



UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN.

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN RESTAURANTE DE COMIDA
TÍPICA EN LA CIUDAD DE AZOGUES (SECTOR CHUQUIPATA).**

**MONOGRAFÍA PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERÍA COMERCIAL.**

**AUTOR:
DIANA PAOLA RUIZ GONZALEZ**

**DIRECTOR:
ECON. ANDRÉS UGALDE.**

**CUENCA, ECUADOR
2010**

DEDICATORIA.

Quiero dedicar este trabajo y toda mi carrera universitaria a mis queridos padres Rolando y Gladys por estar conmigo en todos y cada uno de los momentos de mi vida enseñándome a enfrentarme con amor, responsabilidad y valentía las situaciones que se presenten, y de manera muy especial a la razón de mi vivir que es mi hija Romina, a mis hermanos, sobrinos, familiares y amigos que de una u otra forma estuvieron presentes en esta etapa de mi vida.

Diana Paola Ruiz González.

AGRADECIMIENTO.

Quiero empezar agradeciendo a quienes conforman la Universidad del Azuay por acogerme en tan prestigioso centro, a mis queridos profesores que me brindaron todos sus conocimientos a lo largo de mi carrera, de una manera especial a mi director de monografía el Eco. Andrés Ugalde quien con capacidad y paciencia me supo guiar en la elaboración de este trabajo

DECLARACIÓN.

Yo, Diana Paola Ruiz González declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional, y que he consultado referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Diana Paola Ruiz González

INDICE

PORTADA	
DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
DECLARACIÓN.....	III
INDICE.....	IV
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
1. Generalidades del Proyecto.....	2
1.1 Introducción.....	2
1.2 Objetivos.....	4
1.3 Misión.....	5
1.4 Visión.....	5
CAPITULO II.....	6
2. Estudio de Mercado.....	6
2.1. Análisis de la demanda.....	6
2.1.1. Tabulación y conclusiones:.....	8
2.2. Análisis de la competencia:.....	15
2.3. Análisis de la demanda del proyecto:.....	16
2.4. Análisis del precio:.....	17
2.5. Análisis de la Comercialización:.....	18
2.6. Análisis de la Provisión de recursos:.....	19
2.7. Canales de Distribución:.....	20
CAPITULO III.....	21
3. ESTUDIO TECNICO.....	21
3.1. Análisis del proceso.....	21
3.2. Análisis de Recursos.....	28
3.2.1. Materia Prima requerida para la elaboración de un plato:.....	30
3.2.2. Análisis de la Vida Útil del Proyecto.....	31

3.3. Análisis de tamaño del Proyecto	31
CAPITULO IV	33
4. Estudio Financiero	33
4.1. Análisis de Inversiones.....	33
4.1.1 Inversión Total Inicial: Fija y Diferida	33
4.1.2 Inversión en Capital de Trabajo	37
4.2. Análisis de Financiamiento	38
4.3. Punto de Equilibrio.....	38
4.3.1 Punto de Equilibrio en unidades	39
4.3.2 Punto de Equilibrio en Dólares	39
4.4. Análisis de los Ingresos	40
4.5. Análisis de los Egresos.....	41
4.5.1 Costo de Ventas	42
4.5.2 Gastos de Administración.....	43
4.5.3 Gastos de Ventas.....	44
4.5.4 Depreciaciones.....	44
4.6. Análisis de la Rentabilidad.....	46
4.7. Anexos.....	48
ANEXOS	
ENCUESTA	49
ANALISIS DE LA DEMANDA DEL PROYECTO	51
MATERIA PRIMA REQUERIDA – PROYECCION 10 AÑOS	52
MANO DE OBRA - PROYECCION 10 AÑOS	53
COSTO DE VENTAS	58
GASTOS DE ADMINISTRACION.....	59
GASTOS DE VENTAS	60

RESUMEN.

El presente proyecto hace referencia a un Estudio de Factibilidad para un restaurante de comida típica en la ciudad de Azogues, sector Chuquipata.

El primer Capítulo de este estudio se refiere a las generalidades del proyecto, en las cuales se incluye una breve introducción, los objetivos generales, misión y visión del proyecto.

En el Capítulo dos se realiza el Estudio de Mercado, en el mismo se analiza la demanda, la competencia, la demanda del proyecto, el precio, la comercialización, la provisión de los recursos y los canales de distribución.

El Capítulo tres es el Estudio Técnico, el cual consta del análisis del proceso, análisis de los recursos y análisis del tamaño del proyecto.

El cuarto capítulo es el Estudio Financiero, dentro de este se encuentra un análisis de inversiones, financiamiento, ingresos, egresos, punto de equilibrio y de rentabilidad.

ABSTRACT

This Project makes reference to a feasibility study for a typical-food restaurant in the Chuquipata area of the city of Azogues.

The first chapter refers to the generalities of the Project, in which are included a brief introduction, the general objectives, mission and vision of the project.

In chapter two, the market analysis is done, in which the demand, competition, project demand, price, commercialization, resource provision and distribution channels are analyzed.

The third chapter is the technical Study, which contains the process analysis, the resource analysis, and the project-size analysis.

The fourth chapter is the Financial Study, within which is found an analysis of investments, financing, income, expenses, equilibrium point and profitability.

INTRODUCCIÓN

Mucha gente abre restaurantes sin el previo conocimiento y la experiencia que esto implica, por tal motivo la mayoría fracasa día a día; esto se debe a que empiezan a operar sin una adecuada planeación y sin un estudio sobre las preferencias del cliente al elegir un restaurante.

Es por esto que se ha elegido este proyecto, ya que existe un nicho insatisfecho que busca un restaurante diferente y que al mismo tiempo lo coloca en contacto con la naturaleza. Este proyecto consiste en abrir un restaurante de comida típica en el cual las personas tengan una opción distinta que la que se puede obtener en un restaurante común. Se propone ofrecer el plato típico de la zona, acompañado de un ambiente de intimidad para la familia, con una excelente atención personalizada.

El local estará ubicado en el sector Chuquipata ya que en los últimos años este ha tenido un apreciable crecimiento poblacional y turístico.

Además esta zona esta privilegiada por el clima y la flora que en este existe, lo cual hace del sitio más acogedor y cálido para que las familias de sectores como Azogues, Cuenca, Paute y Gualaceo, disfruten de un momento agradable y de un exquisito plato típico.

CAPITULO I

1. Generalidades del Proyecto

1.1 Introducción.

El presente trabajo analiza la viabilidad de instalar un restaurante especializado en comida típica en la parroquia Javier Loyola (Chuquipata), término que significa Meseta de los Danzantes, perteneciente al cantón Azogues. En el período republicano se le bautiza con el nombre de Javier Loyola, en homenaje al sacerdote que contribuyó a la independencia de la región.

Haciendo una brevísima visión histórica de este importante sector perteneciente a la ciudad de Azogues, fue cuna de importantes hombres que dieron lustre a la región Austral, como son Juan Bautista Vásquez, Benigno Malo y otros. Sus campañas alcanzaron notoriedad pues se producía una variedad de frutos como el olivo, la caña de azúcar, aguacates y otros que corresponden entre los climas cálidos húmedos y secos.

En los tiempos actuales se sustituyó los sembríos tradicionales por la floricultura, modificando en alguna medida el paisaje y los hábitos de los vecinos del sector, los propietarios de la tierra finalmente están destinando a la construcción de programas habitacionales, lo que ha provocado un acelerado crecimiento poblacional, que demanda, en consecuencia, una variedad de servicios y bienes propios de la modernidad, el buen gusto y el buen vivir.

El proyecto, en virtud de esta realidad plantea implementar un restaurant en el área con influencia directa en Javier Loyola y los sectores circundantes tratando de encontrar un lugar estratégico para que el cliente acceda con facilidad y ofrecer, al mismo tiempo, un espacio mágico y cómodo para proporcionar la sensación de interrelación entre el medio natural y la modernidad.

Muchas personas, en la actualidad, tienen el interés por volver al pasado, especialmente en la alimentación; por estar conscientes de los graves daños que provocan a la salud los alimentos que se consumen por estar sobrecargados de químicos y otros elementos nocivos que la industria aplica en los procesos productivos. En esa consideración la comida típica alcanza una gran demanda, dentro de esa realidad la carne de chanco es uno de los platos típicos más apetecidos en la región sierra de nuestro país.

La pretensión es que el restaurante sea reconocido por la calidad y precios accesibles de los productos que se van a ofrecer. La comida típica de nuestra región será la especialidad considerando la variedad de platos, desde luego con énfasis en la carne de chanco en sus distintas formas porque es un plato muy apetecido por la mayoría de habitantes de nuestra ciudad. La carne de chanco además de ser un plato muy apetecido, es importante anotar que no existe un restaurant de este tipo en esta zona donde se pretende instalar.

La norma con la que se ofrecerán los productos que estarían a consideración del público, consistirán solo en comida típica de nuestro sector, (se ha consultado en el camal municipal y no existen estadísticas del sacrificio de chanchos en el camal, sin embargo en los negocios que están ubicados en la panamericana sur que ofrecen este servicio, señalan que sacrifican diariamente 4 chanchos diarios).

En cuanto a la ubicación, el restaurante estará situado en la parroquia Javier Loyola, Chuquipata, a pesar de que se encuentra a 9 km., aproximadamente, de la ciudad de Azogues, es un lugar estratégico para ofrecer esta clase de servicios y adicionalmente integrar a la población flotante que los fines de semana arriban a la localidad, sumando un bien intangible que el cliente se encuentre interrelacionado con el medio natural.

Lo que se quiere con este proyecto es ofrecer una alternativa, para que las familias azogueñas y de sus zonas de influencia puedan disfrutar de una cocina tradicional típica de nuestra región, puesto que la ciudad de Azogues no cuenta con un local dedicado, precisamente en este aspecto, (la Cámara de Turismo de Azogues no tiene registrada ninguna actividad de esta clase) y al brindar esta opción se puede,

concomitantemente, desarrollar estrategias con otros sectores, públicos y privados, para implementar un desarrollo sostenido del turismo interno hacia la ciudad de Azogues, el trabajo de la municipalidad en los últimos años en la recuperación y desarrollo de íconos turísticos.

La ubicación, de acuerdo a la propuesta, en donde va a funcionar el local, es en la panamericana, vía al Descanso, en una propiedad privada, en la zona denominada Javier Loyola, Chuquipata, aproximadamente, a unos 10 minutos del Descanso sitio en el que confluyen habitantes de Azogues, Cuenca, Gualaceo y Paute.

Para poder determinar la factibilidad de este proyecto, de una manera técnica, es necesario realizar varios análisis, que nos brinden una información certera y oportuna acerca de aspectos relevantes para poder tomar una decisión correcta, estos análisis serán desarrollados en los capítulos posteriores.

La denominación que se ha planteado para dar forma al proyecto es **“LA CASONA DEL ABUELO”**, por cuanto el nombre rememora el pasado y se liga con el concepto de comida sana, el propósito principal va enfocado al buen servicio, la calidad y los precios de los productos que se ofrecerán, lo que nos diferenciará de otros similares que puedan existir en otras localidades.

1.2 Objetivos

- ✓ Proporcionar un espacio acogedor donde la gente pueda disfrutar de platos típicos, en medio de un hermoso paisaje que resulten agradables a la vista y de paz interior.

- ✓ Posicionar¹ como un local turístico de primer nivel, a corto plazo, el nombre y el servicio que ofrezca la empresa y se constituya como uno de los principales restaurantes de la ciudad de Azogues.
- ✓ Obtener resultados económicos positivos que justifique la inversión realizada al inicio del mismo y sea fuente de trabajo para proveedores, servicios y otros.
- ✓ Incrementar la diversificación de productos y el mercado a largo plazo, ofreciendo otras alternativas de comida típica.

1.3 Misión

Alcanzar el primer lugar en el mercado, como el mejor restaurante de comida típica de la ciudad de Azogues, con un excelente servicio y calidad en nuestros productos, para lograr la consolidación en la preferencia de los clientes.

1.4 Visión

El proyecto que se plantea es una nueva propuesta de restaurant, misma que cubran las expectativas de los clientes, trabajando con personal capacitado que atienda solícitamente las necesidades de nuestros clientes y así llegar a posesionarnos en el mercado frente a la posible competencia y constituirnos en el único lugar que se caracteriza en la excelencia en cuanto a prestación de servicios.

¹ “es el arte de diseñar la oferta y la imagen de la empresa de modo que ocupen un lugar distintivo en la mente del mercado meta.”
http://www.deimon.com.ar/pdf/posicionamiento_de_mercado/posicionamiento_de_mercado_definicion.pdf

CAPITULO II

2. Estudio de Mercado

2.1. Análisis de la demanda

Este proyecto apunta a las familias de la zona urbana del cantón Azogues. Según el VI censo de población y V de vivienda, realizado en noviembre del 2001, (último censo, la ponderación que se realiza es en base al padrón electoral, en el que se refleja los índices de permanencia y migración de los habitantes del cantón, no existen datos reales, por cuanto la migración no es legal ni el estado ecuatoriano tiene datos precisos sobre el fenómeno migratorio) la distribución de la población en el cantón Azogues es la siguiente:

Estadística rural, urbana del cantón Azogues

ÁREAS	TOTAL
TOTAL	64.910
URBANA	27.866
RURAL	37.044

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

Para obtener la información de potenciales clientes se ha decidido realizar una encuesta sobre una muestra poblacional. Para determinar el tamaño de dicha muestra se ha considerado la siguiente fórmula:

Se considero la fórmula para poblaciones Finitas, según el teorema central de limite.

$$n = \frac{(Z)^2 * N * P * Q}{[(E)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q]}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza:

“numero de unidades de desviación típica en la distribución normal que producirá el nivel de confianza deseado (para el 95% $Z=1,96$)”.²

N = tamaño de la población

El universo seria de 27.866 personas tomando en cuenta las familias del área urbana, ello debido a que la población urbana es la que demanda de servicios con más frecuencia debido a los niveles de educación e influencia social;

P, Q = probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia del suceso

Puesto que la probabilidad de que se cumpla el objetivo y de que ocurra el suceso es de 0,50, la probabilidad de no concurrencia es también de 0,50, “si no se conoce a priori se utiliza el dato más desfavorable que incremente el tamaño muestral $P=0,50$ ”³.

E = Error muestral

Se asume un error maestro del 0,10 porque es lo máximo que está dispuesto a admitir; este valor es determinado exclusivamente por parte del encuestador.

Sustituyendo estos datos en la formula anterior se obtiene el siguiente tamaño de muestra:

$$N = \frac{(1,96)^2 * 27866 * 0,50 * 0,50}{0,10^2} = \mathbf{95,7135586}$$

² Trespalacios Juan, Vazquez Rodolfo, Bello Laurentino, Investigacion de Mercados. Thomson 2005 pag 108.

³ Trespalacios Juan, Vazquez Rodolfo, Bello Laurentino, Investigacion de Mercados. Thomson 2005 pag. 108.

$$[(0,1)^2 * (27.866- 1) + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50]$$

Por lo tanto, para el estudio de la demanda del proyecto será necesario realizar 96 encuestas, cuyo formato será presentado en el anexo 1 al final del presente trabajo.

2.1.1. Tabulación y conclusiones:

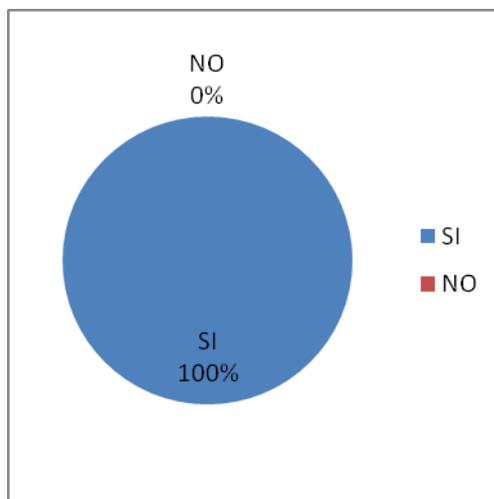
Las encuestas fueron realizadas a 96 personas, cuyas respuestas, asumimos, representan a sus respectivos núcleos familiares, las muestras fueron levantadas en distintos lugares de la ciudad, atendiendo la diversidad social y económica, tales como: gasolineras, centro comercial, empresas públicas, centro de la ciudad, etc.

En base a las respuestas obtenidas y luego de una minuciosa tabulación se puede obtener las siguientes conclusiones:

1.- Conoce Usted la Parroquia Chuquipata?

SI	96
NO	0
Total	96

Grafico:

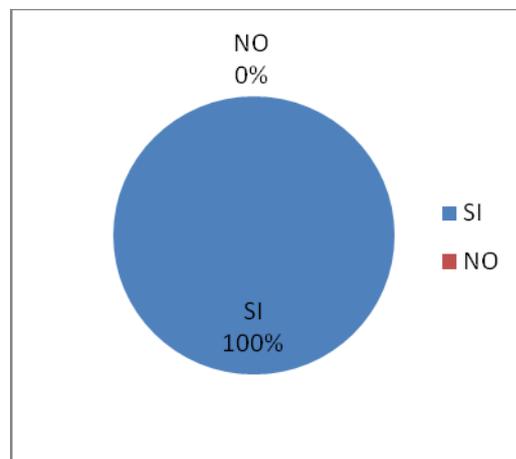


El 100% de las personas encuestadas conocen la parroquia Chuquipata, probablemente por ser una zona cercana de la capital cantonal y ser paso obligatorio a las ciudades de Cuenca, Gualaceo o Paute, ello facilita la visita a dicho lugar.

2.- Visitaría usted un local de comida típica en Chuquipata?

SI	96
NO	0
Total	96

Grafico:

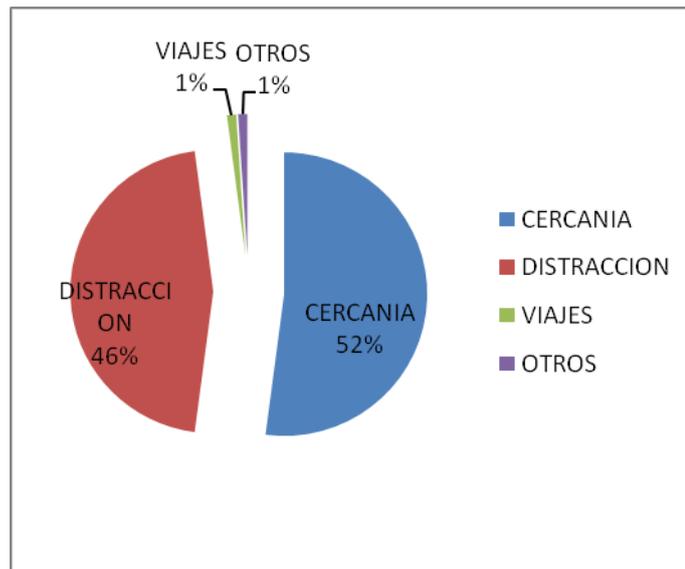


El 100%, de las personas encuestadas nos dicen que si visitarían el local de comida típica en el sector de Chuquipata; Dicho porcentaje indudablemente es positivo para el proyecto ya que los clientes se muestran partidarios de visitar el local, especialmente teniendo en cuenta la cercanía del lugar, lo que procura un costo inferior por el gasto que significa el transporte a otros lugares distantes.

3.- Cuál es el motivo porque usted si visitaría el Restaurante?

CERCANIA	50
DISTRACCION	44
VIAJES	1
OTROS	1
Total	96

Grafico:

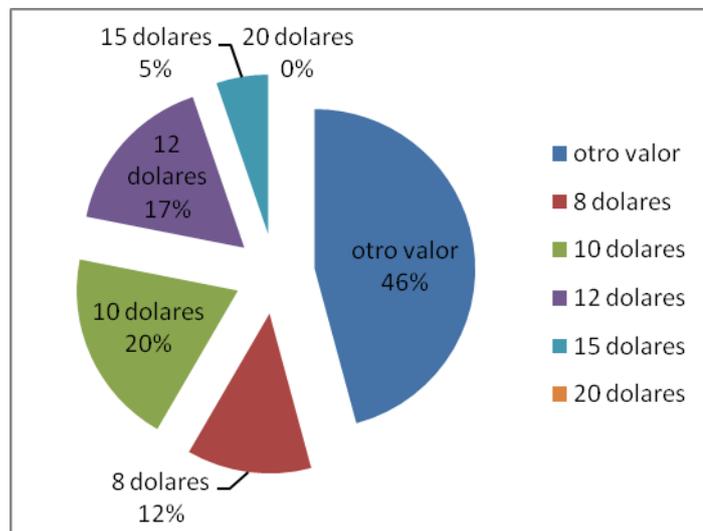


La mayoría de personas encuestadas (52%) opinan que visitarían el restaurante de comida típica por la cercanía; mientras que el 42% preferiría acudir al lugar por distracción; seguidos por un porcentaje igual del 1% correspondiente a viajes y otros.

4.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida típica medio que contenga: media libra de carne asada, llapingacho, arroz, ají y mote pillo.

otro valor	44
8 dólares	12
10 dólares	19
12 dólares	16
15 dólares	5
20 dólares	0
TOTAL	96

Grafico:



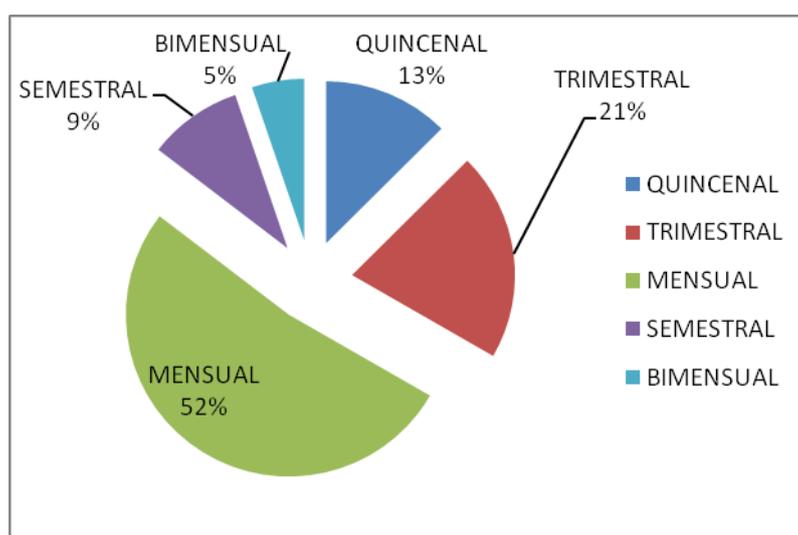
- Al presentar el rango de precios tentativos, la mayoría de personas encuestadas (46%) están dispuestas y aceptan pagar por un plato de comida típica un valor no especificado que estaría en un rango menor a \$8. Esta respuesta demuestra, realmente, la situación económica que se vive actualmente en el medio, si tomamos en consideración que en restaurantes de otras ciudades, y, que corresponden a otro nivel, por factores que se originan en el desarrollo económico-productivo o social, sin duda alguna y de acuerdo a indagaciones efectuadas en restaurantes, con similitud de servicios, de Azogues, Cuenca, Gualaceo y Paute los precios son mayores, sin temor a equivocarnos los costos indirectos son igualmente altos, lo que encarece el consumo final.

- El 20% de los encuestados estarían dispuestos a pagar un valor de \$10; mientras que un 17% pagarían \$12; de igual manera el 12% estarían dispuestos a pagar \$8 por el plato antes mencionado; y un porcentaje menor del 5% pagarían \$15.
- Por lo tanto al observar los resultados se tiene como referencia que las personas en su mayoría pagarán un precio menor a \$8, por lo que se deberá establecer el precio dentro de este rango de aceptación.

5.- Con qué frecuencia usted asiste a un restaurante de comida típica?

QUINCENAL	12
TRIMESTRAL	20
MENSUAL	50
SEMESTRAL	9
BIMENSUAL	5
Total	96

Grafico:



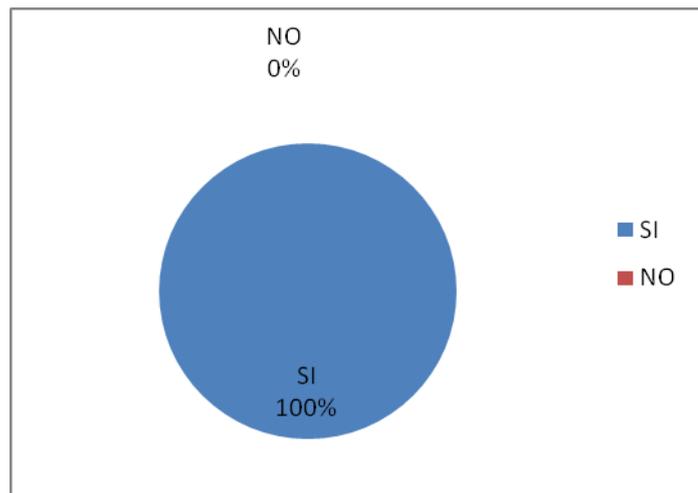
Analizando las respuestas, podemos darnos cuenta que los ciudadanos encuestados en su mayoría es decir un 52% asistirían al restaurant mensualmente, seguidos del 21% que acudirían en forma trimestral; además el 13% del total de encuestados

visitarían el restaurant quincenalmente; un porcentaje del 9% concurrirían el local semestralmente; y finalmente un porcentaje mínimo del 5% irían al restaurant en forma bimensual.

6.- Cree usted que sería bueno ubicar juegos en el restaurante?

SI	96
NO	0
Total	96

Grafico:

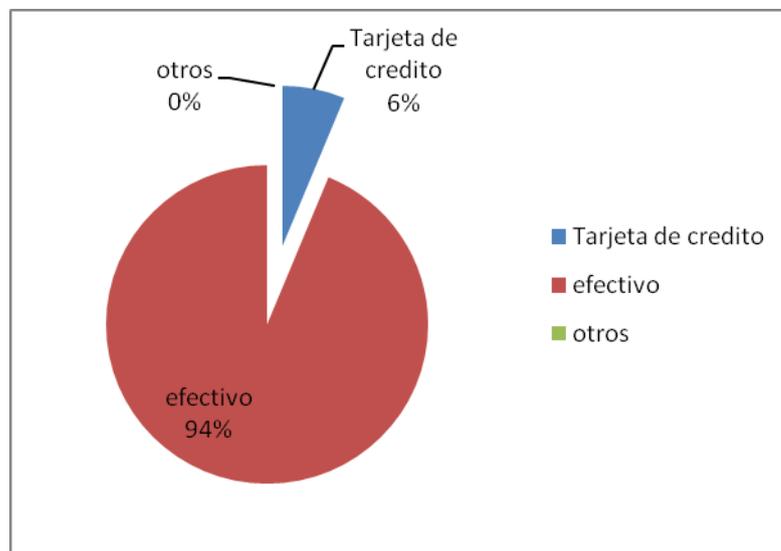


Cuando los grupos familiares se movilizan con el propósito de degustar comidas y cambiar de ambiente, es paralelo la demanda de servicios adicionales para que los niños puedan disfrutar de alternativas de distracción, especialmente mediante el esparcimiento con juegos propios para su edad; que a la vez brinden seguridad a sus padres; es por esto que la totalidad de encuestados están de acuerdo con la implementación de esta alternativa.

7.- Cuál sería su comodidad de pago

Tarjeta de crédito	6
Efectivo	90
Otros	0
Total	96

Grafico:



En cuanto a la forma de pago por nuestro producto las personas en casi su totalidad (94%), se inclinan a efectuar la cancelación en efectivo; mientras que apenas el 6% preferirían diferir sus pagos mediante el uso de una tarjeta de crédito. Esto nos ayuda a establecer que en principio no es aconsejable la aplicación de pago por medio de dinero plástico.

8.- A qué considera usted comida típica?

Gramaticalmente la expresión, típico(a) significa: que incluye en sí la representación de otra cosa, siendo figura de ella. Para el efecto de nuestra propuesta y tomando el universo de la muestra ante la pregunta de qué considera típico se saca como

conclusión que todos coinciden en manifestar que lo típico es lo que se da en un lugar, aproximando los conceptos lexicales, para el caso de la encuesta, que ofrezca respuestas apropiadas para implementar un restaurante en Javier Loyola – Chuquipata, que es un sector vinculado profundamente con la ciudad de Azogues, zona de nuestra serranía, la visión de lo típico va con el criterio sobre la gran variedad de alimentos que se producen y se considera son propios del lugar como es el caso de choclos, tortillas de papa, el cuy, sancocho, carne asada y otros derivados del chanco, no podemos abstraernos que la tradición culinaria, entre los habitantes de la zona es a base del maíz, el cuy; con la llegada de otras culturas se diversificó y especialmente el chanco se constituyó en eje alimentario para los habitantes del país.

2.2. Análisis de la competencia:

En la parroquia de Chuquipata, donde de acuerdo a nuestra propuesta estará ubicado el restaurante, no existe competencia directa de este tipo de producto; sin embargo se debe dejar en claro la existencia de otros tipos de restaurantes.

En tal virtud “ La Casona del Abuelo ” se encuentra dentro del sector de Restaurantes, para efecto, se puede considerar a todos los restaurantes que se encuentren en el Descanso, zona cercana al lugar de nuestro proyecto, como competencia indirecta o como una posible competencia futura ya que estos fácilmente podrían ingresar al mercado de Restaurantes de comida típica.

En la actualidad existe un restaurant llamado “RANCHO EL DESCANSO”, mismo que ofrece comida variada, pero que en muchas ocasiones la oferta no satisface la demanda, además su especialidad no es la producción y servicio de platos típicos. Nuestra propuesta estará centrada sobre la base de la comida típica lo que nos da un margen de operatividad para exitosamente entrar en el mercado, en consecuencia si bien se encuentra a una distancia de aproximadamente 5 km no constituye una amenaza para implementar el negocio que se propone.

Por lo tanto se puede afirmar que el restaurante no tendrá competencia directa, es más si tomamos en consideración los resultados de la encuesta se deja entrever la necesidad y el anhelo de que efectivamente se cuente con este servicio.

Finalmente podemos concluir que ya que no existe una información técnica de negocios de este tipo registrada en la Cámara de Turismo de Azogues, por lo que “La Casona del Abuelo” no tiene competencia directa.

2.3. Análisis de la demanda del proyecto:

En las actividades del comercio (Excelencia en el Servicio, de Juan Villacís Villacís, pgs. 58,59 y 62, Graficare- 2004, Quito), plantea que una actividad es exitosa cuando captura un 10% de la demanda total, dicho porcentaje en el área de la alimentación es posible si se aplica correctamente los componentes óptimos del servicio.

Si aplicamos las consideraciones antes señaladas y consideramos el porcentaje de la demanda a cubrir por nuestro proyecto como el 10%, se tiene que la **demanda del proyecto es de 2.786** personas por año. ($27866 * 10\%$).

A continuación se muestra el cálculo de la demanda anual en platos de estas 2.786 personas:

	Personas			Veces al año	
Quincenal	12	13%	348,25	24	8358
Trimestral	20	21%	580,42	4	2321,67
Mensual	50	52%	1451,04	12	17412,50
Semestral	9	9%	261,19	2	522,38
Bimensual	5	5%	145,10	6	870,63
	96	100%	2786		29485

Demanda Anual del Proyecto = 29.485 platos.

2.4. Análisis del precio:

El precio de un producto puede determinarse de varias formas: por su demanda, por la oferta, por los costos del mismo, o pueden ser fijados por el gobierno en virtud de la ley del consumidor y regulaciones de la ley de Turismo, que determina el precio por la calidad del local y del servicio.

Para determinar el precio del producto en el restaurant planeado se ha considerado utilizar una combinación de los dos primeros métodos de fijación. De otra parte en cuanto a la oferta se puede tomar como precio referencial los establecidos en el restaurante, “RANCHO EL DESCANSO” y en el restaurant “EL TAITA”, en virtud de que se encuentra en una zona de influencia y los potenciales clientes pertenecen a los mismos sectores sociales y económicos; por otro lado, tomando como punto de referencia las encuestas realizadas, estas dan como resultado que una gran mayoría estaría dispuesta a pagar un rango menor a los \$8 por el producto que se ofrecerá.

A continuación se establecerá el precio promedio por un plato similar ofrecido en los restaurantes antes mencionados:

Restaurante	Platos	Precios
Rancho El Descanso		
	Chuleta con menestra	5,50
	Carne con menestra	4,80
	Churrasco	6,00
	Parrillada simple	8,00
El Taita		
	Sancocho	5,00
	1/4 de cuy con papas	8,00
	1/4 de Pollo asado	4,50
	seco de Carne	4,00

Una vez analizados estos precios se puede establecer el precio promedio de un plato de comida similar, el cual no dio 5,73, el cual servirá como base para posteriormente establecer el precio del plato que se va a ofrecer en nuestro restaurant.

Partiendo del precio obtenido en la encuesta y de el precio promedio de un plato similar ofrecido en esta zona, por el momento La Casona del Abuelo establece a su plato con un precio de \$6, mismo que será determinado exactamente en el análisis Financiero.

2.5. Análisis de la Comercialización:

El restaurante llevará el nombre “**LA CASONA DEL ABUELO**”; como explicamos en líneas anteriores por la relación con el pasado y el concepto de comida sana, a ello se suma el hecho de que el lugar donde será ubicado el local, es una casa tradicional y conserva las características de las construcciones del siglo pasado y pertenecen al núcleo familiar, y de alguna manera se asocia más con el nombre que se ha imaginado.

Será necesario complementar este nombre con un eslogan, con el que se piensa introducir el restaurante en el mercado local y creemos que la opción es: “Lo mejor de lo nuestro”, que configura el sentido de que se brindará una nueva alternativa en cuanto a comida a las familias que visiten este lugar, a ello sumamos el valor agregado que es el paisaje, diferente e incluyentes para quienes gustan de las comidas típicas en un medio campestre y de añoranza de nuestro sector. Además el eslogan es de fácil recordación y liga lo llamativo con lo popular, además convoca a un concepto de pertenencia.

Es oportuno que el restaurante cuente con un logotipo que lo identifique con la zona en donde va a funcionar, y que al mismo tiempo refleje una imagen que proyecte la diversidad del paisaje e incluya la visión de las especialidades que se ofrecerán, por esta razón se ha diseñado el siguiente logotipo:



Es común en el país la publicidad como mecanismo de introducción de los productos que se ofrecen al consumidor, igualmente las políticas publicitarias permiten que las empresas se sostengan en el mercado mediante ágiles formas de convicción, realidad de la que no escapa ninguna actividad en ninguna parte del país; en tal virtud La Casona del Abuelo pretende utilizar los distintos medios de comunicación y trípticos para llegar a los potenciales usuarios, poniendo especial atención en los efectos publicitarios los días previos a la inauguración del local. No se debe mirar como un gasto sino como una inversión la publicidad por ello hay que utilizar los medios de comunicación disponibles en la localidad y en las zonas de influencia hablados, escritos y televisivos.

2.6. Análisis de la Provisión de recursos:

En lo concerniente a la provisión de recursos, contaré con fuentes propias, es decir el capital inicial, de manera paralela se garantizará con los proveedores créditos directos y por corto plazo, ellos entregarán solamente las materias primas para la elaboración de los platos, tales como carnes y los insumos necesarios para la preparación del producto final. Es común el crédito a corto plazo en esta y otras actividades y se encuentra con relativa facilidad en los distintos mercados de la

ciudad, por lo que, es de esperar que no habrá mayores dificultades e inconvenientes en este aspecto para el desarrollo del proyecto.

2.7. Canales de Distribución:

Ya que el producto que se ofrece es un bien de consumo final, estos serán vendidos directamente al cliente, no se tiene ningún tipo de intermediario para que el producto llegue a manos del consumidor.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TECNICO

3.1. Análisis del proceso

Como se señaló anteriormente, el producto que se piensa poner a consideración del público consiste en: un plato de carne asada, mote pillo, porción de papas, porción de arroz, y ají; la propuesta es en razón de que la degustación de este tipo de platos configura la mayor demanda en el medio, tomemos como ejemplo el servicio que ofertan en el sector de la Panamericana Sur, a la salida de la ciudad de Azogues, los platos que mayor demanda tienen son los que incluyen carne, papas mote y ají, los géneros que configuran el plato evidentemente son resultado de procesos independientes y en algunos casos aislados, por lo que se hace necesario presentar el diagrama de proceso de operación (DPO) para cada uno de los elementos.

Previo a la elaboración de los distintos DPO describiré el proceso de cada uno de los componentes, con los pasos secuenciales de elaboración, correspondientes a cada uno para, posteriormente, graficar los mismos y de ésta manera llegar a tener una cabal visualización de la manera en que se elaboran estos productos.

Preparación de la carne asada.

El proceso tradicional incluye los siguientes pasos:

- Se cocina la carne.
- Se mezcla con sal.
- Se aplican los siguientes condimentos para adobar a la carne: ajo, comino, mostaza, orégano molido.

Para el proceso de elaboración se cumplen los siguientes pasos:

- Colocación del carbón en el asador.
- Avivar la brasa en el asador.

- Colocar la carne
- Pintar con aceite de color.
- Controlar que la carne esté en su punto, generalmente 3-4 de cocido; y,
- Servir.

Preparación de las papas

- Pelar y lavar las papas.
- Picar ajo.
- Picar cebolla.
- Refreír el ajo y la cebolla, previamente picados, con sal, comino, pimienta, aceite y manteca de color.
- Se agrega agua y leche al refrito, y se vierten las papas peladas para empezar la cocción.
- Verificar que las papas estén bien cocidas; y,
- Servir.

Preparación del arroz

- Hervir agua.
- Retirar las impurezas del arroz.
- Lavar el arroz
- Añadir sal y aceite al agua hirviendo, verter el arroz lavado previamente y cocer.
- Agregar aceite y para garantizar una temperatura adecuada bajar la intensidad de la llama.
- Comprobar que el arroz ha logrado su nivel óptimo.
- Servir.

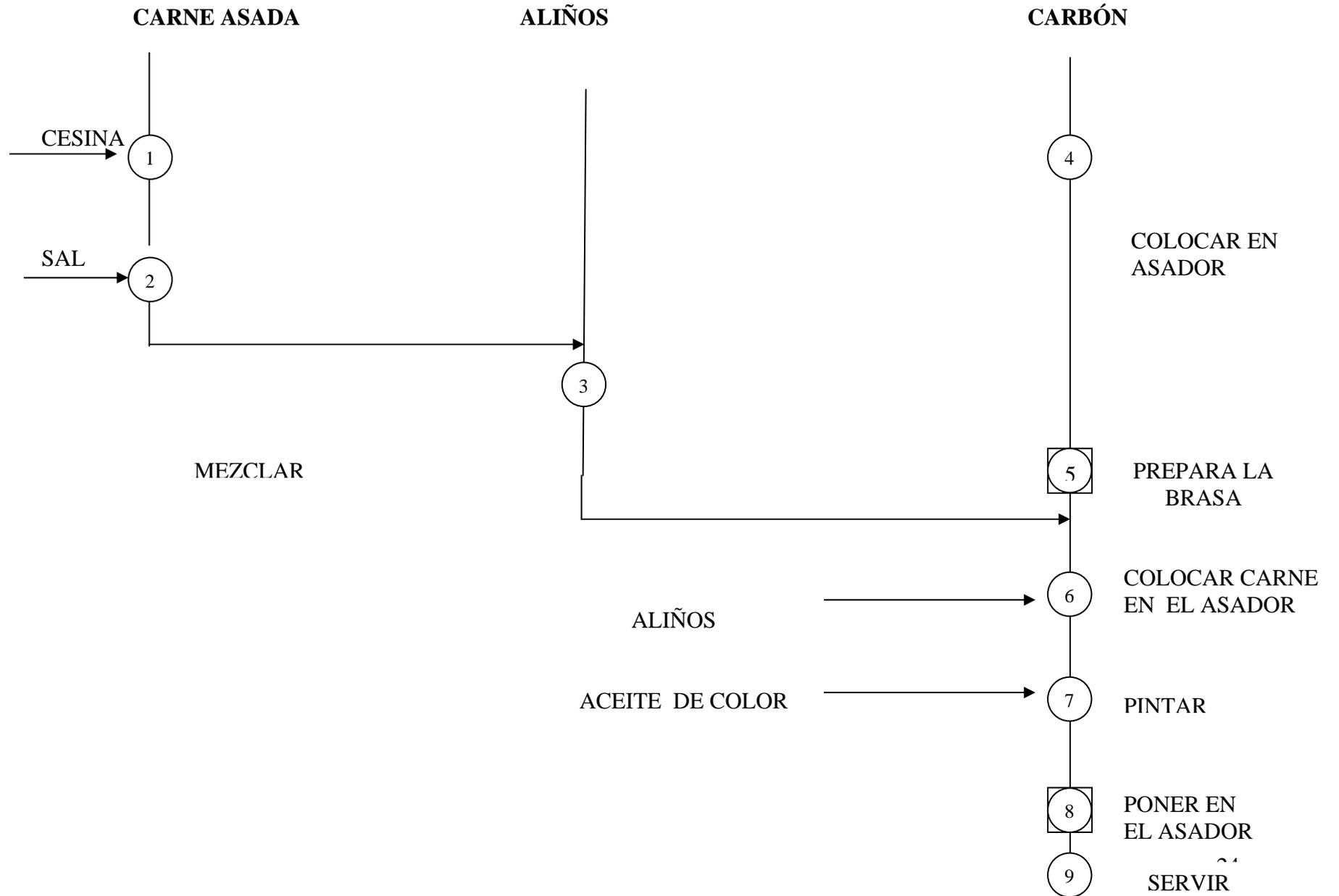
Preparación del ají

La forma más usual y apetitosa se prepara cumpliendo los siguientes pasos.

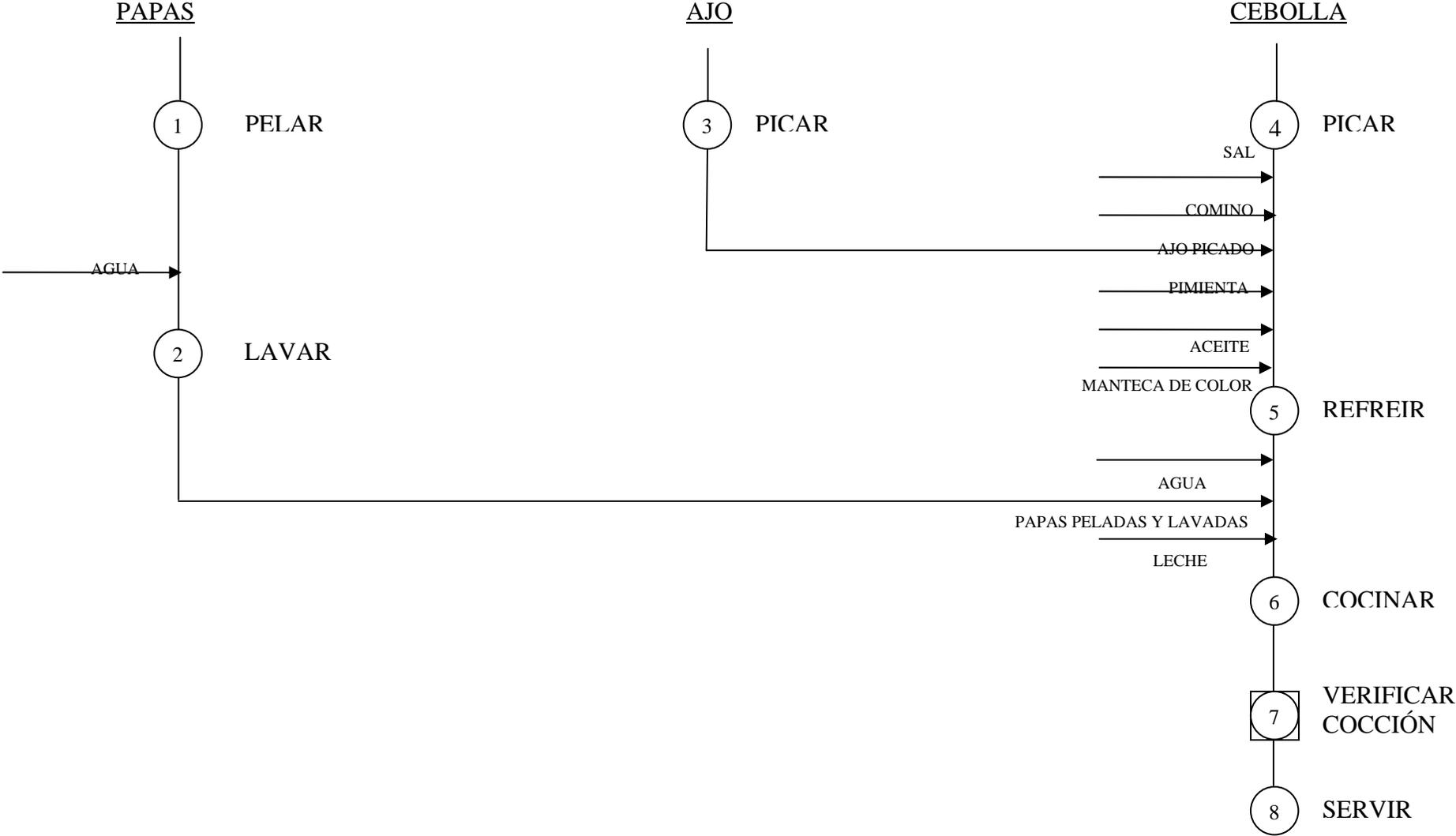
- Lavar el ají.
- Lavar el tomate.
- Lavar el culantro.
- Lavar la cebolla colorada.
- Pelar el tomate.
- Picar el culantro.
- Picar la cebolla.
- Licuar el tomate pelado y el ají con un poco de aceite y sal.
- Mezclar el producto licuado con el culantro y la cebolla
- Cernir el licuado.
- Servir.

En cuanto a la preparación del mote no es necesario detallar el proceso porque consiste solamente en la cocción del maíz, es decir un solo paso. Razón por la que no es necesario presentará el DPO.

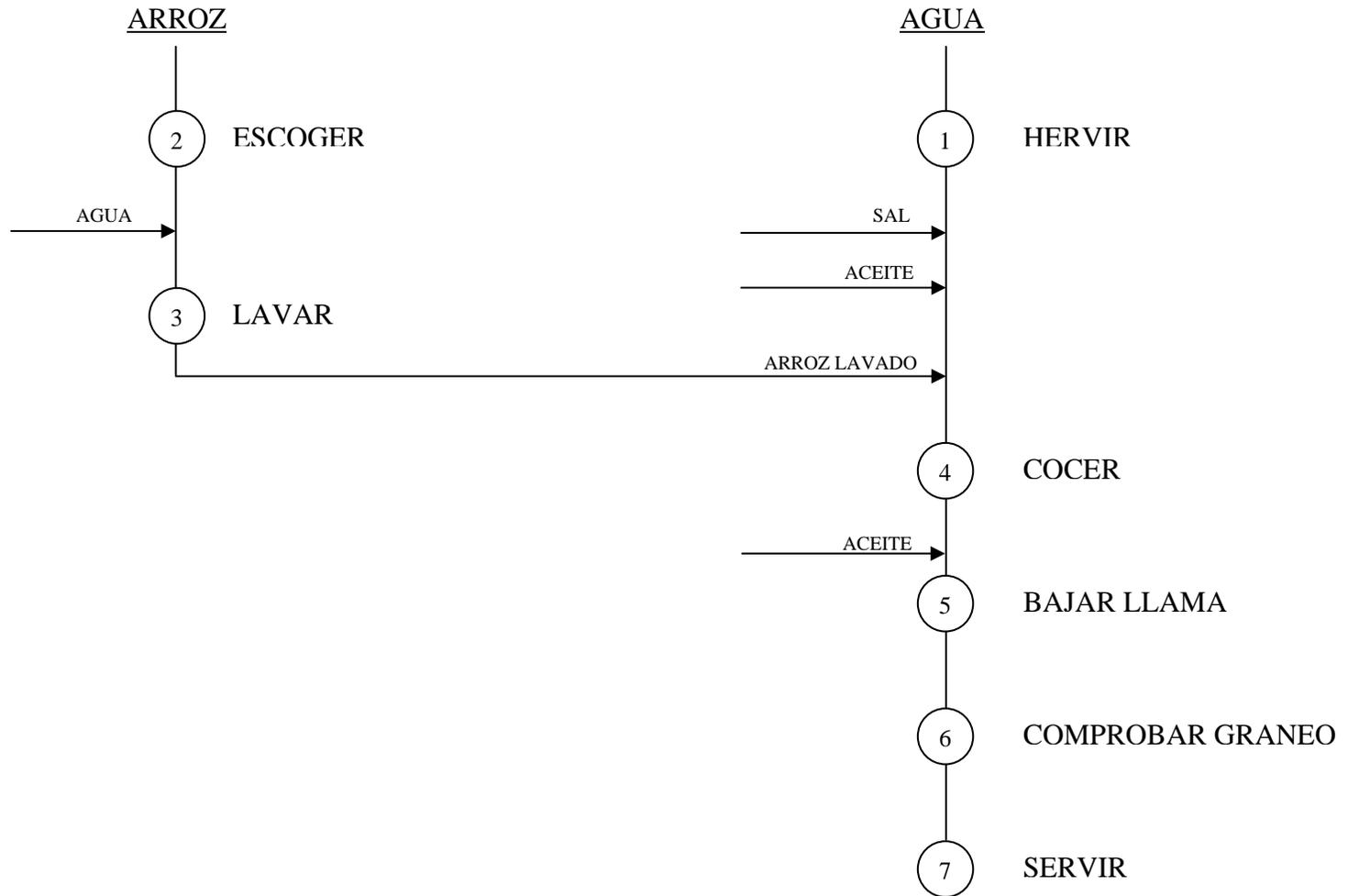
DPO CARNE ASADA



DPO PAPAS



DPO ARROZ



3.2. Análisis de Recursos.

Para determinar cuáles son los recursos necesarios para la ejecución de dicho proyecto es necesario el respectivo análisis, en cada una de las etapas del proceso productivo y para poder establecer cuáles son los requerimientos concretos del restaurante. Por esta razón presento los siguientes cuadros.

MAQUINARIA Y EQUIPO	
Cantidad	Descripción
2	Asaderos Automáticos
1	Cocina Industrial
2	Licadoras
1	Refrigeradora

MUEBLES Y ENSERES	
Cantidad	Descripción
1	Mesón
12	Mesas
50	Sillas

	EQUIPO
1	Caja Registradora
1	equipo de sonido
2	televisores plasmás
1	Teléfono
1	Computadora

LENCERIA Y MENAJE	
Cantidad	Descripción
90	Platos
90	Vasos
15	Jarras
90	Juegos de cubiertos
90	Cucharas
4	Charoles
14	Saleros
14	Pimenteros
10	Recipientes
5	Recipientes medianos
3	Brochas
45	bandejas grandes
60	bandejas medianas
5	Cuchillos
2	tablas para picar
5	Ollas
4	cucharas de palo
2	Cucharon
1	Coladera
35	pozuelos medianos
35	pozuelos pequeños

HERRAMIENTAS	
CANTIDAD	DESCRIPCION
1	Basurero
1	Escoba
1	Trapeador
1	Recogedor
1	Set inflable de juegos infantiles

3.2.1. Materia Prima requerida para la elaboración de un plato:

Producto	Cantidad
Carne	Media libra
Ajo	2 onzas
Sal	1 onza
Papas	4 unidades
Cebolla	1 onza
Comino	1 onza
Pimienta	1 onza
Aceite	10 gramos
Manteca de color	10 gramos
Leche	1/4 de litro
Huevo	1
Arroz	1/8 de libra
Culantro	5 gramos
Tomate	1
Ají	1
Mote	1/4 de libra

Todos los ingredientes necesarios para preparar este plato típico serán adquiridos en el mercado local, ya que en su totalidad se los encuentra en la zona no se tiene mayor inconveniente en lo que respecta a proveedores de estas materias primas.

3.2.2. Análisis de la Vida Útil del Proyecto

Es muy importante establecer la duración que tendrá un proyecto, es por esto que la Casona del Abuelo establecerá el tiempo de duración en el mercado en base a la vida útil de la maquinaria que se empleara en la misma.

La vida útil de las maquinas que se emplearan es de diez años por lo tanto el ciclo de vida de este restaurante será de diez años.

3.3. Análisis de tamaño del Proyecto.

Mediante este análisis se pretende determinar cada una de las restricciones que podrían darse siendo estas por demanda, capital y tecnología.

Como se señaló anteriormente, el proyecto tiene una demanda positiva, lo cual se puede evidenciar en los datos que arrojaron las encuestas; es decir la demanda que el proyecto pretende cubrir es de 2.786 personas por año, dato que expresado en términos de platos corresponde a 29.485 al año; al determinar dicha cantidad se puede establecer que no existe una restricción por demanda. (Anexo 2)

La disponibilidad de Capital es un aspecto fundamental para lograr instalar un negocio de este tipo, por lo que al no existir estabilidad en el país siempre hay objeción a la inversión.

En el caso de La Casona del Abuelo el capital para instalar el proyecto provendrá exclusivamente de recursos propios; esto indica que tampoco habrá restricciones de este tipo.

En lo que respecta a la capacidad instalada y la tecnología, se puede mencionar que esta no es muy compleja y de igual manera se la puede adquirir fácilmente en nuestro medio. En el cuadro que se muestra a continuación se puede observar detalladamente la capacidad de cada una de las maquinas sin que esto sea una restricción:

MAQUINARIA Y EQUIPO		
Cantidad	Descripción	Capacidad
2	Asaderos Automáticos	80 libras al día
1	Cocina Industrial	6 ollas grandes
2	Licadoras	50 litros
1	Refrigeradora	100 libras

Como dato adicional es necesario señalar que la capacidad física del local puede albergar 40 personas de forma simultánea de acuerdo con las estimaciones de la casa que se ocupará y cuya cabida es de 500m² de construcción, si se excluye las áreas de cocina, bodegas, oficinas, baños nos queda un área de 180m² disponibles para la recepción simultanea de personas, los muebles ocuparán un área aproximada de 130m² y la diferencia para camineras de los clientes, es decir cómodamente se atenderá a 38 personas por hora durante los fines de semana, los mismos que daría un total de 152 (38*4 horas pico) personas al día en el fin de semana, teniendo en cuenta solo 4 días de fin de semana (jueves, viernes, sábado y domingo) ya que estos son de mayor afluencia.

Luego de haber realizado este análisis se determino tomando como referencia la maquinaria a emplearse que es posible elaborar 29.485 platos al año, es decir 614 platos semanales atendiendo como se dijo anteriormente únicamente cuatro días a la semana.

A futuro se podrá atender más días a la semana dependiendo de cómo se incremente la demanda.

CAPITULO IV

4. Estudio Financiero

4.1. Análisis de Inversiones

Partiendo de cuáles son los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, mismos que se detallaron anteriormente, se presenta en los siguientes apartados, los cuadros en los que se especifica la inversión total inicial, y el capital de trabajo.

4.1.1 Inversión Total Inicial: Fija y Diferida

“La inversión inicial es la suma de todos los activos fijos o tangibles y todos los activos diferidos o intangibles necesarios para iniciar el funcionamiento de una empresa, excepto el capital de trabajo.”⁴

4.1.1.1.- Activo Fijo

“Se entiende por activo tangible o fijo, los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.”⁵

INVERSION FIJA			
MAQUINARIA			
Cantidad	Descripción	P. U (\$)	P. Total (\$)
2	Asaderos Automáticos	420	840
1	Cocina Industrial	230	230
2	Licadoras	84,86	169,72

⁴ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 172

⁵ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 173

1	Refrigeradora	866,77	866,77
Total			2106,49

LENCERIA Y MENAJE

Cantidad	Descripción	P. U (\$)	P. Total (\$)
90	Platos	1,1	99
90	Vasos	0,6	54
15	Jarras	2,4	36
90	Cubiertos	0,63	56,85
90	Cucharas	0,3	26,7
4	Charoles	22	88
14	Saleros	1,07	14,98
14	Pimenteros	1,07	14,98
10	Recipientes	18	180
5	Recipientes medianos	11,5	57,5
3	Brochas	1,2	3,6
45	bandejas grandes	2,73	122,85
60	bandejas medianas	2,05	123
5	Cuchillos	1,5	7,5
2	tablas para picar	3	6
5	Ollas	42,9	214,5
4	cucharas de palo	1	4
2	Cucharon	3	6
1	Coladera	4,25	4,25
35	pozuelos medianos	0,89	31,15
35	pozuelos pequeños	0,53	18,55
Total			1169,41

EQUIPO

Cantidad	Descripción	P. U (\$)	P. Total (\$)
1	Caja Registradora	160	160
1	equipo de sonido	170,58	170,58
2	televisores plasmas	1150	2.300
1	Teléfono	80	80
1	Computadora	1.100	1.100
Total			3.810,58

MUEBLES Y ENSERES

Cantidad	Descripción	P. U (\$)	P. Total (\$)
1	Mesón	120	120
12	Mesas	20	240
50	Sillas	7,5	375
Total			735

HERRAMIENTAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. U (\$)	P. Total (\$)
4	Basureros	12	48
2	Escoba	3,7	7,4
2	Trapeador	4	8
1	Recogedor	1,27	1,27
1	Set inflable de juegos infantiles	550	550
Total			614,67

TERRENO E INFRAESTRUCTURA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. U (\$)	P. Total (\$)
1	Terreno de 680 metros cuadrados	35.000	35.000
	Infraestructura (casa de campo restaurada de 500 mts ² . de construcción).	18.000	18.000
total			53.000
<u>TOTAL DE ACTIVO FIJO</u>			61.436

4.1.1.2.- Inversión en Activo Diferido o Intangible

“Se entiende por activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios como luz, teléfono, agua, y servicios notariales.”⁶

Inversiones Diferidas	
Descripción	Valor
Registro Sanitario	800
Gastos de Constitución	400
Licencia Anual de Funcionamiento	180
Permiso de Bomberos	20
Licencia Anual Municipal	168
Inscripción y Mensualidad en la Cámara de Comercio (anual)	350
TOTAL	\$ 1.918,00

⁶ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 173

4.1.2 Inversión en Capital de Trabajo

“Desde el punto de vista práctico, este está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa”⁷

La Casona del Abuelo considera su capital de Trabajo a todos aquellos recursos necesarios para publicidad y gastos administrativos en los cuales ya se incurre el primer mes, es decir antes que se perciba ingresos por la venta del producto.

CAPITAL DE TRABAJO					
MESES	0	1	2	3	4
TOTAL DE INGRESOS		14.742,50	14.742,50	14.742,50	14.742,50
Costo de Ventas	0,00	8.826,46	8.826,46	8.826,46	8.826,46
Gastos de Administración	757,08	757,08	757,08	757,08	757,08
Gastos de Ventas(publicidad)	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
TOTAL EGRESOS	947,08	9.773,55	9.773,55	9.773,55	9.773,55
Saldo Caja (Total Ingresos – Total Egresos).	-947,08	4.968,95	4.968,95	4.968,95	4.968,95
Saldo Acumulado	-947,08	4.021,87	8.990,83	13.959,78	18.928,73
CAPITAL DE TRABAJO	947,08				

En este cuadro se calcula el Capital de trabajo en base a los ingresos y egresos (calculados posteriormente en este mismo capítulo) que se comienzan a obtener a partir del mes cero ya que aunque no se empiece aun a producir, ya se incurre en gastos de administración y publicidad; se calcula un saldo de caja y un saldo acumulado para observar desde que mes ya se tienen flujos positivos, en este análisis se presenta la tabla hasta el mes cuatro, sin que esto afecte el cálculo, pudiéndose

⁷ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 176

acortar o ampliar dicha tabla hasta el mes uno o hasta el mes diez respectivamente, ya que desde el mes uno ya se tienen flujos positivos y en base a esto ya es factible determinar el periodo para el cual se necesita un capital adicional o capital de trabajo para poder funcionar.

Claramente se puede observar que a partir del mes 1 ya se obtienen flujos positivos, por lo tanto el Capital de Trabajo necesario seria el valor equivalente a los egresos por este periodo, que en este caso es \$947,08.

A continuación se muestra el resumen de total de inversiones de la Casona del Abuelo, incluyendo el 2% de imprevistos futuros.

TOTAL DE INVERSIONES	
Concepto	Valor
Activos Fijos	61.436,15
Activos Diferidos (Intangible, corriente).	1.918,00
Capital de Trabajo	947,08
Imprevistos (2%)	18,94
Total	64.320,18

4.2. Análisis de Financiamiento

La inversión total de este proyecto es de \$ **64.320,18**, valor que será financiado en su totalidad con recursos propios de su único socio.

4.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero.

“El Analisis del Punto de Equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y costos variables. Hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, si no que solo es una importante referencia a tomar en cuenta.”⁸

Para el cálculo del punto de equilibrio se deben diferenciar costos fijos y costos variables, valores obtenidos en el análisis de los egresos.

Costo Fijo	24.906,04
Costo Variable	105.917,55

4.3.1 Punto de Equilibrio en unidades

Para calcular el punto de equilibrio en unidades se aplica la siguiente formula, obtenida en el libro Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina.

$$Q = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$Q = 24.906,04 / (6 - 3,59)$$

$$Q = 10.344 \text{ unidades}$$

4.3.2 Punto de Equilibrio en Dólares

Para calcular el punto de equilibrio en dólares se aplica la siguiente formula, obtenida en el libro Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina.

⁸ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 180

$$I = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable unitario}}{\text{Precio}}}$$

$$I = 24.906,04 / (1 - (3,59/6))$$

$$I = \$ 62.064,73$$

Con este punto de Equilibrio tanto en unidades como en dólares podemos darnos cuenta que nuestras ventas proyectadas (que se muestran en el apartado 4.4 de análisis de los ingresos) para los diez años deberían superar las 10.344 unidades, por lo tanto los costos y gastos de nuestra empresa se estarían cumpliendo, obteniendo una ganancia considerable.

4.4. Análisis de los Ingresos

El restaurante al vender únicamente un producto, percibirá ingresos exclusivamente provenientes de este ya que en la actualidad no se venden otros tipos de platos.

Los ingresos de la Casona del Abuelo se reflejarán en las Ventas Anuales del producto, y debido a que nuestro proyecto durará diez años como se determinó en el capítulo 3 en el análisis de la vida útil del proyecto, se debe proyectar la demanda para este tiempo, para lo cual se ha utilizado la tasa de crecimiento poblacional de 2,10 %⁹, así también el precio por plato se proyectará para los diez años considerando una inflación del 4,31%.¹⁰

⁹ www.inec.gov.ec

¹⁰ www.bcn.fin.ec

Tasa crec.	
Demográfica	0,0210
Inflación	0,0431

AÑO	DEMANDA (Unidades)	PRECIO (con inflación)	VENTAS ANUALES (\$)
2010	29.485	6,00	176.910,00
2011	30.104	6,26	188.410,05
2012	30.736	6,53	200.657,67
2013	31.382	6,81	213.701,44
2014	32.041	7,10	227.593,12
2015	32.714	7,41	242.387,84
2016	33.401	7,73	258.144,28
2017	34.102	8,06	274.924,98
2018	34.818	8,41	292.796,50
2019	35.549	8,77	311.829,77

En este cuadro se observa que se tiene una amplia demanda, valores reales y que se justifican con los datos obtenidos en la encuesta, los cuales nos dieron una demanda de 29.485 unidades.

4.5. Análisis de los Egresos

Para el caso de los egresos también se ha considerado la inflación del 4,31%, dato actual obtenido en la base de datos del Banco Central; de este ítem se debe desglosar cada uno de sus rubros entre los cuales tenemos:

4.5.1 Costo de Ventas

“ Los costos de ventas se anotan a continuación: costo de materia prima, costos de mano de obra, envases, costo de energía eléctrica, costos de agua, control de calidad, mantenimiento, otros costos”.¹¹

La Casona del Abuelo considera que los elementos que conforman el Costo de Ventas son Materia prima, dentro de esto se encuentran todas aquellos elementos que intervienen en la elaboración del plato, en nuestro caso sería la carne, papas, mote, ají, arroz; de igual manera la mano de obra que apoya la transformación de estos insumos, también se incluyen los servicios básicos necesarios para la producción. (Anexo 3)

También interviene la mano de obra que se requiere para la elaboración, dentro de este se encuentran los sueldos de los auxiliares de cocina, parrilleros y del cocinero. (Anexo 4).

En Varios se encuentran los valores correspondientes a los guantes, gorros y delantales que ocuparan cada uno de nuestros empleados, además el valor correspondiente al gas. (Anexo 5).

Los servicios básicos hacen referencia a gastos de agua, luz y teléfono. (Anexo 5)

COSTO DE VENTAS										
Detalle	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
M. Prima. requerida	89.339,55	95.147,08	101.332,12	107.919,23	114.934,53	122.405,86	130.362,86	138.837,11	147.862,23	157.474,03
Mano de Obra	13.848,00	14.444,85	15.067,42	15.716,83	16.394,22	17.100,81	17.837,86	18.606,67	19.408,62	20.245,13

¹¹ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 169

Varios	1.530,00	1.595,94	1.664,73	1.736,48	1.811,32	1.889,39	1.970,82	2.055,76	2.144,37	2.236,79
Servicios Básicos	1.200,00	1.251,72	1.305,67	1.361,94	1.420,64	1.481,87	1.545,74	1.612,36	1.681,86	1.754,34
TOTAL	105.917,55	112.439,59	119.369,94	126.734,48	134.560,71	142.877,93	151.717,28	161.111,91	171.097,07	181.710,29

4.5.2 Gastos de Administración.

“Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen para realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo tomados en un sentido amplio, no solo significan los sueldos del gerente, contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos de oficina en general; si no también se deben considerar a las gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos entre otros”¹²

Dentro de estos gastos se encuentran lo que son sueldos administrativos como por ejemplo del Gerente y del jefe administrativo contable y financiero; así también los gastos por útiles de oficina. (Anexo 4, Anexo 6)

GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Detalle	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos Administrativos	9.000,00	9.387,90	9.792,52	10.214,58	10.654,82	11.114,05	11.593,06	12.092,72	12.613,92	13.157,58
Gastos de Oficina	85,00	88,66	92,48	96,47	100,63	104,97	109,49	114,21	119,13	124,27
Total	9.085,00	9.476,56	9.885,00	10.311,05	10.755,45	11.219,01	11.702,55	12.206,93	12.733,05	13.281,85

¹² Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 172

4.5.3 Gastos de Ventas.

“ En ocasiones, el departamento de ventas también es llamado Departamento de Mercadotecnia. En este sentido, vender no significa hacer llegar el producto al consumidor sino que implica un actividad mas amplia. La magnitud del gasto de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividades que los promotores del proyecto quiera que desarrolle ese proyecto. La agrupación de costos que se han mencionado, como producción administración y ventas es arbitraria, cualquiera que sea la clasificación que se de influye muy poco o nada en la evaluación general del proyecto”¹³

Aquí constan los sueldos del personal de ventas, como el jefe de ventas y los meseros, además también constan todos los valores referentes a publicidad. (Anexo 4, Anexo 7).

GASTOS DE VENTAS										
Detalle	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos de Ventas	11.448,00	11.941,41	15.302,44	15.961,98	19.746,94	20.598,03	24.855,53	25.926,80	30.710,69	32.034,32
Publicidad	2.280	2.378,268	2.480,77135	2.587,6926	2.699,2221	2.815,5586	2.936,9092	3.063,49	3195,5264	3.333,2536
Total	13.728,00	14.319,68	17.783,21	18.549,67	22.446,16	23.413,59	27.792,44	28.990,29	33.906,22	35.367,57

4.5.4 Depreciaciones.

“El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen

¹³ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 173

menos; es decir se deprecian. Cualquier empresa que este en funcionamiento para hacer los cargos de depreciación correspondientes deberán basarse en la ley tributaria”¹⁴

Basándonos en la Norma de Depreciación, constante en el Acuerdo No. 106 expedido por el Ministro de Economía y Finanzas, publicado en el Registro Oficial No. 131 del 31 de julio de 2000, la cuota de depreciación proporcional de los Activos Fijos destinados a proyectos de inversión, se determinará aplicando el método de línea recta. Por lo tanto a continuación se presenta el cuadro de depreciación:

DEPRECIACIONES			
	Valor	Años Depre.	Depre. Anual
Maquinaria	2.106,49	10	210,649
Muebles y Enseres	735	10	73,5
Equipo de Oficina	240	10	24
Equipo de Computación	3.570,58	3	1.190,19333
Lencería y Menaje	1.169,41	3	389,803333
Herramientas	614,67	3	204,89

Detalle	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Maquinaria	210,649	210,649	210,649	210,649	210,649	210,649	210,649	210,649	210,649	210,649
Muebles y Enseres	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5
Equipo de Oficina	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
Equipo de Computación	1190,1933	1190,1933	1190,19333	0	0	0	0	0	0	0
Lencería y Menaje	389,80333	389,80333	389,803333	0	0	0	0	0	0	0

¹⁴ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, 5ta edición, McGraw . Hill, pag. 174

Herramientas	204,89	204,89	204,89	0	0	0	0	0	0	0
Total	2093,0357	2093,0357	2093,03567	308,149	308,149	308,149	308,149	308,149	308,149	308,149

4.6. Análisis de la Rentabilidad

Partiendo de los datos provenientes de los análisis anteriores estructuramos el siguiente análisis para determinar la rentabilidad de nuestro proyecto; es decir si el proyecto es bueno o malo independientemente del financiamiento ya que como se menciono anteriormente este proviene de recursos propios; es por esto que a continuación presentamos el Flujo de Efectivo del Proyecto o libre de deuda.

“A la empresa como conjunto le interesa fundamentalmente si el proyecto es bueno o malo, y considera su financiación como un problema independiente. Por lo tanto, en los flujos de efectivo deben computarse los flujos operativos que sean atribuibles al proyecto, con excepción de las fuentes de financiamiento, menos los impuestos que pagaría de acuerdo al resultado operativo. Esto es lo que llamamos flujo de efectivo libre o free cash flow.”¹⁵

¹⁵Dumrauf Guillermo L, Finanzas Corporativas, 3 Edición, Pág. 331

FLUJO DE EFECTIVO											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas		176.910,00	188.410,05	200.657,67	213.701,44	227.593,12	242.387,84	258.144,28	274.924,98	292.796,50	311.829,77
Costo de Ventas		105.917,55	112.439,59	119.369,94	126.734,48	134.560,71	142.877,93	151.717,28	161.111,91	171.097,07	181.710,29
Utilidad B. ventas		70.992,45	75.970,46	81.287,73	86.966,96	93.032,41	99.509,90	106.427,00	113.813,07	121.699,43	130.119,47
Gastos de Ventas		13.728,00	14.319,68	17.783,21	18.549,67	22.446,16	23.413,59	27.792,44	28.990,29	33.906,22	35.367,57
Gastos de Administración		9.085,00	9.476,56	9.885,00	10.311,05	10.755,45	11.219,01	11.702,55	12.206,93	12.733,05	13.281,85
Depreciaciones		2.093,04	2.093,04	2.093,04	308,15	308,15	308,15	308,15	308,15	308,15	308,15
U.A.I.		46.086,41	50.081,19	51.526,47	57.798,10	59.522,64	64.569,15	66.623,86	72.307,69	74.752,01	81.161,90
Impuestos (36,25%)		16.706,33	18.154,43	18.678,35	20.951,81	21.576,96	23.406,32	24.151,15	26.211,54	27.097,60	29.421,19
Utilidad Neta		29.380,09	31.926,76	32.848,13	36.846,29	37.945,69	41.162,83	42.472,71	46.096,16	47.654,41	51.740,71
Depreciaciones		2.093,04	2.093,04	2.093,04	308,15	308,15	308,15	308,15	308,15	308,15	308,15
Flujos generados de Operación		31.473,12	34.019,79	34.941,16	37.154,44	38.253,83	41.470,98	42.780,86	46.404,30	47.962,56	52.048,86
Capital de Trabajo	-947,08										947,08
Inversión Activos Fijos	-61.436,15										
FLUJO DE CAJA	-62.383,23	31.473,12	34.019,79	34.941,16	37.154,44	38.253,83	41.470,98	42.780,86	46.404,30	47.962,56	52.995,95

Costo	de		VAN del proyecto	95.455,67
Oportunidad		20%	TIR del proyecto	55%

De acuerdo con el cuadro anterior, el Valor Actual Neto de nuestro proyecto es de \$95.455,67; por lo tanto el mismo sería un negocio rentable; además la TIR es del 55%, lo que significa que por cada dólar invertido en este proyecto el 55% es ganancia; y por tanto la conclusión de todo nuestro estudio es que instalar un restaurante de comida típica en el sector de Chuquipata, es viable desde el punto de vista financiero, además como ya se demostró en el estudio de mercado también es viable desde ese punto porque tiene la aceptación de las personas.

4.7. Anexos.

Los anexos que constan en este estudio son los siguientes:

Anexo 1: Encuesta.

Anexo 2: Análisis de la demanda del proyecto

Anexo 3: Materia Prima requerida, proyección 10 años.

Anexo 4: Mano de Obra, proyección 10 años.

Anexo 5: Costo de Ventas

Anexo 6: Gastos de Administración.

Anexo 7: Gastos de Ventas

ANEXO 1

ENCUESTA

EDAD : _____ años

SEXO: Femenino ()

Masculino ()

DIRECCION: _____

ESTADO CIVIL: Casado ()

HIJOS: _____

Soltero()

Divorciado ()

Viudo ()

Otros ()

1.- ¿Conoce usted la parroquia Javier Loyola (Chuquipata)

SI_____

NO_____

Si su respuesta es No, no continúe con la encuesta. Gracias.

2.- Visitaría usted un local de comida típica en Chuquipata?

SI_____

NO_____

Si su respuesta es No, diga el motivo.

Localización _____
Distancia _____
Prefiere visitar un local conocido _____
Otros _____

3.-¿Cuál es el motivo porque usted visitaría el restaurante en Chuquipata?

Cercanía _____
Distracción _____
Viajes _____
Otros _____

4. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un plato de comida típica medio que contenga media libra de carne asada, llapingacho, arroz, aji y mote pillo?

8 () 10() 12() 20 () otro valor ()

5.- Con que frecuencia usted asiste a un restaurant de comida típica

Quincenal () Mensual () Bimensual ()
Trimestral () Semestral ()

6.- ¿Cree usted que seria bueno ubicar juegos infantiles en el restaurante?

SI _____ NO _____

7.- Cual seria su comodidad de pago?

Tarjeta de crédito _____

Efectivo _____

Otros _____

8.- Que considera usted comida típica

Gracias por su colaboración

ANEXO 2

ANALISIS DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

	Personas			Veces al año	
Quincenal	12	13%	348,25	24	8358
Trimestral	20	21%	580,42	4	2321,67
Mensual	50	52%	1451,04	12	17412,50
Semestral	9	9%	261,19	2	522,38
Bimensual	5	5%	145,10	6	870,63
	96	100%	2786		29485

ANEXO 3

MATERIA PRIMA REQUERIDA – PROYECCION 10 AÑOS

MATERIA PRIMA REQUERIDA AL MES (\$)		
Producto	Cantidad	Costo
Carne	Media libra	1,5
Ajo	2 onzas	0,1
Sal	1 onza	0,05
Papas	4 unidades	0,25
Cebolla	1 onza	0,05
Comino	1 onza	0,03
Pimienta	1 onza	0,03
Aceite	10 gramos	0,15
Manteca de color	10 gramos	0,1
Leche	1/4 de litro	0,15
Huevo	1	0,1
Arroz	1/8 de libra	0,1
Culantro	5 gramos	0,03
Tomate	1	0,05
Ají	1	0,04
Mote	1/4 de libra	0,3
TOTAL		3,03

Fuente: Mercado Bartolomé Serrano (Azogues).

Años	MP (\$) por plato (inflación 4,31%)	Producción (plato) anual (crecimiento demográfico 2,11%)	Costo MP Anual
2.010	3,03	29.485	89.339,55
2.011	3,16	30.104	95.147,08
2.012	3,30	30.736	101.332,12
2.013	3,44	31.382	107.919,23
2.014	3,59	32.041	114.934,53
2.015	3,74	32.714	122.405,86
2.016	3,90	33.401	130.362,86
2.017	4,07	34.102	138.837,11
2.018	4,25	34.818	147.862,23
2.019	4,43	35.549	157.474,03

ANEXO 4

MANO DE OBRA - PROYECCION 10 AÑOS

AÑO 1				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	400,00	400,00	4.800,00
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	350,00	350,00	4.200,00
1	Jefe de Ventas	300,00	300,00	3.600,00
2	Auxiliares de Cocina	250,00	500,00	6.000,00
1	Parrillero Carne	218,00	218,00	2.616,00
2	Cocineros	218,00	436,00	5.232,00
3	Meseros	218,00	654,00	7.848,00
	Total		2.390,00	34.296,00

Costos totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
13.848,00	9.000,00	11.448,00	34.296,00

AÑO 2				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	417,24	417,24	5.006,88
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	365,09	365,09	4.381,02
1	Jefe de Ventas	312,93	312,93	3.755,16
2	Auxiliares de Cocina	260,78	521,55	6.258,60
1	Parrillero Carne	227,40	227,40	2.728,75
2	Cocineros	227,40	454,79	5.457,50
3	Meseros	227,40	682,19	8.186,25
	Total		2.981,18	35.774,16

Costos totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
14.444,85	9.387,90	11.941,41	35.774,16

AÑO 3				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	435,22	435,22	5.222,68
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	380,82	380,82	4.569,84
1	Jefe de Ventas	326,42	326,42	3.917,01
2	Auxiliares de Cocina	272,01	544,03	6.528,35
2	Parrillero Carne	237,20	237,20	2.846,36
2	Cocineros	237,20	474,39	5.692,72
4	Meseros	237,20	948,79	11.385,43
	Total		3.346,87	40.162,38

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
15.067,42	9.792,52	15.302,44	40.162,38

AÑO 4				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	453,98	453,98	5.447,77
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	397,23	397,23	4.766,80
1	Jefe de Ventas	340,49	340,49	4.085,83
2	Auxiliares de Cocina	283,74	567,48	6.809,72
2	Parrillero Carne	247,42	247,42	2.969,04
2	Cocineros	247,42	494,84	5.938,07
4	Meseros	247,42	989,68	11.876,15
	Total		3.491,12	41.893,38

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
15.716,83	10.214,58	15.961,98	41.893,38

AÑO 5				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	473,55	473,55	5.682,57
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	414,35	414,35	4.972,25
1	Jefe de Ventas	355,16	355,16	4.261,93
2	Auxiliares de Cocina	295,97	591,93	7.103,22
3	Parrillero Carne	258,08	258,08	3.097,00
2	Cocineros	258,08	516,17	6.194,00
5	Meseros	258,08	12.90,42	15.485,01
	Total		38.99,67	46.795,99

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
16.394,22	10.654,82	19.746,94	46.795,99

AÑO 6				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	493,96	493,96	5.927,49
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	432,21	432,21	5.186,56
1	Jefe de Ventas	370,47	370,47	4.445,62
2	Auxiliares de Cocina	308,72	617,45	7.409,36
3	Parrillero Carne	269,21	269,21	3.230,48
2	Cocineros	269,21	538,41	6.460,97
5	Meseros	269,21	1.346,03	16.152,42
	Total		4.067,74	48.812,90

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
17.100,81	11.114,05	20.598,03	48.812,90

AÑO 7				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	515,25	515,25	6.182,97
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	450,84	450,84	5.410,10
1	Jefe de Ventas	386,44	386,44	4.637,23
2	Auxiliares de Cocina	322,03	644,06	7.728,71
4	Parrillero Carne	280,81	280,81	3.369,72
2	Cocineros	280,81	561,62	6.739,43
6	Meseros	280,81	1.684,86	20.218,30
	Total		4.523,87	54.286,45

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
17.837,86	11.593,06	24.855,53	54.286,45

AÑO 8				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	537,45	537,45	6.449,45
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	470,27	470,27	5.643,27
1	Jefe de Ventas	403,09	403,09	4.837,09
2	Auxiliares de Cocina	335,91	671,82	8.061,82
4	Parrillero Carne	292,91	292,91	3.514,95
2	Cocineros	292,91	585,83	7.029,90
6	Meseros	292,91	1.757,48	21.089,71
	Total		4.718,85	56.626,19

Costos Totales Mano Obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
18.606,67	12.092,72	25.926,80	56.626,19

AÑO 9				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	560,62	560,62	6.727,42
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	490,54	490,54	5.886,50
1	Jefe de Ventas	420,46	420,46	5.045,57
2	Auxiliares de Cocina	350,39	700,77	8.409,28
5	Parrillero Carne	305,54	305,54	3.666,45
2	Cocineros	305,54	611,07	7.332,89
7	Meseros	305,54	2.138,76	25.665,12
	Total		5.227,77	62.733,23

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
19.408,62	12.613,92	30.710,69	62.733,23

AÑO 10				
Numero	Detalle	Sueldo	Total Mes	Total Año
1	Gerente	584,78	584,78	7.017,38
1	Jefe Administrativo, Contable, Financiero	511,68	511,68	6.140,20
1	Jefe de Ventas	438,59	438,59	5.263,03
2	Auxiliares de Cocina	365,49	730,98	8.771,72
5	Parrillero Carne	318,71	318,71	3.824,47
2	Cocineros	318,71	637,41	7.648,94
7	Meseros	318,71	2.230,94	26.771,29
	Total		5.453,09	65.437,03

Costos Totales mano obra			
Producción	Administración	Ventas	Total
20.245,13	13.157,58	32.034,32	65.437,03

ANEXO 5.

COSTO DE VENTAS

GASTOS VARIOS

GASTOS VARIOS (ANUAL)	
Guantes	150
Gorros	80
Delantales	300
gas	1.000
TOTAL	1.530

SERVICIOS BASICOS

SERVICIOS BASICOS		
	Mensual	Anual
Teléfono	15	180
Agua	45	540
Luz	40	480
TOTAL		1.200

ANEXO 6.

GASTOS DE ADMINISTRACION

GASTOS DE OFICINA.

Gastos de Oficina anual	
Papel Bond	20
Tinta	40
Varios Útiles	25
TOTAL	85

ANEXO 7.

GASTOS DE VENTAS

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD	Mensual	Anual
Periódico	100	1.200
Radio	60	720
Trípticos	30	360
Total		2.280