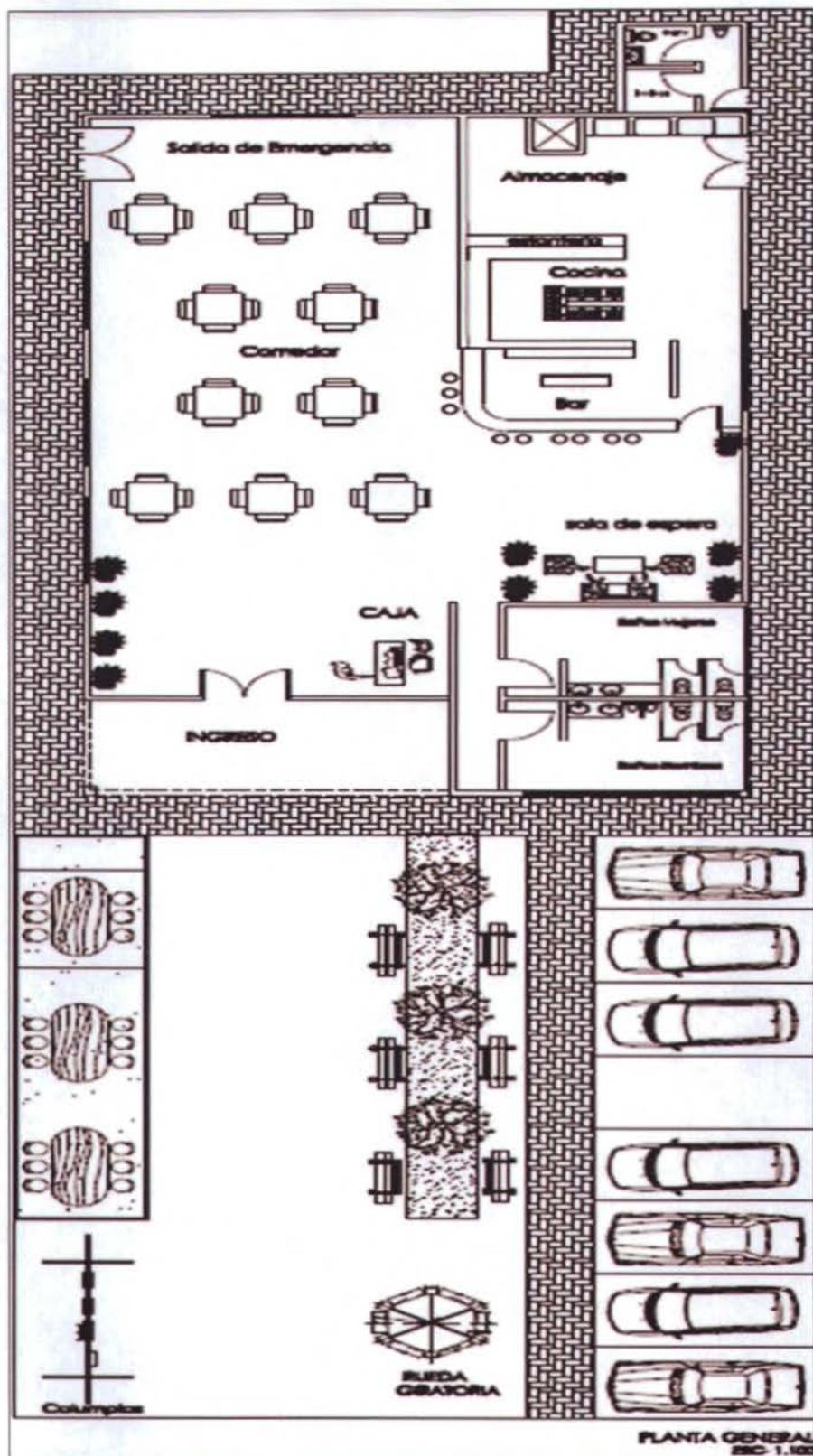


Ilustración 11: Planta General

c) Fachadas de la planta

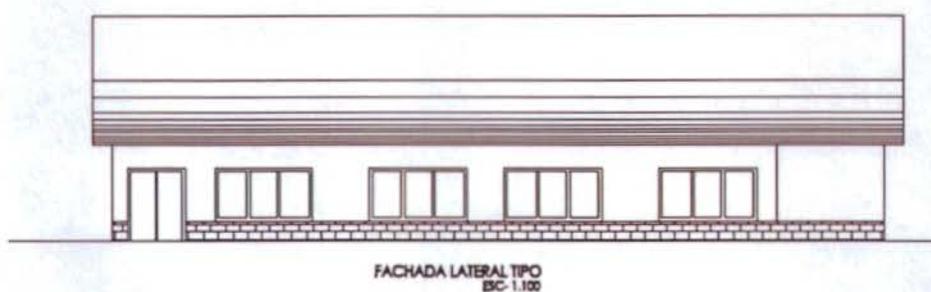


Ilustración 12: Planta General

d) Días de funcionamiento

En vista de que el restaurante se encuentra ubicado en un sector altamente turístico del cantón Piñas, sus días de funcionamiento serán de miércoles a domingo debido a que son los días en los cuales el mirador de “La Cruz” cuenta con mayor cantidad de visitantes, y así los días de no apertura se podrá dar mantenimiento tanto a la infraestructura, equipos así como también al área externa del mismo.

e) Horario de funcionamiento

El horario del restaurante es de 11 AM a 9 PM miércoles y jueves y de 11 AM a 10 PM de viernes a domingo por ser días de fin de semana.

f) Infraestructura (Equipo y maquinaria)

Los equipos y maquinarias son los bienes industriales que facilitarán el proceso de producción de los alimentos, en este caso son las máquinas y avances tecnológicos que utilizamos para la elaboración de los platos.

Mesas:

Las mesas que se utilizarán tendrán que ser confortables y a su vez movibles y pequeñas, lo que permitirá mayor flexibilidad de acomodación, estas estarán acorde al restaurante con su apariencia y estilos.

Sillas:

Las sillas es un punto clave para nuestro negocio, ya que tiene muchos factores, como por ejemplo: muchas veces es preferible que la silla sea más cómoda que bonita, porque una silla incómoda puede llegar a ser muy desagradable, o incomodar al cliente, por lo tanto es mejor gastar más en la comodidad de la silla, y elegir una silla simple y más bien cómoda.

Utensilios para medir y preparar:

- ✓ Cocina 6 hornillas.
- ✓ Congelador.
- ✓ Horno.
- ✓ Microondas.
- ✓ Refrigerador.
- ✓ Licuadora.
- ✓ Procesador.
- ✓ Batidora.
- ✓ Extractor de olores.
- ✓ Trampa de grasa.
- ✓ Recipientes para almacenar sin peligro en refrigeradores y congeladores.
- ✓ Espátulas (Plásticas, de caucho y de acero)
- ✓ Pinzas de acero inoxidable.
- ✓ Espumaderas para filtrar caldos y pastas.
- ✓ Cucharas de metal y de madera para revolver.
- ✓ Tablas para picar.
- ✓ Balanza para pesar ingredientes.
- ✓ Cucharas medidoras.
- ✓ Tazas medidores.
- ✓ Tazones para mezclar de acero inoxidable (varios tamaños), además estos sirven para el mise en place.
- ✓ Abrelatas.
- ✓ Exprimidor de limones.
- ✓ Extractor de jugos.
- ✓ Vajilla
- ✓ Tenedores, cucharas, cucharillas
- ✓ Vasos y copas

Ollas y sartenes

- ✓ Ollas de varios tamaños.
- ✓ Sartenes de varios tamaños.
- ✓ Parrillas para asar.

Cuchillos

- ✓ Set cuchillos del chef.
- ✓ Cuchillo para pelar.
- ✓ Cuchillo multiuso.
- ✓ Cuchillo para cebolla y ajo (con el fin que no se impregne el olor y sabor en otros alimentos)
- ✓ Cuchillo para deshuesar.

Lencería y limpieza

- ✓ Mantel
- ✓ Individuales
- ✓ Servilletas
- ✓ Centro de mesa
- ✓ Servilleteros

g) Proceso productivo o de entrega de servicio



Ilustración 13: Proceso del servicio

El proceso del servicio empieza con la entrada del cliente al restaurante el cual es recibido por el mesero, quien le da la bienvenida y lo ubica en la mesa de su preferencia, o en la que se encuentra disponible; en caso de no haber mesa, será quien lo ubique en la sala de espera donde puede tomar una copa sangría mientras espera por una mesa. Una vez que el cliente este situado en la mesa, el mesero encargado de la misma le ofrecerá el menú, tomará la orden y la entregará al chef; el cual junto con su ayudante de cocina se encargarán de la creación del plato y sus acompañamientos, para luego entregarlos al mesero quien los llevará al cliente, luego el cliente podrá cancelar su cuenta en caja al momento de salir del restaurante.

h) Perfiles y manual de funciones de empleados

D) Estructura Organizacional

A continuación se muestra el respectivo organigrama con sus respectivas autoridades y división del trabajo con su respectiva función.



Ilustración 14: Organigrama

II. Propietarios

Los propietarios del capital de la organización inicialmente son Lissette Cañizares y Luis Feijoo; creadores y gerentes, estudiantes de la carrera de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

III. Empleados

- a) 1 Administrador/ Gerente
- b) 1 Chef principal
- c) 1 Ayudante de chef
- d) 2 Meseros
- e) 1 Encargado de limpieza
- f) 1 Guardia

a) Administrador/Gerente

Descripción del Puesto: Administrador/Gerente

Apellido y Nombre: Cañizares Lissette y Feijoo Luis

Personal a Cargo: Siete (7)

Educación:

- Profesional

Descripción de Tareas:

Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección, y control a fin de lograr los objetivos establecidos. Representar al restaurante frente a terceros.

- ✓ Dirección gastronómica
- ✓ Manejo de Personal y Proveedores
- ✓ Estados Financieros.

b) Chef

Descripción del Puesto: Chef

Personal a Cargo: Tres (3)

Supervisor: Gerente

Educación:

- ✓ Graduado en gastronomía

Experiencia:

Mínimo 2 años de experiencia en una posición de alto nivel culinario. Traerá ejemplos de los menús que ha creado y demostrará, mediante prueba de preparación y degustación de un menú que tiene habilidad para cocinar. Deberá ser creativo y tener excelentes destrezas comunicativas con su personal.

Descripción de Tareas:

- Control de los productos y bienes de la cocina.
- Elaboración de los distintos platos.
- Control de higiene de la cocina y empleados.

Criterios a Desempeñar

- Alta calidad de los platos del Restaurante
- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Supervisar un equipo de cocineros.

- Uso adecuado de equipos y materias primas.
- Encargarse del cuidado de los equipos y utensilios en la realización de los platos.
- Coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente.
- Informar cuando es necesario realizar la compra de materias primas al administrador.
- El ambiente de trabajo es la cocina.

Condición del Cargo:

- 25 a 45 años.
- Residente de Piñas.
- Estado civil- no es relevante.

c) Ayudante de cocina

Descripción del Puesto: Ayudantes de cocina

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Chef- Gerente

Educación:

- Estudios Secundarios.
- Curso técnico de cocina.

Experiencia:

Tener al menos 2 años de experiencia en algún restaurante reconocido, del mismo nivel, o en algún hotel.

Descripción de Tareas:

- Colaborar en la realización de los platos.

- Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos esenciales.
- Cuidado de los bienes de uso de la cocina.
- Cuidado de su sector de trabajo.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia, eficacia y capacidad de ayuda.
- Uso adecuado de insumos o ingredientes.

Responsabilidad y Deberes:

- Apoyar al chef en la elaboración de platos.
- Coordinar y repartirse las tareas entre los ayudantes de cocina.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente de trabajo es la cocina.
- Compartido con los demás ayudantes de cocina y el chef.

Habilidades Físicas:

- Buena salud física y mental.
- Condiciones de motricidad adecuadas.

Condición del Cargo:

- 20 a 45 años.
- Residente de Piñas.
- Estado civil –no es relevante

d) Meseros

Descripción del Puesto: Meseros

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Gerente

Educación:

- Bachillerato
- Carrera técnica

Experiencia:

- Tener experiencia previa en restaurantes, o en hoteles.
- Cursos de capacitación.

Descripción de Tareas:

- Orden y limpieza.
- Cuidado de su sector de trabajo.
- Atención cordial y eficaz.
- Debe reordenar su sector de trabajo después del servicio.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Cuidado del salón.
- Buena disposición para la atención al público
- Respetar los pedidos y necesidades de los clientes.

Responsabilidad y Deberes:

- Responsable y educado.
- Responder apropiadamente ante quejas.
- Excelente atención.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente de trabajo es el salón.
- Compartido con los demás meseros.

Habilidades Físicas:

- Buena salud física y mental.
- Condiciones de motricidad adecuadas.

Condición del Cargo:

- 20 a 40 años.
- Residente de Piñas.
- Estado civil –no es relevante

e) Limpieza

Descripción del Puesto: Limpieza

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Socios-gerentes

Educación:

- Bachillerato.

Descripción de Tareas:

- Orden y limpieza adecuada de baños, corredores y exterior del restaurante.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Eficiencia y eficacia.
- Cuidado del local.

Responsabilidad y Deberes:

- Limpieza del local cada dos días.
- Limpieza de cocina y baños diariamente.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente de trabajo es el restaurante en su totalidad.

Habilidades Físicas:

- Buena salud física y mental.
- Sin problemas en rodillas, piernas, brazos; o algún otro problema que le impida desarrollar sus tareas cotidianas.

Condición del Cargo:

- 20 a 45 años.
- Residente de Piñas
- Estado civil –no es relevante

f) Seguridad

Descripción del Puesto: Seguridad

Personal a Cargo: Cero (0)

Supervisor: Socios-gerentes

Educación:

- Bachillerato.
- Capacitación.

Descripción de Tareas:

- Vigilar dentro y fuera del restaurante, procurando mantener la seguridad del restaurante.

Criterios a Desempeñar:

- Respetar los horarios de trabajo.
- Cuidado de los bienes del local.
- Cuidado de los clientes y sus pertenencias.

Responsabilidad y Deberes:

- Mantener la calma y tranquilidad en caso de problemas.

- Llamar a la policía si ocurre algún siniestro.

Condiciones de Trabajo y Ambiente:

- El ambiente de trabajo es el restaurante en su totalidad.

Habilidades Físicas:

- Buena salud física y mental.
- Condiciones de motricidad adecuadas.

Condición del Cargo:

- 25 a 40 años.
- Residente de Piñas.
- Estado civil –no es relevante.

IV. Contratación

El restaurante “Vista Hermosa” anunciará las vacantes tan ampliamente como pueda. Utilizará los medios radiales de la zona que pueden alcanzar una buena audiencia, pero dada la misma forma pedirá candidatos a las escuelas que preparan personas para trabajar en restaurantes. Utilizará avisos de empleo en donde incluirán una breve descripción del tipo de restaurante, las condiciones del cargo, y demás; así mismo se incluirá un número telefónico al que podrán llamar los interesados para previa entrevista.

V. Selección

Una vez atraído el mayor número de personas, con las condiciones básicas, será el momento de empezar a elegir las que ocuparán los puestos disponibles, en restaurante “Vista Hermosa” y se procederá a la respectiva capacitación previa.

Los instrumentos que utilizaremos para el proceso de selección será:

- El formulario de solicitud, con el respectivo curriculum.
- Las referencias serán comprobadas cuidadosamente.

- Información de jefes anteriores, a quienes se les preguntará sobre el empleado, en cuanto a su forma de ser, de trabajar, cumplimiento; entre otras.
- Entrevistas, en las cuales se formularán preguntas abiertas, ya que estas harán que el candidato hable todo lo posible, en ella se podrá mirar si ellos cuentan con las destrezas necesarias.

VI. Entrenamiento

Una vez seleccionados los integrantes del equipo del restaurante, se realizará un programa de orientación y entrenamiento inicial, para cada nuevo empleado, el cual incluirá lo siguiente:

- Una presentación escrita del dueño, y del negocio. cual es la misión del negocio, contarles la idea del negocio; el sueño, para empaparlos con el tema, y poder hacer que ellos lo compartan, y de esta forma tener el mejor equipo posible.
- Una descripción escrita del cargo que van a desempeñar, junto con una lista de las tareas que se espera que cumplan.
- Planos del local, menús y cualquier otro material que pueda ayudarle al nuevo empleado a conocer pronto la operación del negocio y que se sienta como en casa en el menor tiempo posible.
- Todos los papeles legales, como los convenios de nómina, salarios, etc.

VII. Control y Disciplina

En “Vista Hermosa”, se les dirá a los empleados, lo que se espera de ellos y lo que ellos pueden esperar a cambio; también deberán entender las consecuencias de un mal desempeño, descuido de sus tareas o deshonestidad; es por esto que se los tratará con equidad y justicia, y lo más importante, es dar buen ejemplo. Por ejemplo si una de las normas para el personal es no comer nada de lo que se está sirviendo, no estaría bien que el dueño entrara a la cocina y se comiera algo de lo que se está preparando, o cualquier otra cosa, si se espera cierto

comportamiento por parte de ellos, lo mínimo es cumplir con la misma norma para todos sin importar el cargo o ser los propietarios del restaurante.

VIII. Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño, se realizará 1 vez cada semestre, en la cual los propietarios del restaurante se sentarán con cada uno de sus empleados a discutir constructivamente su desempeño comparado con las expectativas que se tienen de cada uno para un mejor funcionamiento del servicio. Se les harán preguntas a los empleados como: ¿Se sienten a gusto en el trabajo?, ¿Qué aspectos le gustaría cambiar en su labor para mejorar?, etc.

De la misma manera se elogiará y recompensará cuando sea apropiado. La evaluación de desempeño se hará siempre de manera positiva y constructiva.

IX. Uniformes

La dotación de uniformes tiene como finalidad ofrecer al empleado una indumentaria adecuada a sus funciones; el calzado y el vestido deben ajustarse a las características y naturaleza propias de cada función o labor a desarrollar, en el caso de nuestro restaurante, a cada empleado se le dará sus uniformes: camisa, pantalón, mandil. La dotación debe considerarse como una herramienta más del trabajador y de la empresa para desarrollar sus diferentes actividades.



Ilustración 15: Uniforme

i) Políticas de calidad

El Restaurante “Vista Hermosa” tiene definidos los objetivos para la mejora continua de su servicio para poder marcar la diferencia en su sector, para poder asegurar la satisfacción de los clientes y lograr cumplir sus expectativas:

- Nuestros clientes son nuestra principal razón de ser. Mantener su confianza debe estar presente en todas nuestras decisiones.
- La empresa motivará a sus trabajadores para que alcancen un grado de profesionalización adecuado y, por tanto, aumentar su rendimiento a un nivel óptimo par aun excelente servicio al cliente.
- Reconocer que todos nuestros actos son mejorables y actuar para mejorarlos, es asegurar nuestro futuro.

j) Proceso de control de calidad

Nuestro control de proceso de calidad comienza desde el buen trato que tengamos con nuestros proveedores hasta la manipulación de alimentos:

I. Proveedores

La selección de proveedores la conformamos en 5 aspectos:

1. Calidad de sus productos.
2. Voluntad para trabajar.
3. Eficiencia.
4. Palabra de cumplimiento.
5. El precio de los productos.

Para tener un sistema efectivo de compras debe haber un ambiente en el que las relaciones sean benéficas para las dos partes.

II. Punto Clave

Las recetas estándar bien elaboradas son una excelente guía para las compras, puesto que así se puede hacer el pedido con cantidades exactas a los proveedores y no se desperdiciara materia prima.

k) Proceso de recepción de materia prima

En este período se registran pérdidas de materia prima, por el deterioro o daño que sufren los alimentos; por factores tales como: locales o bodegas inadecuadas, prácticas deficientes en la manipulación y almacenamiento. Por eso es muy importante tener excelentes proveedores que nos brinden productos frescos para minimizar este problema.

En el proceso de recepción de la materia prima la realizará el administrador y el chef que son las personas con mayor conocimientos en cuanto a las características positivas que deben tener los productos, su calidad, sus condiciones, que los empaques sean apropiados etc.

Aunque el proveedor sea de plena confianza es necesario que la administración revise periódicamente el proceso, para poder llevar un control. En este proceso se debe de revisar los siguientes aspectos al recibir los productos de materia prima para el restaurante:

- Pesar y marcar todos los productos.
- Revisar individualmente cada uno de los productos. (Sellados y buen estado).
- Revisar cantidad y calidad de las frutas y verduras que vengan en cajas.
- Verificar que los productos cumplan con las especificaciones de compra.
- Comparar los precios con los de las órdenes de compra.
- Firmar y sellar las facturas después de haberlas verificado y archivarlas.

Luego el ayudante de cocina será el encargado de llevar los productos al depósito y cuarto frío lo más pronto posible. Es importante realizar minuciosamente cada uno de estos pasos, para evitar los errores frecuentes, como pueden ser:

- ✓ Productos con menor peso,
- ✓ Envíos incompletos con la cuenta completa,
- ✓ Productos en malas condiciones
- ✓ Mercancías de menor calidad.

Los empaques deben estar en buen estado y cumplir con lo estipulado, deben estar etiquetados, en donde deberá estar escrito: el nombre del alimento, lista de ingredientes, nombres genéricos, contenido neto y peso, nombre y dirección del fabricante, país de origen, fecha de vencimiento, instrucciones para la conservación, instrucciones para el uso y Registro Sanitario. Esto es solo para productos procesados

Así mismo los empaques no pueden estar rotos ni abiertos, y no deberá existir evidencia de contaminación o ingesta por insectos, entre otros; en caso de presentarse alguna de estas alteraciones no se recibirá dicho producto, y se devolverá a su lugar de origen, en este caso al proveedor.

l) Normas de higiene

Limpieza e higiene de instalaciones, equipo, lencería y utensilios:

- Se llevará un programa de limpieza y desinfección y se almacenara los registros respectivos.
- Las instalaciones se deben mantener limpias, utilizando métodos que no levanten polvo y no produzcan contaminaciones.
- Las instalaciones del comedor se deben limpiar al término de cada servicio, con el fin de eliminar los restos de alimentos que se hayan podido caer o esparcir.

- Para una correcta limpieza se debe eliminar la suciedad (materia orgánica), utilizando detergentes y a continuación, retirar con abundante agua hasta acabar con cualquier resto de detergente, ya que estos pueden interferir en el proceso de desinfección.
- Por último se debe utilizar desinfectantes con el fin de inactivar los microorganismos que persistan.

Limpieza e higiene de equipos se establecen los siguientes requisitos:

- Los equipos utilizados se deben limpiar después de su uso, Las partes desmontables de los equipos se deben lavar y desinfectar cada vez que se usan.
- Cuando se renueve el aceite de la freidora, esta se debe vaciar por completo y se debe limpiar a fondo.
- La trampa de grasa se la debe de limpiar al final de cada día, con el fin de que no se almacene demasiada grasa y resulte difícil su limpieza a largo plazo.

m) Provisión de agua, generadores de energía

El restaurante “Vista Hermosa” contará con un abastecimiento de agua con fines comerciales, la cual según algunas normas se establece por metros cuadrados del restaurante, en nuestro negocio sería de 41 m² a 100m² se destina 40 litros/m² lo que se distribuirá para la elaboración de alimentos, aseo de instrumentos de elaboración, sanitarios y otros usos del restaurante en caso de escasees de agua.

En lo que respecta a luz, se contará con un generador el cual su funcionamiento será con combustible (diesel) puesto que resulta más económico que otros combustibles. Este generador servirá para proporcionar energía a todas las instalaciones del restaurante en caso de alguna emergencia eléctrica en el sector.

n) Almacenaje de productos

Los objetivos del almacenamiento serán conservar los alimentos seguros, frescos, limpios y secos.

Para lograrlo se requiere que los depósitos cumplan con las siguientes características físicas:

Ubicación:

- Construido en terreno adecuado y seguro.

Ventilación:

- Adecuada y suficiente, para ayudar a la conservación de los alimentos se la puedes hacer por medio de ventanas.

Iluminación:

- Debe ser natural y artificial, se la puede obtener por medio de ventanas, y lámparas, convenientemente distribuidas.

Piso:

- De cemento, liso, sin grietas y limpio.

Paredes:

- Deben ser lo más lisas posibles, sin grietas para evitar el ingreso de insectos, impermeables al agua, y se mantendrán limpias para evitar microbios.

Techo:

- Se construirán en láminas resistentes y con buenas características de durabilidad y resistencia, y libres de goteras.

Puertas:

- Las puertas deben ser lo más seguras y herméticas posibles, de superficie lisa, de suficiente amplitud para el ingreso de alimentos y debe de mantenerse siempre cerrada para evitar el ingreso de insectos.

Drenaje:

- Observar todos los sifones y orificios de evacuación de aguas para realizar el respectivo aseo en la bodega. Cerciorarse de que todos ellos tengan la correspondiente rejilla para evitar la entrada de roedores e insectos.

I. Alimentos perecederos

Este tipo de alimentos se descomponen rápidamente y deben ser utilizados durante su corto periodo de vida útil, que puede ir de un día a un mes depende del producto por ejemplo tenemos:

- ✓ Carnes
- ✓ Frutas y verduras
- ✓ Huevos
- ✓ Quesos
- ✓ Hierbas

Algunos de estos alimentos requerirán de un almacenamiento mucho más técnico por ejemplo las carnes y mariscos, necesitaran de estar congelados para poder conservarse frescos por más tiempo. Así también verduras y lácteos necesitaran estar en refrigeración gradual para estar mucho mas conservados.

II. Alimentos no perecederos

Los alimentos no perecederos son todos los que están envasados herméticamente, estos son mucho mas sencillos de almacenar, lo más importante

en estos productos es la fecha de vencimiento, puesto que eso es su tiempo límite de consumo.

Algunos ejemplos de productos no perecederos que se utilizaran en el restaurante son:

- Latas de tomates, porotos, pescados, mariscos y otras conservas en latas o en envases cerrados como de papel aluminio
- Fideos secos
- Mantecas y todos los derivados lácteos cerrados herméticamente
- Harinas herméticamente cerradas

Hay infinidad de alimentos e inclusive bebidas herméticamente cerradas pero todo tiene fecha de vencimiento por la cual nos debemos guiar para su uso.

Algo importante en esta clase de alimentos es revisarlos minuciosamente al momento de recibirlos, que por ejemplo las latas no estén golpeadas ni oxidadas puesto que esto representa un mal almacenamiento por parte de nuestros proveedores.

o) Almacenaje y manipulación de desechos

En nuestro negocio los desechos serán manejados de manera ordenada y eficiente, estableciendo normas y ubicaciones para almacenarla, con el fin de que esta no llegue a contaminar ríos ni destruya al medio ambiente por eso hemos creado las siguientes normas a seguir para su manejo:

- En las áreas donde se preparan alimentos, los residuos se recogerán en bolsas desechables contenidas en recipientes de uso repetido, con tapa los cuales estarán debidamente etiquetados.
- Cuando las bolsas de desechos estén llenas, se deben cerrar para ser retiradas del área donde se estén preparando los alimentos.
- Los tanques de basura se conservarán en una superficie cerrada, lejos de los almacenes de alimentos.

- Esta zona estará alejada de la cocina y de la entrada de materia prima, estará bien ventilada, protegida de insectos y roedores. Deberá ser fácil de limpiar, lavar y desinfectar.
- Los tanques de basura se deberán limpiar y desinfectar cada vez que se vacíen, para evitar malos olores y gérmenes.

p) Plan de Contingencia

Para prevenir incidentes de incendio se deberá tomar en cuenta las siguientes normas:

1. No se puede fumar dentro del establecimiento
2. En todo momento, las puertas, pasillos se mantendrán libre de obstáculos
3. Todas las salidas se mantendrán identificadas
4. Los extintores de incendio se mantendrán inspeccionados y en áreas visibles y accesibles, al igual que los números de emergencia
5. Un cuenta con un botiquín de primeros auxilios para cualquier percance que pueda suceder
6. La inspección del Departamento de Bomberos será renovada anualmente por ese departamento
7. Se orientará al personal sobre el manejo de extintores
8. El plan de emergencia será distribuido a todos los empleados. Este será revisado y será enmendado según sea necesario
9. Los rótulos indicando salidas para casos de emergencia, estarán visibles en los pasillos
10. No se almacenará en las áreas del restaurante grandes cantidades de materiales flamables. Estos serán almacenados en los gabinetes para material flamables. Los líquidos flamables deben estar en envases apropiados

En caso de incendio o presencia de humo, ¿qué hacer?

1. La persona que se percata de la presencia de humo o de fuego deberá alertar inmediatamente sin provocar pánico. Se le debe comunicar de

inmediato al administrador y a seguridad, quienes se encargarán de avisar al personal del restaurante.

2. Tan pronto se haya notificado del incendio o de la presencia de humo, personal y visitantes deberán alejarse del peligro inmediato usando puerta principal y puerta de emergencia.
3. Si se trabaja coordinadamente, se anticipa que el establecimiento estará desalojado en dos minutos
4. La brigada contra incendios del cuerpo de bomberos se encargara de apagar el incendio, si este fuera de gran magnitud
5. El administrador, el guardia de seguridad y demás personal del establecimiento se encargaran de minimizar la llamas si estas no fueran de gran proporción

En caso de lluvia o tempestad, ¿qué hacer?

1. Mantener la calma
2. Permanecer dentro del restaurante personal interno y clientes
3. Cerrar puerta y ventanas durante la tempestad
4. Los techos deben de estar limpios
5. Verificar que las alcantarillas estén limpias para evitar acumulación de agua
6. Asegurar todo en áreas de posibles filtraciones de agua

En caso de terremoto ¿qué hacer?

En caso de terremoto en el Restaurante, por su naturaleza, deberá ser desalojado de inmediato, puesto que afuera estarán en un lugar abierto y seguro.

Durante el terremoto:

1. Mantenga la calma.
2. Si se encuentra en el interior del establecimiento, manténgase dentro del mismo, póngase a cubierto debajo de una mesa, escritorio u otro mueble

fuerte; si es posible, recostado contra una pared interior protegiéndose la cabeza y el cuello.

3. Si se encuentra en el exterior, aléjese de arboles, paredes, líneas eléctricas o algún objeto que pudiese desplomarse
4. Si se encuentra en la carretera, maneje alejándose abismos, puentes y líneas de servicio. Deténgase en un área segura y manténgase en el interior del vehículo.

Después del terremoto:

1. Examinar si hay heridos y proveer los primeros auxilios.
2. Verificar si hay personas atrapadas o desaparecidas y notificarlos inmediatamente.
3. Verificar líneas de gas, agua y electricidad.
4. Verificar daños al establecimiento y problemas potenciales de seguridad durante los movimientos sísmicos secundarios.
5. Sintonice la radio y esté pendiente a las instrucciones de la Defensa Civil.
6. No utilice el teléfono a menos que sea una emergencia

Recomendaciones

1. El personal del Restaurante "Vista Hermosa" sin distinción de categorías, será responsable de familiarizarse con este plan de contingencia.
2. En caso de desalojo, deberán utilizarse las salidas/entradas principales y laterales del restaurante.
3. En caso de emergencia, mantener la calma y dirigir a los visitantes.
4. El establecimiento debe tener un "kit" de primeros auxilios, según recomendación de la Cruz Roja, que incluya:

- Vendas
- Manual de primeros auxilios.
- Gasa estéril de distintos tamaños.
- Esparadrapo (cinta adhesiva)
- Vendas adhesivas en varios tamaños.
- Vendas elásticas
- Toallas antisépticas
- Jabón
- Cinta hipo alergénica
- Cabestrillo
- Algodón estéril
- Parches estériles para ojos
- Almohadillas estériles de gasa

Instrumentos:

- Tijera
- Termómetro
- Pinzas

Varios:

- Alcohol al 70%
- Bolsa de hielo o compresas frías químicas
- Compresas calientes o bolsa de agua caliente
- Guantes quirúrgicos
- Agua oxigenada
- Cuchara de medida

Medicamentos:

- Crema antibiótica
- Antihistamínico

- Aspirinas
- Crema antiséptica
- Loción de calamina
- Descongestionante nasal

Teléfonos de emergencia

- AMBULANCIA
(07) 2976-286
- AUTORIDAD DE ENERGIA ELÉCTRICA
(07) 2976-105
- BOMBEROS
(07) 2976-113
- CRUZ ROJA AMERICANA
(07) 2976-555
- DEFENSA CIVIL
(07) 2976-131
- EMERGENCIA
911
- HOSPITAL
(07) 2976-168
- POLICÍA
(07) 2976-134

8. CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Para la construcción del restaurante se necesitara un plazo de 2 meses y medio tal como esta detallado en el siguiente cronograma de la construcción de la edificación

	Actividad	Fecha
1.-	Contratación del Ing. Civil	Lunes 03 de Octubre
2.-	Inspección del terreno	Martes 04 de Octubre
3.-	Creación y ajustes del plano	Miércoles 05 a Viernes 07 de Octubre
5.-	Nivelación y relleno del terreno	Lunes 10 al 11 de Octubre
6.-	Dotación de materiales para la construcción	Miércoles 12 de Octubre
7.-	Creación de bases de la obra	Jueves 13 de Octubre
8.-	Instalación de desagües y fundición del piso	Jueves 20 de Octubre
9.-	Construcción y fundición de columnas	Lunes 24 de Octubre
10.-	Creación del techo soldadura y colocación de Planchas	Lunes 31 a Miércoles 09 de Noviembre
11.-	Levantamiento de paredes y divisiones del local	Jueves 10 a Viernes 25 de Noviembre
12.-	Distribución de cableado e instalaciones de agua y luz (General)	Sábado 26 a Martes 29 de Noviembre
13.-	Acabados en baños y cocina	Miércoles 30 Martes 6 de Diciembre
14.-	Acabados en piso y paredes (General)	Miércoles 07 a Lunes 12 de Diciembre
15.-	Colocación de puertas y ventanas	Martes 13 a Miércoles 14 de Diciembre
16.-	Entrega de la obra	Jueves 15 a Sábado 17 de Diciembre

Tabla 6: Cronograma de la obra

9. ESTUDIO FINANCIERO

a) Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión

Comprende:

INVERSION ESTIMADA DE ACTIVOS	
DESCRIPCION DE LA INVERSION INICIAL	
Caja	\$ 5.271,00
TOTAL CAJA	\$ 5.271,00
ACTIVOS FIJOS	
Equipos de Computación	\$ 600,00
Muebles y Enseres	\$ 5.958,56
Edificio	\$ 15.000,00
Terreno	\$ 20.000,00
Uniformes	\$ 275,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 41.833,56
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de constitución	\$ 750,00
Gastos de Publicidad	\$ 2.010,00
TOTAL DIFERIDOS	\$ 2.760,00
INVERSION INICIAL TOTAL	49.864,56

Tabla 7: Inversión inicial

b) Fuentes de Financiamiento

Socio: Lissette Cañizares B. 25% CAPITAL PROPIO	\$12.466,14
Socio: Luis G. Feijoo 25% CAPITAL PROPIO	\$12.466,14
50% CRÉDITO BNF	\$24.932,28
INVERSIÓN INICIAL TOTAL	\$49.864,56

Tabla 8: Fuentes de financiamiento

c) Balance Inicial

RESTAURANTE "VISTA HERMOSA"			
BALANCE INICIAL			
Al 04 de Enero del 2012			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO FIJO	
Caja	\$ 5.271,00	Doc. por pagar	\$ 24.932,28
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 5.271,00	TOTAL PASIVO FIJO	\$ 24.932,28
ACTIVOS FIJOS			
Equipos de Computación	\$ 600,00		
Muebles y Enseres	\$ 5.958,56		
Edificio	\$ 15.000,00	TOTAL PASIVOS	\$ 24.932,28
Terreno	\$ 20.000,00		
Uniformes	\$ 275,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 41.833,56		
ACTIVOS DIFERIDO		PATRIMONIO	
Gastos de constitución	\$ 750,00	Lisette Cañizares B.	\$ 12.466,14
Gastos de Publicidad	\$ 2.010	Luis Feijoó C.	\$ 12.466,14
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2.760,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 24.932,28
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.864,56	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.864,56

Tabla 9: Balance inicial

d) Amortización del Préstamo

Inversión inicial	\$ 49.864,56
Monto del crédito	\$ 24.932,28
Tasa de interés anual	9,80%
Plazo en años	5
Dividendos en meses	60
Cuota anual	\$ 6.543,50

Tabla 10: Amortización del préstamo

PERÍODO	SALDO DE CAPITAL	PAGO CAPITAL	PAGO INTERÉS	CUOTA	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 24.932,28	\$ 4.100,14	\$ 2.443,36	\$ 6.543,50	\$ 20.832,14
2	\$ 20.832,14	\$ 4.501,95	\$ 2.041,55	\$ 6.543,50	\$ 16.330,19
3	\$ 16.330,19	\$ 4.943,14	\$ 1.600,36	\$ 6.543,50	\$ 11.387,05
4	\$ 11.387,05	\$ 5.427,57	\$ 1.115,93	\$ 6.543,50	\$ 5.959,47
5	\$ 5.959,47	\$ 5.959,47	\$ 584,03	\$ 6.543,50	\$ -

Tabla 11: Amortización del préstamo anual

PERÍODO	SALDO DE CAPITAL	PAGO CAPITAL	PAGO INTERÉS	CUOTA	SALDO PRINCIPAL
0	\$ 24.932,28	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 24.932,28
1	\$ 24.932,28	\$ 323,67	\$ 203,61	\$ 527,29	\$ 24.608,61
2	\$ 24.608,61	\$ 326,32	\$ 200,97	\$ 527,29	\$ 24.282,29
3	\$ 24.282,29	\$ 328,98	\$ 198,31	\$ 527,29	\$ 23.953,31
4	\$ 23.953,31	\$ 331,67	\$ 195,62	\$ 527,29	\$ 23.621,64
5	\$ 23.621,64	\$ 334,38	\$ 192,91	\$ 527,29	\$ 23.287,26
6	\$ 23.287,26	\$ 337,11	\$ 190,18	\$ 527,29	\$ 22.950,15
7	\$ 22.950,15	\$ 339,86	\$ 187,43	\$ 527,29	\$ 22.610,29
8	\$ 22.610,29	\$ 342,64	\$ 184,65	\$ 527,29	\$ 22.267,66
9	\$ 22.267,66	\$ 345,43	\$ 181,85	\$ 527,29	\$ 21.922,22
10	\$ 21.922,22	\$ 348,26	\$ 179,03	\$ 527,29	\$ 21.573,97
11	\$ 21.573,97	\$ 351,10	\$ 176,19	\$ 527,29	\$ 21.222,87
12	\$ 21.222,87	\$ 353,97	\$ 173,32	\$ 527,29	\$ 20.868,90
		\$ 4.063,38	\$ 2.264,07		
13	\$ 20.868,90	\$ 356,86	\$ 170,43	\$ 527,29	\$ 20.512,04
14	\$ 20.512,04	\$ 359,77	\$ 167,52	\$ 527,29	\$ 20.152,27
15	\$ 20.152,27	\$ 362,71	\$ 164,58	\$ 527,29	\$ 19.789,56
16	\$ 19.789,56	\$ 365,67	\$ 161,61	\$ 527,29	\$ 19.423,89
17	\$ 19.423,89	\$ 368,66	\$ 158,63	\$ 527,29	\$ 19.055,23
18	\$ 19.055,23	\$ 371,67	\$ 155,62	\$ 527,29	\$ 18.683,56
19	\$ 18.683,56	\$ 374,70	\$ 152,58	\$ 527,29	\$ 18.308,86
20	\$ 18.308,86	\$ 377,76	\$ 149,52	\$ 527,29	\$ 17.931,09
21	\$ 17.931,09	\$ 380,85	\$ 146,44	\$ 527,29	\$ 17.550,24
22	\$ 17.550,24	\$ 383,96	\$ 143,33	\$ 527,29	\$ 17.166,28
23	\$ 17.166,28	\$ 387,10	\$ 140,19	\$ 527,29	\$ 16.779,19
24	\$ 16.779,19	\$ 390,26	\$ 137,03	\$ 527,29	\$ 16.388,93
		\$ 4.479,97	\$ 1.847,47		
25	\$ 16.388,93	\$ 393,44	\$ 133,84	\$ 527,29	\$ 15.995,48
26	\$ 15.995,48	\$ 396,66	\$ 130,63	\$ 527,29	\$ 15.598,83
27	\$ 15.598,83	\$ 399,90	\$ 127,39	\$ 527,29	\$ 15.198,93
28	\$ 15.198,93	\$ 403,16	\$ 124,12	\$ 527,29	\$ 14.795,77
29	\$ 14.795,77	\$ 406,45	\$ 120,83	\$ 527,29	\$ 14.389,31
30	\$ 14.389,31	\$ 409,77	\$ 117,51	\$ 527,29	\$ 13.979,54
31	\$ 13.979,54	\$ 413,12	\$ 114,17	\$ 527,29	\$ 13.566,42
32	\$ 13.566,42	\$ 416,49	\$ 110,79	\$ 527,29	\$ 13.149,92
33	\$ 13.149,92	\$ 419,90	\$ 107,39	\$ 527,29	\$ 12.730,03
34	\$ 12.730,03	\$ 423,33	\$ 103,96	\$ 527,29	\$ 12.306,70
35	\$ 12.306,70	\$ 426,78	\$ 100,50	\$ 527,29	\$ 11.879,92
36	\$ 11.879,92	\$ 430,27	\$ 97,02	\$ 527,29	\$ 11.449,65
		\$ 4.939,28	\$ 1.388,17		
37	\$ 11.449,65	\$ 433,78	\$ 93,51	\$ 527,29	\$ 11.015,87
38	\$ 11.015,87	\$ 437,32	\$ 89,96	\$ 527,29	\$ 10.578,55
39	\$ 10.578,55	\$ 440,90	\$ 86,39	\$ 527,29	\$ 10.137,65
40	\$ 10.137,65	\$ 444,50	\$ 82,79	\$ 527,29	\$ 9.693,15
41	\$ 9.693,15	\$ 448,13	\$ 79,16	\$ 527,29	\$ 9.245,03
42	\$ 9.245,03	\$ 451,79	\$ 75,50	\$ 527,29	\$ 8.793,24
43	\$ 8.793,24	\$ 455,48	\$ 71,81	\$ 527,29	\$ 8.337,77
44	\$ 8.337,77	\$ 459,20	\$ 68,09	\$ 527,29	\$ 7.878,57
45	\$ 7.878,57	\$ 462,95	\$ 64,34	\$ 527,29	\$ 7.415,63
46	\$ 7.415,63	\$ 466,73	\$ 60,56	\$ 527,29	\$ 6.948,90
47	\$ 6.948,90	\$ 470,54	\$ 56,75	\$ 527,29	\$ 6.478,36
48	\$ 6.478,36	\$ 474,38	\$ 52,91	\$ 527,29	\$ 6.003,98
		\$ 5.445,67	\$ 881,77		
49	\$ 6.003,98	\$ 478,25	\$ 49,03	\$ 527,29	\$ 5.525,73
50	\$ 5.525,73	\$ 482,16	\$ 45,13	\$ 527,29	\$ 5.043,57
51	\$ 5.043,57	\$ 486,10	\$ 41,19	\$ 527,29	\$ 4.557,47
52	\$ 4.557,47	\$ 490,07	\$ 37,22	\$ 527,29	\$ 4.067,40
53	\$ 4.067,40	\$ 494,07	\$ 33,22	\$ 527,29	\$ 3.573,33
54	\$ 3.573,33	\$ 498,10	\$ 29,18	\$ 527,29	\$ 3.075,23
55	\$ 3.075,23	\$ 502,17	\$ 25,11	\$ 527,29	\$ 2.573,05
56	\$ 2.573,05	\$ 506,27	\$ 21,01	\$ 527,29	\$ 2.066,78
57	\$ 2.066,78	\$ 510,41	\$ 16,88	\$ 527,29	\$ 1.556,37
58	\$ 1.556,37	\$ 514,58	\$ 12,71	\$ 527,29	\$ 1.041,79
59	\$ 1.041,79	\$ 518,78	\$ 8,51	\$ 527,29	\$ 523,02
60	\$ 523,02	\$ 523,02	\$ 4,27	\$ 527,29	\$ 0,00
		\$ 6.003,98	\$ 323,46		

Tabla 12: Amortización del préstamo mensual

e) Depreciación Acumulada de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	Valor del bien	Años de Vida Útil	% de Valor Residual	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Equipos de Computación	\$ 600,00	3	10%	\$ 180,00	15,00
Muebles y Enseres	\$ 5.958,56	10	10%	\$ 536,27	44,69
Edificio	\$ 15.000,00	20	10%	\$ 675,00	56,25

Tabla 13: Depreciación acumulada de activos fijos

Equipo de Computación	600	
Valor 10% Residual	60	
Período	Anual	Acumulado
1	180	180
2	180	360
3	180	540

Tabla 14: Equipos de computación

Muebles y Enseres	5958,56	
Valor 10% Residual	595,856	
Período	Anual	Acumulado
1	536,27	536,27
2	536,27	1072,54
3	536,27	1608,81
4	536,27	2145,08
5	536,27	2681,35
6	536,27	3217,62
7	536,27	3753,89
8	536,27	4290,16
9	536,27	4826,43
10	536,27	5362,7

Tabla 15: Muebles y enseres

Muebles y Enseres		15000	
Valor 10% Residual		1500	
Periodo	Anual	Acumulado	
1	\$ 675,00	675	
2	\$ 675,00	\$ 1.350,00	
3	\$ 675,00	\$ 2.025,00	
4	\$ 675,00	\$ 2.700,00	
5	\$ 675,00	\$ 3.375,00	
6	\$ 675,00	\$ 4.050,00	
7	\$ 675,00	\$ 4.725,00	
8	\$ 675,00	\$ 5.400,00	
9	\$ 675,00	\$ 6.075,00	
10	\$ 675,00	\$ 6.750,00	
11	\$ 675,00	\$ 7.425,00	
12	\$ 675,00	\$ 8.100,00	
13	\$ 675,00	\$ 8.775,00	
14	\$ 675,00	\$ 9.450,00	
15	\$ 675,00	\$ 10.125,00	
16	\$ 675,00	\$ 10.800,00	
17	\$ 675,00	\$ 11.475,00	
18	\$ 675,00	\$ 12.150,00	
19	\$ 675,00	\$ 12.825,00	
20	\$ 675,00	\$ 13.500,00	

Tabla 16: Muebles y enseres (edificación)

TIEMPO	DEPRECIACIÓN ANUAL	ACUMULADA	
AÑO 1	\$ 1.391,27	\$ 1.391,27	
AÑO 2	\$ 1.391,27	\$ 2.782,54	
AÑO 3	\$ 1.391,27	\$ 4.173,81	
AÑO 4	\$ 1.211,27	\$ 5.385,08	
AÑO 5	\$ 1.211,27	\$ 6.596,35	
AÑO 6	\$ 1.211,27	\$ 7.807,62	
AÑO 7	\$ 1.211,27	\$ 9.018,89	
AÑO 8	\$ 1.211,27	\$ 10.230,16	
AÑO 9	\$ 1.211,27	\$ 11.441,43	
AÑO 10	\$ 1.211,27	\$ 12.652,70	
AÑO 11	\$ 675,00	\$ 13.327,70	
AÑO 12	\$ 675,00	\$ 14.002,70	
AÑO 13	\$ 675,00	\$ 14.677,70	
AÑO 14	\$ 675,00	\$ 15.352,70	
AÑO 15	\$ 675,00	\$ 16.027,70	
AÑO 16	\$ 675,00	\$ 16.702,70	
AÑO 17	\$ 675,00	\$ 17.377,70	
AÑO 18	\$ 675,00	\$ 18.052,70	
AÑO 19	\$ 675,00	\$ 18.727,70	
AÑO 20	\$ 675,00	\$ 19.402,70	

Tabla 17: Depreciación acumulada de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	Valor del bien	Tiempo	% de Valor Residual	Amortización Anual	Amortización Mensual
Constitución	\$ 750,00	10	0%	\$ 75,00	6,25
					-
					-

Tabla 18: Amortización de gastos de constitución

f) Amortización de Gastos de Constitución

TIEMPO	DEPRECIACIÓN ANUAL	ACUMULADA
AÑO 1	\$ 75,00	\$ 75,00
AÑO 2	\$ 75,00	\$ 150,00
AÑO 3	\$ 75,00	\$ 225,00
AÑO 4	\$ 75,00	\$ 300,00
AÑO 5	\$ 75,00	\$ 375,00
AÑO 6	\$ 75,00	\$ 450,00
AÑO 7	\$ 75,00	\$ 525,00
AÑO 8	\$ 75,00	\$ 600,00
AÑO 9	\$ 75,00	\$ 675,00
AÑO 10	\$ 75,00	\$ 750,00

Tabla 19: Depreciación anual

PLATOS DE LA COSTA		P.V.P	COSTO DE PRODUCCIÓN
1	Arroz con menestra y carne asada	\$ 3,50	\$ 1,60
2	Seco de Pollo	\$ 3,00	\$ 0,93
3	Parrillada	\$ 7,00	\$ 3,20
4	Moro de lenteja pollo, carne o chuleta	\$ 4,50	\$ 1,64
PLATOS DE LA SIERRA		P.V.P	COSTO DE PRODUCCIÓN
5	Fritada	\$ 5,00	\$ 3,07
6	Llapingacho	\$ 4,00	\$ 2,15
7	Hornado	\$ 3,50	\$ 1,72
8	Mote pillo	\$ 4,00	\$ 1,68

Tabla 20: Costos de platos

g) Proyección de Ventas Platos

PROYECCIÓN DE VENTAS POR DÍAS DE FUNCIONAMIENTO	Venta de Platos Diarios	Venta de Platos semanal	Venta de Platos mensuales	Venta de Platos anuales
Miércoles a Viernes				
10:00 - 20:00	45	135	540	6480
Sábados y domingos				
10:00 - 21:00	100	200	800	9600
Feriatos				
10:00 - 21:00			350 C/F.	350 C/F.

Tabla 21: Proyección de ventas

MESES DE FERIADO	
FEBRERO/MARZO	Carnaval
ABRIL	Semana Santa
NOVIEMBRE	Fiestas de Piñas y Día de los Difuntos
DICIEMBRE	Fiestas de Navidad y Fin de Año

Tabla 22: Meses de feriado

DESGLOSE DE VENTAS POR CADA PLATO	Miércoles	Jueves	Viernes	Venta Semanal	Sábados	Domingos	Venta Semanal	SEMANAL	MENSUAL	Feriatos	
Aroz con menestra y carne asada	2	2	2	18	5	5	20	38	152	35	
Seco de Pollo	1	2	3	18	6	7	26	44	176	46	
Parrillada	2	2	2	18	8	7	30	48	192	58	
Moro de lenteja pollo, carne y chuleta	2	2	3	21	6	5	22	43	172	50	
Fritada	2	2	2	18	8	7	30	48	192	55	
Llapingacho	1	2	3	18	6	5	22	40	160	45	
Homado	1	1	2	12	6	5	22	34	136	26	
Mote pilo	1	1	2	12	9	5	28	40	160	35	TOTAL PLATOS EN FERIADO
	12	14	19	135	54	46	200	335	1340	350	1690
	45			10							

Tabla 23: Desglose de venta de cada plato

COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL
Arroz con menestra y carne asada	\$ 243,20	\$ 243,20	\$ 299,20	\$ 299,20	\$ 243,20	\$ 243,20	\$ 243,20	\$ 243,20	\$ 243,20	\$ 243,20	\$ 299,20	\$ 299,20	\$ 3.142,40
Seco de Pollo	\$ 163,68	\$ 163,68	\$ 206,46	\$ 206,46	\$ 163,68	\$ 163,68	\$ 163,68	\$ 163,68	\$ 163,68	\$ 163,68	\$ 206,46	\$ 206,46	\$ 2.135,28
Parrillada	\$ 614,40	\$ 614,40	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 614,40	\$ 614,40	\$ 614,40	\$ 614,40	\$ 614,40	\$ 614,40	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 8.115,20
Moro de lenteja pollo, carne y chuleta	\$ 282,08	\$ 282,08	\$ 364,08	\$ 364,08	\$ 282,08	\$ 282,08	\$ 282,08	\$ 282,08	\$ 282,08	\$ 282,08	\$ 364,08	\$ 364,08	\$ 3.712,96
Fritada	\$ 589,44	\$ 589,44	\$ 758,29	\$ 758,29	\$ 589,44	\$ 589,44	\$ 589,44	\$ 589,44	\$ 589,44	\$ 589,44	\$ 758,29	\$ 758,29	\$ 7.748,68
Llapingacho	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 440,75	\$ 440,75	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 440,75	\$ 440,75	\$ 4.515,00
Homado	\$ 233,92	\$ 233,92	\$ 278,64	\$ 278,64	\$ 233,92	\$ 233,92	\$ 233,92	\$ 233,92	\$ 233,92	\$ 233,92	\$ 278,64	\$ 278,64	\$ 2.985,92
Mote pïllo	\$ 268,80	\$ 268,80	\$ 327,60	\$ 327,60	\$ 268,80	\$ 268,80	\$ 268,80	\$ 268,80	\$ 268,80	\$ 268,80	\$ 327,60	\$ 327,60	\$ 3.460,80
COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 3.475,02	\$ 3.475,02	\$ 2.739,52	\$ 3.475,02	\$ 3.475,02	\$ 35.816,24					

Tabla 24: Costo de producción de mensual

h) Proyección de Ventas de Bebidas

BEBIDAS		P.V.P	PROVEEDORES
1	Café	\$ 0,60	\$ 0,25
2	Agua	\$ 0,50	\$ 0,30
3	Gaseosa	\$ 0,70	\$ 0,40
4	jugo sunny	\$ 0,80	\$ 0,40
5	Cerveza Nacional	\$ 1,00	\$ 0,50
6	Sangria	\$ 8,00	\$ 2,85

Tabla 25: Costos de bebidas

PROYECCIÓN DE BEBIDAS POR DÍAS DE FUNCIONAMIENTO	Venta de Bebidas Diarios	Venta Bebidas semanal	Venta bebidas mensuales	Venta bebidas anuales
Miércoles a Viernes				
10:00 - 20:00	60	180	720	8640
Sábados y domingos				
10:00 - 21:00	120	240	960	11520
Feriados				
10:00 - 21:00			400 C/F.	400 C/F.

Tabla 26: Proyección de ventas

Lista de bebidas	Miércoles	Jueves	Viernes	Venta Semanal	Sábados	Domingos	Venta Semanal	SEMANAL	MENSUAL	Feridos		
Café	2	2	4	24	5	6	22	46	184	30		
Agua	2	2	3	21	8	14	44	65	260	100		
Gaseosa	5	5	6	48	15	15	60	108	432	80		
Jugo Sunny	4	3	5	36	10	16	52	88	352	70		
Cerveza Nacional	3	3	6	36	23	0	46	82	328	100		
Sangría	1	2	2	15	8	0	16	31	124	20	TOTAL BEBIDAS FERIADO	
	17	17	26	180	69	51	240	420	1680	400	2080	

Tabla 27: Desglose de venta de bebidas

COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	COSTO DE PRODUCCIÓN ANUAL
Café	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 53,50	\$ 53,50	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 46,00	\$ 53,50	\$ 53,50	\$ 582,00
Agua	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 78,00	\$ 108,00	\$ 108,00	\$ 1.056,00
Gaseosa	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 204,80	\$ 204,80	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 172,80	\$ 204,80	\$ 204,80	\$ 2.201,60
Jugo Sunny	\$ 140,80	\$ 140,80	\$ 168,80	\$ 168,80	\$ 140,80	\$ 140,80	\$ 140,80	\$ 140,80	\$ 140,80	\$ 140,80	\$ 168,80	\$ 168,80	\$ 1.801,60
Cerveza Nacional	\$ 164,00	\$ 164,00	\$ 214,00	\$ 214,00	\$ 164,00	\$ 164,00	\$ 164,00	\$ 164,00	\$ 164,00	\$ 164,00	\$ 214,00	\$ 214,00	\$ 2.168,00
Sangría	\$ 353,40	\$ 353,40	\$ 410,40	\$ 410,40	\$ 353,40	\$ 353,40	\$ 353,40	\$ 353,40	\$ 353,40	\$ 353,40	\$ 410,40	\$ 410,40	\$ 4.468,80
COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 1.159,50	\$ 1.159,50	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 1.159,50	\$ 1.159,50	\$ 12.278,00

Tabla 28: Costo de producción mensual

i) Proyección de ventas mensuales

Tabla 29: Proyección de ventas mensuales

PROYECCIÓN MENSUAL PLATOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas platos	\$ 5.894,00	\$ 5.894,00	\$ 7.471,50	\$ 7.471,50	\$ 5.894,00	\$ 5.894,00	\$ 5.894,00	\$ 5.894,00	\$ 5.894,00	\$ 5.894,00	\$ 7.471,50	\$ 7.471,50
Costos de Producción de platos	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 3.475,02	\$ 3.475,02	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 2.739,52	\$ 3.475,02	\$ 3.475,02
Utilidad Bruta.	\$ 3.154,48	\$ 3.154,48	\$ 3.996,48	\$ 3.996,48	\$ 3.154,48	\$ 3.154,48	\$ 3.154,48	\$ 3.154,48	\$ 3.154,48	\$ 3.154,48	\$ 3.996,48	\$ 3.996,48
PROYECCIÓN ANUAL BEBIDAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas Bebidas	\$ 2.144,40	\$ 2.144,40	\$ 2.584,40	\$ 2.584,40	\$ 2.144,40	2144,40	2144,40	2144,40	2144,40	2144,40	2584,40	2584,40
Costo de Producción de bebidas	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 1.159,50	\$ 1.159,50	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 955,00	\$ 1.159,50	\$ 1.159,50
Utilidad Bruta.	\$ 1.189,40	\$ 1.189,40	\$ 1.424,90	\$ 1.424,90	\$ 1.189,40	\$ 1.189,40	\$ 1.189,40	\$ 1.189,40	\$ 1.189,40	\$ 1.189,40	\$ 1.424,90	\$ 1.424,90

PROYECCIÓN ANUAL A&B	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Ventas	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 10.055,90	\$ 10.055,90	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 10.055,90	\$ 10.055,90	\$ 104.530,80
Costo de Producción	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 48.094,24
Utilidad Bruta	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 5.421,38	\$ 5.421,38	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 5.421,38	\$ 5.421,38	\$ 56.436,56

Tabla 30: Proyección de ventas mensual (utilidad bruta)

j) Proyección de ventas anual

PROYECCIÓN ANUAL PLATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas platos	\$ 77.038,00	\$ 84.741,80	\$ 93.215,98	\$ 102.537,58	\$ 112.791,34	10%
Costos de Producción de platos	\$ 35.816,24	\$ 37.248,89	\$ 38.738,85	\$ 40.288,40	\$ 41.899,93	4%
Utilidad Bruta.	\$ 41.221,76	\$ 47.492,91	\$ 54.477,13	\$ 62.249,18	\$ 70.891,40	
PROYECCIÓN ANUAL BEBIDAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas Bebidas	\$ 27.492,80	\$ 30.242,08	\$ 33.266,29	\$ 36.592,92	\$ 40.252,21	10%
Costo de Producción de bebidas	\$ 12.278,00	\$ 12.769,12	\$ 13.279,88	\$ 13.811,08	\$ 14.363,52	4%
Utilidad Bruta.	\$ 15.214,80	\$ 17.472,96	\$ 46.546,17	\$ 50.404,00	\$ 54.615,73	
Total Utilidad Bruta	\$ 56.436,56	64.965,87	101.023,31	112.653,18	125.507,13	
PROYECCIÓN ANUAL A&B	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	\$ 104.530,80	\$ 114.983,88	\$ 126.482,27	\$ 139.130,49	\$ 153.043,54	
Costo de Producción	\$ 48.094,24	\$ 50.018,01	\$ 52.018,73	\$ 54.099,48	\$ 56.263,46	
Utilidad Bruta	\$ 56.436,56	\$ 64.965,87	\$ 74.463,54	\$ 85.031,02	\$ 96.780,09	

Tabla 31: Proyección de ventas anual

k) Cálculo de remuneraciones

CARGO	Cantidad de Personas	Sueldo Básico Mensual	Sueldo Básico Anual	Décimo Tercero	Bono escolar	Aporte Patronal (12,15%)	Costo Total (USD \$)	Gasto Total mensual Año 0	Gasto Total mensual Año1
Administrador	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 350,00	\$ 264,00	\$ 510,30	\$ 5.324,30	\$ 422,93	\$ 443,69
Chef	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 729,00	\$ 7.493,00	\$ 602,61	\$ 624,42
Ayudante de Chef	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 384,91	\$ 4.080,91	\$ 319,91	\$ 340,08
Mesero	2	\$ 528,00	\$ 12.672,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 1.599,65	\$ 15.267,65	\$ 1.231,97	\$ 1.272,30
Limpieza	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 384,91	\$ 4.080,91	\$ 319,91	\$ 340,08
Guardia	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 384,91	\$ 4.080,91	\$ 319,91	\$ 340,08
							\$ 40.327,68	\$ 3.217,24	\$ 3.360,64

Tabla 32: Cálculo de remuneraciones

Cargo	Cantidad de Personas	Sueldo Básico Mensual	Sueldo Básico Anual	Décimo Tercero	Bono escolar	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal (12,15%)	Costo Total (USD \$)	Gasto Total mensual Año 0	Gasto Total mensual Año 1
Administrador	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 350,00	\$ 264,00	\$ 175,00	\$ 29,16	\$ 510,30	\$ 5.528,46	\$ 422,93	\$ 460,70
Chef	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 300,00	\$ 264,00	\$ 250,00	\$ 41,65	\$ 729,00	\$ 7.584,65	\$ 602,61	\$ 632,05
Ayudante de Chef	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 132,00	\$ 21,99	\$ 384,91	\$ 4.234,90	\$ 319,91	\$ 352,91
Mesero	2	\$ 528,00	\$ 12.672,00	\$ 528,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 43,98	\$ 1.539,65	\$ 15.311,63	\$ 1.231,97	\$ 1.275,97
Limpieza	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 132,00	\$ 21,99	\$ 384,91	\$ 4.234,90	\$ 319,91	\$ 352,91
Guardia	1	\$ 264,00	\$ 3.168,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 132,00	\$ 21,99	\$ 384,91	\$ 4.234,90	\$ 319,91	\$ 352,91
Sueldos y salarios anual y mensual									\$ 41.129,45	\$ 3.217,24	\$ 3.427,45

Tabla 33: Vacaciones y fondos de reserva

D) Gastos mensuales

CARACTERISTICAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
PERSONAL													
Administrador	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	
Chef	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	
Ayudante de Chef	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	
Mesero x 2	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	
Limpieza	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	
Guardia	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	\$ 264,00	
TOTAL	\$ 2.170,00	\$ 26.040,00											
SERVICIOS BASICOS													
Luz	\$ 30,00	\$ 31,00	\$ 35,00	\$ 36,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 32,00	\$ 30,00	\$ 28,00	\$ 39,00	\$ 38,00	
Agua	\$ 19,00	\$ 19,00	\$ 22,00	\$ 23,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 24,00	\$ 22,00	
Telefono	\$ 13,00	\$ 12,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 14,00	\$ 13,00	
Internet	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	
TOTAL	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 102,00	\$ 104,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 93,00	\$ 91,00	\$ 89,00	\$ 107,00	\$ 103,00	\$ 1.146,00
MANTENIMIENTO													
Limpieza (general, fumigaciones y productos)			\$ 410,00			\$ 410,00			\$ 410,00			\$ 410,00	
Mantenimiento (equipo e instalaciones)			\$ 200,00			\$ 200,00			\$ 200,00			\$ 200,00	
TOTAL			\$ 610,00	\$ 2.440,00									
PAPELERIA													
Papeleria			\$ 150,00			\$ 150,00			\$ 150,00			\$ 150,00	
TOTAL			\$ 150,00	\$ 600,00									
PROVISIONES													
Alimentos	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 48.094,24
TOTAL	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 48.094,24					
GASTOS FINANCIEROS													
Interes del prestamo	\$ 203,61	\$ 200,97	\$ 198,31	\$ 195,62	\$ 192,91	\$ 190,18	\$ 187,43	\$ 184,65	\$ 181,85	\$ 179,03	\$ 176,19	\$ 173,32	\$ 2.264,07
PUBLICIDAD													
RADIO	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
STOS PRIMEROS 12 MESES	\$ 6.220,13	\$ 6.217,49	\$ 7.924,83	\$ 7.164,14	\$ 6.208,43	\$ 6.965,70	\$ 6.202,95	\$ 6.202,17	\$ 6.957,37	\$ 6.192,55	\$ 7.147,71	\$ 7.900,84	\$ 81.304,31

Tabla 34: Gastos mensuales

Gastos Anuales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal	\$ 26.040,00	\$ 27.185,76	\$ 28.381,93	\$ 29.630,74	\$ 30.934,49
Servicios Básicos	\$ 1.146,00	\$ 1.196,42	\$ 1.249,07	\$ 1.304,03	\$ 1.361,40
Mantenimiento	\$ 2.440,00	\$ 2.547,36	\$ 2.659,44	\$ 2.776,46	\$ 2.898,62
Gastos Administrativos	\$ 600,00	\$ 626,40	\$ 653,96	\$ 682,74	\$ 712,78
Provisiones	\$ 48.094,24	\$ 50.210,39	\$ 52.419,64	\$ 54.726,11	\$ 57.134,06
TOTAL DE GASTOS ANUALES	\$ 78.320,24	\$ 81.766,33	\$ 85.364,05	\$ 89.120,07	\$ 93.041,35
INFLACIÓN	4,4%				

Tabla 35: Total gastos anuales

m) Estado de resultado mensual

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Ventas	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 10.055,90	\$ 10.055,90	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 8.038,40	\$ 10.055,90	\$ 10.055,90	\$ 104.530,80
Costo de Producción	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 48.094,24
Utilidad Bruta	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 5.421,38	\$ 5.421,38	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 4.343,88	\$ 5.421,38	\$ 5.421,38	\$ 56.436,56
GASTOS MENSUALES													
Sueldos y Salarios	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 3.360,64	\$ 40.327,68
Servicios Básicos	\$ 92,00	\$ 92,00	\$ 102,00	\$ 104,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 91,00	\$ 93,00	\$ 91,00	\$ 89,00	\$ 107,00	\$ 103,00	\$ 1.146,00
Mantenimiento	\$ -	\$ -	\$ 610,00	\$ -	\$ -	\$ 610,00	\$ -	\$ -	\$ 610,00	\$ -	\$ -	\$ 610,00	\$ 2.440,00
Gastos de Administración	\$ -	\$ -	\$ 150,00	\$ -	\$ -	\$ 150,00	\$ -	\$ -	\$ 150,00	\$ -	\$ -	\$ 150,00	\$ 600,00
Pago Interes Prestamo	\$ 203,61	\$ 200,97	\$ 198,31	\$ 198,31	\$ 195,62	\$ 192,91	\$ 190,18	\$ 187,43	\$ 184,65	\$ 181,85	\$ 179,03	\$ 176,19	\$ 2.289,05
Provisiones	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 3.694,52	\$ 4.634,52	\$ 4.634,52	\$ 48.094,24
Publicidad	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	\$ 7.410,77	\$ 7.408,13	\$ 9.115,47	\$ 8.357,47	\$ 7.401,78	\$ 8.159,07	\$ 7.396,34	\$ 7.395,59	\$ 8.150,81	\$ 7.386,01	\$ 8.341,19	\$ 9.094,35	\$ 95.616,98

Tabla 36: Estado de resultado mensual

n) Estado de resultado anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	\$ 104.530,80	\$ 114.983,88	\$ 126.482,27	\$ 139.130,49	\$ 153.043,54	10%
Costos de Producción	\$ 48.094,24	\$ 50.018,01	\$ 52.018,73	\$ 54.099,48	\$ 56.263,46	4%
Total Utilidad Bruta	\$ 56.436,56	\$ 64.965,87	\$ 74.463,54	\$ 85.031,02	\$ 96.780,09	
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	40.327,68	\$ 44.851,92	\$ 49.785,63	\$ 55.262,05	\$ 61.340,88	11%
Servicios Básicos	1.146,00	\$ 1.191,84	\$ 1.239,51	\$ 1.289,09	\$ 1.340,66	4%
Mantenimiento	2.440,00	\$ 2.488,80	\$ 2.538,58	\$ 2.589,35	\$ 2.641,13	2%
Uniformes	275,00	275,00	275,00	275,00	275,00	
Gastos de Administración	600,00	\$ 624,00	\$ 648,96	\$ 674,92	\$ 701,92	4%
Publicidad	720,00	\$ 748,80	\$ 778,75	\$ 809,90	\$ 842,30	4%
Gastos Financieros	2.264,07	1.847,47	1.388,17	881,77	323,46	
Amortizacion Constitucion Cia	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	
Depreciacion de Equipos de Computación	180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
Depreciacion de Muebles y Enseres de Cocina	536,27	\$ 536,27	\$ 536,27	\$ 536,27	\$ 536,27	
Depreciacion de Edificio	675,00	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 675,00	\$ 675,00	
TOTAL GASTOS	49.239,02	53.494,11	\$ 58.120,87	\$ 63.068,36	\$ 68.751,62	
UTILIDAD E INTERESES						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 7.197,54	\$ 11.471,76	\$ 16.342,66	\$ 21.962,65	\$ 28.028,47	
15% DE LOS TRABAJADORES	\$ 1.079,63	\$ 1.720,76	\$ 2.451,40	\$ 3.294,40	\$ 4.204,27	15%
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 6.117,91	\$ 9.751,00	\$ 13.891,26	\$ 18.668,26	\$ 23.824,20	
% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 1.468,30	\$ 2.242,73	\$ 3.056,08	\$ 4.107,02	\$ 5.241,32	22%
UTILIDAD NETA	\$ 4.649,61	\$ 7.508,27	\$ 10.835,19	\$ 14.561,24	\$ 18.582,87	
+ DEPRECIACIÓN	\$ 1.391,27	\$ 1.391,27	\$ 1.391,27	\$ 1.211,27	\$ 1.211,27	
+ AMORTIZACION	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	
	\$ 6.115,88	\$ 8.974,54	\$ 12.301,46	\$ 15.847,51	\$ 19.869,14	

Tabla 37: Estado de resultado anual

o) Flujo de caja

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas	0	\$ 104.530,80	\$ 114.983,88	\$ 126.482,27	\$ 139.130,49	\$ 153.043,54
(-) Egresos de Efectivo						
Gastos de Operación		\$ 44.513,68	\$ 49.156,56	\$ 54.212,68	\$ 59.815,41	\$ 66.024,59
Gastos de Administracion		\$ 720,00	\$ 748,80	\$ 778,75	\$ 809,90	\$ 842,30
Gastos de Ventas		\$ 48.094,24	\$ 50.018,01	\$ 52.018,73	\$ 54.099,48	\$ 56.263,46
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 1.468,30	\$ 2.242,73	\$ 3.056,08	\$ 4.107,02
Participacion de Trabajadores			\$ 1.079,63	\$ 1.720,76	\$ 2.451,40	\$ 3.294,40
Gasto de Publicidad	2010					
Uniformes	275	\$ -				
FLUJO NETO DE CAJA OPERACIONAL	\$ (2.285,00)	\$ 11.202,88	\$ 12.512,58	\$ 15.508,61	\$ 18.898,22	\$ 22.511,79
FLUJO DE INVERSION						
Ingresos de Efectivo		0	0	0	0	0
Ventas de Activos Fijos		0	0	0	0	0
(-) Egresos de efectivo		0	0	0	0	0
Compras de activos fijos	35000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	5958,56					
Equipo de Computación	600					
Constitución del Cia	750					
FLUJO NETO DE INVERSION	\$ (42.308,56)	\$ -				
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS	0					
Capital Socios	24932,28					
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de prestamos o principal		4.063,38	4.479,97	4.939,28	5.445,67	6.003,98
Pago de intereses		2.264,07	1.847,47	1.388,17	881,77	323,46
FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ 24.932,28	\$ (6.327,44)				
Saldo de Caja Inicial	5.271,00	5.271,00	10.146,43	16.331,56	25.512,73	38.083,50
FLUJO NETO DE CAJA	\$ -24.932,28	\$ 4.875,43	\$ 6.185,13	\$ 9.181,16	\$ 12.570,78	\$ 16.184,34
Prestamo BNF	24.932,28					
Saldo de Caja al Final	0,00	10.146,43	16.331,56	25.512,73	38.083,50	54.267,84

Tabla 38: Flujo de caja

TASA DE DESCUENTO	12,00%	
EVA	\$ 24.064,56	
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	\$ 7.195,44	
TIR	21,91%	
PERIODO DE RECUPERACION INVERSIÓN	2 AÑOS 11 MESES 1 DIA	

Tabla 39: VAN, TIR, B/C, TR.

p) Balance general

ACTIVOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
CAJA	\$ 5.271,00	\$ 10.146,43	\$ 16.331,56	\$ 25.512,73	\$ 38.083,50	\$ 54.267,84
ACTIVOS FIJOS						
UNIFORMES	\$ 275,00	\$ 275,00	\$ 275,00	\$ 275,00	\$ 275,00	\$ 275,00
EQ. DE COMPUTACION	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
MUEBLES Y ENSERES DE COCINA	\$ 5.958,56	\$ 5.958,56	\$ 5.958,56	\$ 5.958,56	\$ 5.958,56	\$ 5.958,56
EDIFICIO	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
DEPRECIACION ACUMULADA		\$ (1.391,27)	\$ (2.782,54)	\$ (4.173,81)	\$ (5.385,08)	\$ (6.596,35)
TERRENO	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
AMORTIZACION ACUMULADA		\$ (75,00)	\$ (150,00)	\$ (225,00)	\$ (300,00)	\$ (375,00)
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00	\$ 2.010,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 49.864,56	\$ 53.273,72	\$ 57.992,58	\$ 65.707,48	\$ 76.991,98	\$ 91.890,05
PASIVOS						
PASIVO CORTO PLAZO						
IMP. A LA RENTA POR PAGAR	\$ -	\$ 1.468,30	\$ 2.242,73	\$ 3.056,08	\$ 4.107,02	\$ 5.241,32
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	\$ -	\$ 1.079,63	\$ 1.720,76	\$ 2.451,40	\$ 3.294,40	\$ 4.204,27
PASIVO LARGO PLAZO						
DOC. POR PAGAR	\$ 24.932,28	\$ 20.868,90	\$ 16.388,93	\$ 11.449,65	\$ 6.003,98	\$ -
INTERESES POR PAGAR	\$ -					
TOTAL PASIVOS	\$ 24.932,28	\$ 23.416,83	\$ 20.352,42	\$ 16.957,13	\$ 13.405,40	\$ 9.445,59
PATRIMONIO						
CAPITAL	\$ 24.932,28	\$ 24.932,28	\$ 24.932,28	\$ 24.932,28	\$ 24.932,28	\$ 24.932,28
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO		\$ 4.649,61	\$ 7.508,27	\$ 10.835,19	\$ 14.561,24	\$ 18.582,87
UTILIDAD (PERDIDA) AÑO ANTERIOR		\$ -	\$ 4.649,61	\$ 12.157,88	\$ 22.993,07	\$ 37.554,31
TOTAL PATRIMONIO	\$ 24.932,28	\$ 29.581,89	\$ 37.090,16	\$ 47.925,35	\$ 62.486,59	\$ 81.069,46
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 49.864,56	\$ 52.998,72	\$ 57.442,58	\$ 64.882,48	\$ 75.891,98	\$ 90.515,05

Tabla 40: Balance general

q) Punto de equilibrio

COSTOS VARIABLES			
Platos	35.816,24		$P.E = C.F. / (1 - (C.V./V.T))$
Bebidas	12.278,00		Donde:
Servicios Basicos	1.146,00		C.F: Costos Fijos
TOTAL COSTOS VARIABI	49.240,24		C.V: Costos Variables
			V.T: Ventas Totales
Costo Total Operativo	47.497,75	AÑO 1	P.E: Punto de Equilibrio
Costo Fijos	47.497,75		
Ventas Totales	104.530,80		
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 89.797,93	Venta	
EN PORCENTAJE (PE)	85,91%		

Tabla 41: Punto de equilibrio

r) Ratios financieros

Concepto	Fórmula	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Análisis de la Liquidez						
Razón Circulante	Activo Corriente / Pasivo corriente = veces	0,21	0,43	0,80	1,50	2,84
Prueba Ácida	(Activo Cte - inventarios) / Pasivo Cte = veces	-	-	-	-	-
Prueba Defensiva	(Caja - Bancos) / Pasivo Cte = %	21,14%	43,33%	80,24%	150,45%	284,09%
Capital de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente = UM	(19.661,28)	(13.270,40)	(4.020,86)	6.555,60	24.678,11
Análisis de la Gestión o Actividad						
Rotacion Caja Bancos	(Caja y Bancos *360)/ Ventas = dias	76,11	155,99	288,88	541,64	1.022,73
Rotacion de Activos Totales	Ventas / Activos Totales = veces	2,10	2,16	2,18	2,12	1,99
Rotacion de Activo Fijo	Ventas / Activo Fijo = veces	2,50	2,75	3,02	3,33	3,66
Análisis de Apalancamiento						
Estructura del Capital	Pasivo Total / Patrimonio = %	100,00%	79,16%	54,87%	35,38%	21,45%
Razon de Endeudamiento	Pasivo Total / Activo Total = %	50,00%	43,96%	35,09%	25,81%	17,41%
Cobertura de Gastos Financieros	UAI / Gastos Financieros = veces	2,70	5,28	10,01	21,17	73,65
Cobertura de Gastos Fijos	Utilidad Bruta / Gastos Fijos = veces	1,18	1,25	1,31	1,38	1,43
Análisis de Rentabilidad						
Rendimiento sobre el patrimonio	Utilidad Neta / Patrimonio = %	18,65%	25,38%	29,21%	30,38%	29,74%
Rendimiento sobre la inversion	Utilidad Neta / Activo Total = %	9,32%	14,09%	18,68%	22,16%	24,14%
Utilidad Activo	UAI / Activo Total = %	12,27%	18,30%	23,95%	28,41%	30,94%
Utilidad Ventas	UAI / Ventas = %	5,85%	8,48%	10,98%	13,42%	15,57%
Margen de Utilidad Bruta	(Ventas - Costo de Ventas)/ Ventas = %	53,99%	56,50%	58,87%	61,12%	63,24%
Margen Neto de Utilidad	Utilidad Neta / Ventas Netas = %	4,45%	6,53%	8,57%	10,47%	12,14%

Tabla 42: Ratios financieros

s) Análisis de sensibilidad

	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	16%	16%	16%
VAN	\$ 605,22	\$ 2.901,49	\$ 4.500,67
TIR	2,00%	20,6%	29,50%
B/C	\$ 0,05	\$ 0,29	\$ 0,47
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	7.1	2,10	0,11

Tabla 43: Análisis de sensibilidad N.-1

PRODUCTO	VAN PESIMISTA		CASO BASE		VAN OPTIMISTA	
	PRECIO UNITARIO	CANT ANUAL	PRECIO UNITARIO	CANT ANUAL	PRECIO UNITARIO	CANT ANUAL
Arroz con menestra y carne asada	\$ 3,00	1900	\$ 3,50	1964	\$ 4,50	2150
Seco de Pollo	\$ 2,50	2200	\$ 3,00	2296	\$ 4,00	2600
Parrillada	\$ 6,50	2459	\$ 7,00	2536	\$ 8,00	3123
Moro de lenteja pollo, carne y chuleta	\$ 4,00	2000	\$ 4,50	2264	\$ 5,50	2879
Fritada	\$ 4,50	2025	\$ 5,00	2524	\$ 6,00	3243
Llapingacho	\$ 3,50	2000	\$ 4,00	2100	\$ 5,00	2879
Hornado	\$ 3,00	1200	\$ 3,50	1736	\$ 4,50	2736
Mote pillo	\$ 3,50	1900	\$ 4,00	2060	\$ 5,00	2876
Café	\$ 0,40	1940	\$ 0,60	2328	\$ 0,85	2635
Agua	\$ 0,31	2970	\$ 0,50	3520	\$ 0,75	3967
Gaseosa	\$ 0,50	4354	\$ 0,70	5504	\$ 0,90	6245
Jugos Sunny	\$ 0,60	3001	\$ 0,80	4504	\$ 1,00	5463
Cerveza	\$ 0,80	3876	\$ 1,00	4336	\$ 1,25	5892
Sangria	\$ 7,00	1075	\$ 8,00	1568	\$ 9,00	2134

Tabla 44: Análisis de sensibilidad N.-2

	VAN PESIMISTA	CASO BASE	VAN OPTIMISTA
Costos Fijos	\$ 44.007,68	\$ 43.487,68	\$ 42.727,68
Sueldos y Salarios	\$ 40.327,68	\$ 40.327,68	\$ 40.327,68
Mantenimiento	\$ 2.880,00	\$ 2.440,00	\$ 1.900,00
Publicidad	\$ 800,00	\$ 720,00	\$ 500,00
Costos Variables	\$ 50.868,00	\$ 49.240,34	\$ 46.350,00
Platos	\$ 36.100,00	\$ 35.816,34	\$ 34.100,00
Bebidas	\$ 13.090,00	\$ 12.278,00	\$ 11.300,00
Servicios Basicos	\$ 1.678,00	\$ 1.146,00	\$ 950,00

Tabla 45: Análisis de sensibilidad N.-3

t) Análisis financiero

Para el proyecto del restaurante “Vista Hermosa” el monto total de inversión será \$49.864,56, el cual el 50% (\$24.932,28) del financiamiento lo realizarán los socios del restaurante y el otro 50% (\$24.932,28) será a través de un préstamo al Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés de 9,8% a 5 años plazo.

La inversión inicial comprende la solvencia que se tendrá para poder enfrentar algún gasto que se pueda presentar durante los meses de apertura la cual es de \$5.271,00, además los equipos y muebles de oficina necesarios para la adecuación del restaurante con un costo de \$6.558,56, así como también los gastos de constitución y de publicidad siendo \$2.760,00 el monto para el debido funcionamiento y promoción del restaurante.

Contaremos con el personal necesario para no incidir en gastos elevados al empezar la operación del restaurante con un total de sueldos mensual al año cero de \$ 3.217,24.

En las proyecciones financieras del proyecto se obtiene una TIR de 20,58% que resulta positiva puesto que nuestra tasa de descuento es del 16% dándonos como resultado una tasa de retorno de 2 años diez meses 13 días; lo cual nos muestra que el proyecto es rentable para llevarlo a cabo.

10. SISTEMA DE GESTIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO

El principal objetivo de la gestión y monitoreo del proyecto es la de ayudar a controlar que se lleve a cabo la construcción del mismo siguiendo fechas y lineamientos ya establecidos.

El sistema de gestión y monitoreo será una de las principales herramientas de información para realizar los debidos ajustes y adoptar nuevas medidas de llegar a ser necesario; ya que podemos inspeccionar si las actividades y productos a utilizar conducirán a los logros previstos.

El debido seguimiento estará a cargo de los socios.

11. CONCLUSIONES

La creación del proyecto Restaurante Familiar “Vista Hermosa” surgió de la necesidad de ofrecer al turista local y extranjero un lugar donde se pueda alejar del ruido y del estrés de la ciudad al momento de degustar una gama de deliciosos platos típicos nacionales en compañía de su familia o seres queridos, rodeados de hermosos paisajes que caracterizan al cantón.

El cantón Piñas tiene una variedad de atractivos turísticos incomparables acompañado de un clima privilegiado muy agradable para sus habitantes y turistas.

Nuestro proyecto está dirigido a personas de la clase media y media alta del cantón Piñas, además de los visitantes de las ciudades aledañas como Zaruma, Portovelo turistas extranjeros que deseen degustar del buen sabor de la comida típica en un entorno natural con las comodidades necesarias para una buena experiencia en nuestro restaurante y asimismo disfruten de nuestras actividades recreativas.

En relación a las encuestas realizadas en nuestro mercado meta de la ciudad de Piñas, se pudo segmentar nuestro mercado objetivo, es así como el proyecto centrará sus recursos para captar clientes correspondientes a las edades de 20 a 60 años. Se realizó esta segmentación, ya que son un tipo de mercado muy conveniente para nuestros servicios; dado que estamos dirigidos a familias creando un ambiente agradable mientras los adultos disfrutan de la tranquilidad al momento de comer sus hijos pueden estar realizando actividades recreativas tales como caminatas, picnic o juegos infantiles lo cual será una de nuestras ventajas competitivas.

Las encuestas fueron la mayor herramienta para poder determinar los servicios que brindaremos como por ejemplo nos ayudo a definir nuestro menú y las bebidas mas solicitadas, con el objetivo de poder satisfacer a nuestros clientes potenciales

El Restaurante Familiar “Vista Hermosa” tiene que contar con las características de precio accesible dirigido al nivel medio y medio alto, comodidad en sus instalaciones, excelente sabor en los platos a ofrecer, aseo impecable en todas sus áreas, actividades recreativas, proporcionar buen servicio al cliente. Estar ubicados lejos del ruido de la ciudad pero a la vez cerca de ésta, para que el visitante no vea la distancia como una dificultad para visitarnos y disfrutar de nuestros servicios, es por eso que contamos con la ubicación perfecta según las características nombradas anteriormente.

Nuestra estrategia de marketing será dirigida a la diferenciación, es decir nuestra misión no sólo será la de brindar un servicio de alimentación, sino ofrecerle al visitante actividades, en las que puedan disfrutar de la naturaleza, las montañas y una gran vista panorámica de la ciudad.

Para la puesta en marcha del proyecto se requerirá de una inversión inicial de \$ 49.864,56 donde el 50% (\$ 24.932,28) será financiado un préstamo bancario por medio del Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés anual de 9.8% a un plazo de 5 años, y el 50% restante (\$ 24.932,28) mediante capital propio de

los socios Lissette Cañizares Barahona con 25% (\$12.466,14) y Luis Feijoo Castro con 25% (\$12.466,14), aportado por partes iguales según mutuo acuerdo de ambos accionistas.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) según el financiamiento escogido es de 20.58%, que comparada con la Tasa de descuento que se encuentra alrededor del 16% muestra al proyecto como una alternativa altamente positiva; por otra parte el Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 2.901,49; con estos resultados se puede notar que la puesta en marcha del proyecto sería rentable.

Después de haber realizado un complejo y minucioso análisis de la factibilidad financiera de crear un restaurante familiar en el cantón Piñas, se llegó a la conclusión que la implementación de este proyecto sería ventajosa tanto para los inversionistas como para el cantón Piñas, ya que promoverá al crecimiento turístico del sector y generará plazas de trabajo para sus habitantes.

12. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones una vez desarrollado el proyecto son:

- Cumplir con todos los requisitos legales, haciéndolos desde el comienzo para evitar problemas al momento de la apertura.
- Tomar el tiempo necesario para la selección del personal idóneo para la contratación, puesto que de no ser el indicado esto representaría más gastos para capacitar nuevamente.
- Llevar un estricto control en todas las áreas de los servicios que se ofrecerán como restaurante familiar, asegurando la calidad de cada uno de ellos, satisfaciendo las necesidades de nuestros consumidores más exigentes.
- Estar siempre en constante innovación, realizando acciones que llamen la atención de los visitantes por ejemplo: actualización de menú, publicidad, entre otros.

13. BIBLIOGRAFIA

- Eberwine, D. (2002). La revista de la Organización Panamericana de la Salud: Perspectiva de salud. *Globesidad una epidemia en apogeo* [Lectura en Línea] Recuperado de:
 - <http://www.adelgazar.net/n06082.htm>
 - http://www.paho.org/Spanish/DPI/Numero15_article2_5.htm
 - http://www.panchonet.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=549
 - <http://www.uclm.es/dep/daef/DOCUMENTOS%20DE%20TRABAJO/2009-3%20DT-DAEF.pdf>
 - <http://www.who.int/features/factfiles/obesity/es/index.html>
- *Obesidad aumenta en Ecuador*. (s.f.) [Lectura en Línea] Recuperado de:
- Oliva, J. (2009, Diciembre 1). *Obesidad y Calidad de vida relacionada con la salud*. [Lectura en Línea] Recuperado de:
- Sitio Web Adelgazar con salud. (s.f). *La comida rápida produce sobrepeso en los adolescentes*. [Lectura en Línea] Recuperado de:
- Sitio Web Organización Mundial de la Salud. *10 Datos sobre la obesidad*. (2010, Febrero) [Lectura en Línea] Recuperado de:

DIRECCIONES DE INTERNET

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

<http://www.ciudadorquidea.com/>

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

<http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

14. ANEXOS

a) Datos de la Encuesta

Sexo	
Masculino	216
Femenino	184

Edades	
20 a 30	214
31 a 40	112
41 a 50	74

1.- ¿Cuántas veces sale usted a comer fuera de su hogar con familiares o amigos?

1 vez por semana	139
2 veces por semana	162
1 vez al mes	87
Otra:	12

2.- ¿Cuánto usted gasta al momento de salir a comer en un restaurante?

\$ 5 a 20	197
\$ 21 a 35	141
\$ 36 a 50	62

3.- Prefiere un restaurante que le ofrezca el servicio de:

Servicio americano (servirse en el sitio)	348
Comida para llevar o take away	52

4.- ¿Conoce usted el mirador de La Cruz?

Si	395
No	5

5.- ¿Con qué frecuencia visita usted el mirador de La Cruz?

1 vez por semana	98
2 veces por semana	41
1 vez al mes	191
Otra:	70

6.- ¿Considera usted que si el mirador contara con infraestructura, variedad gastronómica y actividades turísticas lo visitaría mas?

Si	384
No	16

7.- ¿Le gustaría realizar actividades recreativas en el mirador de La Cruz?

Si	275
No	125

8.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en el mirador de La Cruz?

Juegos infantiles	97
Caminatas	53
Picnic	47

9.- ¿Qué clase de comida le gustaría degustar en el restaurante?

Comida rápida	67
Comida especializada	54
Comida típica del país	286
Otros:	0

10.- Si su respuesta es comida típica del país. ¿Qué plato típico es el que mas le gusta? Citar 3

Motepillo	51
Arroz con menestra y carne	54
Fritada	48
Parrilladas	57
Llapingacho	48
Hornado	49
Moro de lenteja	41
Seco de pollo	45

b) Imágenes y vista panorámica del Mirador La Cruz

