



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING  
CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del Título de:

**INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:**

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA AMPLIACIÓN Y REMODELACIÓN DEL RESTAURANTE “MI SOL” UBICADO EN EL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”.

**AUTORA**

MARIELA SILVANA OCAÑA BUENAÑO

**RIOBAMBA – ECUADOR**

2017

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Sra. Mariela Silvana Ocaña Buenaño, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzón  
**DIRECTOR**

---

Ing. Gladis Lucia Cazco Balseca  
**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Mariela Silvana Ocaña Buenaño, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 13 de Enero de 2017

Mariela Silvana Ocaña Buenaño

C.C: 0604968396

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado a toda mi familia que siempre me apoyo, a mis padres por ser el pilar fundamental en todo, por su apoyo incondicional, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A mi esposo y mi hija SAMANTHA LISSETTE BUENAÑO OCAÑA dándome amor, cariño y comprensión fuerza y ánimo para poder cumplir con mi meta.

Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación un millón de palabras no bastarían para agradecerles su apoyo su comprensión y sus consejos en los momentos más difíciles.

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento muy especial a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo a la Facultad de Administración de Empresas la Escuela de Marketing y carrera de Ingeniería Comercial que nos han dado la oportunidad de aprender valores duraderos y principios de calidad.

Quiero dejar constancia de mi gratitud sincera a la Ing. Carlos Raúl García, quien, con su conocimiento y experiencia, me ha guiado adecuadamente para la culminación del presente trabajo.

De igual forma mi agradecimiento de manera sincera a la Sra. Elsa Gisela Toscano Martínez por facilitarme los medios para recopilar información los mismos que fueron utilizados en el desarrollo del trabajo investigativo.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de tablas .....	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de ilustraciones .....	xii
Índice de anexos.....	xiii
Resumen.....	xiv
Summary.....	xv
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema .....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3 OBJETIVOS .....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos .....	4
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	5
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	5
2.2.1 Proyectos.....	5
2.2.2 Tipos de proyectos .....	6
2.2.3 Atributos de un proyecto.....	8
2.2.4 Etapas del proyecto.....	9
2.2.5 Pre inversión .....	9
2.3 IDEA A DEFENDER .....	14
<b>CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>15</b>

3.1	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	15
3.2	METODOLOGÍA .....	15
3.2.1	Mercado del Proyecto .....	15
3.2.2	Población o universo a estudiar .....	16
3.2.3	Determinación del tamaño de la muestra.....	17
3.2.4	Técnica de recolección de datos .....	18
3.2.5	Resultados y análisis de la investigación de mercado .....	19
3.3	LA DEMANDA.....	28
3.3.1	Análisis de la demanda .....	28
3.4	LA OFERTA.....	30
3.5	DEMANDA INSATISFECHA.....	32
3.6	COMPROBACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER .....	32
	<b>CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....</b>	<b>35</b>
4.1	TÍTULO .....	35
4.2	OBJETIVOS .....	35
4.2.1	Objetivo General.....	35
4.2.2	Objetivos Específicos .....	35
4.3	SERVICIO O PRODUCTO.....	35
4.4	PRECIO .....	41
4.5	PLAZA (COMERCIALIZACIÓN).....	43
4.6	PROMOCIÓN .....	43
4.6.1	Propuesta creativa de Promoción.....	44
4.7	ESTUDIO TÉCNICO .....	45
4.7.1	Tamaño del proyecto .....	45
4.7.2	Localización.....	54
4.7.3	Diagrama de Flujo .....	56
4.7.4	Diseño de la Planta.....	57
4.8	ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO.....	59
4.8.1	Misión .....	59
4.8.2	Visión.....	59
4.8.3	Organigrama Estructural.....	59
4.8.4	Organización Funcional .....	60
4.9	ESTUDIO FINANCIERO .....	60
4.9.1	Inversiones .....	60

4.9.2	Financiamiento.....	64
4.9.3	Costos e ingresos del proyecto.....	66
4.10	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	72
4.10.1	Estado de Situación Inicial .....	73
4.10.2	Estado de Resultados .....	74
4.10.3	Flujo de Caja.....	75
4.10.4	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	76
4.10.5	Valor Actual Neto.....	77
4.10.6	Tasa Interna de Retorno .....	78
4.10.7	Relación Beneficio Costo .....	78
4.10.8	Período de recuperación de la inversión .....	78
	CONCLUSIONES .....	80
	RECOMENDACIONES.....	81
	BIBLIOGRAFÍA .....	82
	ANEXOS .....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Población de estudio del cantón.....	16
Tabla 2:	Segmentación de la Población por Edades .....	16
Tabla 3:	Población Proyectada.....	17
Tabla 4:	Nivel de Ingresos .....	19
Tabla 5:	Uso del servicio de comida en un Restaurante .....	20
Tabla 6:	Factores importantes al hacer uso del servicio de comida.....	21
Tabla 7:	Frecuencia de comer fuera de casa .....	22
Tabla 8:	Restaurantes que habitualmente frecuenta.....	23
Tabla 9:	Medio adecuado para recibir información .....	24
Tabla 10:	Conoce el Restaurante “Mi Sol” .....	25
Tabla 11:	Ampliación de instalaciones .....	26
Tabla 12:	Medio adecuado para recibir información .....	27
Tabla 13:	Población Demandante .....	28
Tabla 14:	Demanda Actual en Unidades.....	28
Tabla 15:	Demanda Proyectada en unidades (platos de comida).....	29
Tabla 16:	Oferta Actual en Unidades.....	30
Tabla 17:	Oferta Proyectada en Unidades.....	31
Tabla 18:	Demanda Insatisfecha .....	32
Tabla 19:	Ventas (dólares). .....	33
Tabla 20:	Determinación de precios .....	42
Tabla 21:	Precio promedio .....	42
Tabla 22:	Presupuesto de la Publicidad .....	44
Tabla 23:	Promoción.....	45
Tabla 24:	Características Ollas Industriales.....	52
Tabla 25:	Características Ollas Industriales.....	53
Tabla 26:	Personal del Restaurante “Mi Sol” .....	62
Tabla 27:	Matriz Evaluación Impacto Ambiental (MATRIZ DE LEOPOLD) .....	59
Tabla 28:	Plan de manejo ambiental .....	60
Tabla 29:	Inversión Fija Tangible (dólares).....	60
Tabla 30:	Obra Civil (dólares) .....	61
Tabla 31:	Maquinaria (dólares).....	61

Tabla 32: Muebles y Enseres (dólares) .....	62
Tabla 33: Equipo de Cómputo (dólares) .....	62
Tabla 34: Inversión Fija Tangible .....	63
Tabla 35: Capital de Trabajo (dólares) .....	63
Tabla 36: Inversiones (dólares) .....	64
Tabla 37: Fuentes y Usos (dólares) .....	64
Tabla 38: Amortización de la Deuda (dólares) .....	65
Tabla 39: Costos de Producción (dólares) .....	66
Tabla 40: Materia Prima (dólares) .....	66
Tabla 41: Mano de Obra Directa (dólares) .....	68
Tabla 42: Suministros .....	68
Tabla 43: Depreciaciones (dólares) .....	69
Tabla 44: Amortizaciones (dólares) .....	69
Tabla 45: Gastos de Administrativos (dólares) .....	70
Tabla 46: Gasto de Ventas (dólares) .....	71
Tabla 47: Gastos Financieros (dólares) .....	71
Tabla 48: Ventas (dólares) .....	72
Tabla 49: Estado de Situación inicial (dólares) .....	73
Tabla 50: Estado de Resultados (dólares) .....	74
Tabla 51: Flujo de Caja (dólares) .....	75
Tabla 52: Cálculo de la TMAR .....	77
Tabla 53: Valor Actual Neto 1 (dólares) .....	77
Tabla 54: Valor Actual Neto 2 (dólares) .....	77

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Nivel de Ingresos .....	19
Gráfico 2:	Uso del servicio de comida en un Restaurante .....	20
Gráfico 3:	Factores importantes al hacer uso del servicio de comida.....	21
Gráfico 4:	Frecuencia de comer fuera de casa .....	22
Gráfico 5:	Restaurantes que habitualmente frecuenta.....	23
Gráfico 6:	Medio adecuado para recibir información .....	24
Gráfico 7:	Conoce el Restaurante “Mi Sol” .....	25
Gráfico 8:	Ampliación de instalaciones .....	26
Gráfico 9:	Medio adecuado para recibir información .....	27

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Papas con cuy.....	36
Ilustración 2:	Arroz con chuleta.....	37
Ilustración 3:	Trucha frita .....	37
Ilustración 4:	Caldo de Bagre.....	38
Ilustración 5:	Encebollado .....	38
Ilustración 6:	Bandera .....	39
Ilustración 7:	Chaulafan .....	39
Ilustración 8:	Tortillas con seco de carne.....	40
Ilustración 9:	Papi carne.....	40
Ilustración 10:	Hamburguesa .....	41
Ilustración 11:	Canal de Distribución .....	43
Ilustración 12:	Cocina tres puestos .....	50
Ilustración 13:	Cocina dos puestos.....	51
Ilustración 14:	Ollas UMCO .....	52
Ilustración 15:	Ollas Tramontina .....	53
Ilustración 16:	Mapa Cantones de Chimborazo.....	55
Ilustración 17:	Croquis del Restaurante “Mi Sol” .....	56
Ilustración 18:	Restaurante “Mi Sol” .....	58
Ilustración 19:	Organigrama Estructural.....	59

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	Tabla censo de la población.....	83
Anexo 2:	Crecimiento poblacional.....	83
Anexo 3:	Índice de actividad económica.....	84
Anexo 4:	Proforma Radio sensación.....	84
Anexo 5:	Requisitos COAC Riobamba Ltda.....	85
Anexo 6:	Proformas de cocinas y ollas industriales.....	85
Anexo 7:	Propuesta Planta de elaboración de alimentos.....	86
Anexo 8:	Permiso de Funcionamiento.....	87
Anexo 9:	Rol de Pagos.....	87
Anexo 10:	Volantes Publicitarios.....	90
Anexo 11:	Materiales de Construcción.....	91
Anexo 12:	Misceláneos de cocina.....	92

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación en la ampliación y remodelación del restaurante “MI SOL” ubicado en el Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo”, para mejorar su nivel competitivo y satisfacer las necesidades de los clientes. Se realizó el estudio de mercado el cual determinó que existe demanda insatisfecha la misma que el restaurante cubrirá con 35.389 platos de comida por cada año. Para la ampliación y remodelación del restaurante, se realizó el estudio técnico legal y económico financiero, para el desarrollo de este proyecto se realizará en con un crédito bancario. Esto permitirá incrementar la elaboración de platos de comida así como también el volumen de ventas y aprovechar las oportunidades dentro del cantón en el que se desarrolla la empresa. Y en el que el proyecto es técnicamente viable y económicamente rentable según la evaluación financiera ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 34% y el Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 3 años 10 meses. Debido a la viabilidad encontrada tanto en el área legal, operativa, de producción y económica, se recomienda a los propietarios del Restaurante que se lleve a cabo la ejecución del proyecto.

**Palabras claves:** PROYECTO. INVERSIÓN. AMPLIACIÓN. REMODELACIÓN.

-----  
Ing. Denise Liliana Pazmiño Garzón  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## SUMMARY

This research is intended to develop The Restaurant “Mi Sol” Enlargement and Remodeling Project in Guamate from Chimborazo province in order to improve its competitiveness level as well as to satisfy the restaurant customer needs. In the aim of this research, the corresponding marketing study was carried out in order to determine the current unsatisfied market demand for the restaurant service accounting for 3.5 %, which is the project target during the first year of its implementation. This project development lay on financing by a credit, thus the necessary technical, legal, economical and financial studies were carried to ensure the project viability, and thus the project economic ratability was technically demonstrated by the financial and economic evaluation in regarding the Internal Rate of Return (TIR) which accounts for 34% and the Investment Recovery Time (PRI) accounting for three years and ten months. The implementation of this project allowed to the restaurant not only to improve its service by diversifying the dishes and food but also to rise its sell rates from taking advantages of the Guamate market demand where the restaurant “Mi Sol” is located. Therefore, it is advisable for the restaurant “Mi Sol” owners to execute this project since its viability has technically been demonstrated not only in the legal area but also in the economic, productive and operational area.

**Research Keywords:** INVESTMENT.ENLARGEMENT.REMODELING.PROJECT.

## INTRODUCCIÓN

Los restaurantes hoy en día son un reflejo directo de los cambios de la sociedad en la cual operan, es por ello que Restaurante “Mi Sol” está planteado como una opción practica de prestar un servicio a la comunidad mediante exquisitos platos, en un lugar acogedor brindando un servicio de calidad y comodidad para seguir satisfaciendo así las exigencias de los clientes.

Con la presente investigación se realiza un estudio de mercado, un estudio técnico de costos de ampliación del restaurante para determinar la nueva maquinaria, la cual favorecerá al incremento de elaboración de platos de comida que va en beneficio directo de sus clientes, abriendo la gran disponibilidad de incrementar sus ventas y aportar en el bienestar y desarrollo del cantón.

La presente investigación comprende cuatro capítulos descritos en los siguientes términos:

Capítulo I se describe, planteamiento, formulación, delimitación del problema y objetivos, todo esto basado en la información del Restaurante “Mi Sol”.

En el capítulo II se plantea los antecedentes históricos del Restaurante “Mi Sol” y el marco teórico en cuanto a la realización de un proyecto de inversión.

El capítulo III está basado en la recopilación de la información para la realización del estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha.

El capítulo IV tiene que ver con el marco propositivo en el que consta la propuesta de ampliación y remodelación del Restaurante “Mi Sol”, así como los estudios técnico y todo el estudio económico financiero para determinar los costos, gastos e ingresos que se obtendrán del mismo.

Luego de los estudios antes mencionados se realizan las conclusiones y recomendaciones, a las que se ha llegado con la presente investigación.

Finalmente se presenta la bibliografía y los respectivos anexos.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La rapidez, confiabilidad, seguridad y calidad que ofrece un restaurante son características que van implícitas, se trata de trascender en el cliente valores agregados que ofrezcan una experiencia de compra diferente cumpliendo con sus expectativas como consumidor que no solo se motive al cliente con la excelencia del producto sino con el beneficio de los servicios que lo acompañan, ya no solo es suficiente cumplir con la función utilitaria de los productos ahora se exige una satisfacción total de lo que se ofrece.

El propietario del restaurante ha ido satisfaciendo las exigencias del cantón, pero no ha representado lo suficiente por lo que es necesario ampliar y remodelar las instalaciones adquiriendo nuevos implementos de cocina, bienes muebles que les permitirá solucionar los diversos problemas que atraviesa la misma.

El presente trabajo de investigación de ampliación y remodelación tiene como propósito atraer nuevos clientes, buscando mejorar la atención a través de adecuados procesos, brindando comodidad y bienestar contribuyendo así a la buena imagen del mismo; y seguir satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

Con la Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” se busca fidelizar a los clientes, brindando confianza a través de la diversidad de alimentos que oferta el restaurante, para incrementar las ventas.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿De qué forma va a beneficiar el Proyecto de Inversión para la Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” para el año 2016, de modo que genere fidelidad y satisfacción a los clientes, proporcionando asimismo un lugar con los mejores niveles de calidad?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

**Espacio:** RESTAURANTE “MI SOL”.

**Tiempo:** Para el año 2016

**Acción:** Proyecto de Inversión para la Ampliación y Remodelación.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Hoy en día es fundamental que un restaurante cuente con una óptima infraestructura para el respectivo desenvolvimiento de sus actividades y manejo de sus recursos. Es por ello, que el presente trabajo de investigación de la ampliación y remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” ubicado en el Cantón Guamote Provincia de Chimborazo tiene la finalidad de dar a conocer de qué manera se puede llegar a satisfacer las necesidades de los clientes y los beneficios económicos que se obtendrán a través del aumento de ventas y de una gestión administrativa adecuada que permita su crecimiento.

Además, una buena infraestructura permite que un restaurante pueda desarrollar fuentes de empleo, tener buena rentabilidad, ofrecer varias alternativas gastronómicas, satisfaciendo de esta manera a su mercado y consecuentemente el cliente.

Este trabajo de investigación se realizará también para dar a conocer a los dueños del restaurante que la ampliación y remodelación del mismo, les permitirá tener espacios mejores y más adecuados para la elaboración de menús gastronómicos, teniendo en cuenta que con una mejor elaboración del mismo se puede ofrecer un mejor servicio, a un buen precio y así satisfacer las expectativas de los clientes.

Se propone este tema de investigación de tesis con la finalidad de conocer y entender cuáles son los beneficios que se obtendrán con la ampliación y remodelación del restaurante que servirá para mejorar la atención y la rapidez hacia el cliente.

Por otra parte, en cuanto a su alcance, esta investigación abrirá nuevos caminos para restaurantes que presenten situaciones similares a la que aquí se plantea, sirviendo como marco referencial a esta.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Diseñar un proyecto de inversión para la Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” ubicado en el Cantón Guamate Provincia de Chimborazo”.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Sustentar teóricamente la realización de proyectos de inversión.
- Realizar un diagnóstico de la situación general del RESTAURANTE “MI SOL”, a través de métodos de investigación para justificar la ampliación y remodelación y así determinar el impacto socio-económico del mismo.
- Plantear el proyecto de inversión para la Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” a través de estudios de mercado, administrativo, técnico y un análisis económico financiero con el fin de determinar la viabilidad económica del mismo.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

Restaurante “Mi Sol” inicia sus actividades en el año 2000 y se encuentra ubicado en la Provincia de Chimborazo, en el cantón Guamote, barrio 24 de Mayo, es un negocio familiar siendo sus propietarios el Sr. Jorge Luis Salazar Brito y su esposa la Sra: Elsa Gisela Toscano Martínez. Esta idea nace de la necesidad de buscar una mejor calidad de vida siendo su principal objetivo ofrecer un servicio de excelente calidad para así satisfacer las necesidades de sus clientes.

En sus inicios se dedicaban exclusivamente a la elaboración de pequeñas cantidades de comida pero con el paso de los años ha ido incrementando debido a la demanda que existe dentro del cantón.

Restaurante “Mi Sol” es un lugar reconocido por su excelente atención y su deliciosa sazón es por ello que para seguir satisfaciendo las exigencias de sus clientes y aumentar sus ventas ha visto la necesidad de ampliar y remodelar sus instalaciones ya que esto le permitirá seguir brindando su servicio a más personas del cantón y a quienes visiten el mismo.

### **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.2.1 Proyectos**

“Es un conjunto de planes detallados, que se presenta con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable”. (Lara Dávila, 2010)

El desarrollo de un proyecto, que comprende tanto su diseño o formulación como la gestión de su instrumentación, evaluación y control, constituye sin duda uno de los elementos más dinámicos del proceso, representando la frontera misma de la planeación. Una planeación que o se concreta en proyectos suele quedarse en el papel o en el discurso político y, de algún modo, los proyectos que logran introducir cambios relevantes o resolver problemas complejos, representan la verdadera planeación.

“Los proyectos tienen que ver con el contenido del proceso de planeación, identificación de problemas y necesidades, formulación de objetivos y metas, participación de los sectores interesados”. (Álvarez García, 2008)

### **2.2.2 Tipos de proyectos**

Existen diferentes tipos de proyectos, cada uno se dirige a solucionar determinada barreras al desarrollo, y tiene costos y beneficios específicos asociados, así:

#### **2.2.2.1 De acuerdo a su naturaleza, los proyectos pueden ser:**

Dependientes, son los proyectos que para ser realizados requieren que se hagan otra inversión. En este caso, se habla de proyectos complementarios y se seleccionan en conjunto.

Independientes, son los proyectos que se pueden realizar sin depender ni ser afectados por otro proyecto.

Mutuamente excluyentes, son proyectos operacionales donde aceptar uno impide que no se haga el otro, o lo hace innecesario.

#### **2.2.2.2 De acuerdo al área que pertenece, los proyectos pueden catalogarse en cinco tipos básicos:**

**Productivos:** los que utilizan recursos para producir bienes orientados al consumo intermedio o final (proyectos de producción agrícola, ganadera, forestal).

**De infraestructura económica:** los que generan obras que facilitan el desarrollo de futuras actividades (caminos, canales de riego).

**De infraestructura social:** los que se dirigen a solucionar limitantes que afectan al rendimiento de la mano de obra, tales como deficiencias en educación, salud entre otros.

**De regulación y fortalecimiento de mercados:** son los proyectos que apuntan a clasificar y normalizar las reglas del juego de los mercados o a fortalecer el marco jurídico donde se desenvuelven las actividades productivas.

**De apoyo de base:** aquellos dirigidos a apoyar a los proyectos de las tipologías anteriores. Son proyectos de asistencia, por ejemplo de capacitación.

#### **2.2.2.3 De acuerdo al fin buscado, los proyectos pueden ser:**

Proyectos de inversión privada: en este caso el fin del proyecto es lograr una rentabilidad económica financiera, de tal modo que permita recuperar la inversión de capital puesta por la empresa o inversionistas diversos en la ejecución del proyecto.

Proyectos de inversión pública: en este tipo de proyecto el Estado es el inversionista que coloca sus recursos para la ejecución del mismo.

Proyectos de inversión social: un proyecto social sigue el único fin de generar un impacto en el bienestar social.

#### **2.2.2.4 Una clasificación de proyectos privados se puede establecer en función al impacto en la empresa:**

Creación de nuevas unidades de negocios o empresas: en este caso un proyecto se refiere a la creación de un nuevo producto o servicio. Estos proyectos típicos tienen flujos de ingresos y costos.

Cambios en las unidades de negocios existentes: en este tipo de proyectos no se crea ningún producto o servicio; simplemente se hacen cambios en las líneas de producción.

Estos cambios pueden darse ya sea cambiando maquinaria antigua por maquinaria una nueva.

#### **2.2.2.5 En el caso de los proyectos públicos o sociales, se pueden establecer ciertas clasificaciones:**

Proyectos de infraestructura: relacionados a inversión en obras civiles de infraestructura que puede ser de uso económico o de uso social, mejorando las condiciones de vida.

“Proyectos de fortalecimiento de capacidades sociales o gubernamentales: en este caso se trabajan diversas líneas, como por ejemplo participación ciudadana, mejora de la gestión pública, vigilancia ciudadana u otros”. (Córdoba Padilla, 2011)

#### **2.2.3 Atributos de un proyecto**

Los atributos siguientes ayudan a definirlo:

- Un proyecto tiene un objetivo claro que establece lo que se lograra.
- Un proyecto se realiza por medio de una serie de tareas independientes, es decir, de tareas no repetitivas que debe llevarse a cabo en determinada secuencia con el fin de lograr el objetivo del proyecto.
- Un proyecto utiliza varios recursos para realizar las tareas. Estos recursos pueden incluir diferentes personas, organizaciones, equipos, materiales e instalaciones.
- Un proyecto tiene un marco de tiempo específico, o periodo de vida finito. Tiene una fecha de inicio y una fecha en la que debe lograrse el objetivo.
- Un proyecto puede ser una tarea única o que se realizara una solo vez.
- Un proyecto tiene un patrocinador o cliente. El patrocinador/cliente es la entidad que proporciona los fondos necesarios para realizar el proyecto.
- Por último, un proyecto implica un grado de incertidumbre. Antes de iniciar un proyecto se elabora un plan en función de ciertos supuestos y estimaciones.

## 2.2.4 Etapas del proyecto

Es importante conocer cuáles son las etapas y las relaciones que existen con la misma.

## 2.2.5 Pre inversión

### 2.2.5.1 Estudio de mercado

En el estudio de mercado se describe los productos o servicios que generara el proyecto, a que mercado va dirigido, donde se ubica geográficamente este mercado, cual es la oferta y la demanda existente del servicio. Los aspectos más relevantes que en términos generales deben ser analizados en un estudio del mercado del proyecto son los siguientes: (Fernández Espinoza, 2007)

**Servicio:** debe describirse en forma detallada el servicio y sus especificaciones técnicas y de calidad.

**Mercado:** deberán mostrarse los estudios de mercado llevados a cabo que presenten la forma como se estimó el mercado meta y que instrumentos se utilizaron para determinar la demanda potencial y la demanda efectiva del proyecto.

**Oferta y demanda del mercado:** deberá hacerse un análisis de la demanda total del servicio en el mercado, cuantificar la producción total interna, así también servicios similares que representan la competencia del proyecto.

Es necesario, además, localizar físicamente a los servicios y los consumidores, así como determinar cuáles son sus estrategias de comercialización.

**Precio del servicio:** la determinación del precio del servicio puede hacerse de varias maneras. La primera de ellas puede ser obtenida en base a un promedio de precios de servicios similares en el mercado, el cual se puede determinar por medio de un estudio detallado de la oferta del mercado. La otra forma es tratar de determinar cuál es el precio que los consumidores potenciales estarían dispuestos a pagar por el servicio que se pretende introducir al mercado. La tercera manera tiene que ver con los objetivos del

restaurante y la estrategia de comercialización, lo cual puede llevar a determinar un precio superior al promedio del mercado.

El estudio de mercado es quizá el más importante de todos porque define, entre otras cosas, los posibles ingresos por ventas del proyecto, lo cual será la base para estimar los flujos que servirán para pagar la inversión, su costo y generar las ganancias que esperan los inversionistas o entidades financieras. (Fernández Espinoza, 2007)

#### **2.2.5.2 Estudio técnico**

Define el tamaño óptimo que permite cumplir con los procesos de producción del servicio en forma eficaz y eficiente. Realiza el diseño estructural necesario para cubrir el nivel de producción del servicio que atenderá un porcentaje del mercado objetivo del proyecto. (Lara Dávila, 2010)

Determina los requerimientos de los factores de producción: el recurso humano, insumos y capital productivo, necesarios para desarrollar el proceso de elaboración.

#### **2.2.5.3 Localización**

El análisis de la localización de un proyecto prevé la consideración de la macrolocalización y la microlocalización. El análisis macro está referido al país o región donde se encuentra ubicado el restaurante y el análisis micro prevé la consideración de alternativas de lugar específico donde se llevara a cabo el proyecto. (Moreno, 2012)

#### **2.2.5.4 Ingeniería**

“En esta etapa incluye la consideración de las tecnologías a aplicar, su elección y la descripción de elaboración. De tal manera que en función de la tecnología adaptada, determina la vida útil del proyecto a realizarse”. (Moreno, 2012)

### **2.2.5.5 Estudio económico**

Establece el monto de recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto, el costo total de operación, los diferentes gastos operacionales y una serie de indicadores que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto objeto de estudio. (Lara Dávila, 2010)

El estudio económico ayudara al RESTAURANTE MI SOL a determinar el monto de la inversión inicial, fija y diferida, a establecer el capital de trabajo, a definir los costos de producción, los gastos administrativos, de ventas, de financiamientos y a exponer los estados financieros del proyecto a realizarse.

### **2.2.5.6 Evaluación de proyectos**

Determina y aplica métodos de evaluación financiera como el VAN, el TIR, Relación beneficio-Costo y el periodo de recuperación de capital.

La evaluación indica un examen lo más sistemático y objetivo posible de un proyecto en planificación, ejecución o terminado, su diseño, su implementación y sus resultados de modo de determinar su eficiencia, eficacia, su impacto, su viabilidad y la permanencia de sus objetivos. (Lara Dávila, 2010)

### **2.2.5.7 Inversión**

“En general, el ciclo de vida del proyecto tiene cuatro fases: inicio, planeación, ejecución y cierre del proyecto”. (Gido & Clements, 2012)

#### **a) Inicio**

Esta primera fase del ciclo de vida del proyecto consiste en la identificación de una necesidad, problema u oportunidad y puede dar como resultado que el patrocinador que autoriza un proyecto haga frente a la necesidad identificada o resuelva el problema. Los proyectos inician cuando una necesidad es identificada

por el patrocinador, es decir, las personas o la organización está dispuesta a aportar los fondos para satisfacer la necesidad.

#### **b) Planeación**

Antes de iniciar el proyecto, el equipo del proyecto o contratista debe tomarse el tiempo suficiente para planearlo adecuadamente. Es necesario establecer un plan de trabajo que muestre como se completará el alcance del proyecto dentro del presupuesto y en el tiempo previsto. Tratar de realizar un proyecto sin un plan es como tratar de armar un asador para jardín sin leer las instrucciones.

#### **c) Ejecución**

La tercera fase del ciclo de vida del proyecto es la realización del mismo. Una vez que el plan inicial se ha desarrollado, el trabajo puede continuar. El equipo del proyecto, dirigido por el gerente, ejecuta el plan y realiza las actividades para el logro del objetivo del proyecto.

#### **d) Cierre**

La fase final del ciclo de vida del proyecto es el cierre del mismo. El proceso de cierre comprende diversas acciones que incluyen el cobro de facturas y los pagos finales, la evaluación y el reconocimiento del personal, la realización de una evaluación a posterior del proyecto. (Gido & Clements, 2012)

### **2.2.5.8 Operación**

La fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo.

El proyecto se institucionaliza mediante la creación de una organización responsable por su operación en el tiempo o mediante la entrega de dicha responsabilidad de una entidad ya existente.

A medida que la fase operativa del proyecto avanza, la gerencia debe estar atenta para introducir modificaciones o mejoras que aumenten la eficiencia del sistema.

Pero hay otras dos situaciones que se van presentando en el tiempo:

La necesidad de ampliación del sistema para extender su cobertura a nuevos usuarios.

“El desgaste y obsolescencia de las instalaciones y equipos implican la necesidad de renovación- reposición”. (Córdoba Padilla, 2011)

#### **2.2.5.9 Fase de evaluación de resultados**

Si el proyecto es la acción o respuesta a un problema, es necesario verificar, después de un tiempo razonable de su operación, que efectivamente el problema ha sido solucionando por la intervención del proyecto.

De no ser así, se requiere introducir las medidas correctivas pertinentes: la evaluación de los resultados cierra el ciclo, preguntándose por los efectos de la última etapa a la luz de lo que inició el proceso: el problema.

La evaluación de resultados tiene por lo menos dos objetivos importantes:

Evaluar el impacto real del proyecto (empleo, divisas y descentralización), ya entrado en operación, para sugerir las acciones correctivas que se estimen convenientes.

Simular la experiencia para enriquecer el nivel de conocimientos y capacidad, para mejorar.

En cualquiera de las etapas y de las subetapas reseñadas, la evaluación del proyecto significa tener que decidir entre tres cursos de acción:

**Rechazo:** si el proyecto no resulta conveniente de acuerdo con el análisis realizado con la información disponible en esa subetapa, debe optarse por no continuar con su estudio, ejecución u operación.

**Demora:** si el proyecto muestra ventajas, pero se estima que su convivencia aumentará si se estudia, ejecuta u opera más adelante, se debe tomar la alternativa de demora su paso a la siguiente subetapa.

**Aceptación:** si el proyecto resulta conveniente, de acuerdo con la información disponible, se pueda pasar a la siguiente subetapa de análisis o comenzar su ejecución u operación. (Córdoba Padilla, 2011)

### **2.3 IDEA A DEFENDER**

La Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” mejorará los ingresos de la empresa y satisfacción de los clientes.

## **CAPÍTULO III: ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Determinar con el público objetivo el nivel de aceptación del servicio del restaurante dentro del cantón.
- Determinar la demanda insatisfecha analizando el comportamiento de la oferta y la demanda en el servicio que presta Restaurante “Mi Sol”.
- Definir estrategias de comercialización.

### **3.2 METODOLOGÍA**

Para la realización del estudio de mercado se utilizará el **método deductivo**, ya que al recabar información relacionada con la oferta y la demanda se obtiene datos generales que ayudan en la adquisición de información específica sobre las necesidades de los consumidores. Cierta información se la obtendrá a través de una encuesta realizada a los mismos.

Para la selección de elementos de la muestra también se ha tomado en cuenta el método aleatorio simple.

Esto significa que cuyos elementos son seleccionados aleatoriamente, de tal forma que cada elemento tiene una probabilidad igual de ser seleccionado. (Alvarado Valencia & Obagi Araujo, 2008)

Otra de las técnicas a utilizar dentro de este estudio son las encuestas y entrevista, además instrumentos como cuadros y gráficos estadísticos que muestren claramente los resultados de la encuesta aplicada.

#### **3.2.1 Mercado del Proyecto**

El mercado a estudiar para este proyecto es el Cantón Guamote ubicado en la provincia de Chimborazo, se ha elegido este cantón principalmente porque Restaurante “Mi Sol” presta su servicio dentro del mismo.

Por lo tanto para objeto de este estudio, la población total del cantón antes mencionado asciende a 48.994 personas, según resultados definitivos del Censo de Población y Vivienda, realizado en el año 2010 por parte del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (Ver Anexo 1), esto se muestra así:

**Tabla 1: Población de estudio del cantón**

T CREC	AÑO	CRECIMIENTO	POBLACIÓN
	2010		45.153
0,0137	2011	619	45.772
0,0137	2012	627	46.399
0,0137	2013	636	47.034
0,0137	2014	644	47.679
0,0137	2015	653	48.332
0,0137	2016	662	<b>48.994</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: Mariela Ocaña

### 3.2.2 Población o universo a estudiar

Es el conjunto total de elementos objeto de estudio, sean personas, familias, establecimientos, productos, empresas entre otros. (Mas Ruiz, 2010)

#### Segmentación Geográfica:

- **Provincia:** Chimborazo.
- **Cantón:** Guamote
- **Parroquia:** Guamote “Matriz”

#### Segmentación Demográfica:

- **Edad:** Comprendidas entre 15 y 64 años.
- **Sexo:** Masculino y femenino.

**Tabla 2: Segmentación de la Población por Edades**

GRUPOS	TOTAL	PORCENTAJE %
De 0 a 14 años	19598	40
De 15 a 64 años	25967	53
De 65 años y mas	3430	7
<b>TOTAL</b>	<b>48994</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: Mariela Ocaña

A continuación se detalla la población objeto de estudio, proyectada al año 2016:

**Tabla 3: Población Proyectada**

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN</b>
2010	24.094
2011	24.259
2012	24.591
2013	24.928
2014	25.270
2015	25.616
<b>2016</b>	<b>25.967</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: Mariela Ocaña

### 3.2.3 Determinación del tamaño de la muestra

#### 3.2.3.1 Muestra

Es aquella en la cual cada unidad de la población tiene una probabilidad de selección conocida y se emplea un método aleatorio para seleccionar las unidades específicas que se incluirán en la muestra. (Alvarado Valencia & Obagi Araujo, 2008)

De allí que el Universo para el cálculo de la muestra es de 25.967 personas, tomando en cuenta un margen de error del 5%, debido a que el tamaño del universo es pequeño.

Para determinar la muestra de la población para realizar las encuestas se aplicara la siguiente la fórmula.

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

Dónde:

**N**= Universo

**n**= Muestra

**K**= Constante de corrección de error es de 2

**P**= Probabilidad de ocurrencia equivale 0,5

**Q**= No probabilidad ocurrencia equivale 0,5

**E**= margen de error 5%

$$n = \frac{25.967 \times (0.5 \times 0.5)}{[(25.967 - 1) \left(\frac{0.05}{2}\right)^2] + 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{6491,75}{[(25.966)(0,000625)] + 0,25}$$

$$n = \frac{6.491,75}{16.47875}$$

$$n = 394,56$$

$$n = 395 \text{ encuestas}$$

Dentro de un Universo de **25.967** personas se deben tomar como muestra 395 elementos, a quienes se les aplicará la encuesta.

### 3.2.3.2 Técnicas de muestreo

#### Muestreo aleatorio simple:

El procedimiento empleado asigna un número a cada individuo de la población a través de algún medio mecánico se eligen tantos sujetos como sea necesario para completar el tamaño de muestra requerido. (Quintana Duarte, 2004)

### 3.2.4 Técnica de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos:

- Una encuesta con preguntas estructuradas de tipo cerrado.
- Una entrevista al gerente propietario con el fin de conocer aspectos importantes para el desarrollo de la investigación.

### 3.2.5 Resultados y análisis de la investigación de mercado

A continuación se detallan los resultados de cada una de las preguntas establecidas en la encuesta:

#### TABULACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

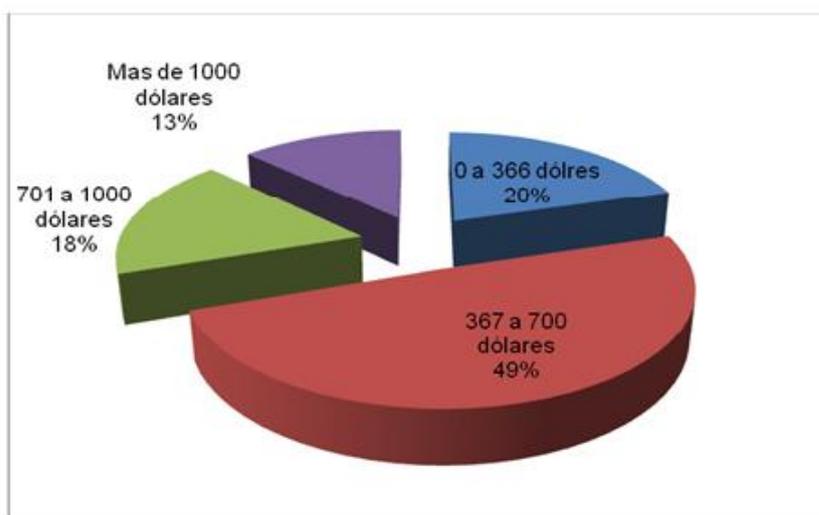
##### Nivel de Ingresos

**Tabla 4: Nivel de Ingresos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
0 a 366 dólares	80	20%
367 a 700 dólares	195	49%
701 a 1000 dólares	70	18%
Más de 1000 dólares	50	13%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 1: Nivel de Ingresos**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

##### Análisis

Mediante el estudio de mercado se determinó que el 49% de las personas tienen un ingreso de 367 a 700 dólares mientras que el ingreso del 20% es de 0 a 366 dólares, siendo el 18% y el 13% un porcentaje menor con ingresos de 701 dólares en adelante.

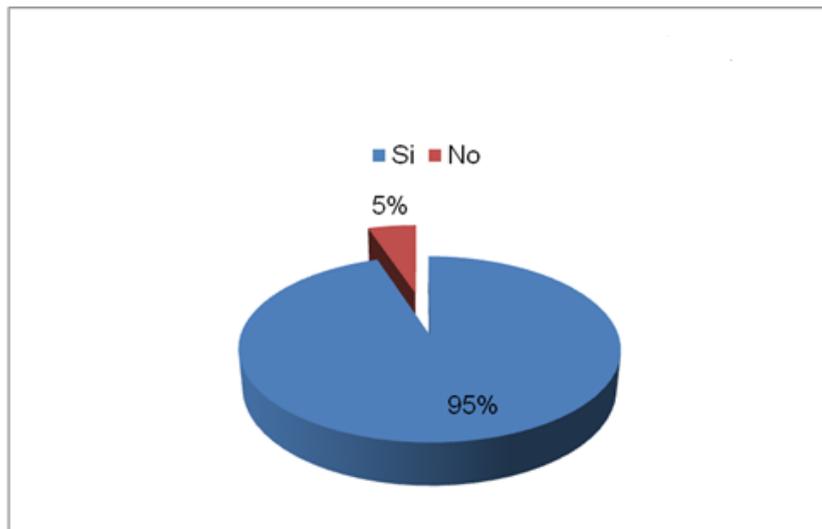
## 1.- ¿Usted hace uso del servicio de comida en un Restaurante?

**Tabla 5: Uso del servicio de comida en un Restaurante**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	375	95%
No	20	5%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo 2016

Elaborado por: Mariela Ocaña



**Gráfico 2: Uso del servicio de comida en un Restaurante**

Fuente: Investigación de Campo 2016

Elaborado por: Mariela Ocaña

### Análisis

Al establecer esta investigación se determinó que el 95% de la población objetivo hace uso del servicio de comida en un restaurante, mientras que el 5% no hacen uso del mismo, por lo tanto podemos decir que si tiene aceptabilidad por parte de la población.

**2.- ¿Al momento de hacer uso del servicio de comida que presta un restaurante Ud. Que factores considera que son importantes?**

**Tabla 6: Factores importantes al hacer uso del servicio de comida**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Precio	40	10%
Calidad del servicio	125	32%
Variedad de menú	75	19%
Infraestructura	155	39%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 3: Factores importantes al hacer uso del servicio de comida**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### **Análisis**

Al momento de hacer uso del servicio de comida que presta un restaurante los clientes consideran más importante la infraestructura con el 39% seguido la calidad del servicio con el 32%, por último la variedad de menú y el precio, es por eso que los restaurantes deberían poner su mayor esfuerzo en remodelar y ampliar sus instalaciones.

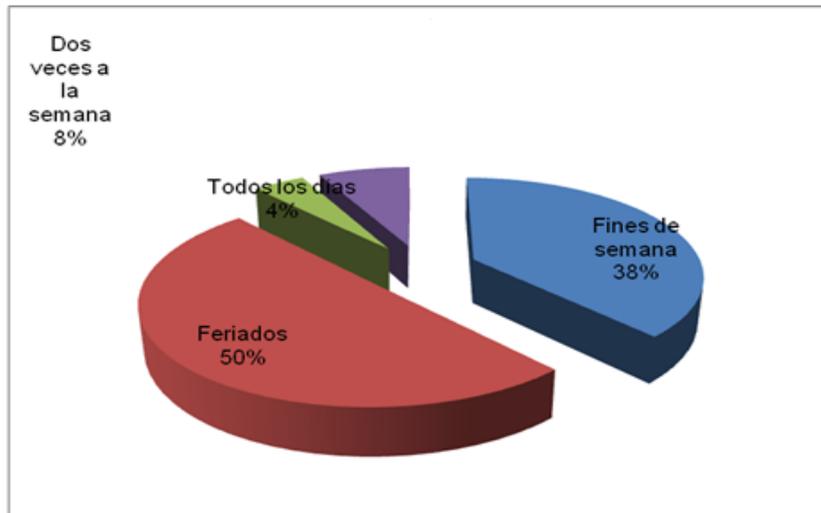
### 3.- ¿Con que frecuencia acude a comer fuera de casa?

**Tabla 7: Frecuencia de comer fuera de casa**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Fines de semana	150	38%
Feriados	198	50%
Todos los días	17	4%
Dos veces a la semana	30	8%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>92%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 4: Frecuencia de comer fuera de casa**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### Análisis

La mayoría de las personas respondieron que acuden a comer fuera de casa días feriados que corresponde el 50%, un 38% lo hace los fines de semana, mientras que el 8% lo hace dos veces a la semana y un porcentaje menor que es del 4% lo hace todos los días.

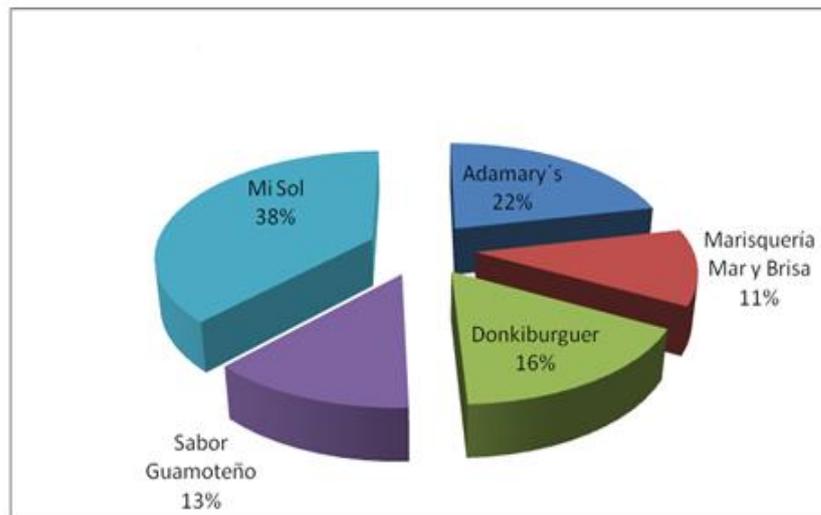
#### 4.-Mencione tres Restaurantes que habitualmente frecuenta.

**Tabla 8: Restaurantes que habitualmente frecuenta**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Adamary's	85	22%
Marisquería Mar y Brisa	45	11%
Donkiburguer	65	16%
Sabor Guamoteño	50	13%
Mi Sol	150	38%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de Campo 2016

Elaborado por: Mariela Ocaña



**Gráfico 5: Restaurantes que habitualmente frecuenta**

Fuente: Investigación de Campo 2016

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### Análisis

De la investigación realizada se determinó que el 38% de la población tiene conocimiento sobre la existencia del restaurante Mi Sol, mientras que el 22%, 16%, 13% y el 11% de las personas acuden a otros restaurantes para degustar la comida.

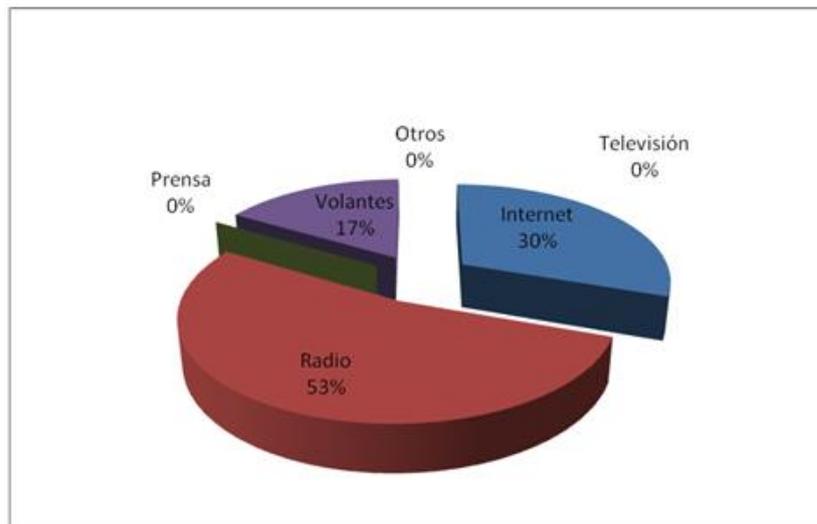
**5.-¿Qué medio considera más adecuado para recibir información sobre el servicio de un restaurante?**

**Tabla 9: Medio adecuado para recibir información**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Internet	120	30%
Radio	210	53%
Prensa	0	0%
Volantes	65	16%
Televisión	0	0%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 6: Medio adecuado para recibir información**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

**Análisis**

De la población encuestada se determinó que el mejor medio para recibir información sobre el servicio de un restaurante es el internet, radio y volantes, sin embargo se destaca el radio como un medio eficiente para llegar al mercado meta.

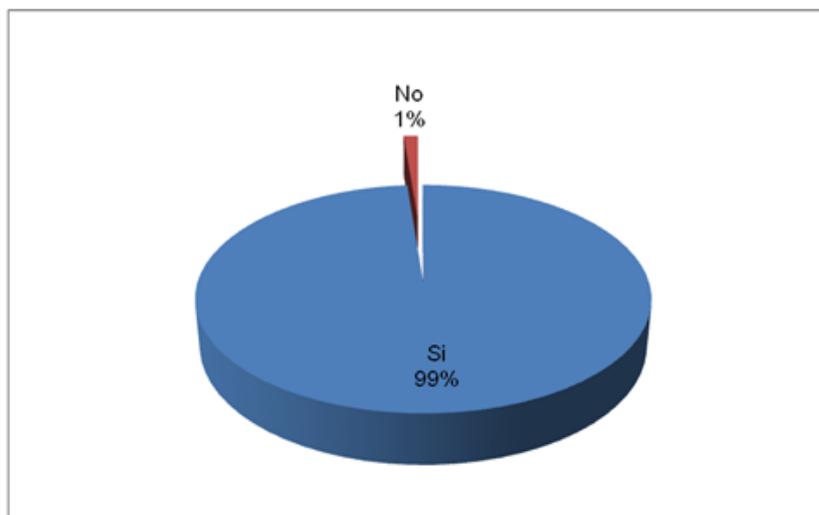
## 6.- ¿Conoce usted el Restaurante “Mi Sol”?

**Tabla 10: Conoce el Restaurante “Mi Sol”**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	390	99%
No	5	1%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 7: Conoce el Restaurante “Mi Sol”**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### **Análisis**

Se observa que el 99% de la población objeto de estudio conoce el restaurante Mi Sol mientras que el 1% que representa la minoría no tiene conocimiento sobre la existencia del mismo.

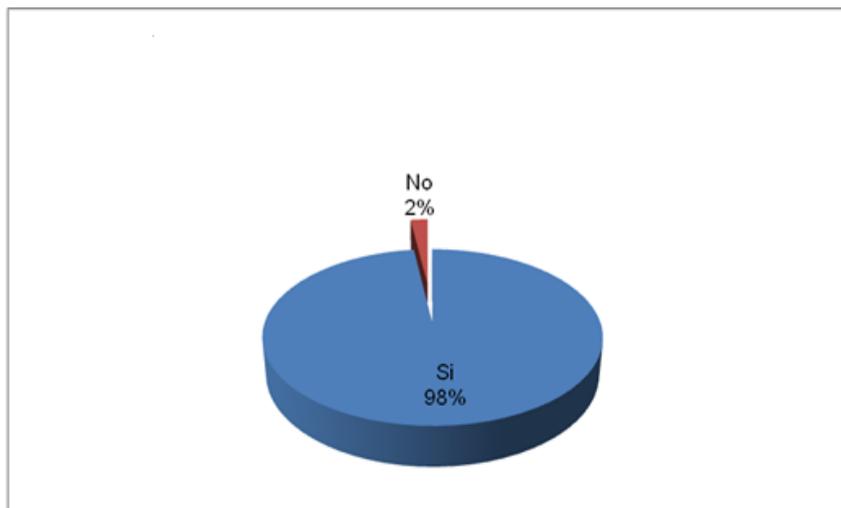
7.- ¿Cree usted que para mejorar el servicio del Restaurante “Mi Sol” debería ampliar sus instalaciones?

**Tabla 11: Ampliación de instalaciones**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	387	98%
No	8	2%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 8: Ampliación de instalaciones**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### **Análisis**

Al establecer esta investigación se determinó que el 98% de la población considera que para mejorar el servicio del restaurante Mi Sol deberá ampliar sus instalaciones, mientras que el 2% de las personas no lo considera necesario.

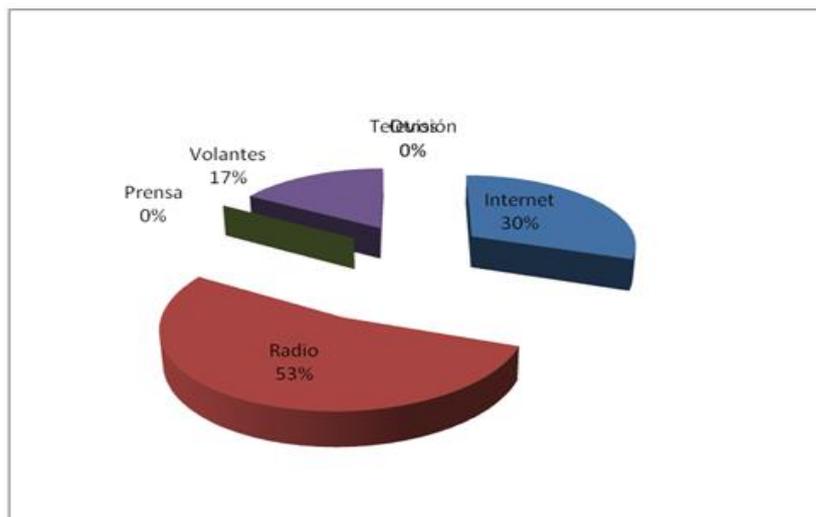
**8.- ¿Al ampliar y remodelar el Restaurante Mi Sol que medio considera más adecuado para recibir información sobre el servicio que presta el mismo?**

**Tabla 12: Medio adecuado para recibir información**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Internet	120	30%
Radio	210	53%
Prensa	0	0%
Volantes	65	16%
Televisión	0	0%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña



**Gráfico 9: Medio adecuado para recibir información**

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### **Análisis**

Mediante el estudio de mercado realizado se determinó que los medios de comunicación más adecuados para recibir información sobre el restaurante Mi Sol es la radio, el internet y los volantes, que servirán de mucha ayuda para dar a conocer el mismo.

### 3.3 LA DEMANDA

Es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado, de tal manera que está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos de marketing recibidos. (Casado Díaz & Sellers Rubio, 2006)

#### 3.3.1 Análisis de la demanda

##### 3.3.1.1 Demanda Actual

Según la investigación de campo realizada (Tabla N° 5), se pudo determinar que un 95% de las personas encuestadas hacen uso del servicio de comida en un Restaurante, por lo tanto la población demandante es de **24.669** personas.

**Tabla 13: Población Demandante**

INTENSIÓN DE COMPRA	95%
POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	25.967
<b>POBLACION DEMANDANTE</b>	<b>24.669</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

De acuerdo a la investigación de mercado realizada se conoce que el promedio anual demandado por personas quienes acuden a comer fuera de casa es dado de la siguiente manera:

**Tabla 14: Demanda Actual en Unidades**

OPCIONES	FRECUENCIA ANUAL	PORCENTAJE *	POBLACIÓN DEMANDANTE	DEMANDA ANUAL EN UNIDADES
Fines de semana	48	38%	9.374	449.963
Feridos	10	50%	12.335	123.345
Todos los días	360	4%	987	355.234
Dos veces a la semana	96	8%	1.974	189.458
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>24.669</b>	<b>1.117.999</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

**Nota:** Datos según investigación de mercado.

### 3.3.1.2 Demanda Proyectada

De acuerdo a la demanda actual en unidades (platos de comida) (Tabla N°14) se realiza la proyección de la demanda para los cinco años siguientes, se toma como dato de referencia la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,37%. (Ver Anexo 2)

Para calcular la demanda proyectada se establece la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Dónde:

P<sub>n</sub>= Demanda del año n.

P<sub>o</sub>= Demanda actual.

i= Tasa de crecimiento poblacional 1,37%.

n= Número de año de la proyección.

$$P_n = 1.117.999(1 + 0,0137)^1$$

$$P_n = 1.117.999(1,0137)^1$$

$$P_n = 1.117.999(1,0137)$$

$$P_n = 1.133.316$$

**Tabla 15: Demanda Proyectada en unidades (platos de comida)**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA EN UNIDADES (platos de comida)</b>
2017	1.133.316
2018	1.148.842
2019	1.164.581
2020	1.180.536
2021	1.196.709

**Fuente:** Tabla N° 14

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### 3.4 LA OFERTA

Son las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables. (Rosales Obando, 2009)

Al no existir datos estadísticos sobre la oferta se procedió a realizar una visita a los diferentes restaurantes ubicados en el cantón Guamote donde los competidores ofertan servicios de comida.

**Tabla 16: Oferta Actual en Unidades**

<b>RESTAURANTES</b>	<b># DE PLATOS POR DÍA</b>	<b>OFERTA ACTUAL ANUAL EN UNIDADES</b>
ADAMARYS	84	30.240
DONKIBURGUER	61	21.960
MARISQUERÍA MAR Y BRISA	46	16.560
SABOR GUAMOTEÑO	52	18.720
MI SOL	136	48.960
<b>TOTAL</b>		<b>136.440</b>

**Fuente:** Investigación de Campo 2016

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Se consideró la oferta actual del restaurante “MI SOL “ya que se está realizando un proyecto de ampliación y remodelación del mismo.

Para la proyección de la oferta se tomó como dato referencial la cantidad total de unidades ofertadas anualmente por la competencia de los diferentes restaurantes y la tasa de índice de la actividad económica que es -10,44% según datos del INEC correspondientes al año 2016. (Ver Anexo 3).

Para el cálculo de la oferta proyectada se considera con la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Dónde:

P<sub>n</sub>= Oferta del año n.

P<sub>o</sub>= Oferta actual.

i= Tasa de actividad industrial -10,44%.

n= Número de año de la proyección.

$$P_n = 136.440[1 + (-0.1044)]^1$$

$$P_n = 136.440(0,8956)^1$$

$$P_n = 136.440(0,8956)$$

$$P_n = 122.196$$

**Tabla 17: Oferta Proyectada en Unidades**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA PROYECTADA EN UNIDADES</b>
2017	122.196
2018	109.438
2019	98.013
2020	87.781
2021	78.616

**Fuente:** Tabla N° 16

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### 3.5 DEMANDA INSATISFECHA

Luego de haber realizado el cálculo correspondiente a la demanda y a la oferta proyectada se procede a determinar la demanda insatisfecha, que es la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada.

**Tabla 18: Demanda Insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2017	1.133.316	122.196	1.011.120
2018	1.148.842	109.438	1.039.404
2019	1.164.581	98.013	1.066.568
2020	1.180.536	87.781	1.092.755
2021	1.196.709	78.616	1.118.093

**Fuente:** Tabla N° 15; 17

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### 3.6 COMPROBACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

El presente tema de tesis se da debido a la necesidad que presentan los propietarios del Restaurante “Mi Sol” para ampliar y remodelar el lugar donde prestan sus servicios e incrementar sus ventas, con el fin de seguir de forma oportuna y eficiente satisfaciendo las necesidades de los mismos, prestando un mejor servicio.

Por esta razón se indica la idea a defender que se encuentra planteada en el capítulo dos la misma que menciona lo siguiente:

“La Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” mejorará los ingresos de la empresa y satisfacción de los clientes”.

Luego de haber realizado los diversos estudios dentro del proyecto la presente propuesta evidencia que las ventas o ingresos del Restaurante “Mi Sol” se incrementarán diariamente y por tanto anualmente como se muestra en la tabla:

**Tabla 33: Venta de platos por año**

Platos	Oferta actual	Incremento	Total	Porcentaje
	Diaria	Diario	Diario	
Papas con Cuy	12	9	21	9%
Papas con conejo	8	6	14	6%
Arroz con Chuleta	7	5	12	5%
Arroz con trucha	5	4	9	4%
Caldo de Bagre	19	13	32	13%
Encebollados	16	11	27	11%
Bandera	8	6	14	6%
Chaulafán	5	4	9	4%
Tortillas de papa	10	7	17	7%
Papi carne	8	6	14	6%
Hamburguesas	8	6	14	6%
Almuerzos	30	22	52	22%
<b>Total</b>	136	99	<b>235</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mariela Ocaña

**Tabla 19: Ventas (dólares).**

Platos	Cantidad	Precios Vigentes	Precio Total Anual
Papas con Cuy	3200	\$ 5,00	\$ 16.000,00
Papas con conejo	2000	\$ 5,75	\$ 11.500,00
Arroz con Chuleta	1700	\$ 3,25	\$ 5.525,00
Arroz con trucha	1500	\$ 3,25	\$ 4.875,00
Caldo de Bagre	4500	\$ 2,50	\$ 11.250,00
Encebollados	4000	\$ 2,25	\$ 9.000,00
Bandera	2200	\$ 3,00	\$ 6.600,00
Chaulafan	1500	\$ 3,00	\$ 4.500,00
Tortillas de papa	2500	\$ 3,00	\$ 7.500,00
Papi carne	2300	\$ 2,03	\$ 4.669,00
Hamburguesas	2200	\$ 2,03	\$ 4.466,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mariela Ocaña

Los resultados de la tabla muestran que se da un incremento en la cantidad de platos que se desean elaborar, debido a que actualmente la oferta de restaurante “Mi Sol” es de 136 platos diarios y con el incremento del 3.5% anual que se cubrirá de acuerdo a la demanda insatisfecha, se elaboraran 99 platos adicionales diariamente es decir que sumando las dos cantidades se tendrán que elaborar 235 platos diarios.

Por otro lado con este incremento se estaría satisfaciendo de mejor manera los requerimientos de los clientes ya que según los resultados de la investigación se determina que existe una demanda insatisfecha de 1.011.120, del cual solamente se cubrirá el 3.5% que son 35.389 platos para el primer año y en los próximos años como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 32: Porcentaje de la demanda insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b>% DEMANDA INSATISFECHA</b>
2017	1.011.120	35.389	3.5%
2018	1.039.404	35.389	3.40%
2019	1.066.568	35.389	3.32%
2020	1.092.755	35.389	3.23%
2021	1.118.093	35.389	3.16%

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Con todo lo antes mencionado se puede determinar que la propuesta realizada en el presente proyecto se muestra atractiva para los propietarios tomando en cuenta que se evidencia el incremento en los ingresos debido al porcentaje de demanda insatisfecha que se desea cubrir en base a la capacidad que determina el tamaño del proyecto.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TÍTULO**

“Proyecto de Inversión para la Ampliación y Remodelación del RESTAURANTE “MI SOL” ubicado en el Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo”.

### **4.2 OBJETIVOS**

#### **4.2.1 Objetivo General**

Ampliar las instalaciones del Restaurante “Mi Sol” para mejorar el servicio e incrementar el volumen de ventas.

#### **4.2.2 Objetivos Específicos**

- Diseñar estrategias de mercado, aplicando las 4 Ps.
- Proponer la adquisición de implementos que ayuden a mejorar el proceso de elaboración de comida mediante un crédito.
- Cuantificar los resultados esperados y en base a ellos determinar la viabilidad financiera del proyecto.

### **4.3 SERVICIO O PRODUCTO**

La comida es la atracción de la mayoría de los restaurantes y la razón principal para que el cliente lo elija.

El servicio que se ofrece dentro del restaurante es un proceso que va desde que el cliente ingresa hasta cuando se retira del mismo. Es muy importante tomar en cuenta ambos aspectos ya que de esa forma se podrá satisfacer al cliente.

La estrategia que diferencia al restaurante “Mi Sol” es la apetitividad de sus platos, la variedad de los mismos, la simpatía, rapidez, eficacia del servicio y la mejor disponibilidad por parte de sus propietarios.

Los productos que se ofrecen en el restaurante “Mi Sol” son almuerzos, platos a la carta, jugos, bebidas entre otros.

**Platos fuertes y Almuerzos:** Son los platos principales que representan la parte más importante del restaurante y el aspecto principal que ayuda a satisfacer la necesidades del cliente, están compuestos generalmente de papas con cuy o conejo, arroz con chuleta, trucha frita, caldo de bagre, encebollado, bandera, chaulafan, seco de carne, hamburguesas, papi carne entre otros.

**Bebidas:** Las bebidas son el acompañamiento directo de toda comida, de tal manera que el restaurante “Mi Sol” ofrece jugos de diversas frutas, gaseosas, entre otros.

## **CARACTERÍSTICAS DE LA COMIDA QUE OFRECE EL RESTAURANTE “MI SOL”**

**PAPAS CON CUY O CONEJO:** Para preparar esta comida tradicional se necesitan los siguientes ingredientes: el cuy o conejo ingrediente principal de este plato, papas, ajos, pimienta, comino y sal. Estos ingredientes sirven para preparar el cuy y así obtener un sabor único a la hora de servirlo.

**Ilustración 1: Papas con cuy**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**ARROZ CON CHULETA:** Este plato es muy apetecido por su sabor, el mismo está preparado con arroz, menestra papas fritas y ensalada.

**Ilustración 2: Arroz con chuleta**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**ARROZ CON TRUCHA:** El arroz con trucha es un plato delicioso que va acompañado con papas y ensalada fría.

**Ilustración 3: Trucha frita**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**CALDO DE BAGRE:** Tiene un sabor único y es uno de los platos más apetecidos por quienes hacen uso del servicio del restaurante. Este plato lleva pescado (bagre), yuca, y condimentos.

**Ilustración 4: Caldo de Bagre**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**ENCEBOLLADO:** El encebollado de pescado es una sopa típica ecuatoriana, de la región costeña. Esta deliciosa receta se prepara con albacora fresca, yuca, cebolla, tomate, cilantro, y condimentos. Se sirve con una buena porción de curtido de cebolla, tomate, chifles, canguil, maíz tostado, y ají o salsa picante al gusto.

**Ilustración 5: Encebollado**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**BANDERA:** La bandera es un plato delicioso el mismo que consta de arroz blanco, guatita y ceviche de camarón.

**Ilustración 6: Bandera**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**CHAULAFAN:** En la actualidad el chaulafan es uno de los platos preferidos de los ecuatorianos su preparación es sencilla. Este plato contiene arroz, salsa china, carne, pollo, camarón, carne de cerdo y huevos; se lo acompaña con maduro frito.

**Ilustración 7: Chaulafan**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**TORTILLAS CON SECO DE CARNE:** El seco de carne con tortillas es otro delicioso plato, acompañado de arroz blanco, aguacate, lechuga y huevo frito.

**Ilustración 8: Tortillas con seco de carne**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**PAPI CARNE:** Su sabor es único y es uno de los platos de comida rápida más apetecida, se lo sirve con papas, carne molina, lechuga y ensalada. Se lo preparan con salsa de tomate y mayonesa.

**Ilustración 9: Papi carne**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**HAMBURGUESAS:** Es otro plato denominado también comida rápida es esquinado y contiene pan, carne molida, queso, mortadela, papas, tomate, lechuga y cebolla; se lo acompaña con salsa de tomate y mayonesa al gusto.

**Ilustración 10: Hamburguesa**



**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

#### **4.4 PRECIO**

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.(Baca Urbina, 2010)

**Determinación de precios:** El precio que establece el Restaurante “Mi Sol” está acorde a cada uno de los platos preparados.

Al realizar un análisis y comparación de precios con algunos competidores se podría decir que el precio de los platos que elabora el Restaurante “Mi Sol” ya se encuentran establecidos y son accesibles para los clientes siendo un valor que está dentro del rango en relación a la competencia.

**Tabla 20: Determinación de precios**

PRODUCTO	ADAMAR Y'S	SABOR GUAMOTEÑO	MARISQUERÍA MAR Y BRISA	DONKIBURGUER	MI SOL
Papas con cuy	\$ 5,00	\$ 5,50	\$ 4,50	No hace	\$ 4,50
Papas con conejo	\$ 6,00	\$ 5,75	\$ 5,50	No hace	\$ 5,50
Arroz con chuleta	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	No hace	\$ 3,00
Arroz con trucha	\$ 3,50	No hace	No hace	No hace	\$ 3,00
Caldo de Bagre	\$ 3,00	\$ 2,50	\$ 2,25	No hace	\$ 2,00
Encebollados	\$ 2,00	\$ 2,50	\$ 2,25	No hace	\$ 2,00
Bandera	No hace	No hace	No hace	No hace	\$ 3,00
Chaulafan	No hace	\$ 3,00	No hace	No hace	\$ 3,00
Tortillas con carne	No hace	No hace	No hace	No hace	\$ 3,00
Papi carne	No hace	\$ 2,00	No hace	\$ 2,25	\$ 1,80
Hamburguesas	No hace	\$ 2,00	No hace	\$ 2,25	\$ 1,80
Almuerzos	2,50	2,25	2,50	No hace	\$ 2,50

**Fuente:** Restaurante "Mi Sol"

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Después de realizar el análisis de precios de los productos se tomó en cuenta los precios máximos, mínimos y se realizó un promedio de los mismos.

**Tabla 21: Precio promedio**

PRODUCTO	MÁXIMO	MÍNIMO	PROMEDIO
Papas con cuy	\$ 5,50	\$ 4,50	\$ 5,00
Papas con conejo	\$ 6,00	\$ 5,50	5,75
Arroz con chuleta	\$ 3,50	\$ 3,00	\$ 3,25
Arroz con trucha	\$ 3,50	\$ 3,00	\$ 3,25
Caldo de Bagre	\$ 3,00	\$ 2,00	\$ 2,50
Encebollados	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 2,25
Bandera	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Chaulafan	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Tortillas con carne	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Papi carne	\$ 2,25	\$ 1,80	\$ 2,03
Hamburguesas	\$ 2,25	\$ 1,80	\$ 2,03
Almuerzos	\$ 2,50	\$ 2,25	\$ 2,38

**Fuente:** Tabla N° 19

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

#### 4.5 PLAZA (COMERCIALIZACIÓN)

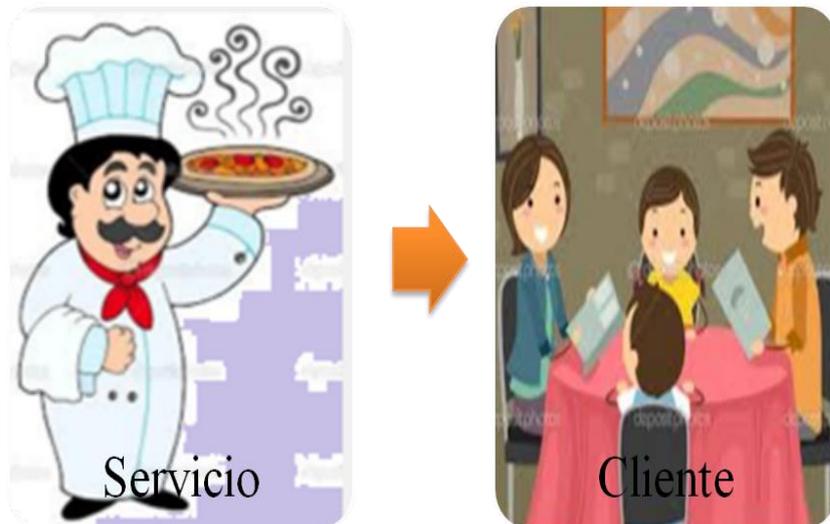
Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. (Baca Urbina, 2010)

Comprende todas aquellas actividades que el Restaurante “Mi Sol” realiza para poner su comida a disposición de los clientes. La comida es elaborada en el mismo restaurante y vendida directamente al cliente.

Es fundamental determinar un sistema de comercialización donde se describa la forma de hacer llegar el servicio a los clientes.

Restaurante “Mi Sol” adquiere la materia prima, elabora la comida y lo distribuye directamente a sus clientes sin intermediarios, gráficamente se puede visualizar en la siguiente ilustración:

**Ilustración 11: Canal de Distribución**



**Elaborado por:** Mariela Ocaña

#### 4.6 PROMOCIÓN

Se refiere al tipo de publicidad y promoción, que se incluirá en el proyecto. La promoción sirve para lograr los objetivos de una organización. En ella, se usan diversas

herramientas para tres funciones promocionales indispensables: informar, persuadir y comunicar un recordatorio al auditorio meta. (Etzael, Stanton, & Walker, 2007)

Los puntos de venta más habituales para los anuncios, son los medios de comunicación que son una de las herramientas más directas de acceso, que permite que el cliente este bien informado, de esta forma se ha propuesto que el restaurante “Mi Sol” lleve a cabo el uso de material publicitario, de manera que se utilizará la radio e internet.

La publicidad que utilizará restaurante “Mi Sol” son: la radio para lo cual se determina realizar tres cuñas publicitarias diarias en días laborables por lo tanto se destinará un presupuesto anual de \$ 1.680,00 del cual se pagarán \$140,00 mensuales. (Proforma ver Anexo 4).

**Tabla 22: Presupuesto de la Publicidad**

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>CUÑAS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO ANUAL</b>
Radio	3 cuñas publicitarias por día	\$2,00	\$ 120,00	\$1440,00
Internet (Facebook)	Diario	\$ 0,67	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Total</b>			<b>\$ 140,00</b>	<b>\$ 1680,00</b>

**Fuente:** Radio Sensación y CNT

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

**Nota:** Las tres cuñas publicitarias por día están consideradas de lunes a viernes, el costo por semana que cobra la radio es de \$ 30, por lo tanto este valor se multiplica por las cuatro semanas que tiene el mes y el valor obtenido se multiplica por doce meses que tiene el año.

#### **4.6.1 Propuesta creativa de Promoción**

##### **Responsable**

PROPIETARIOS DEL RESTAURANTE

## Alcance

Esta estrategia planteada estará dirigida a todos los clientes que hagan uso de restaurante “Mi Sol”.

Se ofrecerá a cada uno de los clientes una tarjeta de referencia que les puedan dar a las personas interesadas en probar nuestro restaurante.

Un cliente nuevo en su primera comida recibirá una cola personal gratis. Se recompensará al cliente de la referencia con un almuerzo gratis.

**Tabla 23: Promoción**

<b>PROMOCIÓN</b>	<b>DETALLE</b>
Cliente nuevo	Una cola personal gratis.
Cliente de referencia	Un almuerzo gratis

**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

## 4.7 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del mismo proyecto. Pretende contestar varias interrogantes tales como: Dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué ofrecer lo que se desea. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008).

Para realizar el estudio técnico nos basaremos en el comportamiento de los clientes para alcanzar un servicio óptimo y acorde a las exigencias de gustos y preferencias de los mismos.

### 4.7.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del mismo. Puede dimensionarse por el

monto de la inversión asignada al proyecto, por el número de puestos de trabajo creados, por el espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que la empresa tenga en el mercado y por el volumen de ventas alcanzados. (Flórez Uribe, 2010)

#### **4.7.1.1 Factores que influyen en el tamaño del proyecto**

**Cantidad demanda que se piensa satisfacer:** De acuerdo al análisis realizado de la capacidad de la maquinaria (ver tabla 27) se determinó que el restaurante está en posibilidad de cubrir el 3.5% de la demanda insatisfecha debido a que es un porcentaje que los empleados podrían realizar en base a su horario de trabajo, tomando en cuenta que para elaborar más platos de comida que sobrepasen del porcentaje antes mencionado se requeriría de gastos extras y que el dueño del restaurante “Mi Sol” no estaría en la capacidad de pagar debido a la obligación financiera que tiene que cumplir en la COAC Riobamba Ltda.

**Disponibilidad de materias primas e insumos:** La producción de cualquier bien o la prestación de cualquier servicio requieren de la disponibilidad oportuna de materias primas e insumos que faciliten la elaboración del producto final a un buen costo. De manera que el restaurante “Mi Sol” tiene la disponibilidad de comprar materia prima ya que cuenta con proveedores que le abastecen con lo necesario para la elaboración de los diferentes platos de comida.

La facilidad del dueño del restaurante es que cuando existe la necesidad de comprar la materia prima, se dirige hacia al mercado mayorista ubicado en la ciudad de Riobamba, lugar donde se encuentran sus proveedores directos para la compra del mismo.

**Disponibilidad de capital propio y prestado:** A mayor capacidad de dinero, el tamaño del proyecto puede ser más grande o viceversa, a pesar de que exista una gran demanda del servicio.

“Mi Sol” es un restaurante que cuenta con un capital propio de tal forma que le permite cubrir con sus obligaciones inmediatas como pago de empleados, compra de materia prima para una cantidad determinada, pago de servicios básicos y servicios de

transporte para la entrega a domicilio. A continuación se presenta un estimado de la situación financiera del restaurante, en base al que se determinará el Capital Propio que posee el mismo:

**Tabla 23: Estimado de la Situación Financiera del Restaurante “Mi Sol”**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	
Caja	\$ 2.000,00	Cuentas por Pagar	\$ 1.000,00
Bancos	\$ 4.000,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 1.000,00
Muebles y enseres	\$ 400,00		
Maquinaria	\$ 4.700,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Utensilios de Cocina	\$ 450,00	Capital	\$ 102.550,00
Edificios	\$ 50.000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 102.550,00
Vehículos	\$ 12.000,00		
Terreno	\$ 30.000,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 103.550,00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 103.550,00</b>

**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

A continuación se detalla un estimado de la cantidad de dinero que se presume tendría la empresa para invertir en el proyecto:

**Tabla 24: Capital Propio**

Caja	\$ 2.000,00
Bancos	\$ 4.000,00
<b>Total Capital Propio</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

**Fuente:** Restaurante “Mi Sol”

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Luego de conocer el capital propio con el que cuenta el propietario del restaurante, se puede determinar que el mismo se encuentra en condiciones de adquirir un crédito debido a que tiene una buena capacidad de pago haciendo referencia a lo que posee. Es por esta razón se sugiere que el crédito se lo realice en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba LTDA., este dinero le será útil para la compra de nueva maquinaria (cocinas), materia prima suficiente para la elaboración de los diferentes platos y para la publicidad del restaurante. Requisitos para otorgar el préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba LTDA. **(Ver Anexo 5).**

Haciendo notar que el restaurante sería sujeto de crédito por que se ajusta a las siguientes características:

### **Características del Crédito**

En base a los requerimientos que exige la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba LTDA., para otorgar el crédito, el restaurante “Mi Sol” los cumple en su totalidad, es por ello que realizando un presupuesto estimado en la compra de maquinaria se cree que se realizará un crédito de \$ 24.000,00 dólares.

A continuación se detalla la capacidad de financiamiento del “Mi Sol” la misma que en activos fijos cuenta con 80.000,00 dólares.

**Tabla 25: Activos Fijos**

Edificios	\$ 50.000,00
Terreno	\$ 30.000,00
Total Capital Propio Activos Fijos	\$ 80.000,00

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Luego de ello se procede a calcular la capacidad de endeudamiento de acuerdo a lo que posee el restaurante en activos fijos tomando como dato referencial del cálculo el 29% de garantía que exige la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba LTDA., para otorgar el crédito.

**Tabla 26: Capacidad de Endeudamiento**

Total Capital Propio Activos Fijos	\$ 80.000,00
Garantía del Crédito	30%
Capacidad de Endeudamiento	\$ 24.000,00

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Finalmente se determina la capacidad de financiamiento total que se realiza sumando el capital propio más el préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Riobamba LTDA.

**Tabla 27: Capacidad de Financiamiento**

Total Capital Propio	\$ 6.000,00
Capacidad de Endeudamiento	\$ 24.000,00
Capacidad de Financiamiento Total	\$ 30.000,00

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

**Tamaño y tecnologías a usarse:** Siendo uno de los elementos esenciales para decidir el tamaño óptimo del proyecto, y para resolver los problemas que tiene el restaurante, se realiza una investigación de la diferente maquinaria que podría adquirir para que incremente la elaboración de platos de comida, esta maquinaria permitirá que el restaurante “Mi Sol” preste un servicio de calidad en un tiempo oportuno satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

**Tabla 28: Capacidad de Maquinaria**

ALTERNATIVA	COSTO	CAPACIDAD ANUAL	VIABILIDAD TÉCNICA		
			CAP. FINANC.	DEM. INSAT.	MAT. PRIMA
Cocina Industrial Lincoln	\$ 750,00	35.389	SI	SI	SI
Cocina Industrial Andino	\$ 500,00	35.389	SI	SI	SI
Cortadora de Papas 1	\$ 62,50	35.389	SI	SI	SI
Cortadora de Papas 2	\$ 50,00	35.389	SI	SI	SI
Ollas Industriales UMCO	\$ 450,00	35.389	SI	SI	SI
Ollas Industriales Tramontina	\$ 550,00	35.389	SI	SI	SI
Utensilios Misceláneos de Cocina	\$2.500,00	35.389	SI	SI	SI
Utensilios Misceláneos de Cocina	\$1.800,00	35.389	SI	SI	SI

**Fuente:** Proformas

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

Luego de realizar un análisis se puede determinar que la capacidad de las ollas son las mismas es por ello que para establecer la compra se hace referencia a los precios y calidad, por lo tanto se ha optado por la compra de ollas marca UMCO, en el caso de las cocinas industriales tienen la misma función la diferencia es el número de hornillas en cuanto a costos hemos optado por la compra de cocinas de 3 hornillas marca Lincoln.

A continuación se detalla las características de cocinas industriales y ollas que requiere el restaurante para un mejor proceso de elaboración de comida. (Proformas ver Anexo 6)

## **COCINAS INDUSTRIALES**

Es aquella que sirve para la elaboración de alimentos en cantidades grandes, su característica principal es la rapidez y coordinación en las elaboraciones culinarias.

## COCINA INDUSTRIAL TRES PUESTOS

Ilustración 12: Cocina tres puestos



Fuente: Proformas

Tabla 29: Características Cocina Industrial

Características
Marca Lincoln
Precio: \$ 750,00
Cocina Industrial de tres puestos
Cocción de gas
Para recipiente de hasta 50 cmts.
Tercer puesto para pailas y asador.
Quemadores Inderfomables.
Parrilla en perfil de hierro.
Cuerpo de acero inoxidable.
Bandejas recolectoras de grasa y residuos.
Dimensiones 75.000 BTU/h – 150x44x85 CMS de altura.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mariela Ocaña

## COCINA INDUSTRIAL DOS PUESTOS

Ilustración 13: Cocina dos puestos



Fuente: Proformas

Tabla 30: Características Cocina Industrial

Características
Marca Andino
Precio: \$ 500,00
Cocina Industrial de dos puestos.
Cocción de gas
Un puesto para grandes recipientes y pailas.
Quemadores Inderfomables.
Parrilla en perfil de hierro.
Cuerpo de acero inoxidable.
Encendido eléctrico
Bandejas recolectoras de grasa y residuos.
Dimensiones 60.000 BTU/h – 69x69x49 CMS de altura.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mariela Ocaña

## OLLAS INDUSTRIALES

Son recipientes que gracias a su profundidad sirven para la cocción de grandes cantidades de alimentos, son fabricadas de algún tipo de metal como acero inoxidable.

## OLLAS UMCO

Ilustración 14: Ollas UMCO



Fuente: Proformas

Tabla 241: Características Ollas Industriales

Características
Marca UMCO
Precio: \$ 450,00
Resistente al calor.
Superficie plana sin poros.
Con tapa.
Fáciles de limpiar.
Asas Tubulares resistentes al calor.
Vertido fácil.
Acero inoxidable.
Apta para todo tipo de fuegos
Capacidad: 60 lts

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mariela Ocaña

## OLLAS TRAMONTINA

Ilustración 15: Ollas Tramontina



Fuente: Proforma

Tabla 25: Características Ollas Industriales

Características
Marca Tramontina
Precio: \$ 550,00
Resistente al calor.
Vertido fácil.
Fácil de limpiar.
Acero inoxidable.
Fondo difusor tipo sándwich
Asas tubulares resistentes al calor.
.Capacidad: 60 lts

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Mariela Ocaña

Se realizó un análisis y al comparar las características y precios de las cocinas y ollas industriales detalladas anteriormente la compra se deja a decisión libre de los dueños del Restaurante “Mi Sol”, tomando en cuenta que las mismas tienen la capacidad que se necesita para poder cubrir una parte de la demanda insatisfecha que es del 3,5% que en unidades a producir es de 35.389 platos de comida, cantidad que se logrará cumplir después de haber realizado la compra.

**Tabla 32: Porcentaje de la demanda insatisfecha**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b>% DEMANDA INSATISFECHA</b>
2017	1.011.120	35.389	3.5%
2018	1.039.404	35.389	3.40%
2019	1.066.568	35.389	3.32%
2020	1.092.755	35.389	3.23%
2021	1.118.093	35.389	3.16%

**Fuente:** Tabla 18

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

**Tabla 33: Cantidad que piensa satisfacer**

<b>Platos</b>	<b>Día</b>	<b>Mes</b>	<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
Papas con Cuy	9	267	3200	9%
Papas con conejo	6	167	2000	6%
Arroz con Chuleta	5	142	1700	5%
Arroz con trucha	4	125	1500	4%
Caldo de Bagre	13	375	4500	13%
Encebollados	11	333	4000	11%
Bandera	6	183	2200	6%
Chaulafán	4	125	1500	4%
Tortillas de papa	7	208	2500	7%
Papi carne	6	192	2300	6%
Hamburguesas	6	183	2200	6%
Almuerzos	22	649	7789	22%
<b>Total</b>			<b>35389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

**Nota:** Los valores de la tabla (platos de comida) fueron calculados a través de un promedio realizado dividiendo dicha cantidad para los doce meses que tiene el año tomando en cuenta la totalidad de platos de comida que elaboran que es de **35.389** y de ese valor se divide para treinta días del mes.

#### **4.7.2 Localización**

La localización determina el lugar donde se ubicara el proyecto teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales. (Flórez Uribe, 2010)

#### 4.7.2.1 Localización macro

**Macrolocalización:** Es el área geográfica donde se establecerá la planta de producción o de prestación de servicios, puede ser de tipo general, regional o provincial.

Esta investigación se realizará en la Provincia de Chimborazo cantón Guamote en un restaurante ya existente, a continuación se presenta el mapa para una mejor visualización:

Ilustración 16: Mapa Cantones de Chimborazo

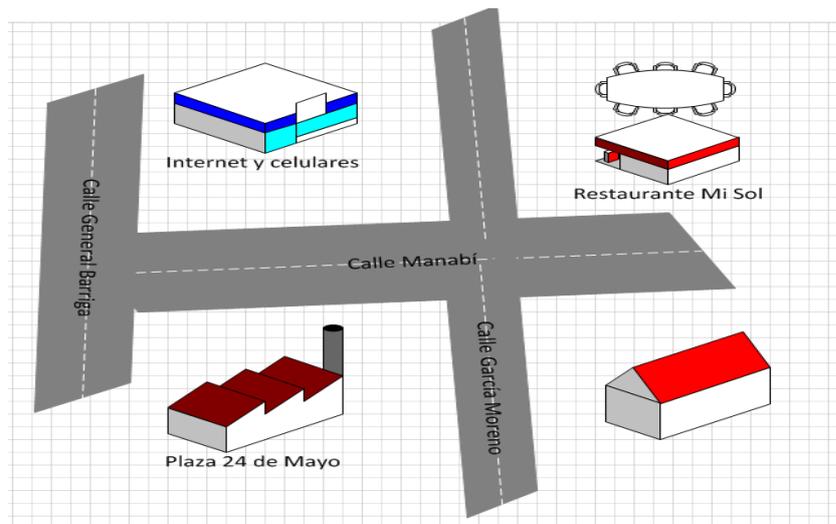


#### 4.7.2.2 Localización micro

**Microlocalización:** En este aspecto se identifica de manera específica en que terreno se ubicara la planta y/o las instalaciones que contemplan el proyecto.

La presente propuesta investigativa se realiza en el restaurante “Mi Sol” la misma que se encuentra ubicada en el Cantón Guamote, provincia de Chimborazo a 20 Km. de la ciudad de Riobamba, en el Barrio 24 de Mayo. A continuación se realiza un croquis donde se muestra la manera más a década para llegar al restaurante:

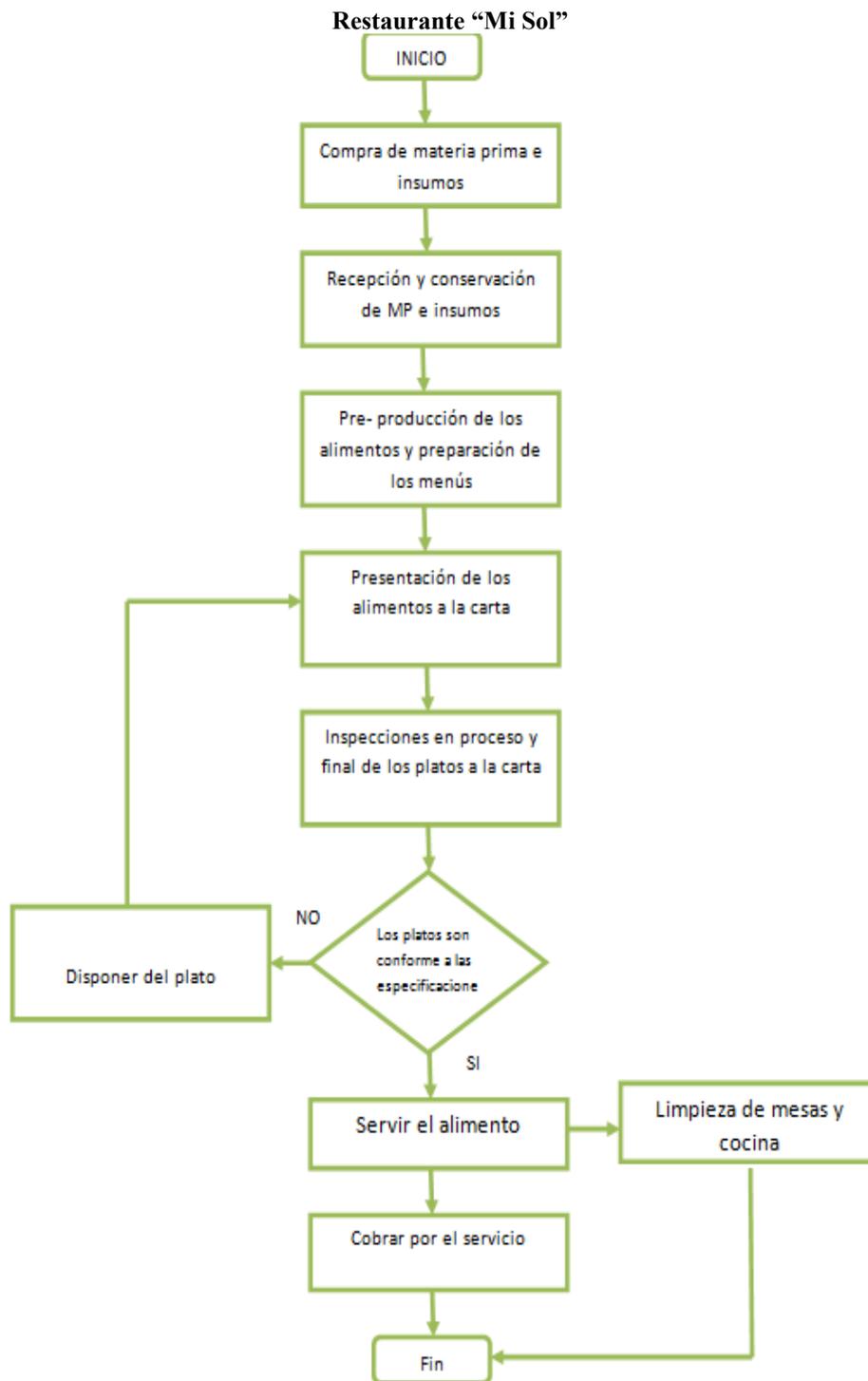
**Ilustración 17: Croquis del Restaurante “Mi Sol”**



**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### **4.7.3 Diagrama de Flujo**

El diagrama de flujo ilustra gráficamente los pasos que se deben seguir para alcanzar la descripción de las etapas de un determinado proceso. (Cairó Battistutti, 2006)

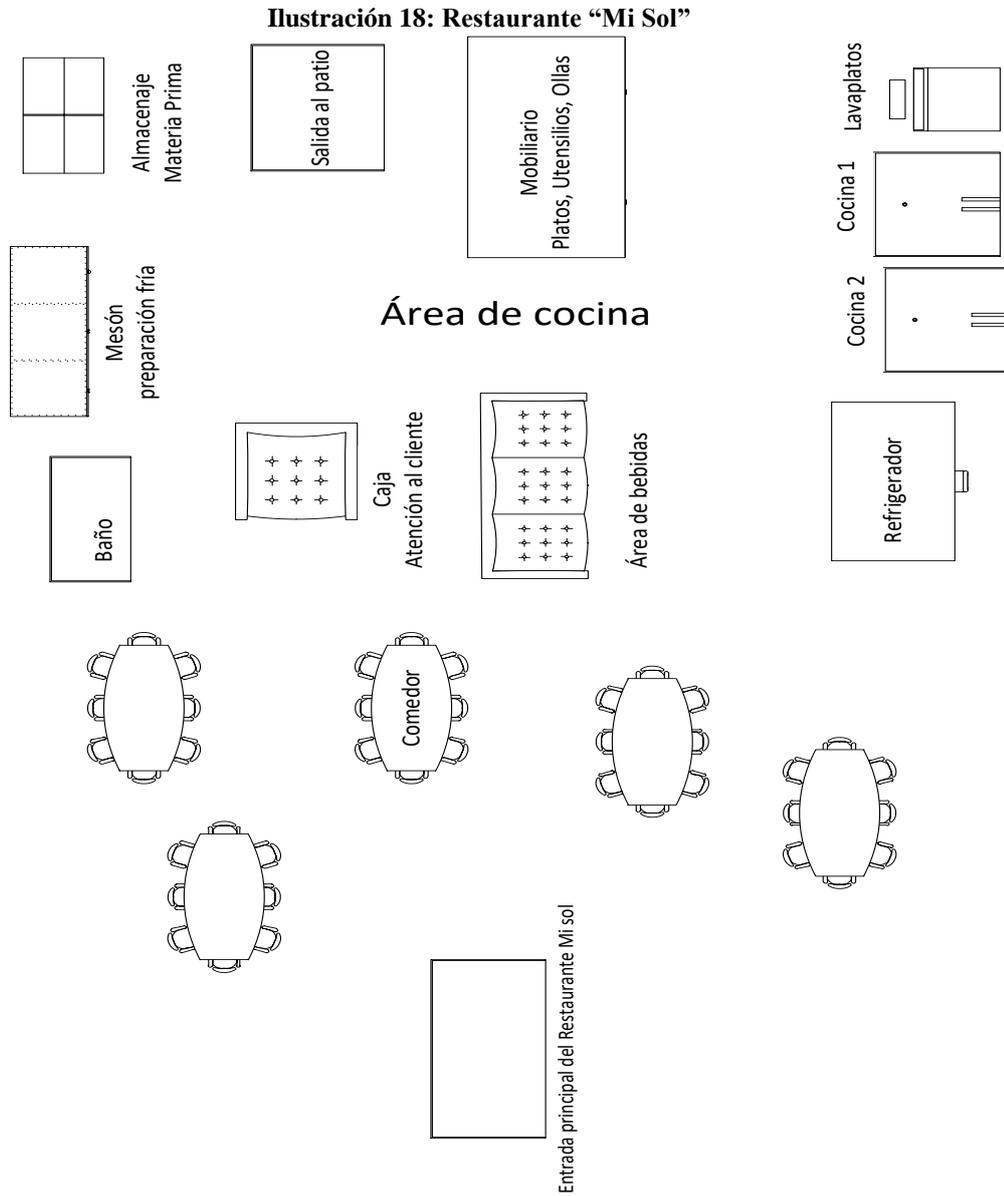


**Elaborado por:** Mariela Ocaña

#### 4.7.4 Diseño de la P1anta

El diseño del lugar donde se elaboran los alimentos del Restaurante “Mi Sol” permite visualizar de manera general las diferentes áreas con las cuenta el mismo y son las siguientes: (Ver anexo 7) Planta propuesta

- Cocina posterior 3m2
- Cocina Principal (preparación de alimentos) 2m2
- Salón Comedor 3m2
- Baño 1 m2
- Servicio al cliente 1 m2



Elaborado por: Mariela Ocaña

## 4.8 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

### 4.8.1 Misión

“Nuestra misión principal es y será satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de los clientes, al ofrecerles un menú diferente, un sabor inigualable, alta calidad junto a un servicio excepcional.”

### 4.8.2 Visión

“Consolidarnos, mantenernos y posicionarnos a nivel cantonal como uno de los mejores restaurantes, especializados en la preparación de comida variada y así convertirnos en el más importante sitio de encuentro familiar para todos los clientes en general.”

### 4.8.3 Organigrama Estructural

El organigrama estructural del restaurante “Mi Sol” presenta el esquema básico de una organización, es decir sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas.

**Ilustración 19: Organigrama Estructural**



**Elaborado por:** Mariela Ocaña

#### **4.8.4 Organización Funcional**

El organigrama señala la vinculación que existe entre los departamentos diseñados en el estudio de factibilidad del proyecto.

#### **GERENTE PROPIETARIO**

**Naturaleza:** El Gerente General, es el representante legal de la compañía se encarga de la dirección y control administrativo.

Se encargará de ejecutar planes administrativos con todos los recursos para lograr los objetivos del restaurante.

**Características:** Este puesto permite llevar las riendas de una gestión administrativa clara y precisa de la empresa.

#### **Funciones y responsabilidades.**

- Realizar la compra de insumos y materia prima, cuidando siempre un stock óptimo.
- Buscar siempre la excelente atención al cliente, ofreciendo platillos frescos, con buena sazón e inocuidad esmerada.
- Lograr excelente equipo con los demás miembros del restaurante, procurando la armonía y el buen juicio en el desempeño de las funciones de los otros miembros del equipo.
- Seleccionar y contratar al personal necesario para el buen desempeño del restaurante.
- Cuidar siempre que el personal cumpla de manera eficiente con sus funciones.
- Atender las quejas y sugerencias de los clientes.

#### **DEPARTAMENTO DE VENTAS**

**Naturaleza:** El Gerente de Ventas será el responsable de toda el área de ventas se encargará de recibir pedidos, entregarlos y además buscará incrementar la cartilla de clientes.

**Características:** En este puesto las características van enfocadas especialmente en las ventas, aquí se desarrollarán estrategias y lineamientos necesarios para que el producto llegue a los clientes, también se buscará nuevos mercados en los que pueda ser ofertado.

**Funciones y Responsabilidades:**

- Hacer que se cumplan los objetivos previstos de ventas a través del esfuerzo.
- Elaborará estrategias publicitarias que permitan dar a conocer los productos en distintos mercados.
- Debe ser capaz de analizar datos y poder sacar conclusiones que le permitan orientar las ventas.
- Será capaz de cuantificar sus planes de ventas.

## **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN**

**Naturaleza:** Los Operarios de Producción son los encargados de elaborar el producto de acuerdo a las indicaciones del Gerente Propietario y Jefe de Ventas.

De ellos depende la elaboración de los distintos tipos de productos que ofrece la empresa.

**Características:** En este puesto de trabajo se realizará la elaboración del producto, es decir los distintos platos de comida de acuerdo a las especificaciones dadas.

**Funciones y responsabilidades.**

- Elaborar alimentos de calidad óptima.
- Cuidar la presentación de los platillos para conservar la imagen y calidad.
- Coordinar con el gerente para lograr un stock de insumos y materia prima de excelente calidad.
- Coordinar y mantener una adecuada comunicación con el ayudante de cocina para lograr un servicio inigualable en la elaboración de los alimentos que satisfagan hasta el paladar más exigente.

#### 4.8.4.1 Personal que labora en Restaurante “MI SOL”

Tabla 26: Personal del Restaurante “Mi Sol”

PUESTO	CANTIDAD		SUELDOS Y SALARIOS
	EXISTENTE	REQUERIDA	
Gerente Propietario	1	0	\$ 700,00
Cajero	1	0	\$ 366,00
Chef	1	0	\$ 500,00
Ayudante de cocina	0	1	\$ 366,00
Meseros	2	0	\$ 366,00

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### Legal: Requisitos para el permiso de funcionamiento

Se debe tomar en cuenta que el permiso de funcionamiento es un documento otorgado por la autoridad de salud a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, este trámite se lo debe realizar en la Dirección Provincial y en las áreas de salud más cercanas.

Los propietarios o representantes legales deben presentar una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud, con su nombre, número de cédula o del Registro Único de Contribuyentes (RUC); nombre o razón social o denominación del establecimiento, actividad que se realiza y ubicación.

A esta solicitud se deberá adjuntar la copia de la cédula, croquis de ubicación del establecimiento, permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. (Ministerio De Salud, 2016). [\(Ver Anexo 7 Permiso\)](#)

#### ESTUDIO AMBIENTAL

El impacto ambiental, que puede ser negativo o positivo, es causado por fenómenos naturales y la actividad humana. Por lo general, es el efecto provocado en los ecosistemas, que afecta su funcionamiento y la interacción de los seres vivos con su medio ambiente.

## **Criterios para la medición del impacto ambiental.**

- **Magnitud:** es la severidad de cada impacto potencial.
- **Prevalencia o dominancia:** es el grado hasta el que, en un momento dado, el impacto puede extenderse en forma de secuelas acumulativas.
- **Duración y Frecuencia:** es el tiempo que dura o el número de veces que las actividades que afectan al ambiente se repiten.
- **Riesgos:** es la probabilidad de que el impacto provoque efectos ambientales severos.
- **Importancia:** se define como el valor que representa un área específica.
- **Mitigación:** son soluciones a problemas que se presentan. (Morales Castro & Morales Castro, 2009)

La dimensión ambiental debe analizarse, en un sentido amplio, tanto en sus aspectos naturales (como suelo, flora, fauna) como de contaminación (aire, agua, suelo, residuos), de valor paisajístico, de alteración de costumbres humanas y de impactos sobre la salud de las personas. En definitiva la preocupación surge con todas las características del entorno donde vive el ser humano cuya afectación pueda alterar su calidad de vida.

En este contexto, el proceso de evaluación del impacto ambiental permite anticipar los futuros impactos negativos y positivos de acciones humanas, aumentando los beneficios y disminuyendo las alteraciones ambientales de interés que reconozcan desde el inicio y se protejan a través de decisiones pertinentes.

La evaluación del impacto ambiental es un sistema de advertencia que opera mediante un proceso de análisis continuo destinado a proteger el medio ambiente contra daños injustificados o no previstos. Es un proceso informado y objetivo de decisiones concatenadas y participativas que ayudan a identificar las mejores opciones para llevar a cabo una acción sin daños ambientales inaceptables.

En este sentido, es importante destacar que un proceso ambiental debe ser considerado como instrumento que está al servicio de la toma de decisiones y que permite alcanzar anticipadamente un conocimiento amplio de los impactos o incidencias ambientales derivadas de acciones humanas. (Córdoba Padilla, 2011)

Restaurante Mi “Sol” debe establecer y mantener objetivos y metas para proteger de manera u otra el medio ambiente, sus operaciones y significativos, se recomienda empezar la reducción de desechos, recogida de basura y utilización de plásticos como fundas que son utilizadas para la entrega a domicilio.

Tabla 27: Matriz Evaluación Impacto Ambiental (MATRIZ DE LEOPOLD)

COMPONENTES	Acciones impactantes		ACCIONES DEL PROYECTO				
			Materias orgánicas : Residuos de comidas	Residuos papel higiénico y servilletas	Residuos Plásticos y vidrios	Residuos Empaques desechables	Residuos Aceites y grasas
FÍSICO	AIRE	Calidad del aire	+2 / 2	-1 / 2	+2 / 2	-2 / 2	-1 / 1
	AGUA	Calidad del agua			+1 / 1		
	SUELO	Sustitución del suelo	+3 / 3				
SOCIO - ECONÓMICO	SOCIAL	Accidentes			-2 / 2		
	ECONOMICO	Generación de empleo			+2 / 2		
CULTURAL	CULTURA	Generación de educación y cultura			+2 / 2	+1 / 2	

**PONDERACIÓN DE IMPACTOS**

Impacto Débil  
Impacto Moderado  
Impacto Fuerte

1  
2  
3

**IMPORTANCIA DEL IMPACTO**

Importancia Alta  
Importancia Media  
Importancia Baja

3  
2  
1

Impacto Positivo +  
Impacto Negativo -

Elaborado por: Mariela Ocaña

**Tabla 28: Plan de manejo ambiental**

Para mitigar estos impactos se realizaran las acciones aplicables a cada uno de los componentes del proyecto.

COMPONENTES			ACCIONES DEL PROYECTO				
			Materias orgánicas : Residuos de comidas	Residuos papel higiénico y servilletas	Residuos plásticos y vidrios	Residuos de empaques desechables	Residuos de aceites y grasas
FÍSICO	AIRE	Calidad del aire	Utilizar los desperdicios orgánicos para fabricar abono.	Trasladar y depositar los residuos en recipientes de basura no peligrosos.	Reciclar los envases necesarios.	Comprar empaques desechables biodegradables	Llevar a sitios especializados, dado que estos residuos pueden ser usados como biocombustibles o jabones.
	AGUA	Calidad del agua					
	SUELO	Sustitución del suelo					
SOCIOECONÓMICO	SOCIAL	Accidentes	Evitar contaminación	Evitar contaminación	Manipular de manera adecuada los residuos.		
	ECONÓMICO	Generación de empleo	Evitar contaminación	Reciclaje	Vender los envases de plástico.		
CULTURAL	CULTURA	Generación de educación y cultura	Evitar contaminación			Ubicar de manera adecuada los residuos en el recipiente que corresponde.	

Las actividades del proyecto generaran un nivel de impacto ambiental moderado, orientando los resultados de la ejecución de actividades del proyecto, y de acuerdo al análisis del presente caso se dé importancia a la viabilidad ambiental del proyecto tanto en la etapa de ampliación y remodelación del restaurante.

## **4.9 ESTUDIO FINANCIERO**

### **4.9.1 Inversiones**

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de mercado y de los estudios técnicos y administrativo, se procederá a determinar las necesidades de inversión en activos fijos, capital de trabajo e inversiones diferidas.

También se considerará un rubro de imprevisto del 5% el mismo que ayudará a compensar y contrarrestar algún tipo de contingencia.

#### **Inversión Fija tangible**

Se refiere a todo tipo de activos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que la empresa lleve a cabo sus actividades. Estos activos están sujetos a depreciación, excepto el terreno, a continuación se detalla los componentes de este rubro:

**Tabla 29: Inversión Fija Tangible (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>V. Total</b>
Obra civil	\$ 6.615,00
Equipos de computo	\$ 2.047,50
Equipo y Maquinaria	\$ 9.607,50
Muebles y enseres	\$ 3.851,40
<b>Total</b>	<b>\$ 22.121,40</b>

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

## Obra Civil

Se refiere a todo lo relacionado con los cambios para la ampliación del Restaurante “Mi Sol” el monto es de \$ **6.615,00** dólares. Los valores se han determinado en base a datos proporcionados por profesionales de construcción.

**Tabla 30: Obra Civil (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Pintura	m2	70	\$ 5,00	\$ 350,00
Instalaciones eléctricas	Puntos	25	\$ 10,00	\$ 250,00
Remodelaciones	m2	70	\$ 10,00	\$ 700,00
Decoración				\$ 2.000,00
Materiales de Construcción				\$ 3.000,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 6.300,00</b>
Imprevistos 5%				\$ 315,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 6.615,00</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

\*Anexo tabla de materiales

## Maquinaria y Equipo

Este rubro está determinado por los principales equipos que servirán para la ampliación y remodelación del restaurante “Mi Sol” los cuales son fundamentales para la operación del mismo. También se considera dentro de este rubro instrumentos de cocina tales como licuadoras, ollas, sartenes, entre otros. La inversión asciende a \$ **9.607,50** dólares.

**Tabla 31: Maquinaria (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>		<b>V Unitario.</b>	<b>V. Total</b>
	<b>Existente</b>	<b>Requerida</b>		
Cocina Industrial	3	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Cortadora de Papas	1	4	\$ 62,50	\$ 250,00
Gas Doméstico	6	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Utensilios Misceláneos de cocina	1	2	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
Ollas Industriales	6	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00
Subtotal				<b>\$ 9.150,00</b>
Imprevistos 5%				\$ 457,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 9.607,50</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

\*Anexo Utensilios Misceláneos de cocina

Esta maquinaria se propone debido a que se ha pensado cubrir solamente un **3.5%** de la demanda insatisfecha (Tabla N° 18) que es un porcentaje que el cocinero podría realizar en base a su horario de trabajo.

### Muebles y enseres

Los muebles y enseres son los activos relacionados directamente con el servicio, de tal forma que son importantes para el funcionamiento del restaurante tanto para la atención al cliente y para quienes hacen parte del mismo. Esta inversión es de **\$ 3.851,40** dólares.

**Tabla 32: Muebles y Enseres (dólares)**

Detalle	Cantidad		V. Unitario	V. Total
	Existente	Requerida		
Juego de Mesas	11	18	\$ 150,00	\$ 2.700,00
Estanterías Metálicas	0	4	\$ 127,00	\$ 508,00
Estantería de Madera Para Platos	0	4	\$ 115,00	\$ 460,00
Subtotal				\$ 3.668,00
Imprevistos 5%				\$ 183,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 3.851,40</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

\* **Nota:** El juego de mesas está conformado por una mesa y cuatro sillas, el requerimiento esta dado de acuerdo a que en días feriados (jueves y domingos) existe más cantidad de personas quienes hacen uso del restaurante.

### Equipo de cómputo

También se ha determinado este rubro que hace falta para complementar el funcionamiento del restaurante. El valor del mismo asciende a **\$ 2.047,50** dólares.

**Tabla 33: Equipo de Cómputo (dólares)**

Detalle	Cantidad		V. Unitario	V. Total
	Existente	Requerida		
Laptop Hp	0	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Caja Registradora	0	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Impresora Epson Lx350	0	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Subtotal				<b>\$ 1.950,00</b>
Imprevistos 5%				\$ 97,50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.047,50</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

## Inversión Fija tangible

Son gastos que se reflejan en bienes y son objetivos o reales. Este valor es de \$ 525,00

**Tabla 34: Inversión Fija Tangible**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Permisos de funcionamiento	\$ 500,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 500,00</b>
Imprevistos 5%	\$ 25,00
<b>Total</b>	<b>\$ 525,00</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

## Capital de Trabajo

Corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un tiempo determinado. Se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes.

Es el dinero en efectivo necesario para empezar a trabajar en el restaurante, el mismo que cubrirá sueldos y salarios, suministros y sobretodo la adquisición de mercaderías, entre otros gastos. El capital de trabajo asciende a \$ 7.004,54 dólares.

**Tabla 35: Capital de Trabajo (dólares)**

<b>Activos</b>	<b>Parcial</b>	<b>Valor Mensual</b>
Materia Prima Directa		\$ 3.353,30
Mano de obra directa		\$1.598,00
Costos indirectos de fabricación		\$ 671,45
Suministros	\$ 466,10	
Depreciaciones	\$ 196,60	
Amortizaciones	\$8,75	
Gasto Administrativo		\$ 875,79
Gasto Ventas		\$ 506,00
<b>Total</b>		<b>\$ 7.004,54</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

Las inversiones representan colocaciones de dinero sobre los cuales el inversionista espera obtener algún rendimiento a futuro. La inversión del presente proyecto asciende a \$ **29.650,94** dólares.

**Tabla 36: Inversiones (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Activo Fijo	\$ 22.121,40
Activo Diferido	\$ 525,00
Capital de Trabajo	\$ 7.004,54
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 29.650,94</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### **4.9.2 Financiamiento**

Las fuentes de financiamiento pueden ser de tipo interno o externo. Las internas corresponden a la gerencia interna de recursos y las externas corresponden a la consecución de préstamos en el sector financiero.(Flórez Uribe, 2010)

La propietaria del Restaurante “Mi Sol” financiará este proyecto con capital propio y prestado dentro de la cual se busca adoptar la mejor alternativa para el mismo.

Una parte de la inversión del presente proyecto se cubrirá mediante un microcrédito que otorga la Cooperativa Riobamba Ltda. a un plazo de 3 años con una tasa activa del 17% anual, con pagos mensuales. El financiamiento será distribuido de la siguiente manera:

**Tabla 37: Fuentes y Usos (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Capital Propio</b>	<b>Préstamo</b>
Activos Tangibles	\$ 22.121,40		\$ 22.121,40
Activos Intangibles	\$ 525,00	\$ 525,00	
Capital de Trabajo	\$ 7.004,54	\$ 5.475,00	\$ 1.529,54
<b>Total</b>	<b>\$ 29.650,94</b>	<b>\$ 6.000,00</b>	<b>\$ 23.650,94</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

Nota: El crédito es destinado a cubrir el 100% del valor de los activos tangibles que requiere el proyecto, el 22% del capital de trabajo será para cubrir diversas obligaciones económicas el primer mes, ya que el 88% del capital de trabajo se cubre con el capital propio .

## CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO

**Beneficiario:** Restaurante “Mi Sol”

**Instit. Financiera:** COAC Riobamba Ltda.

**T. Efectiva:** 18,3892%

**Plazo:** 3 años

**Gracia:** 0 años

**Monto en Usd:** \$ 23.650,94

**Tasa de Interés:** 17%

**Amortización cada:** 30 días

**Moneda:** Dólares

**Tabla 38: Amortización de la Deuda (dólares)**

No.	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	23.650,94			
1	23.142,77	335,05	508,17	843,22
2	22.627,41	327,86	515,36	843,22
3	22.104,74	320,55	522,67	843,22
4	21.574,67	313,15	530,07	843,22
5	21.037,10	305,64	537,58	843,22
6	20.491,90	298,03	545,20	843,22
7	19.938,98	290,30	552,92	843,22
8	19.378,23	282,47	560,75	843,22
9	18.809,53	274,52	568,70	843,22
10	18.232,78	266,47	576,75	843,22
11	17.647,86	258,30	584,92	843,22
12	17.054,65	250,01	593,21	843,22
13	16.453,04	241,61	601,61	843,22
14	15.842,90	233,08	610,14	843,22
15	15.224,12	224,44	618,78	843,22
16	14.596,58	215,68	627,55	843,22
17	13.960,14	206,78	636,44	843,22
18	13.314,69	197,77	645,45	843,22
19	12.660,09	188,62	654,60	843,22
20	11.996,22	179,35	663,87	843,22
21	11.322,95	169,95	673,27	843,22
22	10.640,14	160,41	682,81	843,22
23	9.947,65	150,74	692,49	843,22
24	9.245,36	140,93	702,30	843,22
25	8.533,11	130,98	712,24	843,22
26	7.810,78	120,89	722,33	843,22
27	7.078,21	110,65	732,57	843,22
28	6.335,26	100,27	742,95	843,22
29	5.581,79	89,75	753,47	843,22
30	4.817,65	79,08	764,15	843,22
31	4.042,68	68,25	774,97	843,22
32	3.256,73	57,27	785,95	843,22
33	2.459,64	46,14	797,08	843,22
34	1.651,27	34,84	808,38	843,22
35	831,44	23,39	819,83	843,22
36	-0,00	11,78	831,44	843,22
		6.705,00	23.650,94	30.355,94

**Fuente:** COAC Riobamba Ltda.

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

### 4.9.3 Costos e ingresos del proyecto

Antes de profundizar en el análisis de los costos e ingresos a incurrirse en el presente proyecto es importante conceptualizar los mismos.

#### 4.9.3.1 Costos de Producción

En la estructura de los costos de producción se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos, tanto de administración como los de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos. (Flórez Uribe, 2010)

**Tabla 39: Costos de Producción (dólares)**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Materia Prima	\$ 40.239,60
Mano de Obra Directa	\$ 22.338,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 8.477,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.054.60</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### Materia Prima

Para este análisis se tomarán en cuenta todos los costos que influirán directa e indirectamente en la elaboración del producto.

El valor de la materia prima se ha determinado sobre la cantidad de platos de comida que se van a producir tanto mensual como anualmente.

**Tabla 40: Materia Prima (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Cuyes	53	unidades	\$ 10,00	\$ 530,00	\$ 6.360,00
Conejos	24	unidades	\$ 12,00	\$ 288,00	\$ 3.456,00
Panza	10	libras	\$ 2,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Tripaje	23	unidades	\$ 15,00	\$ 345,00	\$ 4.140,00
Pollo	80	unidades	\$ 7,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
Pata de res	16	patas	\$ 2,25	\$ 36,00	\$ 432,00
Carne molida	32	libras	\$ 1,25	\$ 40,00	\$ 480,00
Carne de res	50	libras	\$ 1,50	\$ 75,00	\$ 900,00

Chuleta de chanco	36	libras	\$ 2,60	\$ 93,60	\$ 1.123,20
Trucha	42	kilos	\$ 6,00	\$ 252,00	\$ 3.024,00
Pescado albacora	100	libras	\$ 2,75	\$ 275,00	\$ 3.300,00
Bagre	60	libras	\$ 2,25	\$ 135,00	\$ 1.620,00
Camarón	20	libras	\$ 5,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
mortadela	100	unidades	\$ 0,05	\$ 5,00	\$ 60,00
Arroz	3	quintales	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Papas	8	quintales	\$ 8,00	\$ 64,00	\$ 768,00
sal	8	fundas	\$ 0,80	\$ 6,40	\$ 76,80
maní	8	libras	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Canguil	4	libras	\$ 0,60	\$ 2,40	\$ 28,80
Aceite	2	galones	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Azúcar	4	fundas	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Achiote	4	botellas	\$ 0,90	\$ 3,60	\$ 43,20
lentejas	10	libras	\$ 0,50	\$ 5,00	\$ 60,00
harina flor	8	libras	\$ 0,35	\$ 2,80	\$ 33,60
pan	100	unidades	\$ 0,30	\$ 30,00	\$ 360,00
salsa china	4	botellas	\$ 0,75	\$ 3,00	\$ 36,00
queso	2	quesos	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
leche	20	litros	\$ 0,50	\$ 10,00	\$ 120,00
cebolla blanca	4	atados	\$ 0,75	\$ 3,00	\$ 36,00
cebolla colorada	2	quintales	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 480,00
tomate de carne	4	cajas	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 192,00
pimiento	4	fundas	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
zanahoria	2	sacos	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
papa nabo	3	atados	\$ 0,50	\$ 1,50	\$ 18,00
hierbitas	2	cargas	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Ajo	20	atados	\$ 5,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Limón	4	fundas	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Aguacate	2	cajas	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 240,00
alverja	½	quintales	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 120,00
verde	8	cabezas	\$ 2,00	\$ 16,00	\$ 192,00
yuca	3	sacos	\$ 7,00	\$ 21,00	\$ 252,00
Maduro	8	cabezas	\$ 2,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Ají	1	funda	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
tomate de árbol	8	fundas	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00
<b>Total</b>				<b>\$ 3.353,30</b>	<b>\$ 40.239,60</b>

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

\* **Nota:** Las cantidades mensuales están dadas de acuerdo al requerimiento del restaurante para la elaboración de los diferentes platos, existen cantidades que sobrepasan la cantidad exacta debido a que en la realidad las ventas varían en relación

a la cantidad de comida que se elabora, es decir existen días en que se vende todo, otros en los que se vende menos y otros días en que hace falta adicionar la elaboración de platos.

### Mano de obra

Es el trabajo que desarrollan las personas que están directamente en la elaboración o transformación de un producto.

En este caso, para la elaboración de la comida la mano de obra está determinada por los cocineros y ayudantes.

**Tabla 41: Mano de Obra Directa (dólares)**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción del cargo</b>	<b>Sueldo Mensual</b>	<b>Decimo 3er Sueldo</b>	<b>Decimo 4to Sueldo</b>	<b>Total a recibir al año</b>
1	Chef	\$ 500,00	\$ 366,00	\$ 500,00	\$ 6.866,00
1	Ayudante de cocina	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 5.124,00
2	Meseros	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 10.248,00
	<b>Total</b>	<b>\$1.598,00</b>			<b>\$ 22.238,00</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

### Costos Indirectos De Fabricación

- **Suministros**

Son aquellos rubros que indirectamente son utilizados para la elaboración de los platos de comida y para servirlos, los mismos se detallan a continuación:

**Tabla 42: Suministros**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad Mensual requerida</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>V. Anual</b>
Servilletas paquete de 300 unidades	24	288	\$ 1,50	\$ 36,00	\$ 432,00
Vasos Plásticos paquetes de 50 unidades	72	864	\$ 0,60	\$ 43,20	\$ 518,40
Palillos (cajas)	10	120	\$ 1,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Fundas paquetes	12	144	\$ 0,60	\$ 7,20	\$ 86,40

de 100 unidades					
Cucharas Plásticas paquetes de 50 unidades	60	720	\$ 0,75	\$ 45,00	\$ 540,00
Sorbetes paquetes de 100	5	60	\$ 0,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Tarrinas paquetes de 50 unidades	60	720	\$ 5,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 443,90</b>	<b>\$ 5.326,80</b>
Imprevistos 5%				\$ 22,20	\$ 266,34
<b>Total</b>				<b>\$ 466,10</b>	<b>\$ 5.593,14</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

- **Depreciaciones**

Es la pérdida del valor de los activos fijos, que sufren durante su vida útil, por el desgaste normal, debido al uso de los mismos en el proceso de elaboración de los alimentos. Su cálculo está determinado a través del método de línea recta, utilizando las proporciones que la ley establece.

**Tabla 43: Depreciaciones (dólares)**

Detalle	Inversión	Vida útil (años)	Depreciación Anual	Val. Salvam. (5 años)
Obra Civil	\$ 6.615,00	20	\$ 330,75	\$4.961,25
Equipo de Computo	\$ 2.047,50	3	\$ 682,50	\$682.50
Equipo y maquinaria	\$ 9.607,50	10	\$ 960,75	\$ 4.803,75
Muebles y enseres	\$ 3.851,40	10	\$ 385,14	\$ 1.925,70
<b>Total</b>			<b>\$2359,14</b>	<b>\$12.373,20</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

- **Amortización**

Se entiende por amortización la representación contable monetaria que en el transcurso del tiempo sufren los activos inmovilizados, por aplicación al proceso productivo que tengan para la empresa.

**Tabla 44: Amortizaciones (dólares)**

Detalle	Inversión	Años	1	2	3	4	5
Amortización anual	\$ 525,00	5	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00
Amortización acumulada			\$ 105,00	\$ 210,00	\$ 315,00	\$ 420,00	\$ 525,00
<b>Total</b>	\$ 525,00						

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### 4.9.3.2 Gastos Administrativos

Son los egresos que se realizan en la normal operación del proyecto y se refieren a todo lo que se identifique con los procesos de administración del proyecto. Esto significa tomar en cuenta los gastos de planificación, control, evaluación y otros. En cuanto al personal administrativo de restaurante “Mi Sol” ya dispone de ellos, por lo que sólo se ha considerado incrementar el uso de útiles de oficina.

**Tabla 45: Gastos de Administrativos (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Mensual</b>	<b>V. ANUAL</b>
<b>Sueldos y Salarios</b>				<b>\$ 9466,00</b>
Gerente Propietario	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
<b>Útiles de Oficina</b>				<b>\$ 30,95</b>
Resmas de Papel Boom	1	\$ 4,00	\$ 4,00	
Esferos	3	\$ 0,35	\$ 1,05	
Lápices	2	\$ 0,30	\$ 0,60	
Borradores	1	\$ 0,25	\$ 0,25	
Resaltadores	1	\$ 0,75	\$ 0,75	
Perforadoras	1	\$ 3,00	\$ 3,00	
Calculadora CASIO	1	\$ 10,00	\$ 10,00	
Engramadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00	
Caja de grapas	1	\$ 0,80	\$ 0,80	
Caja de clips	1	\$ 1,00	\$ 1,00	
Carpetas con pestaña	2	\$ 0,50	\$ 1,00	
Rollo de masking	1	\$ 0,50	\$ 0,50	
Archivadores	2	\$ 2,50	\$ 5,00	
Suministros de Limpieza		\$ 30,26	\$ 30,26	\$ 363,12
<b>Servicios Básicos</b>			\$ 70,00	\$ 840,00
Luz		\$ 20,00		
Agua		\$ 20,00		
Teléfono		\$ 30,00		
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 10.700,07</b>
Imprevistos 5 %			\$ 44,58	\$ 535,00
<b>Total</b>			<b>\$ 875,79</b>	<b>\$ 11.235,07</b>

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

(Ver anexo 8 rol de pagos)

**Nota:** En el valor mensual del gasto administrativo no está incluido el décimo tercer y cuarto sueldo ya que decidieron acumular los mismos.

#### 4.9.3.3 Gastos de Ventas

Son todos los egresos que se destinan al proceso de vender los servicios producidos por las actividades propias del restaurante “Mi Sol” para promocionar sus platos de comida.

**Tabla 46: Gasto de Ventas (dólares).**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Sueldos y salarios</b>				\$5.124,00
Cajera	1	\$ 366,00	\$ 366,00	
Radio (cuñas publicitarias)	60	\$ 2,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Internet	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Total</b>			<b>\$ 506,00</b>	<b>\$ 6.804,00</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

(Ver anexo 9 rol de pagos)

**Nota:** En el valor mensual de gasto de ventas no está incluido el décimo tercer sueldo ya que decidieron acumular los mismos.

#### 4.9.3.4 Gasto Financiero

Está determinado por los intereses que se deben pagar por concepto del préstamo obtenido para la adquisición de la inversión.

**Tabla 47: Gastos Financieros (dólares)**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Año 1	\$ 3.522,36
Año 2	\$ 2.309,35
Año 3	\$ 873,29
Año 4	\$ 0,00
Año 5	\$ 0,00
<b>Total</b>	<b>\$ 6.705,00</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

### 4.9.3.5 Ingresos

Son las entradas de dinero que el proyecto tiene, principalmente por las actividades normales de sus operaciones y a veces por otras actividades.

**Tabla 48: Ventas (dólares).**

<b>Platos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precios Vigentes</b>	<b>Precio Total Anual</b>
Papas con Cuy	3200	\$ 5,00	\$ 16.000,00
Papas con conejo	2000	\$ 5,75	\$ 11.500,00
Arroz con Chuleta	1700	\$ 3,25	\$ 5.525,00
Arroz con trucha	1500	\$ 3,25	\$ 4.875,00
Caldo de Bagre	4500	\$ 2,50	\$ 11.250,00
Encebollados	4000	\$ 2,25	\$ 9.000,00
Bandera	2200	\$ 3,00	\$ 6.600,00
Chaulafan	1500	\$ 3,00	\$ 4.500,00
Tortillas de papa	2500	\$ 3,00	\$ 7.500,00
Papi carne	2300	\$ 2,03	\$ 4.669,00
Hamburguesas	2200	\$ 2,03	\$ 4.466,00
Almuerzos	7789	\$ 2,38	\$ 18.537,82
<b>Total</b>	<b>35389</b>		<b>\$ 104.422,82</b>

**Elaborado por:** Mariela Ocaña

\* **Nota:** los precios vigentes en las ventas son los promedios calculados de los restaurantes que ofrecen comida dentro del cantón es decir de la competencia y del Restaurante “Mi Sol”. (Ver tabla 19 precios)

Los precios de los platos que elabora restaurante “Mi Sol” ya se encuentran establecidos dentro de su mercado el mismo que es accesible para los clientes siendo un valor que está dentro del rango en relación a la competencia.

## 4.10 EVALUACIÓN FINANCIERA

El estudio de la evaluación financiera es aquel que permite determinar la rentabilidad del proyecto y el riesgo financiero dependiendo de la vida financiera del mismo.

La evaluación del proyecto utiliza los siguientes instrumentos:

#### 4.10.1 Estado de Situación Inicial

Tabla 49: Estado de Situación inicial (dólares)

ACTIVOS		PASIVO	
Caja	\$ 2.000,00	Proveedores	\$ 1.000,00
Bancos	\$ 4.000,00	Préstamo a largo plazo	\$ 23.650,94
Cuentas por cobrar	\$ 0,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 24.650,94</b>
Muebles y enseres	\$ 4.068,00	PATRIMONIO	
Equipo de Computo	\$ 1.950,00		
Maquinaria	\$ 13.850,00	Capital	\$ 93.217,06
Edificios	\$ 50.000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 93.217,06</b>
Vehículos	\$ 12.000,00		
Terreno	\$ 30.000,00		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 117.868,00</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 117.868,00</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### 4.10.2 Estado de Resultados

El estado de ganancias y pérdidas es un informe sobre los resultados obtenidos durante un período determinado, sea utilidad o pérdida.

**Tabla 50: Estado de Resultados (dólares)**

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82
(-)Costo de Venta	\$71.054,60	\$71.054,60	\$71.054,60	\$71.054,60	\$71.054,60
Utilidad Bruta en Ventas	<b>\$ 33.368,22</b>				
(-) Gastos Administrativos	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07
(-) Gastos de Ventas	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00
(-) Gasto Financiero	\$ 3.522,36	\$ 2.309,35	\$ 873,29	\$0,00	\$0,00
(=) Utilidad antes Imp. Y Trab.	<b>\$ 11.806,79</b>	<b>\$ 13.019,80</b>	<b>\$ 14.455,86</b>	<b>\$ 15.329,15</b>	<b>\$ 15.329,15</b>
15% Participación de Trab.	\$ 1.771,02	\$ 1.952,97	\$ 2.168,38	\$ 2.299,37	\$ 2.299,37
(=) Utilidad antes Imp.	<b>\$ 10.035,77</b>	<b>\$ 11.066,83</b>	<b>\$ 12.287,48</b>	<b>\$ 13.029,78</b>	<b>\$ 13.029,78</b>
22% del I.R	\$ 2.207,87	\$ 2.434,70	\$ 2.703,25	\$ 2.866,55	\$ 2.866,55
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 7.827,90</b>	<b>\$ 8.632,13</b>	<b>\$ 9.584,23</b>	<b>\$ 10.163,23</b>	<b>\$ 10.163,23</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

\* **Nota:** La utilidad neta está calculada en base al porcentaje que se desea cubrir de la demanda insatisfecha es decir sin hacer constar lo que Restaurante “Mi Sol” elabora actualmente

### 4.10.3 Flujo de Caja

Es el resultado de los movimientos de efectivo que constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto.

**Tabla 51: Flujo de Caja (dólares)**

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos		\$ 104.422,82	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82	\$ 104.422,82
<b>EGRESOS</b>		<b>\$ 92.616,03</b>	<b>\$ 91.403,02</b>	<b>\$ 89.966,96</b>	<b>\$ 89.093,67</b>	<b>\$ 89.093,67</b>
(-)Costo de Venta		\$71.054,60	\$71.054,60	\$71.054,60	\$71.054,60	\$71.054,60
(-) Gastos Administrativos		\$ 11.235,07	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07	\$ 11.235,07
(-) Gastos de Ventas		\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00	\$ 6.804,00
(-) Gasto Financiero		\$ 3.522,36	\$ 2.309,35	\$ 873,29	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad antes Imp. Y Trab.		<b>\$ 11.806,79</b>	<b>\$ 13.019,80</b>	<b>\$ 14.455,86</b>	<b>\$ 15.329,15</b>	<b>\$ 15.329,15</b>
-15% REPART UTILIDADES.		\$ 1.771,02	\$ 1.952,97	\$ 2.168,38	\$ 2.299,37	\$ 2.299,37
(=) Utilidad antes Imp.		<b>\$ 10.035,77</b>	<b>\$ 11.066,83</b>	<b>\$ 12.287,48</b>	<b>\$ 13.029,78</b>	<b>\$ 13.029,78</b>
22% del IMPUESTO		\$ 2.207,87	\$ 2.434,70	\$ 2.703,25	\$ 2.866,55	\$ 2.866,55
<b>Utilidad Neta</b>		<b>\$ 7.827,90</b>	<b>\$ 8.632,13</b>	<b>\$ 9.584,23</b>	<b>\$ 10.163,23</b>	<b>\$ 10.163,23</b>
(+)depreciaciones		\$ 2.359,14	\$ 2.359,14	\$ 2.359,14	\$ 2.359,14	\$ 2.359,14
(+)amortizaciones		\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00	\$105,00
(-)inversión fija	\$ 525,00					
(-)inversión diferida	\$ 22.121,40				\$ 2.047,50	
(-)capital de trabajo	\$ 7.004,54					
(+)recuperar capital de trabajo						\$ 7.004,54
(+)valor de salvamento						\$ 12.373,20
<b>Flujo de caja</b>	<b>- \$ 29.650,94</b>	<b>\$ 10.292,04</b>	<b>\$ 11.096,27</b>	<b>\$ 12.048,37</b>	<b>\$ 10.579,87</b>	<b>\$ 32.005,11</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### 4.10.4 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Antes de invertir una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Es una creencia común que la TMAR de referencia debe ser la tasa máxima que ofrecen los bancos por una inversión a plazo fijo. Al realizar un balance neto entre el rendimiento bancario y la inflación, siempre habrá una pérdida neta del poder adquisitivo o valor real de la moneda, si se mantiene invertido el dinero en un banco esto es lógico pues un banco no puede por el solo hecho de invertir en el enriquecer a nadie.

La referencia firme, es pues, el índice inflacionario, sin embargo cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino que esta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá de haber compensado los efectos de la inflación.

Si se define a la TMAR como:

$$\text{TMAR} = i * q + f * p$$

**i** = Premio al riesgo (capital propio)

**q** = Peso del Capital propio

**f** = Tasa activa

**p** = Peso del Capital prestado

Esta es la tasa mínima aceptable de rendimiento, esto quiere decir que esta tasa es el rendimiento que pide el inversionista por invertir o arriesgar su dinero la misma que es de 16%.

**Tabla 52: Cálculo de la TMAR**

<b>Fuente</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Costo</b>	<b>TMAR</b>
Capital Propio	\$ 6.000,00	20%	0.10	0.02
Capital Prestado	\$ 23.650,94	80%	0.17	0.136
<b>Total</b>	<b>\$ 29.650,94</b>	<b>100%</b>		0.156
				<b>16%</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### 4.10.5 Valor Actual Neto

Es la ganancia extraordinaria que genera el proyecto medida en unidades monetarias actuales. (Arboleda Velez, 2005)

Demostrando como una medida de rentabilidad del proyecto tenemos un valor actual neto positivo que alcanza los \$ \$ **16.267,94** tomando en cuenta la TMAR del 16% que nos indica un retorno tangible para el proyecto por lo tanto es atractivo realizarlo.

**Tabla 53: Valor Actual Neto 1 (dólares)**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS</b>	<b><math>1/(1+i)^n</math></b>	<b><math>i=0,16</math></b>	<b>FLUJOS ACTUALIZADOS</b>
<b>0</b>	\$-29.650,94	$1/(1+0,16)^0$	1,000000000	\$-29.650,94
<b>1</b>	\$10.292,04	$1/(1+0,16)^1$	0,862068965	\$8.872,45
<b>2</b>	\$11.096,27	$1/(1+0,16)^2$	0,743162901	\$8.246,34
<b>3</b>	\$12.048,37	$1/(1+0,16)^3$	0,640657673	\$7.718,88
<b>4</b>	\$10.579,87	$1/(1+0,16)^4$	0,552291097	\$5.843,17
<b>5</b>	\$ 32.005,11	$1/(1+0,16)^5$	0,476113015	\$15.238,05
<b>TOTAL VAN 1</b>				<b>\$ 16.267,94</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

**Tabla 54: Valor Actual Neto 2 (dólares)**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS</b>	<b><math>1/(1+i)^n</math></b>	<b><math>i=0,36</math></b>	<b>FLUJOS ACTUALIZADOS</b>
<b>0</b>	\$-29.650,94	$1/(1+0,36)^0$	1.000000000	<b>\$-29.650,94</b>
<b>1</b>	\$10.292,04	$1/(1+0,36)^1$	0.735294117	\$7.567,68
<b>2</b>	\$11.096,27	$1/(1+0,36)^2$	0.540657439	\$5.999,28
<b>3</b>	\$12.048,37	$1/(1+0,36)^3$	0.397542234	\$4.789,74
<b>4</b>	\$10.579,87	$1/(1+0,36)^4$	0.292310466	\$3.092,61
<b>5</b>	\$ 32.005,11	$1/(1+0,36)^5$	0.214934166	\$6.878,99
<b>TOTAL VAN 2</b>				<b>\$-1.322,65</b>

Elaborado por: Mariela Ocaña

#### 4.10.6 Tasa Interna de Retorno

Es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. (Arboleda Velez, 2005)

La tasa interna de retorno demuestra que existe una rentabilidad del 34% del proyecto propuesto, en otras palabras es la rentabilidad de la inversión por lo cual se confirma que es viable.

$$TIR = i1 + (i1 - i2) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 34 \%$$

#### 4.10.7 Relación Beneficio Costo

Este indicador quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto tendremos un beneficio de 0,55 centavos.

Ilustración 20: Relación Beneficio Costo

AÑOS	FLUJOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	\$-29.650,94	\$-29.650,94	\$-29.650,94
1	\$10.292,04	\$8.872,45	\$-20.778,49
2	\$11.096,27	\$8.246,34	\$-12.532,16
3	\$12.048,37	\$7.718,88	\$-4.813,27
4	\$10.579,87	\$5.843,17	\$1.029,89
5	\$ 32.005,11	\$15.238,05	\$16.267,94

$$RBC = \sum \text{Flujos actualizados} / \text{Inversión}$$

$$RBC = \$45.918,88 / \$-29.650,94$$

$$RBC = 1.55$$

#### 4.10.8 Período de recuperación de la inversión

Este criterio permite determinar el período de tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial de un proyecto.

El Tiempo en que se va a recuperar lo invertido en el proyecto es de 3 años 10 mes

**Ilustración 211: Periodo de Recuperación de la inversión**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS</b>	<b>FLUJOS ACTUALIZADOS</b>	<b>FLUJOS ACUMULADOS</b>
0	\$-29.650,94	\$-29.650,94	\$-29.650,94
1	\$10.292,04	\$8.872,45	\$-20.778,49
2	\$11.096,27	\$8.246,34	\$-12.532,16
3	\$12.048,37	\$7.718,88	\$-4.813,27
4	\$10.579,87	\$5.843,17	\$1.029,89
5	\$ 32.005,11	\$15.238,05	\$16.267,94

Elaborado por: Mariela Ocaña

**PRI = Año anterior; (Flujo acumulado año anterior / Flujo actualizado año actual)**

**\* 12**

**PRI = 3; 4813,27 / 5843,17 \* 12**

**PRI = 3; 0,8237 \* 12**

**PRI = 3 años; 10 meses**

## CONCLUSIONES

- El estudio de mercado realizado determinó que existe demanda insatisfecha siendo ésta una razón que respalda la ampliación y remodelación del Restaurante Mi Sol” para el incremento de las ventas.
- La maquinaria y equipos actuales para el proceso de elaboración de comida del restaurante “Mi Sol” no tiene la capacidad suficiente para cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha debido al crecimiento de la producción por lo tanto es necesario coordinar los procesos e incrementar dicha maquinaria y equipos.
- Al elaborar las proyecciones financieras se demuestra la rentabilidad del proyecto mediante los criterios de evaluación del Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Razón Costo Beneficio y Periodo de Recuperación de la Inversión, valores que al ser positivos, confirmaron la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda incorporar la presente propuesta de ampliación y remodelación del Restaurante “Mi Sol” ya que debido al porcentaje de demanda insatisfecha que se piensa satisfacer habrá un incremento de ventas y mejores utilidades.
- Se sugiere a los dueños del restaurante adquirir la maquinaria y equipos establecida debido a que la capacidad de la misma ayudará al incremento de elaboración de platos de comida desde el primer año.
- Se recomienda a los dueños de Restaurante “Mi Sol” la puesta en marcha del proyecto ya que todo el estudio de mercado, técnico y financiero confirman la factibilidad del mismo, siguiendo las pautas y directrices establecidas en los capítulos anteriores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado Valencia, J. A., & Obagi Araujo, J. J. (2008). *Fundamentos de Inferencia Estadística*. Bogotá: Pontifica Universidad Javeriana.
- Álvarez García, I. (2008). *Planificación y Desarrollo de Proyectos Sociales y Educativos*. México: Limusa .
- Casado Díaz, A. B., & Sellers Rubio, R. (2006). *Dirección de Marketing teoría y práctica*. San Vicente Alicante: Club Universitario.
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* . Bogotá : Ecoe.Ediciones
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión* . Cartago: Tecnológica de Costa Rica.
- Floréz Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Gido, J., & Clements, J. (2012). *Administración Exitosa de Proyectos* . México: Cengage Learning.
- Lara Dávila, B. (2010). *Como Elaborar Proyectos de Inversión paso a paso* . Quito: Oseas Espín.
- Mas Ruiz, F. J. (2010). *Temas de Investigación Comercial*. San Vicente Alicante: Club Universitario.
- Moreno, R. (2012). *Módulo de Gerencia de proyectos* . Riobamba:Espoch
- Rosales Obando, J. (2009). *Elementos de Microeconomía*.Madrid: Universidad Estatal a distancia.

## ANEXOS

### Anexo 1: Tabla censo de la población

Provincias <input checked="" type="radio"/> Cantones <input type="radio"/>	
2010	
CHIMBORAZO	
GUAMOTE	
<input type="button" value="Consultar"/>	
<b>Total</b>	<b>45.153</b>
<b>Mujeres</b>	<b>22.974</b>
<b>Hombres</b>	<b>22.179</b>

### Anexo 2: Crecimiento poblacional



### Anexo 3: Índice de actividad económica

The screenshot shows the website [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec). The main navigation menu includes: Pobreza, Estadísticas Económicas, Índice de Precios, **NUEVO IPC Especial Galápagos**, Estad: Agropecuarias y Ambientales, Cartografía, and Sistema Estadístico Nacional. A featured article titled 'una revista indexada?' promotes 'Análisis', a journal of statistical analysis. Below this, there is a search bar and a 'Tu gobierno' section with video thumbnails for 'Video explicativo...' and 'Revolución del T...'. A prominent widget displays the 'Índice de Actividad Económica' (IAE) for January 2016, showing a decrease of -10.44% from the previous period, with a value of 16.219.570. The time shown is 12:44:08 on 04/04/2016. At the bottom, there are links for 'Formularios electrónicos', 'Banco de información', and 'Directorio de empresas'.

### Anexo 4: Proforma Radio sensación

**RADIO SENSACION 102.9 FM**  
LA ESTACION QUE TE MUEVE

R.U.C.: 0602372385001  
Dir: General Barriga y Chile  
Guamote: (05)2918 150 Ribba: (05)2842 180  
email: radiosensacion102.9@hotmail.com  
sensacion102.9fmradio@hotmail.com

**CONTRATO DE SERVICIOS PUBLICITARIOS**

Guamote, a 7 de JUNIO del 2016 **000000078**

El Señor (a) ELSA CRISTINA ROSARIO QUINTERO  
Dirección: GUAYAQUIL  
C.I.: 0603181447 Teléfono: 0983964526

y RADIO SENSACION 102.9 FM, se comprometen a transmitir la publicidad de la firma RES TAPANTE " EL SOL "

El servicio publicitario consta de los siguientes puntos a cumplirse:

- 1) INICIO DE CONTRATO: \_\_\_\_\_  
FINALIZACION DE CONTRATO: \_\_\_\_\_
- 2) HORARIOS DE PATAJE: DE LUNES A VIERNES 20 HORARIO  
DE 8:00 AM, 14:00 PM Y 17:00 PM
- 3) NUMERO DE CURSAS: 3 MENCIONES: 3
- 4) ESPACIO EXCLUSIVO CONTRADO: POR UN ADO
- 5) VALOR TOTAL: \$ 1440 mil cuatrocientos cuarenta DOLARES
- 6) ABONO: \$ \_\_\_\_\_ SALDO: \$ \_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_

[Signature] REPRESENTANTE VENTAS      [Signature] ANUNCIANTE

RADIO SENSACION 102.9 FM      00151378

NOTA: los pagos se realizaran previa presentación de la factura. Este contrato se cumplirá a cabalidad de lo contrario nos someteremos a los trámites legales correspondientes.

**Estadyst 2942 - 298**      DEL 00000001 AL 00000100

**Anexo 5: Requisitos COAC Riobamba Ltda.**



**Créditos** que son otorgados a personas naturales o jurídicas, que llevan contabilidad o que tengan actividades productivas están dirigidos a financiar proyectos de inversión, activos fijos, capital de trabajo, etc., a un plazo de 48 meses.

Valor	Desde \$3.000 hasta \$100.000
Garantía	Quirografaria o Hipotecaria (Dependiendo del Monto)
Dividendos	Mensuales

**REQUISITOS:**

- Ser socio de la Cooperativa.
- Cédula de identidad y papeleta de votación del socio y cónyuge, cédula de identidad y papeleta de votación del garante(s) y cónyuge.
- Copia del RUC, documento que justifique la actividad económica del garante(s).
- Declaración del Impuesto a la Renta de los últimos 3 años.
- Perfil de inversión (mayor a \$ 20.000).
- 1 Foto de socio.
- Planilla de servicio básico, con vigencia de últimos 2 meses.
- Escritura del inmueble, certificado de gravamen del Registro de Propiedad, impuesto al predio, cédula y papeleta de votación de dueño(s) del inmueble (HIPOTECARIO).
- En caso de tener bienes, copia de predio(s), y matrícula del vehículo.

**VENTAJAS:**

- Oportunidad y agilidad.
- Requisitos accesibles.
- Tasas de interés competitivas.

<http://www.cooprio.fin.ec/info/index.php/productos-servicios/creditos/microcreditos>

**Anexo 6: Proformas de cocinas y ollas industriales**



**ELECTRO HOGAR**  
 Matibá: García Moreno 18-64 y Olmedo (Esg.) TEL: 2987078  
 Sucursal Orizaba 28-65 y España Esg. Tel.: 2960081  
 ELECTRODOMESTICOS PARA SU HOGAR EN LAS MEJORES MARCAS...

**PROFORMA**

Fecha: Riobamba, 21 de Mayo de 2014

Sra. Elsa Toscano  
 Ruc: 0603181447  
 Dirección: García Moreno y 5 de Junio

1 Ollas Industriales UMCO N 60	450,00
1 Ollas Industriales Tramontina N 50	550,00
1 Cocina Industrial Andino 2 Q	299,00
1 Cocina Industrial Lincoln 3 Q	250,00
1 Cortadora de papas	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.600,00</b>

Este precio incluye IVA y un año de Garantía.

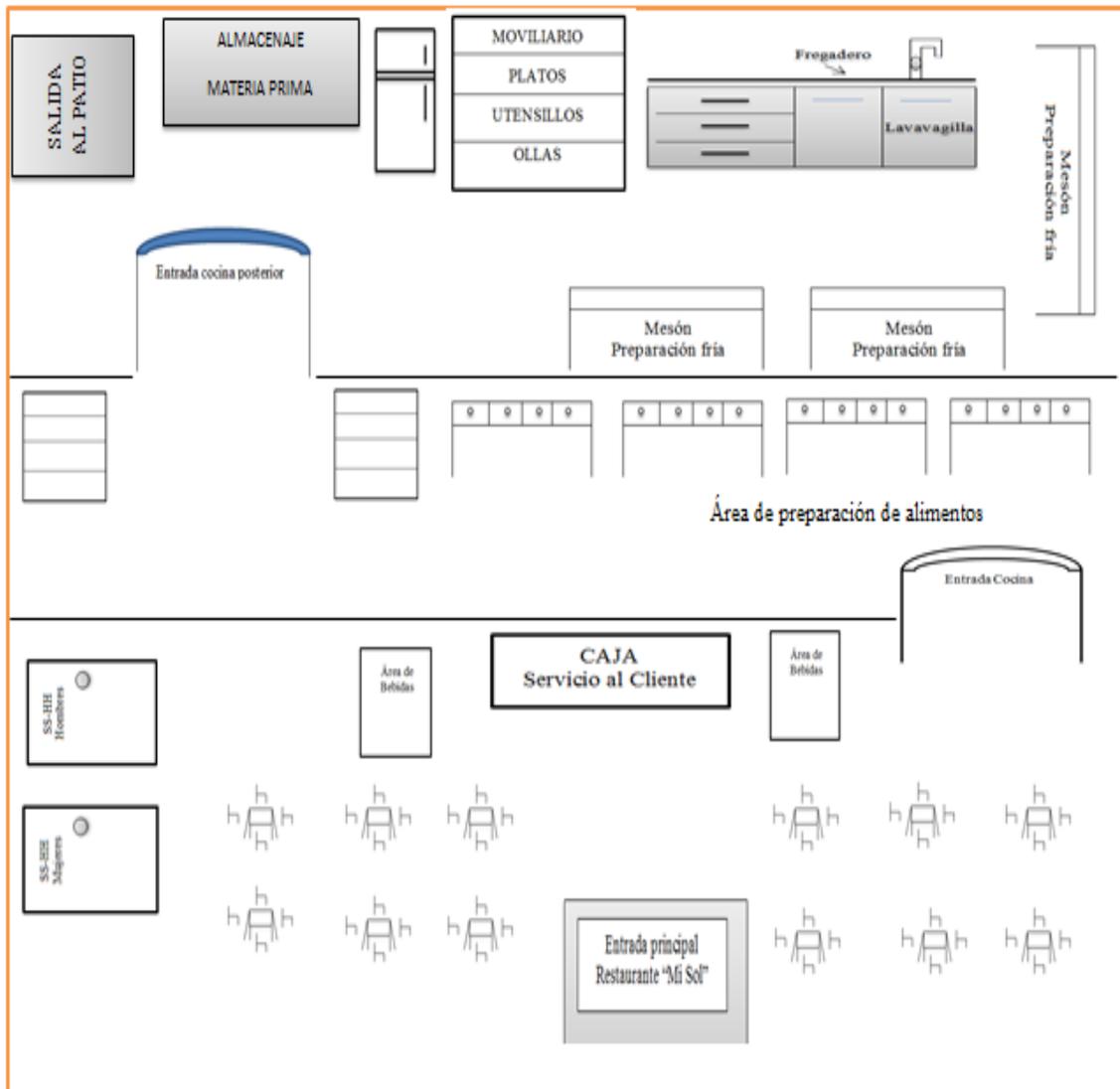


Gerardo Mayano  
 GERENTE



**ELECTRO HOGAR**  
 Tel: 2950495  
 R.U.C.: 0602347569001

## Anexo 7: Propuesta Planta de elaboración de alimentos



**Anexo 8: Permiso de Funcionamiento**

**MINISTERIO DEL INTERIOR  
 PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO  
 AÑO FISCAL: 2015**

N°. P.A.F. **0063631**  
 VALOR USD **50,00**

CÓDIGO CATASTRO: 4222  
 RAZÓN SOCIAL: SN  
 No. RUC.: 0603181447  
 NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE: TOSCANO MARTINEZ ELSA GISELA  
 RESTAURANTE GRUPO: VENTA Y CONSUMO DE ALIMENTOS PREPARADOS

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: RESTAURANTE  
El Intendente de conformidad a las responsabilidades y competencias que le otorgan la Ley y Reglamentos autoriza permanecer abierto:  
 HORARIO DE FUNCIONAMIENTO: DESDE: 06:00 HASTA: 23:00  
 LUNES A DOMINGO

PROVINCIA: CHIMBORAZO  
 CANTÓN: GUAMOTE  
 PARROQUIA: GUAMOTE  
 DIRECCIÓN: GARCIA MORENO Y 3 DE JUNIO

BASE LEGAL: DECRETO 3310-B DE 08-III-1979 Y ACUERDO MINISTERIAL No. 0176 DE 07-IX-2005 Y ACUERDO MINISTERIAL 5229 DE 13-12-2014  
 AUTORIZACIÓN:  
 El presente PERMISO es otorgado exclusivamente para la actividad descrita.

SANCIONES:  
 Las sanciones por el mal uso del Permiso, serán desde la clausura hasta el retiro o revocatoria del Permiso Anual de Funcionamiento en el caso de infringir cualquier disposición legal sobre la materia.  
 Sanciones que podrán ser impuestas únicamente por funcionarios autorizados por el Intendente General de Policía.

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] INTENDENTE GENERAL DE POLICIA: [Firma] RECAUDADOR FISCAL: [Firma]

Fecha de emisión: 01 JUNIO 2015 Fecha de entrega: [Firma] Fecha de recaudación: [Firma]

**UBICAR ESTE PERMISO EN EL ESTABLECIMIENTO EN UN LUGAR VISIBLE**  
 (Válido sin empujadas)  
 CONTRIBUYENTE

Ministerio del Interior

5,6 x 215,9 mm

**Anexo 9: Rol de Pagos**

<b>RESTAURANTE "MI SOL"</b>			
<b>ROL DE PAGOS INDIVIDUAL :</b>		<b>MES:</b> Junio	2016
<b>EMPLEADO:</b>	Elsa Toscano		
<b>CARGO:</b>	Gerente Propietario		
	<b>INGRESOS</b>		<b>DESCUENTOS</b>
<b>Sueldo:</b>	\$ 700,00		\$ 0,00
<b>Horas Extras:</b>			
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 700,00	<b>TOTAL DESCUENTOS</b>	\$ 0,00
<b>NETO A PAGAR</b>	\$ 700,00		
<b>RECIBÍ CONFORME</b>			
<b>C.I</b>			

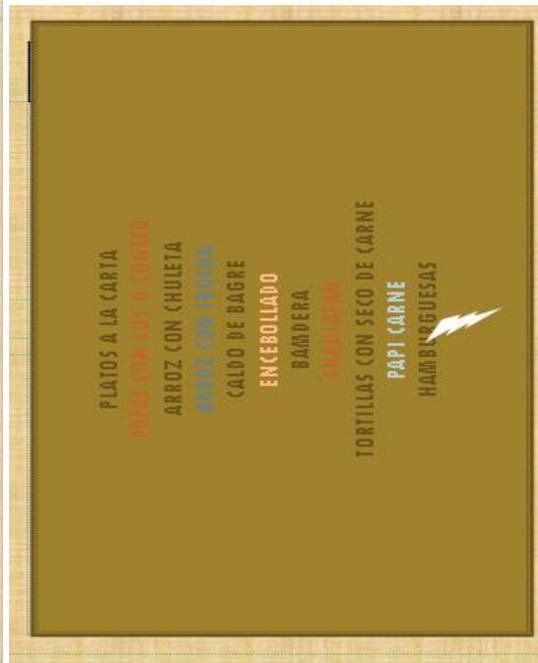
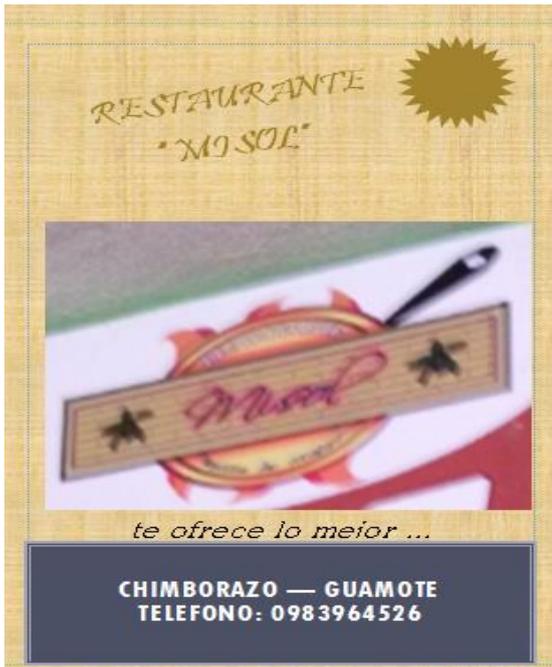
<b>RESTAURANTE "MI SOL"</b>			
<b>ROL DE PAGOS INDIVIDUAL :</b>		<b>MES:</b> Junio	2016
<b>EMPLEADO:</b>	Solange Salazar		
<b>CARGO:</b>	Cajera		
	<b>INGRESOS</b>		<b>DESCUENTOS</b>
<b>Sueldo:</b>	\$ 366,00		\$ 0,00
<b>Horas Extras:</b>			
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 366,00	<b>TOTAL DESCUENTOS</b>	\$ 0,00
<b>NETO A PAGAR</b>	\$ 366,00		
<b>RECIBÍ CONFORME</b>			
<b>C.I</b>			

<b>RESTAURANTE "MI SOL"</b>			
<b>ROL DE PAGOS INDIVIDUAL :</b>		<b>MES:</b> Junio	2016
<b>EMPLEADO:</b>	Jorge Salazar		
<b>CARGO:</b>	Mesero		
	<b>INGRESOS</b>		<b>DESCUENTOS</b>
<b>Sueldo:</b>	\$ 366,00		\$ 0,00
<b>Horas Extras:</b>			
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 366,00	<b>TOTAL DESCUENTOS</b>	\$ 0,00
<b>NETO A PAGAR</b>	\$ 366,00		
<b>RECIBÍ CONFORME</b>			
<b>C.I</b>			

<b>RESTAURANTE "MI SOL"</b>			
<b>ROL DE PAGOS INDIVIDUAL :</b>		<b>MES:</b> Junio	2016
<b>EMPLEADO:</b>	Ana Lozano		
<b>CARGO:</b>	Mesera		
	<b>INGRESOS</b>	<b>DESCUENTOS</b>	
<b>Sueldo:</b>	\$ 366,00	\$ 0,00	
<b>Horas Extras:</b>			
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 366,00	<b>TOTAL DESCUENTOS</b>	\$ 0,00
<b>NETO A PAGAR</b>	\$ 366,00		
<b>RECIBÍ CONFORME</b>			
<b>C.I</b>			

<b>RESTAURANTE "MI SOL"</b>			
<b>ROL DE PAGOS INDIVIDUAL :</b>		<b>MES:</b> Junio	2016
<b>EMPLEADO:</b>	Elsa Martínez		
<b>CARGO:</b>	Chef		
	<b>INGRESOS</b>	<b>DESCUENTOS</b>	
<b>Sueldo:</b>	\$ 500,00	\$ 0,00	
<b>Horas Extras:</b>			
<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ 500,00	<b>TOTAL DESCUENTOS</b>	\$ 0,00
<b>NETO A PAGAR</b>	\$ 500,00		
<b>RECIBÍ CONFORME</b>			
<b>C.I</b>			

**Anexo 10: Volantes Publicitarios**



**PRODUCTOS  
QUE OFRECE  
EL RESTAU-  
RANTE**

Son los platos principales que representan la parte más importante del restaurante y el aspecto principal que ayuda a satisfacer la necesidades del cliente, están compuestos generalmente de papas con cuy o conejo, arroz con chuleta, trucha frita, caldo de bagre, encibollado, bandera, chuslefan, seco de carne, hamburguesas, papi carne entre otros.

ESPACIO  
PARA EL  
SELLO

RESTAURANTE "MI SOL"

**RESTAURANTE  
"MI SOL"**

Luz de sol: "La excelencia de nuestras comidas al brillo de tu mesa"



**CALDO DE BAGRE:**

**BANDERA:**  
Fuente: Restaurante "Mi Sol"

**PAPAS CON CUY O CONEJO:**

**ENCEBOLLADO:**  
Fuente: Restaurante "Mi Sol"

**ARROZ CON CHULETA:**

**CHAULAFAN:**

Póngase en contacto con nosotros  
**CHIMBORAZO— GUAMOTE**  
 032 904235  
 restaurantemisol@yahoo.com

### Anexo 11: Materiales de Construcción

<b>Materiales</b>
Ladrillo
Cemento
Baldosa (varios modelos)
Bondex
Tubos
Sanitarios
Alambre
Llaves
Arena
Puertas
Grifería
Discos de corte
Codos
Tees
Sifones
Desagues
Sellos
Boquillas
Lijas

## Anexo 12: Misceláneos de cocina

<b>Misceláneos de Cocina</b>
Ollas pequeñas
Sartenes
Cubiertos
Cucharones
Cuchillos
Tabla para picar
Cernidores – harina
Colador sopa – jugo
Espátula
Cuchara de madera
Batidor
Cuchara de cocina
Tenedor de freír
Abrelatas
Espumaderas
Escudillas
Tazas de medir
Cucharas
Copas
Vasos
Tazas de café
Platos pequeños