



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

### CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### TESIS DE GRADO

#### TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN  
RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN  
PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, PROVINCIA DE COTOPAXI  
EN EL AÑO 2014”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Autor:

Lic. Cristian Esquivel Zambrano

Director:

Ing. Ruth Susana Hidalgo Guayaquil.

Latacunga- Ecuador  
Junio 2015



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

## **AUTORIA**

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2014”**, son de exclusiva responsabilidad del autor.

.....  
Lic. Cristian Ismael Esquivel Zambrano  
050261419-1



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

**AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2014”**, de Cristian Esquivel Zambrano, postulante de Ingeniería comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Marzo, 2015

La directora.

.....

Ing. Ruth Susana Hidalgo Guayaquil.



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, el postulante Esquivel Zambrano Cristian Ismael egresado de la carrera de Ingeniería Comercial con el tema de tesis: “ **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2014.**” Ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Junio del 2015

Para constancia firman:

.....  
Ing. Yadira Borja  
**PRESIDENTE**

.....  
Ing. Lorena Paucar  
**MIEMBRO**

.....  
Ing. Marlene Salazar  
**OPOSITOR**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo va dirigido con una expresión de gratitud a Dios por darme la vida, a mi madre, a mi hermana, quienes me brindaron su tiempo, esfuerzo económico como moral siendo el pilar, en todas mis aspiraciones y mis metas, a la Universidad Técnica de Cotopaxi magna institución educativa, a la Ing. Ruth Hidalgo Directora de Tesis quien supo impartir sus sabios conocimientos en mi formación profesional, a mis maestros por su alegría transparencia de cristal con que me entregaron sus sabias enseñanzas.

Lic. Cristian Ismael Esquivel Zambrano.

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de Tesis dedico de manera especial a Dios, a Aída Zambrano mi madre, a mi hermana, quienes me brindaron todo su apoyo, confianza y seguridad, siendo mi fortaleza en el fortuito camino hacia la superación de mis metas pedagógicas.

Lic. Cristian Ismael Esquivel Zambrano.



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2014.**

**Autor:** Esquivel Zambrano Cristian Ismael

## **RESUMEN**

El presente tema de tesis tiene como objetivo establecer un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí Barrio Rosita Paredes, el tipo de investigación que se utilizó para la realización del proyecto fue la cuantitativa y cualitativa porque vamos a utilizar funciones matemáticas, estadísticas en la recopilación y análisis e interpretación de los datos, las encuestas arrojaron resultados muy explícitos y favorables en demostrar que si hay un gran segmento de mercado para el consumo de comida vegetariana así también el estudio técnico realizado establece que el restaurante cumple con la capacidad productiva que exige la demanda como también con los requerimientos, personal y financiación podemos decir que la empresa tendrá una rentabilidad financiera del 23,48% en función del capital propio y seguirá en aumento con el pasar de los años además el VAN arrojó un resultado que en los próximos cinco años es de 16482,5 determinando que el rendimiento del proyecto es superior a cero estableciendo así la viabilidad del mismo ya que es una cantidad positiva y en el año 2018 seremos una empresa líder abarcando la mayor participación en el mercado local concientizando a las personas los máximos beneficios que tiene la alimentación vegetariana.

**Palabras Claves:** Factibilidad, alimentación, rentabilidad y mercado



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI  
ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE  
AND HUMANISTIC SCIENCES  
Latacunga – Ecuador**

---

**SUBJECT: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A VEGETARIAN FOOD RESTAURANT IN THE CANTON PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, COTOPAXI PROVINCE IN THE YEAR 2014”.**

**Author:** Esquivel Zambrano Cristian Ismael

## **ABSTRACT**

This thesis topic is to establish a business plan for the creation of a vegetarian restaurant in the Pujilí Barrio Rosita Paredes, the kind of research that was used for the project was the quantitative and qualitative because we will use mathematical functions, statistics gathering and analysis and interpretation of data, surveys yielded very explicit and favorable results show that if there is a large segment of the consumer market for vegetarian food and also the technical study establishes the restaurant It meets the required production capacity as demand requirements, personnel and finance can say that the company will have a 23.48% return on equity based on equity and continue to increase with the passing of time also NPV throw a result that in the next five years is 16482.5 determining that project performance is greater than zero thus establishing its viability as it is a positive amount and in 2018 we will be a leading company covering the largest share raising awareness to the local market people maximum benefits that a vegetarian diet.

**Keywords:** Feasibility, feeding, profitability and market



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS**  
**ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS**  
**Latacunga – Ecuador**

---

## **AVAL DE TRADUCCIÓN**

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señor Egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **ESQUIVEL ZAMBRANO CRISTIAN ISMAEL**, cuyo título versa “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN PUJILÍ, BARRIO ROSITA PAREDES, PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL AÑO 2014**”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, abril del 2015

Atentamente,

Lic. M. Sc. Marcia Janeth Chiluisa Chiluisa  
**DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS**  
C.C. 0502214307

# ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
AUTORIA.....	II
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	IX
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	X
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XVII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
EL PLAN DE NEGOCIO COMO HERRAMIENTA ADMINISTRATIVA.....	4
1.1 ADMINISTRACIÓN.....	4
1.1.1 Características de la Administración.....	5
1.1.2 Importancia de la administración.....	6
1.2 EMPRENDIMIENTO.....	6
1.2.1 Características del emprendedor.....	7
1.2.2 Categorías del Emprendedor.....	8
1.4. PLAN DE NEGOCIO.....	9
1.4.1 Importancia del plan de negocios.....	10
1.4.2 Temas que deben estar inmersos en un plan de negocios.....	10
1.4.3 Aplicaciones del Plan de Negocios.....	12
1.4.4 Plan de Negocio vs Modelo de Negocio.....	13
1.4.5 Etapas del Plan de Negocio.....	14

CAPÍTULO II .....	34
ESTUDIO DE MERCADO .....	34
2.1 INTRODUCCIÓN.....	34
2.2 OBJETIVOS .....	35
2.2.1 Objetivo General .....	35
2.2.2 Objetivos Específicos.....	35
2.3 IDEA DEL NEGOCIO.....	35
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	36
2.4.1 Planteamiento del Problema.....	36
2.5.2 Posible Solución.....	38
2.5.3 Justificación.....	38
2.5.4 Fuentes de Información.....	40
2.5.5 Tipo de Investigación.....	41
2.5.6 Metodología .....	41
2.6 SEGMENTACIÓN. ....	43
2.6.1 Segmentación geográfica .....	43
2.6.2 Segmentación Demográfica .....	43
2.6.3 Segmentación psicográfica .....	43
2.6.4 Segmentación conductual.....	44
2.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	44
2.7.1. Programación y Desarrollo del Trabajo de Campo.....	46
2.8 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN .....	48
2.8.1 Análisis e Interpretación de Resultados .....	48
2.8.2 Conclusión de la Investigación de Mercado. ....	60
2.9 ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	60
2.9.1 Posibles clientes mensuales y anuales .....	60
2.9.2 Estudio de la oferta.....	61
2.10. Proyección de la demanda.....	62
2.10.1 OFERTA PROYECTADA .....	62
2.10.2 DEMANDA INSATISFECHA .....	63
2.11 PERFIL DEL SERVICIO.....	64
2.12 DETERMINACIÓN DE PRECIOS .....	69

2.12.1 Estrategias de Precio.....	70
2.12.2 Estrategias de Promoción.....	70
2.12.3 Estrategias de Plaza.....	71
2.12.4 Estrategias de Proceso.....	71
2.12.5 Estrategias de Personas.....	72
2.12.6 Estrategias de Evidencia física.....	72
2.12.7 Estrategias de Producto.....	73
2.13 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	73
CAPÍTULO III.....	75
ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO.....	75
3.1 INTRODUCCIÓN.....	75
3.2 OBJETIVOS.....	76
3.2.1 Objetivo General.....	76
3.2.2 Objetivos Específicos.....	76
3.3 ESTUDIO TÉCNICO.....	77
3.3.1 Factores que Determinan el Tamaño del proyecto.....	77
3.3.1.2 El tamaño del proyecto y el financiamiento.....	78
3.3.2 Localización del Proyecto.....	79
3.3.3 Ingeniería del Proyecto.....	82
3.3.3.3 Proceso de Producción.....	87
3.4 PROPUESTA ADMINISTRATIVA.....	99
3.4.1 RAZÓN SOCIAL.....	99
3.4.2 Base Filosófica de la Empresa.....	100
3.5 ESTUDIO FINANCIERO.....	110
3.5.1 Inversión Inicial.....	110
3.5.2 Depreciación.....	111
3.5.3 Amortización.....	111
3.5.4 Financiamiento.....	112
3.5.5 Determinación de los Costos de Producción.....	113
3.5.6 Costos Unitarios de Producción.....	117
3.5.7 Determinación de Ingresos.....	119

3.5.8 Punto de Equilibrio .....	120
3.5.9 Estados Financieros.....	123
3.5.10 Evaluación Financiera.....	127
3.5.11 Razones Financieras.....	133
3.5.11.2 Razones de Actividad.....	137
3.5.11.3 Razones de Rentabilidad.....	138
3.5.11.4 Razón de Endeudamiento.....	139
3.6 CONCLUSIONES. ....	140
3.7 RECOMENDACIONES. ....	141
3.8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	142
3.8.1 CITADA. ....	142
3.8.2 Consultada.....	143
ANEXOS .....	144

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Segmentación geográfica .....	43
Cuadro 2: Segmentación Demográfica .....	43
Cuadro 3: Segmentación psicográfica.....	43
Cuadro 4: Segmentación conductual.....	44
Cuadro 5: Resultado prueba piloto.....	45
Cuadro 6: Ficha de aplicación.....	47
Cuadro 7: Cronograma de actividades- aplicación de encuestas. ....	47
Cuadro 8: Usted consumiría alimentación vegetariana.....	49
Cuadro 9: Consumiría en un restaurante vegetariano .....	50
Cuadro 10: Qué le motivaría a usted a consumir una alimentación vegetariana ..	51
Cuadro 11: Qué tipo de valor agregado le gustaría que tenga un restaurante vegetariano .....	52
Cuadro 12: En qué momento del día usted necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante .....	53
Cuadro 13: Cuánto paga usted por el servicio de desayuno, almuerzo y cena en un restaurant .....	54
Cuadro 14: Con qué frecuencia asisten a un restaurante.....	55
Cuadro 15: Qué tipo de servicio de comida vegetariana prefiere .....	56
Cuadro 16: A qué restaurante asiste continuamente .....	57
Cuadro 17: Se encuentra satisfecho con el servicio de restaurantes en el Cantón	58
Cuadro 18: Qué medio de comunicación utiliza para conocer nuevos productos y servicios en el cantón .....	59
Cuadro 19: Clientes mensuales y anuales .....	61
Cuadro 20: Oferta actual .....	61
Cuadro 21: Demanda proyectada hasta el año 2019 .....	62
Cuadro 22: Oferta proyectada .....	62
Cuadro 23: Demanda insatisfecha.....	63
Cuadro 24: Demanda insatisfecha proyectada 2014 – 2019 .....	64
Cuadro 25: Cartera de productos.....	65
Cuadro 26: Precios .....	69

Cuadro 27: Promoción.....	71
Cuadro 28: Porcentaje a cubrir acorde a la capacidad del proyecto.....	78
Cuadro 29: Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos.....	84
Cuadro 30: Frecuencia de compras de materia prima.....	85
Cuadro 31: Proceso de producción de la comida.....	88
Cuadro 34: Proceso del servicio.....	89
Cuadro 35: Distribución de la planta por áreas.....	90
Cuadro 36: Utensilios para repostería.....	91
Cuadro 37: Maquinaria y equipo.....	92
Cuadro 38: Equipos de oficina.....	93
Cuadro 39: Equipos de cómputo.....	94
Cuadro 40: Construcciones y adecuaciones.....	94
Cuadro 41: Vehículos.....	95
Cuadro 42: 30 Materia Prima.....	95
Cuadro 43: Suministros.....	96
Cuadro 44: Mano de obra directa.....	97
Cuadro 45: Mano de obra indirecta.....	97
Cuadro 46: Gastos Diferidos.....	98
Cuadro 47: Servicios Básicos.....	98
Cuadro 48: Gastos administrativos y de ventas.....	98
Cuadro 49: Inversión Inicial.....	110
Cuadro 50: Depreciación.....	111
Cuadro 51: Amortización.....	111
Cuadro 52: Amortización de la deuda.....	113
Cuadro 53: Costos de producción general.....	113
Cuadro 54: Costos de producción desayunos.....	114
Cuadro 55: Costos de producción almuerzos.....	115
Cuadro 56: Costos de producción cenas.....	116
Cuadro 57: Costo unitario de producción.....	117
Cuadro 58: Costos unitario de los desayunos.....	118
Cuadro 59: Costos unitario de los almuerzos.....	118
Cuadro 60: Costos unitario de los cenas.....	119

Cuadro 61: Ingresos proyectados.....	120
Cuadro 62: Punto de equilibrio de desayunos.....	121
Cuadro 63: Punto de equilibrio de almuerzos.....	121
Cuadro 64: Punto de equilibrio de cenas.....	122
Cuadro 65: Estado de resultados.....	123
Cuadro 66: Estado de situación financiera.....	124
Cuadro 67: Flujo de caja.....	125
Cuadro 68: Valor Actual Neto (VAN).....	129
Cuadro 69: Tasa Interna de Retorno (TIR).....	130
Cuadro 70: Período de recuperación.....	130
Cuadro 71: Relación Beneficio – Costo.....	131
Cuadro 72: Análisis de sensibilidad.....	132
Cuadro 73: Razones de liquidez.....	133
Cuadro 74: Razones de actividad.....	134
Cuadro 75: Razones de rentabilidad.....	135
Cuadro 76: Razón de endeudamiento.....	136

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Categorías Fundamentales .....	3
Gráfico 2: Etapas del Plan de Negocios .....	14
Gráfico 3: Usted consumiría alimentación vegetariana .....	49
Gráfico 4: Consumiría en un restaurante vegetariano .....	50
Gráfico 5: Qué le motivaría a usted a consumir una alimentación vegetariana....	51
Gráfico 6: Qué tipo de valor agregado le gustaría que tenga un restaurante vegetariano .....	52
Gráfico 7: A qué hora del día usted necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante .....	53
Gráfico 8: Cuánto paga usted por el servicio de desayuno, almuerzo y cena en un restaurant .....	54
Gráfico 9: Con qué frecuencia asisten a un restaurante .....	55
Gráfico 10: Qué tipo de servicio de comida vegetariana prefiere.....	56
Gráfico 11: A qué restaurante asiste continuamente.....	57
Gráfico 12: Se encuentra satisfecho con el servicio de restaurantes en el cantón	58
Gráfico 13: Qué medio de comunicación utiliza para conocer nuevos productos y servicios en el cantón .....	59
Gráfico 14: Mapa de macro localización .....	79
Gráfico 15: Mapa de micro localización.....	81
Gráfico 16: Simbología de los procesos.....	82
Gráfico 17: Planimetría del restaurante.....	91
Gráfico 18: Razón social.....	99
Gráfico 19: Logotipo.....	99
Gráfico 20: Organigrama Estructural.....	104
Gráfico 21: Organigrama Funcional .....	105

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1: Encuesta aplicada a los moradores del Cantón Pujilí .....	144
Anexos 2: Variedad de menús que ofertará el restaurante.....	146
Anexos 3: Proforma Ativos fijos .....	149

# INTRODUCCIÓN

Realizar un plan de negocios o iniciar un proyecto para una inversión, si se trata de un nuevo negocio es muy común en las personas emprendedoras, crear un negocio más que nada es un proceso por el cual una persona utiliza toda su creatividad día tras día hasta conseguir una idea innata del posible negocio que puede realizar en algún campo, por lo tanto más que una simple inspiración es un gran trabajo de aprovechar las ideas y las oportunidades que se pueden presentar en nuestro entorno

En el cantón Pujilí ubicado en la provincia de Cotopaxi, no cuenta con buenos servicios de restaurantes de comida, no existe un restaurante que otorgue comida saludable basada en vegetales, soya y más nutrientes beneficiosos para el cuerpo humano ya que los habitantes no preparan sus alimentos en sus hogares por motivos de trabajo tienen que acudir al servicio de alimentación que brindan algunos locales de nuestro cantón

En el mundo, la mayoría de todas las alteraciones en la salud en los seres humanos son por causas de una mala alimentación, como el exceso de consumo de comida chatarra, comida con poca salubridad y comida con bajos nutrientes necesarios para el buen funcionamiento del cuerpo humano por lo cual se ha tomado alternativas de alimentación como es la comida vegetariana ya que contribuye con el aspecto físico, mental, ayuda a prevenir enfermedades cardiacas y disminuye la presión arterial de las personas que optan por este tipo de comida que según investigaciones son muchas personas en el mundo que optan por una alimentación saludable que contribuye con el medio ambiente.

Por lo cual este plan de negocios es de mucha importancia ya que está enfocado en la creación del primer restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí, para satisfacer a las personas que están dispuestas a optar por una alimentación saludable además de deliciosa a la vez, contribuir con el desarrollo económico y productivo de nuestro cantón.

Para el desarrollo de este plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí, barrio Rosita Paredes provincia de Cotopaxi se ha estructurado en tres capítulos que se detallan a continuación:

El primer capítulo del presente proyecto estará conformado por aspectos teóricos y bases científicas con referencia a la administración, emprendimiento y plan de negocios, para lo cual se desarrollará la debida elaboración e investigación de textos relacionados con los temas mencionados con el fin de comprender lo que significa un plan de negocios.

El capítulo dos está compuesto por un estudio de mercado con el cual podemos obtener datos como el movimiento comercial de un restaurant de comida en el cantón, preferencias, demanda, oferta y el respectivo análisis de precios, es muy necesario pues permitirá determinar si existe o no aceptación de la población para la creación de un nuevo negocio que se dedique a brindar el servicio de alimentación vegetariana y saludable en Pujilí, y de esta manera determinar si existe o no un buen grado de aceptación de las personas del cantón.

Y por último el tercer capítulo, luego de haber realizado el estudio de mercado continuamos con el estudio técnico el cual se encarga de todo aquello que tiene relación con el tamaño de la empresa, localización del proyecto, ingeniería del proyecto, distribución de la planta, requerimientos del proyecto, razón social, base filosófica de la empresa, estructura organizacional y marco legal es decir se encarga de toda la operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de poner en marcha el restaurante de comida vegetariana Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar.

## CATEGORIAS FUNDAMENTALES

**Gráfico 1: Categorías Fundamentales**



**Fuente:** Anteproyecto  
**Elaborado por:** Cristian Esquivel

# CAPÍTULO I

## EL PLAN DE NEGOCIO COMO HERRAMIENTA ADMINISTRATIVA

### 1.1 Administración

Según FERNÁNDEZ, Esteban (2010), cita a Fayol quien realiza la siguiente definición: **La administración se encuentra descrita en cinco funciones: Planificación, organización, mando, coordinación y control. La planificación consiste en trazar un plan de acción que permita a la organización alcanzar sus objetivos, a la organización la define como la capacidad de movilizar los recursos materiales y humanos para poner en práctica los planes. Mando significa dar dirección a los empleados y comprobar que realizan su trabajo. Coordinación equivale a asegurar que los recursos y actividades de la empresa trabajan armónicamente para facilitar su funcionamiento y su éxito. Control consiste en hacer un seguimiento de los planes para verificar que se llevan a cabo adecuadamente.** (pág.21)

Analizando lo citado la administración es el proceso conformado por cinco funciones como son la planificación, organización, mando, coordinación y control, mecanismos en la que se trabaja con personas así como también con recursos, objetivos y metas por cumplir; que buscan ser utilizados y coordinados de la mejor manera posible, es decir poniendo en práctica la eficiencia y la eficacia con la finalidad de obtener resultados favorables para la empresa u organización.

La administración entonces es una técnica que busca obtener resultados de máxima eficiencia por medio de la coordinación de todos los recursos que forman una empresa. La administración persigue un fin eminentemente práctico para obtener resultados integrando a los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para alcanzar objetivos y en sí el crecimiento y prosperidad de la empresa. De esta manera la administración explica que se debe combinar a la eficiencia con la eficacia para conseguir los objetivos organizacionales que se pretende alcanzar en un futuro, los mismos que le permitan a la empresa ser triunfadora y competitiva frente a otras.

Además se debe tener presente que en todo tipo de organización, que de la eficacia con que las personas trabajen para obtener fines comunes depende en gran medida de sus dirigentes.

### ***1.1.1 Características de la Administración***

Las características de la administración según Terry citado en RODRÍGUEZ, Joaquín (2010), son las siguientes: **La administración sigue un propósito. Es decir el cumplimiento de un objetivo o meta trazada, un medio para ejercer impacto en la vida humana por lo tanto la administración incide en su ambiente está asociada generalmente con los esfuerzos de un grupo es decir que las metas se consiguen de manera grupal, organizada y más no individualizada.** (pág. 198)

Es una actividad, no una persona o grupo de ellas. La administración no se refieren a las personas, sino a una actividad; y con ello sus designaciones ya sea como director o gerente, los que la practican no son necesariamente los propietarios. Esto quiere decir que el administrador y propietario son personalidades diferentes.

Se dice que la administración es importante debido a que esta se encuentra relacionada con la calidad de vida de la sociedad, además permite a las personas administrar de una mejor manera sus recursos con la finalidad de cumplir los objetivos que se han trazado dichas personas ya sea en la organización o en la familia, es decir la administración ayuda a tomar decisiones correctas.

### ***1.1.2 Importancia de la administración***

La importancia de la administración según Galván Escobedo citado por RODRÍGUEZ, Joaquín (2010), “No nació solo con la humanidad, sino que se extiende a todos los ámbitos geográficos, por lo que alcanza un carácter universal. Esto se debe a que en el ámbito del esfuerzo humano siempre existe un lado administrativo de todo esfuerzo planeado”. (pág. 71)

Entre los aspectos relevantes de la importancia de la administración tenemos:

- La administración se aplica a todo tipo de empresa.
- El éxito de un organismo depende de manera directa e indirecta de su buena administración.
- De forma adecuada eleva la productividad.
- La eficiencia técnica administrativa promueve y orienta el desarrollo.
- En los grandes organismos esta disciplina es indiscutible y esencial.
- En las pequeñas y medianas empresas es la única posibilidad de compartir.

## **1.2 Emprendimiento**

Para definir lo que es el emprendimiento CADEVELLA, David (2014), cita a Schumpeter quien señala que: “El emprendimiento consiste en hacer las cosas de diferente modo al que generalmente se hacen en la rutina de negocios” (pág. 148).

Según el autor el emprendimiento cambia o modifica el objetivo que tiene una empresa o negocio por cumplir, es decir va más allá de lo esperado, pero para que se dé el emprendimiento siempre debe existir el “emprendedor” que es el ideador y protagonista del emprendimiento

Según PONCIO, Darío (2010), el emprendedor “Es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo” (pág. 21).

Analizando la definición se puede decir que el emprendedor es quien originan la idea de planificar un proyecto para formar una empresa o negocio creándose su propio trabajo y poder brindar trabajo a más personas. Pero se debe tener en cuenta que el emprendedor no siempre es empresario, pues la principal satisfacción del emprendedor es idear, crear, emprender; mientras que el empresario es quien genera crecimiento.

El emprendimiento ha permitido que varias personas tengan grandes oportunidades de crear nuevos productos o servicios con la finalidad de satisfacer una necesidad que existe en un mercado, además se puede decir que el emprendimiento es aquel que se refiere a la capacidad de una persona para emprender nuevos retos y alcanzar mayores logros.

### ***1.2.1 Características del emprendedor***

Diferentes autores han intentado establecer cuáles son las características para tener la figura de emprendedor, es así que AUDET y Couteret (2012), definen los siguientes rasgos personales del emprendedor “Explora oportunidades, toma decisiones rápidas en un contexto de incertidumbre, demuestra capacidad de trabajo y el desarrollo de cualidades de liderazgo y trabajo en equipo” (pág.72)

Por lo tanto el emprendedor siempre está sometido a situaciones de riesgo y a situaciones que ponen en juego todas sus capacidades cognitivas a él más que a otras personas, los emprendedores son personas creativas con un enorme potencial, estos rasgos del emprendedor se pueden agrupar en diferentes categorías.

### ***1.2.2 Categorías del Emprendedor***

Las categorías del emprendimiento según Rouch y Frese (2007), citado por CALDEVILLA, David (2014), “Son innovación, personalidad proactiva, eficacia, tolerancia al estrés, autonomía, control y asunción de riesgos” (pág. 64).

**Innovación.-** Se da cuando la persona está interesada en nuevas formas de actuación y se da cuando la práctica social cambia, es así como el emprendedor exitoso pone en práctica o dice lo que mucha gente no se ha atrevido.

**La Eficacia.-** Esta es importante para el emprendedor porque debe el sujeto a aprender a confiar en sus propias capacidades para actuar de forma variada en momentos de incertidumbre.

**Tolerancia al estrés.-** La tolerancia al estrés es muy primordial y clave, pues los emprendedores deben tener una gran capacidad de trabajo y al mismo tiempo estar dispuesto a asumir riesgos financieros y personales, por esta razón pueden ser objeto de fuerte presión e inseguridad.

**Autonomía.-** Los emprendedores por naturaleza son personas autónomas e independientes, pues evitan las restricciones y normas preestablecidas.

**Capacidad de Creación.-** Hace referencia a la creación de un nuevo producto o servicio por parte de la persona emprendedora con el fin de tener a cambio una rentabilidad que le permita desenvolverse en la vida diaria. Toda persona emprendedora posee una capacidad de crear algún artículo novedoso destinado

para la venta y la satisfacción del cliente, se debe tener presente que la creatividad es aquella que con lleva a tener éxito en la vida diaria.

#### **1.4. Plan de Negocio**

Según CABRERIZO & NAVER,( 2009), define al Plan de negocios como: **El Plan de Negocios puede definirse como el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica.** (pág. 6).

Para los autores un plan de negocios es una herramienta fundamental en la implementación de un nuevo negocio que desea realizar un emprendedor, pues un plan es una planificación que permiten tener en claro los pasos son los más adecuados para crecer un negocio y vaya en beneficio personal, de los colaboradores y por ende de las familias implicadas; en donde debe plantearse el negocio de principio a fin.

Otra definición del Plan de negocios es la que emite HARVARD, Business (2009), quien señala que: **Un plan de negocios es esencialmente un anteproyecto para su empresa, una guía detalla que explica el concepto del negocio, la oportunidad del negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que están y estarán involucradas.** (pág. 10)

Esta definición es más completa aún acerca de lo que es un plan de negocios, pues se lo plantea como un anteproyecto que debe reunir varias puntualizaciones como el concepto del negocio, la oportunidad, el panorama competitivo para de esta manera garantizar el éxito al emprendedor.

### ***1.4.1 Importancia del plan de negocios***

El plan de negocios es muy útil para diferentes propósitos entre ellos los siguientes:

- Es útil para la realización de las visiones del emprendedor
- Recopila conocimientos e información
- Clarifica la toma de decisiones en cuanto al comercio
- Anima a las entidades financieras así como también a los socios a que sientan confianza para invertir.
- Demuestra la dedicación del futuro empresario

Solo un plan de negocios es la garantía de que un emprendedor es una persona organizada y que merece el respaldo económico de bancos y el apoyo de su familia y posibles colaboradores, pues el plan de negocios da credibilidad y confianza para el éxito de un negocio.

### ***1.4.2 Temas que deben estar inmersos en un plan de negocios***

El Plan de Negocios una vez elaborado debe considerar la descripción de los siguientes temas:

#### **Negocio**

El Negocio es algo productivo pero si va a generar genere dinero para vivir de forma autónoma con las utilidades que proporcione dicho negocio.

## **Recursos personales y objetos**

La única persona que debe tener conocimiento sobre su negocio o empresa es su dueño, quien estará consiente de las cosas que va a necesitar necesita y el recurso humano, es decir el personal que va a necesitar para iniciar su negocio.

## **Producto – Servicio**

El Producto o servicio que se va a comercializar es parte vital de un negocio, que estará centrado para su emprendimiento en lo que el cliente necesita para brindarle comodidad y se sienta complacido y satisfecho del servicio.

## **Descripción del mercado**

Antes de iniciar cualquier tipo de comercialización o acción de marketing, se necesita conocer el mercado en el que se pretende ingresar, pues un buen resultado de marketing requiere una visión acabada del mercado y el cliente.

## **Marketing y ventas**

- Son los principales instrumentos para llegar a los clientes potenciales para que se interesen en el producto o servicio.
- La decisión de publicar el producto o servicio mediante anuncios en periódicos locales, correspondencia directa, internet o asistir a las ferias internacionales de negocios, depende totalmente de lo que se va a vender y a quienes se lo va a hacer.

## **Desarrollo del negocio**

En el desarrollo de un negocio es complicado pensar de 3 a 4 años en adelante, e incluso antes que éste operando. Sin embargo, sería una ventaja si, en esta fase temprana, se puede visualizar los contornos de una empresa aún más grande y más interesante que la que se inicia hoy y a la que se puede llegar.

## **Presupuesto**

El presupuesto está centrado en los temas teóricos descritos en términos económicos, para ellos se debe tomar en cuenta la claridad de en los planes, para facilitar la elaboración de presupuestos; que a la vez servirán para concretar los planes o volver atrás s éstos son exagerados ajenos a la realidad.

## **Financiación**

Financiación meramente significa el cómo se va a obtener los fondos que necesitan para iniciar una propia empresa.

Hoy en día se ha venido observando la existencia de varios planes de negocio mismos que han sido creados para satisfacer necesidades propias, así como también para generar empleos con la finalidad de ser productivos y emprendedores cada día, ya sea mediante un negocio o servicio. La creación y puesta en marcha de los planes de negocio por parte de las personas que han visto la necesidad de salir adelante trae como efecto resultante la reducción de desempleo y la satisfacción de las personas a través de la creación de nuevos productos y servicios.

### ***1.4.3 Aplicaciones del Plan de Negocios***

Según ONOFRE Luis, (2014), Las principales aplicaciones que presenta un plan de negocio son las siguientes: “Al operador un plan de negocios le sirve de mucho, pues lo puede aplicar principalmente para detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión”. (pág. 63)

También viabiliza la obtención de la prestación y financiación bancaria, pues en ella se encuentra inmersa la previsión de estados económicos y financieros del

negocio, además informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia; ayuda a:

- Viabilizan la negociación con proveedores.
- Atraen a nuevos socios o colaboradores al negocio.
- Especificar otras etapas que viabilicen la medición de sus resultados.
- Crear metas a corto y mediano plazos alcanzables.
- Precisar claramente los resultados finales esperados.
- Instaurar juicios de medición para saber cuáles han sido los logros.
- Identificar las oportunidades que pueden ser posibles de aplicarlas para aprovecharlas en su aplicación.
- Implicar en su estructuración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nominar a un coordinador o responsable de su aplicación.
- Anunciar las dificultades que se puedan presentar y las posibles medidas a tomar para lograr corregirlas.

#### *1.4.4 Plan de Negocio vs Modelo de Negocio*

Para analizar claramente en que consiste el plan de negocios y el modelo de negocios se ha considerado la diferenciación que realiza BLANK Steve, (2014), quien señala que: **Los emprendedores generan un plan de negocios, una vez escrito es una colección de hechos. Una vez completado no sueles escuchar a la gente re-escribiendo su plan. En todo caso es considerado la culminación de todo lo que saben y creen. Es estático. En contraste, un modelo de negocio es diseñado para ser cambiado rápidamente para reflejar lo que se encuentra fuera del negocio. Es dinámico.** (pág.16)

El Plan de negocios, entonces según el autor es la parte teórica de un negocio, en donde se encuentra claramente planificado el modelo del negocio de una

determinada empresa, en donde se encuentran claramente registradas las estrategias a seguir, los objetivos, el costo que implicará y finalmente predecirá resultados.

Mientras que el modelo de negocio es modificable, es decir está expuesto a cambios según cambie la empresa, se caracteriza por ser innovadora, tanto al producto como a la estrategia con la finalidad de generar un valor agregado a la empresa. Todo emprendedor debe tener en cuenta que para que su empresa obtenga un buen desarrollo económico siempre debe estar unificado el plan de negocios con el modelo de negocios; pues no solo es importante la organización y la planificación sino que es primordial la innovación y el emprendimiento que terminará convenciendo a los inversionistas y colaboradores.

#### ***1.4.5 Etapas del Plan de Negocio***

**Gráfico 2: Etapas del Plan de Negocios**



**Fuente:** MAS Ruiz, 2010

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

El plan de negocios es un documento indispensable y necesario para el emprendedor que quiera montar una empresa o negocio, En distintas situaciones

de la vida de una empresa se hace necesario mostrar en un documento único todos los aspectos de un proyecto: para su aprobación por superiores dentro de la organización, para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito, para presentar una oferta de compraventa, para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía local o extranjera, o para interesar a un potencial socio.

#### ***1.4.5.1 Estudio de mercado***

MAS Ruiz, (2010), expresa que: **La concepción, planificación y ejecución de un estudio de mercado se realiza través de un proceso de investigación, que consiste en una serie de etapas que guían dicha investigación desde su concepción hasta el análisis, la recomendación y la acción final. Este proceso de investigación proporciona un enfoque sistemático y planificado para el estudio a ayuda a asegurar que ésta incluya fases y elementos consistentes entre sí. Por ejemplo, el diseño y planificación de la investigación deben ser consistentes con el propósito y con el objetivo de la investigación.** (pág. 5).

Según el autor el estudio de mercado es una investigación profunda, organizada y planificada que permitirá al empresario delimitar o definir claramente su propósito y objetivo de su investigación.

La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta, es decir (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen; y para conocer la demanda o sea quiénes son y qué quieren los consumidores.

El plan de negocios refleja algunos sucesos históricos como la trayectoria de la empresa, del mercado, del consumo, entre otras, pero fundamentalmente describe situaciones posibles en el futuro. En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los consumidores, qué precios

están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

Si bien no en todos los casos es imprescindible contratar una investigación de mercado extrema, debe buscarse información sobre la demanda que responda estas preguntas, sustentando la propuesta del plan de negocios. Fuentes como revistas y diarios especializados, cámaras empresariales, internet, consultores o personas que ya están en el mercado pueden aportar información valiosa.

Los aspectos que se deben tomar y tener en cuenta al momento de realizar un estudio de mercado son de vital importancia puesto que, a través de éstos se puede obtener una información muy clara acerca del mercado, siendo:

*a) Segmentación del Mercado.*

LLAMAS Arjona, (2009), señala que: **Segmentación del mercado es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicará una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman los segmentos y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos.** (pág. 30)

Como el autor señala, la segmentación del mercado es la subdivisión de un grupo en subgrupos con características comunes y afines, división que se realiza con el afán de satisfacer las necesidades particulares de este subgrupo. a que a través de la segmentación se puede conocer a los posibles consumidores de un producto o servicio que se pretende ofrecer.

*b) Análisis de la Demanda.*

Se realizar un análisis de la demanda entendiéndose esta como la cantidad de productos ya sean estos bienes o servicios que los consumidores están dispuestos

a adquirir a un determinado precio satisfaciéndose así sus respectivas necesidades. Además la demanda es aquella que depende de varios factores siendo estos: la necesidad real del bien o del servicio, el precio del producto y el nivel de ingresos de la población.

Se estudia a la demanda para determinar:

- Cuál es el mercado potencial al que le podemos vender.
- Cuál es el grado de satisfacción que brinda el producto comprado.
- Qué toman en cuenta las personas para elegir el producto.
- Por qué un producto es más vendido que otro.
- Dónde viven nuestros posibles clientes.
- Qué se debería hacer para que consuman nuestros productos o servicios.

### ***c) Análisis de la Oferta.***

Se debe realizar un análisis muy claro y preciso mismo que permita obtener una información veraz, así pues la oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes o prestadores de servicio ponen en los mercados a disposición de los consumidores para que estos puedan satisfacerse en sus necesidades.

Además para realizar la proyección de la oferta se debe considerar los siguientes aspectos los cuales son: datos del pasado de la oferta que han generado los diversos ofertantes, factores que limitan la oferta futura y las instalaciones y equipamiento de los diversos oferentes.

Igualmente se estudia a la oferta para determinar:

- Qué servicios y productos se están ofreciendo.
- A quienes se están ofreciendo.
- Es mayor la oferta o la demanda.
- En que épocas se venden los productos o servicios que ofertan.

- A qué precios se venden los productos o se ofrecen los servicios.
- Cuáles productos sustitutos se venden.
- Quienes son nuestra competencia.

***d) Determinación de la Demanda Insatisfecha.***

Es la demanda en la cual las personas no han logrado acceder al producto o servicio y en todo caso si accedieron no están satisfechos con él, de este modo se puede decir que en relación a la demanda proyectada y oferta proyectada se determina la demanda insatisfecha.

***e) Mezcla de Marketing.***

La mezcla de marketing está compuesta por las cuatro p siendo estas el producto, precio, plaza o distribución y la promoción.

***Perfil de los Productos y/o Servicios:*** Comprende en las características que estos deben poseer, una característica relacionada con el producto es el beneficio que los consumidores esperan obtener de él, al igual que del servicio. Un producto puede ser una mercancía, un servicio, una idea o una combinación de los tres.

***Análisis de los Precios:*** Consiste en realizar un estudio del precio enfocándose a la elasticidad de precios de la demanda de esta manera definiéndole así al precio como un valor que una persona está dispuesta a pagar a cambio de recibir un producto, es decir el precio esta expresado en términos monetarios.

Además se dice que el análisis de los precios es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

También se dice que el precio está vinculado con el tamaño del canal de distribución establecido en la respectiva comercialización, este precio se fija a un

producto con el fin de que la empresa se mantenga en supervivencia con la finalidad de que esta posea una mayor participación en el mercado.

***Análisis de los Canales de Distribución:*** A través de este análisis se pretende identificar a cada uno de los diferentes canales de distribución destacándose los siguientes:

- Productores-consumidores.
- Productores-minoristas-consumidores.
- Productores-mayoristas-minoristas consumidores.
- Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores.

***Productores-Consumidores:*** Este canal es el más rápido, se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos.

***Productores-Minoristas-Consumidores:*** Este canal es muy común debido a que se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que presenten y vendan los productos.

***Productores-Mayoristas-Minoristas Consumidores:*** El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados, este canal se da más en la medicina, madera, entre otros.

***Productores-Agentes-Mayoristas-Minoristas-Consumidores:*** Este es el canal más indirecto y es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen.

Los canales de distribución están constituidos por organizaciones independientes mismas que participan en el proceso de colocar un producto o servicio para su respectivo uso o consumo.

Para determinar el canal de distribución existe una serie de factores los mismos que son: objetivos que persíguela empresa, tipo de producto que desea

comercializar, mercado que se desea atender, capacidad de la empresa para establecer o no sus propios canales de distribución.

La plaza o también conocida como distribución juega un papel muy importante dentro del ámbito empresarial así como también dentro del mercado ya sea este grande, mediano y pequeño, además se puede decir que la distribución es una acción muy importante ya que consiste en repartir un producto a los locales en que se deben comercializar.

#### *f) Análisis de la Promoción.*

Es necesario que nosotros tengamos en cuenta que la promoción es una actividad importante puesto que a esta se utiliza para facilitar intercambios, además la promoción tiene objetivos los mismos que consisten en identificar y atraer nuevos clientes, introducir un nuevo producto, dar a conocer a los clientes las mejoras del producto, atraer más clientes con la finalidad de que estos compren con mayor frecuencia, entre otros.

Así también se puede decir que la promoción incluye actividades promocionales y materiales independientemente de la venta personal, la publicidad, la propaganda y el empaque.

#### *1.4.5.2 Estudio Técnico.*

Como lo da a conocer SAPAG, Nassir (2008) El estudio técnico es: **Aquel que tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área, en particular con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente.** (pág.25).

Todo proyecto debe tener un estudio técnico con la finalidad de obtener información de necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

El estudio técnico es aquel que se enfoca principalmente en evaluar el lugar más conveniente para fabricar los productos así como los procesos y factores que intervienen en la conformación de la respectiva cadena productiva, además dentro de este estudio técnico se debe considerar los siguientes aspectos: factores que determinan el tamaño de la empresa, localización del proyecto, ingeniería del proyecto, distribución de la planta y requerimiento del proyecto.

***a) Factores que Determinan el Tamaño de la Empresa.***

Existen varios factores que permiten determinar el tamaño de la empresa, los mismos que son muy fundamentales dentro del estudio técnico, siendo estos los siguientes: el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

***El Tamaño del Proyecto y la Demanda:*** Se dice que la demanda es uno de los factores que ayuda a determinarte el tamaño del proyecto es decir, el tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea superior, si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda no sería recomendable llevar a cabo la instalación debido a que sería muy riesgoso.

***El Tamaño del Proyecto, Materia Prima y Suministros:*** Este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto. Aquí se deberá listar todos los proveedores de materias primas y suministros que nos abastecerán , se debe tener en cuenta que en caso de que el abastecimiento no sea totalmente seguro se recomienda que se busque en otros países dichas provisiones o cambiar de tecnología y en caso de ya no ser posible abandonar el proyecto.

***El Tamaño del Proyecto, la Tecnología y los Equipos:*** Menciona que las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costos de producción.

Además se dice que la tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables.

***El Tamaño del Proyecto y el Financiamiento:*** En este punto se debe tener muy en cuenta a los recursos financieros, debido a que si son suficientes estos recursos se podrá poner en marcha el proyecto, en caso de ser insuficientes para atender a las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible.

#### ***b) Localización del Proyecto.***

Aquí es importante determinar la ubicación más ventajosa de la planta de producción o de generación de servicios que se pretende en el proyecto de inversión.

Se puede decir que el estudio de la localización del proyecto se realiza en dos niveles siendo estos el nivel macro o zona donde se ubicara la planta y a nivel micro o el sitio específico.

***Macrolocalización:*** Aquí es necesario elegir el área en donde se establecerá la planta de producción o de prestación de servicios, es decir para tomar esta decisión se debe llevar a cabo principalmente una evaluación con respecto al mercado de los consumidores y las fuentes de materias primas, el análisis consiste en decidir si la planta deberá establecerse cerca del área donde se encuentran los consumidores o donde se localizan las fuentes de materias primas.

***Microlocalización:*** Se requiere identificar de manera específica en que terreno se ubicara la planta que contempla el proyecto, esta microlocalización se realiza de

manera simultánea con la determinación de las especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de la planta de producción.

Se debe tener presente que la ubicación debe satisfacer las necesidades de maquinaria, instalaciones, dimensiones para alojar el equipo y a los trabajadores, entre otros.

### ***c) Ingeniería del Proyecto.***

Esta ingeniería es aquella que se ocupa de resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Se cabe recalcar que para lograr un funcionamiento adecuado de la planta y de las instalaciones deben centrarse a una serie de factores que permitan diseñar el esquema de trabajo según las características específicas del proyecto.

***Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos:*** En esta parte se analizará de manera eficiente de cuál será el proceso de compra de la materia prima que se requerirá para realizar dicho producto que se pretende sacar al mercado.

Una vez que se haya analizado el proceso de compra de los insumos se procederá a representar de una manera gráfica dicho proceso a través de diagramas de flujo de proceso.

***Proceso de Producción:*** Este proceso está conformado por tres elementos siendo estos el de entrada, proceso y salida, así pues el proceso de producción se clasifica según el volumen y la rapidez con que procesan los productos. Al igual que el proceso de compra de materia prima e insumos a este proceso de producción también se lo representará a través del diagrama de flujo de proceso u otros diagramas ya depende de qué tipo de diagrama se desee utilizar.

Los diagramas existentes son el diagrama de bloque el cual consiste en representar de una manera sencilla cada proceso utilizando rectángulos y flechas para indicar

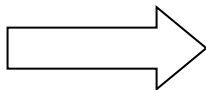
la secuencia de las diversas operaciones que se ejecutan en el proceso de producción o de compra de insumos.

Otra técnica es el del cursograma analítico el mismo que permite observar a detalle las operaciones de cada uno de los centros de transformación que intervienen en el proceso global de la fabricación.

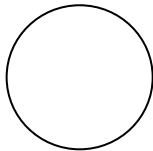
Así también existe el diagrama de flujo de proceso, siendo este el diagrama más utilizado debido a que este representa con mayor detalle los diversos procesos, en este diagrama se utiliza la siguiente simbología:



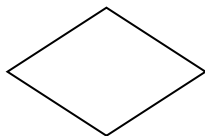
**Operación:** Se utiliza este símbolo cada vez que ocurre un cambio en un ítem.



**Transporte:** Este indica la acción de transportar algún elemento de un lugar a otro.



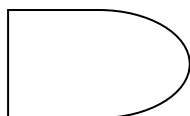
**Inspección:** Es la acción de verificar la calidad del proceso o calidad del producto.



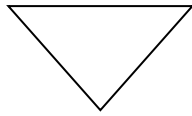
**Diamante:** Se utiliza este símbolo en el proceso que se deba tomar una decisión.



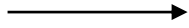
**Documentación:** Se utiliza para indicar que la salida de una actividad incluye información registrada en papel.



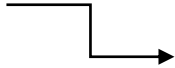
**Espera:** Se utiliza cuando un ítem o una persona deben esperar.



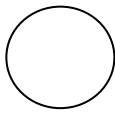
**Almacenamiento:** Se utiliza cuando exista una condición de almacenamiento.



**Dirección del flujo:** Se emplea una flecha para indicar el movimiento de un símbolo a otro.



**Transmisión:** Se utiliza para identificar aquellos casos en los cuales ocurre la transmisión inmediata de la información.



**Conector:** Se utiliza a este símbolo con una letra dentro y este sirve para indicar que la salida de esa parte de diagrama de flujo servirá como entrada para otro diagrama de flujo.



**Límites:** A este símbolo se lo utiliza para indicar el inicio y el fin del proceso.

Otro es el diagrama de hilos el mismo que es una herramienta de trabajo y que está conformada por una maqueta a escala que muestra los principales centros de trabajo.

#### ***d) Distribución de la Planta.***

Consiste en distribuir de una buena manera la planta ya que una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica y está a la vez mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

***Diseño de la Estructura de la Empresa:*** En este punto se presenta la planimetría de la distribución física de cada una de las áreas que integra la empresa.

#### ***e) Requerimientos del Proyecto.***

Aquí se procederá a identificar los requerimientos totales que se necesitara para cada una de las áreas de la empresa u organización como vehículos, maquinaria, muebles y enseres entre otros.

#### ***1.4.5.3 Propuesta Administrativa.***

La propuesta administrativa es aquella dimensión jurídica o legal así como también funcional o técnica para la creación de una nueva empresa, por tanto la propuesta administrativa está diseñada para tomar medidas que sean positivas para que la empresa fije ventajas que le permitan ser competitiva y para que gane mercado.

#### ***a) Razón Social.***

La razón social de una empresa está representada por: el nombre, su logo y slogan siendo estos primordiales para la empresa, para que a través de estos la empresa u organización pueda ser reconocida por las personas.

#### ***b) Base filosófica de la Empresa.***

Toda empresa tiene su base filosófica la misma que está representada por la misión, visión, objetivo general y específicos, estrategias, principios y valores, constituyéndose estos como los puntos más importantes que posee una empresa.

#### ***c) Estructura Organizacional.***

La organización necesita adoptar una estructura correcta motivo por el cual se debe diseñar una estructura organizacional la misma que implica asignar responsabilidades de tareas y autoridad para la toma de decisiones dentro de una organización. De esta manera se puede decir que la estructura organizacional está

representada por organigramas siendo estos el organigrama funcional, estructural y el personal, estos a su vez pueden ser de diseño vertical, horizontal, circular y de bloque.

***d) Marco Legal.***

No hay que olvidar que un proyecto por muy rentable que sea antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes, como es la constitución legal de la empresa, sus funcionamientos, sus restricciones entre otros.

**1.4.5.4 Estudio Financiero.**

Al señalar SAPAG, Nassir. (2008). El estudio financiero es: “La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, además los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores” (pág.30).

Se dice que el estudio financiero es aquel estudio que permite y ayuda a identificar cuáles serán las fuentes de financiamiento, a que instituciones se podrá acudir para poder adquirir el recurso monetario siendo este un recurso importante para poder ejecutar el proyecto así como también para poder adquirir o comprar la maquinaria que le hace falta a la empresa o industria para poner en marcha o continuar con sus actividades y de esta manera evitar contratiempos.

El estudio financiero es aquel que comprende dos etapas muy importantes siendo estas:

- Elaborar la información financiera.
- Evaluación financiera de los resultados proyectados.

La información financiera se refleja en los diferentes estados financieros siendo estos el estado de resultados, el balance general y el estado de flujos de efectivo, los cuales se utilizan para realizar la respectiva evaluación financiera.

Así también tenemos la evaluación financiera la misma que consiste en conocer y medir la utilidad que genera el proyecto de inversión con la finalidad de compararla con los estándares de rendimiento para ello se necesita de la información acerca de los flujos de efectivo, inversión neta, costo de capital, tasa mínima de rendimiento y el tiempo estimado del proyecto de inversión. Además se cabe mencionar que todo proyecto debe estar sustentado con el estudio financiero puesto que este es muy importante.

***a) Inversión Inicial.***

La inversión inicial es aquella que comprende la compra de todos los activos fijos o tangibles así como también de todos los activos diferidos o intangibles mismos que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Se puede decir que los activos fijos o tangibles son las mercancías propiedad de la empresa como los terrenos, edificios, maquinaria y equipo, mobiliario entre otros.

Mientras que los activos diferidos o intangibles son el conjunto de mercancías propiedad de la empresa que son necesarios para su funcionamiento pero que no se pueden percibir es decir se trata de las patentes, marcas, nombres comerciales, contratos de servicio como agua, luz, teléfono, entre otros.

***b) Financiamiento.***

El financiamiento ocurre cuando se ha visto la necesidad de recurrir a un préstamo para cubrir todo o una parte del proceso de la inversión, así pues al pedir un préstamo se incurrirá en una de cuatro formas generales para pagarlo.

De esta manera se puede decir que la primera forma de pago es pagar el capital y los intereses al final de los cinco años, la segunda forma consiste en el pago de

intereses al final de cada año así como de intereses y de todo el capital al final del quinto año, la tercera forma es el pago de cantidades iguales al final de cada uno de los cinco años y el cuarto es el pago de intereses y una parte proporcional del capital al final de cada uno de los cinco años.

***c) Cronograma de Inversión.***

Consiste en elaborar un cronograma de inversiones o programa de instalación de los equipos a través de un diagrama de Gantt en donde que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con los tiempos que se tarde tanto en instalar como poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable.

***c) Depreciación y Amortización.***

La depreciación es aquella que se aplica a todos los activos fijos porque estos con su uso van perdiendo su valor monetario es decir se van depreciando y con respecto a la amortización se puede decir que se aplica a los activos diferidos o intangibles ya que si se ha comprado una marca comercial con el paso del tiempo esta no baja de precio ni se deprecia sino que cada año se va realizando un cargo para recuperase esa inversión es decir se va amortizando.

***d) Determinación de los Costos de Operación.***

Dentro de la determinación de los costos de operación se pueden considerar a los costos fijos y variables, en donde los costos fijos son aquellos cuyo monto es el mismo aunque hasta cierto límite cambie el volumen de producción como pueden ser: las rentas, los sueldos del personal ejecutivo, administrativo, de producción, intereses de los préstamos entre otros, mientras que los costos variables o también conocidos como costos directos son aquellos que están relacionados directamente con el volumen de producción como puede ser: la materia prima, materiales, comisiones de ventas entre otros.

***e) Punto de Equilibrio.***

Es una herramienta muy importante la misma que es usada para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias considerando las funciones de costo total y de ingreso total, de esta manera se puede decir que el costo total es la suma de los costos fijos y de los costos variables en el corto plazo, mientras que el ingreso total está dado por la cantidad del producto y por el precio unitario bajo el supuesto de que todo lo producido es vendido.

***f) Estados Financieros.***

De acuerdo a CARVALHO, Javier (2004). Los estados financieros son: “Una representación financiera estructurada de la posición financiera y de las transacciones llevadas a cabo por una empresa”. (pág.2)

Se puede decir que los estados financieros son aquellos que muestran los resultados obtenidos durante un determinado de tiempo contable, es decir estos estados proporcionan información acerca de la posición financiera y cambios de una empresa, además estos estados financieros permiten a la empresa tomar decisiones con respecto a lo económico, estas decisiones pueden ser como mantener o vender la inversión o remplazar el personal.

***Estado de Resultados:*** El objetivo que tiene el estado de resultados o también conocido como el estado de pérdidas y ganancias es calcular la ganancia neta y los flujos netos del efectivo del proyecto de inversión, que en general son el beneficio o ganancia real por operar la planta y vender la producción.

***Estado de Flujo de Caja:*** Este estado trata de comprobar el estado de liquidez de la firma o del proyecto; es decir la cantidad de dinero en efectivo que se espera tener en el futuro.

**Balance General:** Es aquel que representa la situación de la empresa en un determinado momento, en el balance encontramos al activo, pasivo y capital, en donde el activo significa cualquier pertenencia material o inmaterial, el pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros y el capital significa los activos representados en dinero o en títulos, que son de propiedad de los accionistas o propietarios de la empresa.

**g) Evaluación Financiera del Proyecto.**

Es importante hacer una evaluación financiera del proyecto para concluir si la planta se puede construir, si se recuperara la inversión en poco tiempo y si se obtendrán ganancias de la misma.

**Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR):** Permite conocer la ganancia que el inversionista espera alcanzar a través de la ejecución del proyecto, su fórmula es:

(Promedio de tasa activa + Promedio de tasa pasiva)/2+ % Riesgo negocio).

Promedio entre la tasa activa y la tasa pasiva que presenta el sistema financiero del país más un porcentaje de prima de riesgo.

**Valor Actual Neto (VAN):** Método que considera el valor del dinero en el tiempo, si el van es positivo la inversión debe realizarse, a mayor van mejor el proyecto.

Se aplicara la siguiente fórmula:

$$V.A.N. = \frac{1FE_0}{(1+i)^0} + \frac{1FE_1}{(1+i)^1} + \frac{1FE_2}{(1+i)^2} + \frac{1FE_n}{(1+i)^n}$$

**Tasa Interna de Retorno (TIR):** Esta es la tasa de descuento a la que el valor presente neto de una inversión arroja un resultado de cero o la tasa de descuento que hace que los flujos netos de efectivo igualen el monto de la inversión.

**Periodo de Recuperación:** Es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión en un proyecto, los mejores proyectos son los de menor periodo de recuperación.

$Pr = (\text{Inversión} * n \text{ años}) / \text{sumatoria del flujo neto}$

**Relación Costo Beneficio:** Permite relacionar los flujos netos del proyecto para cubrir la inversión necesaria. Para que exista una rentabilidad la relación costo beneficio debe ser mayor a 1.

**RB/C= Ingresos totales actualizados / Costos totales actualizados.**

**Análisis de Sensibilidad Económica:** A través de la sensibilidad económica se podrá realizar una evaluación de los distintos factores que intervienen en el proyecto de factibilidad, determinando así la decisión de su ejecución. Para realizar el análisis de la sensibilidad económica se toma en cuenta a la tasa mínima aceptable de retorno, al valor actual neto, a la tasa interna de retorno, al periodo de recuperación y también al costo beneficio.

#### ***h) Razones Financieras.***

A las razones financieras también se les conoce con el nombre de tasas financieras, las mismas que son: razones de liquidez, razones de actividad, razones de rentabilidad y razones de endeudamiento.

**Razones de Liquidez:** Evalúan la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo.

**Razones de Actividad:** Miden la utilización del activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que los integren.

***Índices de Rentabilidad:*** Miden la capacidad de la empresa para generar riqueza (rentabilidad económica y financiera).

***Índices de Endeudamiento, Solvencia o Apalancamiento:*** Son aquellos que relacionan recursos y compromisos.

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1 Introducción**

El estudio de mercado es un instrumento muy importante en el desarrollo de esta investigación, pues en él se extrae información muy necesaria sobre los posibles clientes permitiendo conocer algunos antecedentes, tales como: gustos, preferencias, necesidades y adquirir información sobre precios del mercado, canales de distribución, conocer el tipo de publicidad que es necesaria para llegar al cliente, competencia, proveedores, etc.

La aplicación de un estudio de mercado en cuanto al movimiento comercial de un restaurant de comida en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, es muy necesario pues permitirá determinar si existe o no aceptación de la población para la creación de un nuevo negocio que se dedique a brindar el servicio de alimentación vegetariana y saludable en Pujilí, y de esta manera determinar si existe o no un buen grado de aceptación de las personas del cantón.

Por consecuencia este estudio permitirá también identificar a las personas insatisfechas con el servicio de restaurantes en el cantón Pujilí, lo que facilitará a que la investigación sea viable con el propósito de crear un restaurante de comida vegetariana que brinde una buena nutrición para conservar la salud de los consumidores. Los temas que se tomarán muy en cuenta en el presente estudio de mercado son los siguientes: Investigación de mercado, universo de investigación, recolección

de información, demanda, oferta, determinación de la demanda insatisfecha, siendo estos los temas más importantes.

## **2.2 Objetivos**

### ***2.2.1 Objetivo General***

- Determinar la factibilidad de la apertura de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí a través de un estudio de mercado para saber si será lo suficientemente rentable para justificar la decisión de inversión.

### ***2.2.2 Objetivos Específicos.***

- Establecer la demanda actual y futura que tiene el servicio de alimentación en el cantón
- Determinar la oferta que hay en el mercado de Pujilí del servicio de restaurantes
- Establecer la demanda potencial insatisfecha del producto y servicio

## **2.3 Idea del Negocio**

La idea del negocio para la creación de un restaurante de comida vegetariana ha surgido por la pésima variedad de alimentos que brindan los restaurantes del cantón, pues solo se basan en cárnicos, grasa animal, que ha sido una de las causas de enfermedades tales como hipertensión, infartos, obesidad.

La falta de un restaurant de comida vegetariana que ofrezca una alimentación alternativa basada en alimentos de origen vegetal, ha sido una de las causas para que las personas del sector de Pujilí, no se interesen por el consumo de legumbres, frutas, raíces, otro factor ha sido la falta de información en alimentación, situación que ha hecho que las personas tengan que alimentarse de forma incorrecta, siendo los niños los más afectados ya que los distintos alimentos contienen tipos y cantidades de nutrientes diferentes necesarios para que su cuerpo pueda funcionar y crecer de forma adecuada.

Como se ha podido observar en el cantón Pujilí solamente existen restaurantes dedicados a preparar comida rápida y basada en cárnicos y hasta baja en nutrientes.

Por esa razón con la creación de un restaurante de comida vegetariana se pretende otorgar un servicio de calidad y ofertar productos que contengan un alto nivel de nutrientes, y que de una u otra manera frene el sacrificio de los animales y la proliferación de crianza de reses que con el tiempo dejará un impacto ambiental desfavorable a las futuras generaciones y sobre todo una alimentación que salvaguarde la salud de los pujilenses, a precios accesibles para el alcance de la economía de las personas del cantón.

## **2.4 Investigación de Mercado**

### ***2.4.1 Planteamiento del Problema***

Los expertos en salud afirman que la comida rápida y la que es basada en cárnicos y sus derivados, no es muy saludable porque contiene mucha grasa, ácido úrico que se registran principalmente en la carne roja y por las exageradas calorías que la comida rápida posee.

Sin embargo, las condiciones laborales, así como la falta de tiempo, hacen que la comida rápida o fast food sea la elección de muchas personas para poder comer rápidamente y con bajo coste de forma habitual, sin tomar conciencia de las grandes cantidades de grasa que aporta esta comida y los efectos perjudiciales en la salud. Además la falta de ejercicio, los malos hábitos alimenticios y el tabaquismo se vuelven un problema para el corazón de los ecuatorianos. Estos factores, sumados a otros de riesgo, como hipertensión, obesidad y colesterol alto, son los causantes directos de las enfermedades cardiovasculares, que constituyen el primer motivo de muerte en el país.

Actualmente hemos visto un crecimiento del sector alimenticio en la Provincia de Cotopaxi, en donde los negocios cada vez van evolucionando más, cambiando e innovando en maquinaria y tratando de adelantarse a los demás, lo que les hace que cada vez sean más competitivos, pero si bien es cierto en cuanto al servicio de comida de la provincia solo se ha apuntalado a lo rico, aunque tenga niveles altos de azúcares, grasas y demás; a la cantidad y no a la calidad y el servicio inexperto del personal de servicio que no dan un trato adecuado al cliente, todo esto ha llevado a que grandes negocios se quiebren.

Otro de los puntos que han desfavorecido a los restaurantes de comida en algunos casos se ha dado a la falta de una buena comida nutritiva y una mala higiene en la preparación de los alimentos, algunos de los restaurantes de la provincia han quebrado, el constante crecimiento de las actividades en los cotopaxenses ha hecho que los restaurantes como se decía grandes se queden sin clientes porque ellos deciden ir a comprar alimentos en otros sitios como cafeterías y sitios de comida rápida

Al brindar comida exquisita, rica en proteínas, saludable, que cumpla con todos los parámetros de higiene y que tenga un servicio rápido, hará que los clientes se interesen por consumir y vuelvan, a esto se debe sumar que si existe un lugar adecuado y confortable también va a ser un motivo más para atraer clientela; ya en la actualidad pocos son estos lugares en el cantón Pujilí y el mercado aún no

está explotado en un 100%, conocido la existencia de estas falencias, se debe aprovechar, para instaurar un restaurant que innove en la comida que ofrece y en puesto que actual un restaurantes es un negocio muy atractivo para nuevas inversiones que con una combinación de planes empresariales y organizacionales y una buena actitud será uno de los mejores restaurantes en ofrecer comida vegetariana en el cantón y porque no en la provincia.

#### ***2.4.1.1 Formulación del problema***

¿Cómo incide la falta de un restaurante que ofrezca comida saludable y un buen servicio de alimentación a un precio accesible para las personas del cantón Pujilí?

#### ***2.5.2 Posible Solución***

Teniendo en cuenta todos los aspectos antes puntualizados se cree que es conveniente poner en marcha la creación de un restaurante de comida vegetariana, el mismo que contara con un excelente servicio y brindará alimentos de calidad y nutritivos. La alimentación debe ser una herramienta indispensable en la vida diaria y cotidiana de una persona que está en constante actividad, ya que las personas que trabajan, estudian en el cantón no cuentan con el tiempo necesario para preparar sus alimentos por eso la necesidad de contar con un lugar en el que se prepare alimentos nutritivos y con asepsia consiguiendo así mantener un buen estado nutricional y unas condiciones óptimas de reserva de energía y nutrientes que le permitan afrontar con garantías la actividad que realicen al que ellos estén inmersos.

#### ***2.5.3 Justificación***

La realización de esta investigación es para sustentar que la ejecución de investigaciones de mercado, previo la apertura de un negocio o de la creación de una grande, pequeña y microempresa; sirve como una herramienta de toma de

decisiones vital para la supervivencia de una inversión. Este tipo de estudios identifica claramente quienes van a ser sus clientes? Qué prefieren ellos? Cómo quieren ser tratado?

También ayuda en tener en cuenta la cantidad de ingresos que se puede percibir con el ofrecimiento de este servicio. Las estrategias a utilizar para lograr posicionarnos adecuadamente en la mente de nuestros clientes tendiendo la fidelidad de ellos hacia el servicio que ofrecemos en el mercado. Pero también ayuda a tener presente que una inversión por pequeña que sea no la podemos realizar por simples corazonadas o convencimiento de asesores que pueden equivocarse.

Para este trabajo investigativo se utilizará como campo de investigación a la población urbana de ambos género entre 18 y 70 años de edad del cantón Pujilí ya que representan los clientes potenciales para esta nueva unidad de negocio que se propone.

Además se puede abarcar otros lugares como centros de salud, instituciones públicas y privadas para el estudio, pero son los gimnasios donde se encuentran mayormente nuestros posibles consumidores ya que sus asistentes son quienes se preocupan más por su estado de salud y apariencia física que el resto de la población.

Se considera necesario el estudio de la factibilidad para ejecutar este proyecto porque la demanda de este servicio no está satisfecha en esta localidad ya que Pujilí cuenta con un restaurante de este tipo que además le falta ofrecer un mejor servicio a los clientes en cuanto a variedad de menús y atención.

Además de ofrecer importantes beneficios para la salud a los consumidores de este tipo de alimentación al hacer posible la ejecución de este proyecto se estará buscando satisfacer las necesidades del segmento de población que no ha sido satisfecha y que está esperando por ser atendida, es por esto que se justifica la ejecución del mismo que luego de un estudio de mercado se estima será rentable. A más de ser un proyecto encaminado al beneficio de la salud de la comunidad y que no cuenta con mayor competencia, generará algunos puestos de trabajo

directos con el funcionamiento del restaurante como son: cocinero principal, cocinero auxiliar, además de dos empleados; uno para servicio directo y otro para servicio a domicilio, e indirectamente las operaciones de compra con los proveedores.

Sin alejarse de la realidad este sería un tipo de negocio que a más de generar rentabilidad deja la satisfacción personal de contribuir con la conservación y el mejoramiento de la salud e imagen de nuestros posibles consumidores en el cantón Pujilí y así ayudar a la contribución de su desarrollo.

## ***2.5.4 Fuentes de Información***

### ***2.5.4.1 Fuentes Primarias***

La técnica de recolección de datos que se aplicó es una encuesta, para la cual se diseñó un cuestionario con preguntas relacionadas con el mercado al que se pretende ingresar para conocer las fortalezas y debilidades de los restaurantes actuales o negocios similares, así como para conocer las expectativas del mercado,

### ***2.5.4.2 Fuentes Secundarias***

Se utilizarán fuentes secundarias externas como:

- La competencia (Comparación de precios y gastronomía):
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).
- Banco Central del Ecuador.
- Servicio de Rentas Internas (SRI).
- GAD de Pujilí

### ***2.5.5 Tipo de Investigación***

El tipo de investigación que se utilizó para la realización del plan de negocio fue la cuantitativa y cualitativa.

#### ***2.5.5.1 Cuantitativa***

Cuantitativa, porque vamos a utilizar funciones matemáticas y estadísticas en la recopilación, análisis e interpretación de los datos recogidos en las encuestas la que analiza diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados por lo tanto este tipo de investigación ayudara a cuantificar los datos de la demanda y de la oferta para la creación de un restaurante de comida vegetariana

#### ***2.5.5.2 Cualitativa***

La modalidad de la presente investigación se la aplicó desde el enfoque cualitativo, pues abarca del contenido de las cualidades y utilidad de la misma la que observa a la persona encuestada y por otro lado observa al producto de la investigación y sobre la que se encuesta y se encarga en recoger las determinadas conductas de los individuos, de esta forma este tipo de investigación ayudara establecer el mercado meta al cual se quiere incursionar.

### ***2.5.6 Metodología***

Para esta investigación la metodología a utilizarse fue la exploratoria, ya que la investigación inicia cuando se identifica claramente el problema, motivo de este trabajo investigativo. La parte descriptiva se lo aplica mediante un sondeo de opinión realizado al grupo objetivo considerado para este estudio, (sector ocupacional del cantón), debido a que son los más relevantes para este análisis ya que muestran una mayor tendencia a aceptar este tipo de alimentación.

Además se ha logrado determinar que el rango de edad de hombres y mujeres de esta población empieza a preocuparse por su salud, apariencia y bienestar desde los 25 años de edad en adelante.

#### **2.5.6.1 Métodos**

Los métodos a utilizarse son los siguientes:

- a) **Método Teórico:** Este método permite conocer y determinar los procesos teóricos a ser utilizados en la investigación, en lo que se utilizó:
- b) **Método Descriptivo:** Se trata de una investigación aplicada al campo pedagógico y didáctico en un nivel básico, puesto que se debe dar a conocer una metodología de inicio ante la pirámide alimenticia y adecuar una dieta balanceada, que servirá para mejorar los conocimientos sobre una correcta alimentación.

Este método se utilizó para el desarrollo del plan de negocio de la creación de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

#### **2.5.6.2 Técnicas**

La técnica utilizada fue la Encuesta, la misma que fue aplicada a todas las personas que viven en el cantón en el sector urbano con la finalidad de obtener una información precisa y real, se ha escogido esta técnica con el propósito de que las personas respondan las preguntas sin ninguna presión por parte del encuestador.

#### **2.5.6.3 Instrumento**

**Cuestionario:** Se estableció un cuestionario con la finalidad de recabar toda la información necesaria para el plan de negocios, este cuestionario fue claro, concreto y fácil de entenderlo

## 2.6 Segmentación.

### 2.6.1 Segmentación geográfica

**Cuadro 1: Segmentación geográfica**

<b>PAÍS</b>	<b>ECUADOR</b>
<b>REGIÓN</b>	<b>SIERRA</b>
<b>PROVINCIA</b>	<b>COTOPAXI</b>
<b>CANTÓN</b>	<b>PUJILÍ</b>
<b>PARROQUIA</b>	<b>LA MATRIZ</b>
<b>ZONA</b>	<b>URBANA</b>
<b>BARRIO</b>	<b>ROSITA PAREDES</b>
<b>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN</b>	<b>33.430 HABITANTES</b>

**Fuente:** Datos de INEC

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 2.6.2 Segmentación Demográfica

**Cuadro 2: Segmentación Demográfica**

<b>GÉNERO</b>	<b>HOMBRES Y MUJERES</b>
<b>EDAD</b>	<b>18 – 70 AÑOS</b>
<b>INGRESO</b>	<b>340\$</b>
<b>EDUCACIÓN</b>	<b>MEDIA –SUPERIOR</b>
<b>CLASE SOCIAL</b>	<b>BAJA, MEDIA Y ALTA</b>
<b>RELIGIÓN</b>	<b>CATÓLICOS</b>

**Fuente:** Observación

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 2.6.3 Segmentación psicográfica

**Cuadro 3: Segmentación psicográfica**

<b>ESTILO DE VIDA</b>	<b>PROFESORES-CHOFERES – MILITARES</b>
<b>PERSONALIDAD</b>	<b>AMBICIOSOS, SEGUROS DE SI MISMO- AHORRADORES</b>

<b>VALORES</b>	<b>HONESTOS - HONRADOS</b>
----------------	----------------------------

**Fuente:** Observación

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### *2.6.4 Segmentación conductual*

**Cuadro 4: Segmentación conductual**

<b>USO DEL SERVICIO</b>	<b>DIARIO – SEMANAL - MENSUAL</b>
<b>NIVEL DE FIDELIDAD</b>	<b>ALTA – MEDIANA - BAJA</b>
<b>ACTITUD HACIA EL SERVICIO</b>	<b>CALIDAD - CALIDEZ</b>

**Fuente:** Observación

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## **2.7 Tamaño de la Muestra**

La muestra es aquella parte del universo a investigar es decir a quienes van dirigida la respectiva encuesta la misma que debe poseer preguntas claras y de fácil entendimiento.

Para poder determinar el tamaño de la muestra primero se aplicó una prueba piloto a 10 personas seleccionadas aleatoriamente en la plaza central de Pujilí, la aplicación de dichas encuestas permitió identificar un porcentaje para el cálculo de la muestra y determinar la probabilidad de éxito (P), y la probabilidad de fracaso (Q), con la finalidad de establecer el grado de aceptación del plan de negocio y la realización del mismo. El resultado que se obtuvo en la prueba piloto es la siguiente:

**Cuadro 5: Resultado prueba piloto.**

<b>PREGUNTA</b>	<b>SI (P)</b>	<b>NO (Q)</b>	<b>TOTAL</b>
¿Le gustaría visitar un restaurante de comida de vegetariana donde además de satisfacer su necesidad de alimentación cuenta con un ambiente propicio de negocio seguro y tranquilo?	24	6	30
<b>Total porcentaje</b>	<b>80</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Prueba piloto

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

La prueba piloto que se aplicó a las personas de entre 18 a 70 años de edad se obtuvo como resultado que el 80% de los encuestados, manifestaron que si asistieran a un restaurante de comida vegetariana, mientras que el 20% restante señala que no.

Una vez que se obtuvo (P) y (Q) se determina que si existe la aceptación del proyecto por parte de los resultados de la prueba piloto del cantón Pujilí debido a que (P) fue mayor que (Q), por tanto los resultados que se obtuvo se utilizaran para calcular el tamaño de la muestra con un margen de error del 5%.

La fórmula que se empleara para determinar el tamaño de la muestra será la siguiente:

$$n = \frac{N P (Q)}{N - 1 \frac{E}{K}^2 + (P)(Q)}$$

En donde:

**n** = Muestra.

**N** = Universo investigado.

**P** = Probabilidad de aceptación.

**Q** = Probabilidad de no aceptación.

**E** = Margen de error.

**K** = Constante.

Según lo expuesto anteriormente se procede a asignar valores a la fórmula para calcular la muestra.

**N** = 33.430

**P** = 0.80

**Q** = 0.20

**E** = 0.05

**K** = 2

$$n = \frac{33.433 \cdot 0.80 \cdot (0.20)}{33.433 - 1 \cdot \frac{0.05}{2}^2 + (0.80)(0.20)}$$

$$n = \frac{5349.28}{33.432 \cdot 0.000625 + (0.16)}$$

$$n = \frac{5349.28}{21,055}$$

$$n = 254$$

### ***2.7.1. Programación y Desarrollo del Trabajo de Campo***

Para la recopilación de información se aplicó la siguiente ficha de aplicación, así como también un cronograma de actividad el mismo que deberá ser cumplido en el tiempo planteado.

**Cuadro 6: Ficha de aplicación**

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI</b>			
<b>Encuestador:</b> Cristian Esquivel			
<b>Lugar:</b> Cantón Pujilí, Barrio Rosita Paredes			
<b>Número de personas encuestadas:</b> 254 en edades comprendidas de 18 a 70 años.			
<b>Materiales a utilizar:</b> Esfero y hojas de aplicación			
Horade aplicación: de 08H00 A 16H00			
<b>Objetivo:</b> Recabar información sobre la posibilidad de instaurar un restaurant de comida vegetariana			
<b>Instrucciones:</b> Marque con una x la respuesta elegida De su honestidad depende el éxito de este trabajo			
Pregunta	SI	NO	
<b>1.- ¿Usted consumiría alimentación vegetariana?</b>			

**Fuente:** Propia**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Para recopilar información se ha creído conveniente detallar el recurso humano, recursos materiales, el lugar, así como también la hora con la finalidad de cumplir con lo planteado y obtener toda la información necesaria para el proyecto.

**Cuadro 7: Cronograma de actividades- aplicación de encuestas.**

MESES	MAYO		JUNIO		
	1	2	1	2	3
ACTIVIDADES	1	2	1	2	3
<b>Elaboración de la encuesta.</b>	X				
<b>Prueba piloto.</b>		X			
<b>Tabulación y análisis de la prueba piloto.</b>		X			
<b>Elaboración del plan muestral.</b>			X		
<b>Aplicación de encuestas definitivas</b>				X	
<b>Tabulación de datos.</b>					X

Análisis e interpretación de datos.					X
-------------------------------------	--	--	--	--	---

**Fuente:** Cronograma de actividades

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## 2.8 Recopilación de Información

Se recopilaron los datos a través de un cuestionario aplicado en forma directa, mediante el método de comunicación, ya que se interrogó personalmente a los encuestados.

### 2.8.1 Análisis e Interpretación de Resultados

Para analizar los datos se utilizó el programa SPSS que nos arroja la información mediante gráficas fáciles de interpretar y se elaboró resumen de los datos contenidos en todos los elementos.

A continuación se presenta el resumen de la tabulación de la investigación:

## 1.- ¿Usted consumiría alimentación vegetariana?

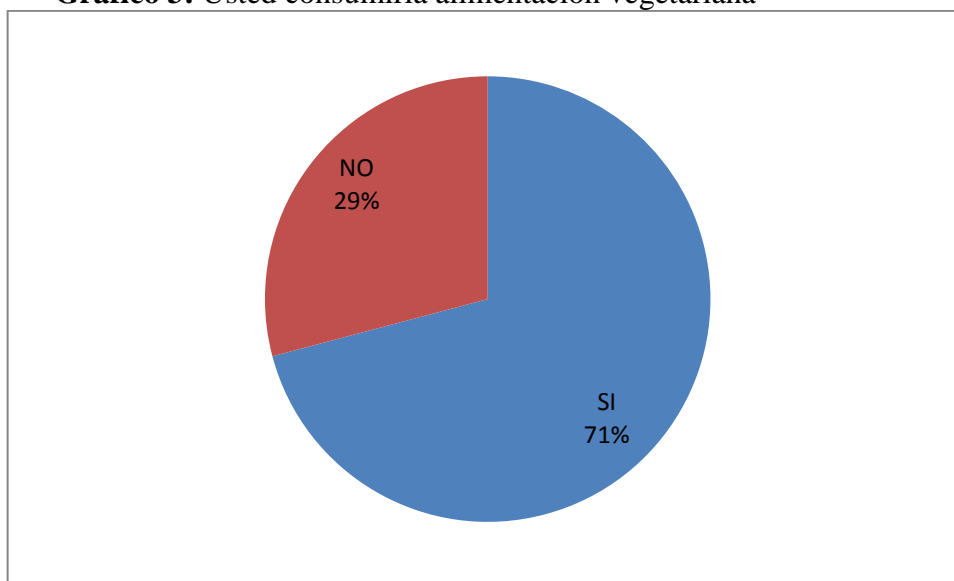
**Cuadro 8:** Usted consumiría alimentación vegetariana

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	180	71%
NO	74	29%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 3:** Usted consumiría alimentación vegetariana



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### ANALISIS E INTERPRETACION:

De los 254 encuestados, 180 esto es el 71% escogió la opción si, mientras que 74 personas que es el 29% opto por la opción no.

Por lo que se infiere que la mayoría de las personas si consumirían una alimentación vegetariana.

2 ¿Usted consumiría en un restaurante de comida vegetariana ubicado en el barrio Rosita Paredes, dónde encuentre una nueva alternativa de alimentación basada en vegetales?

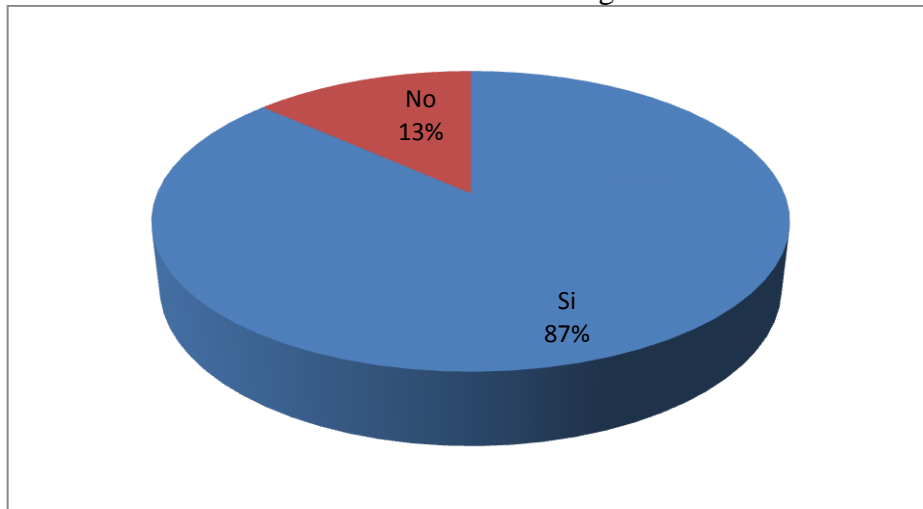
**Cuadro 9:** Consumiría en un restaurante vegetariano

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	220	87%
No	34	13%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 4:** Consumiría en un restaurante vegetariano



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

#### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

De los 254 encuestados, 220 esto es el 87% escogió la opción si mientras que el 13% opto por la opción no.

Por lo que se infiere que la mayoría de las personas estarían dispuestas a asistir a un nuevo restaurante consumiría en un restaurante de comida vegetariana donde encuentre una nueva alternativa de alimentación basada en vegetales.

### 3) ¿Qué le motivaría a usted a consumir una alimentación vegetariana?

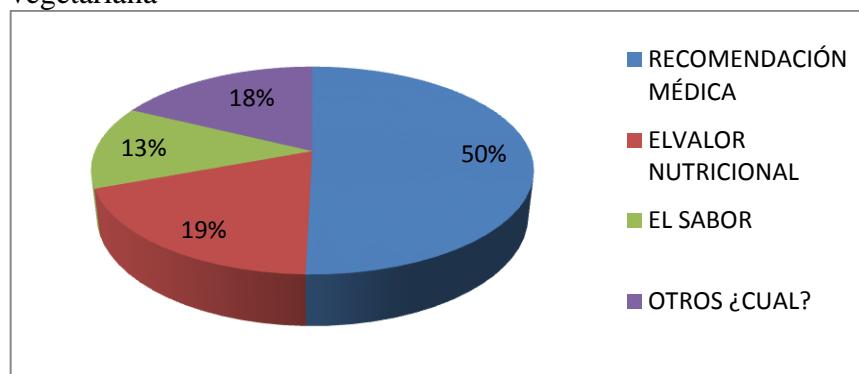
**Cuadro 10:** Qué le motivaría a usted a consumir una alimentación vegetariana

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RECOMENDACIÓN MÉDICA	128	50%
EL VALOR NUTRICIONAL	48	19%
EL SABOR	33	13%
OTROS ¿CUAL?	45	18%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 5:** Qué le motivaría a usted a consumir una alimentación vegetariana



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 50% de los encuestados escogió que consumiría una alimentación vegetariana por recomendación médica, el 19% por su valor nutricional, el 13% manifestó que por su sabor y el 18% señaló que eran otros los factores que le encaminaría a consumir comida vegetariana.

Por lo tanto la mayor parte de encuestados indican que consumirían comida vegetariana por prescripción médica como una alternativa para mejorar su salud.

#### 4) ¿Qué tipo de valor agregado le gustaría que tenga un restaurante vegetariano?

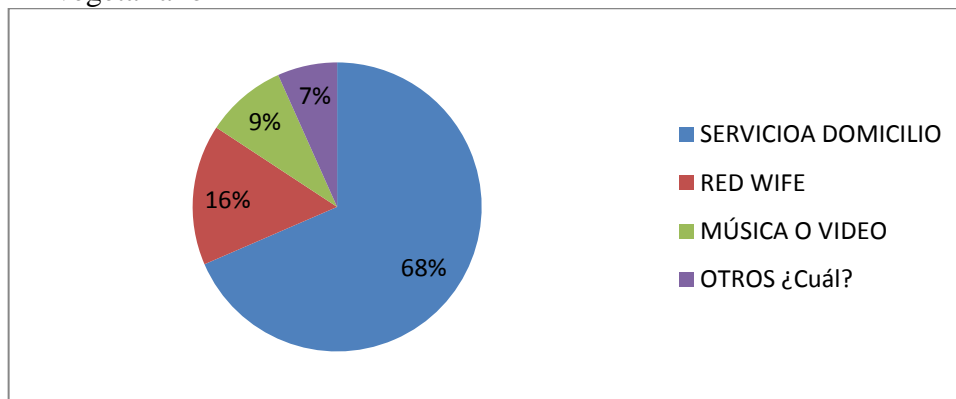
**Cuadro 11:** Qué tipo de valor agregado le gustaría que tenga un restaurante vegetariano

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SERVICIOA DOMICILIO	174	68%
RED WIFE	40	16%
MÚSICA O VIDEO	23	9%
OTROS ¿Cuál?	17	7%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 6:** Qué tipo de valor agregado le gustaría que tenga un restaurante vegetariano



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 68% de los encuestados asegura que es el servicio a domicilio el valor agregado le gustaría que tuviera un restaurante vegetariano, el 16% indica que es la red Wife, el 9% señala que es la música o video y el 7% otro tipo de valor agregado

Por lo que se infiere que la mayor parte de encuestados coinciden en que es el servicio a domicilio el valor agregado que les gustaría que tuviera un restaurante vegetariano.

**5) ¿En qué momento del día usted necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante?**

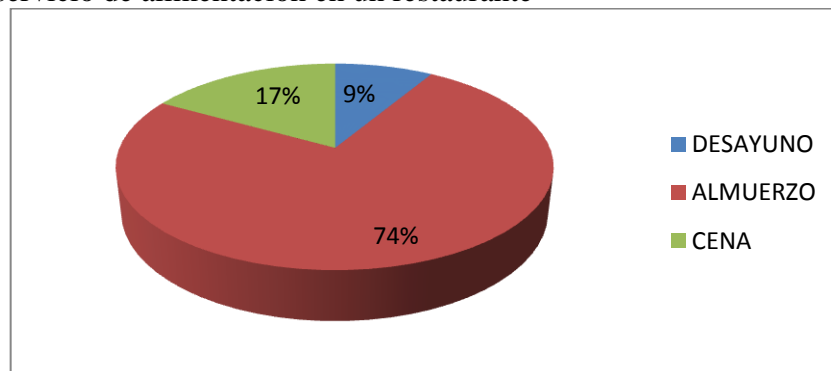
**Cuadro 12:** En qué momento del día usted necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESAYUNO	22	9%
ALMUERZO	189	74%
CENA	43	17%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 7:** A qué hora del día usted necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 74% de los encuestados manifiesta que es a la hora del almuerzo cuando necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante el, 17% señala que es en el desayuno, mientras que el 9% manifiesta que es en el desayuno.

Esto indica que es la hora del almuerzo cuando necesitan con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante pues la mayor parte es servidor público y no almuerza en su domicilio.

**6) ¿Cuánto paga usted por el servicio de desayuno, almuerzo y cena en un restaurant?**

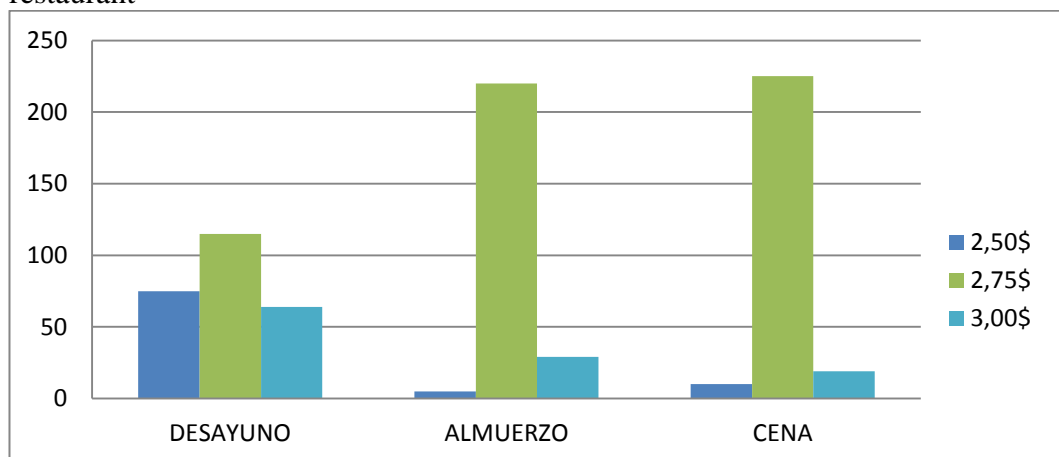
**Cuadro 13:** Cuánto paga usted por el servicio de desayuno, almuerzo y cena en un restaurant

VALORES	DESAYUNO	PORCENTAJE	ALMUERZO	PORCENTAJE	CENA	PORCENTAJE
<b>2,50\$</b>	75	30%	5	2%	10	4%
<b>2,75\$</b>	115	45%	220	87%	225	89%
<b>3,00\$</b>	64	25%	29	11%	19	7%
<b>TOTAL</b>	254	100%	254	100%	254	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 8:** Cuánto paga usted por el servicio de desayuno, almuerzo y cena en un restaurant



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

El 30% de los encuestados señalaron que pagan por el desayuno de \$2,50, el 45% indicó que pagan 2,75, mientras que el 25% indicaron que pagan \$3,00. El 2% de los encuestados manifestaron que pagan por el por el almuerzo \$2,50, el 87% señaló que pagan \$2,75 y el 11% manifestó que pagan \$3,00. El 4% de los encuestados señalaron que pagan por la cena de \$2,50, el 89% indicó que paga \$2,75 y el 7% adujo que paga \$1,50.

Por lo tanto se evidencia que el valor de pago por un desayuno, almuerzo y cena oscila mayoritariamente en un precio de \$2,75.

## 7) ¿Con qué frecuencia asisten a un restaurante?

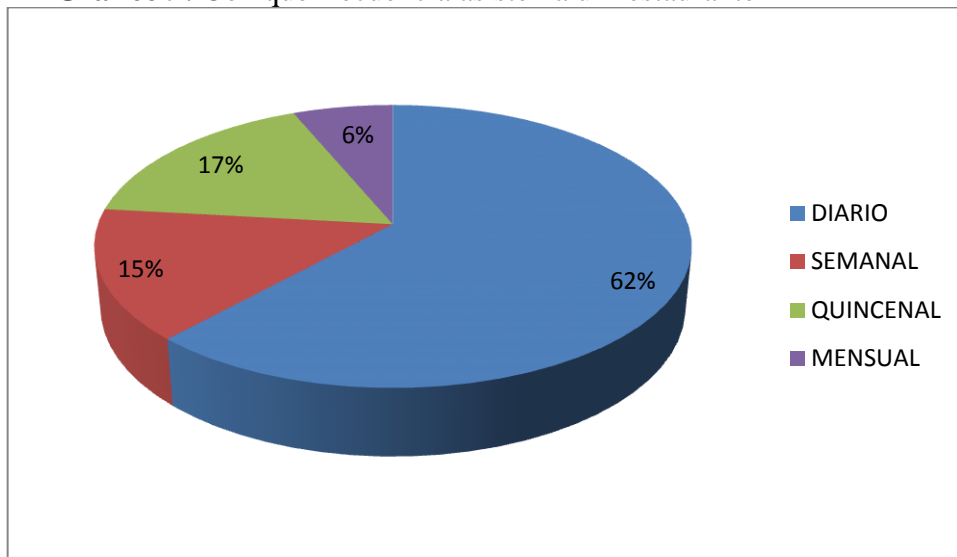
**Cuadro 14:** Con qué frecuencia asisten a un restaurante

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	157	62%
SEMANAL	38	15%
QUINCENAL	43	17%
MENSUAL	16	6%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 9:** Con qué frecuencia asisten a un restaurante



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 62% de los encuestados manifestaron que la frecuencia con la que asisten a un restaurante es diaria, el 15% indicaron que semanal, el 17% señalaron que es quincenal y el 6% mensual.

Por lo que se deduce que la mayor parte de encuestados la frecuencia con la que asiste a un restaurant es dirimente.

## 8) ¿Qué tipo de servicio de comida vegetariana prefiere?

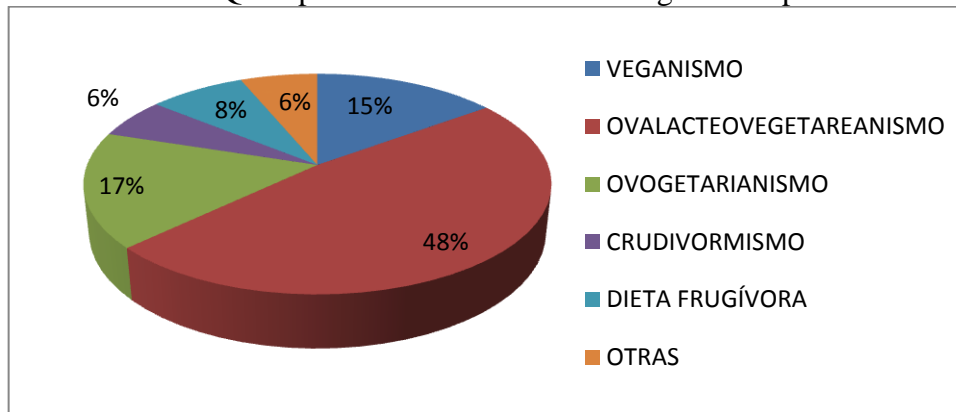
**Cuadro 15:** Qué tipo de servicio de comida vegetariana prefiere

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VEGANISMO	38	15%
OVALACTEOVEGETAREANISMO	122	48%
OVOGETARIANISMO	43	17%
CRUDIVORMISMO	15	6%
DIETA FRUGÍVORA	20	8%
OTRAS	16	6%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 10:** Qué tipo de servicio de comida vegetariana prefiere



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 15% de los encuestados manifestaron que el servicio de comida vegetariana que prefieren es el veganismo, el 48% el ovalacteovegetareanismo, el 17% indicaron que prefieren ovogetarianismo, el 6% señalaron que prefieren crudivormismo, el 8% optó por la dieta frugívora y el 6% otras.

Por lo tanto la mayor parte de encuestados prefieren un servicio de comida que ofrezca el ovalacteovegetareanismo que consiste en huevos y lácteos en su alimentación.

9) ¿A qué restaurante asiste continuamente?

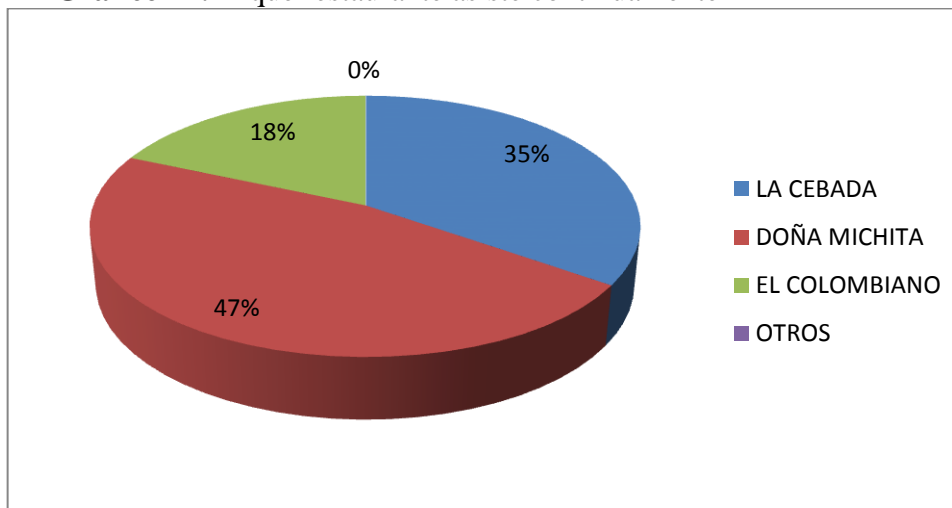
**Cuadro 16:** A qué restaurante asiste continuamente

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA CEBADA	88	35%
DOÑA MICHITA	119	47%
EL COLOMBIANO	47	19%
OTROS	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 11:** A qué restaurante asiste continuamente



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 35% de los encuestados manifiestan que al restaurante al que asisten es a “La Cebada”, el 47% indica que asisten al restaurant “Doña Michita”, y por ultimo tenemos el 18% señalan que asisten a “El Colombiano”.

Por lo que se infiere que la mayor parte de encuestados asisten al restaurant “Doña Michita”

10) ¿Se encuentra satisfecho con el servicio de restaurantes en el Cantón?

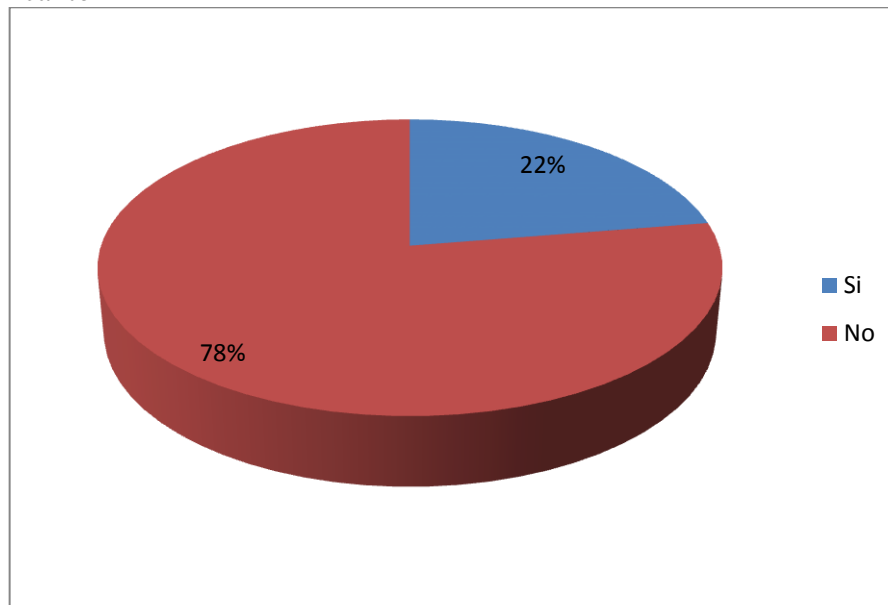
**Cuadro 17:** Se encuentra satisfecho con el servicio de restaurantes en el Cantón

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	57	22%
No	197	78%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 12:** Se encuentra satisfecho con el servicio de restaurantes en el cantón



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 22% de encuestados escogieron la opción si, mientras que el 78% escogieron la opción no.

Esto da a entender que las personas encuestadas no están satisfechas con el servicio de restaurantes en el cantón Pujilí.

**11) ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse además de conocer nuevos productos y servicios en el cantón?**

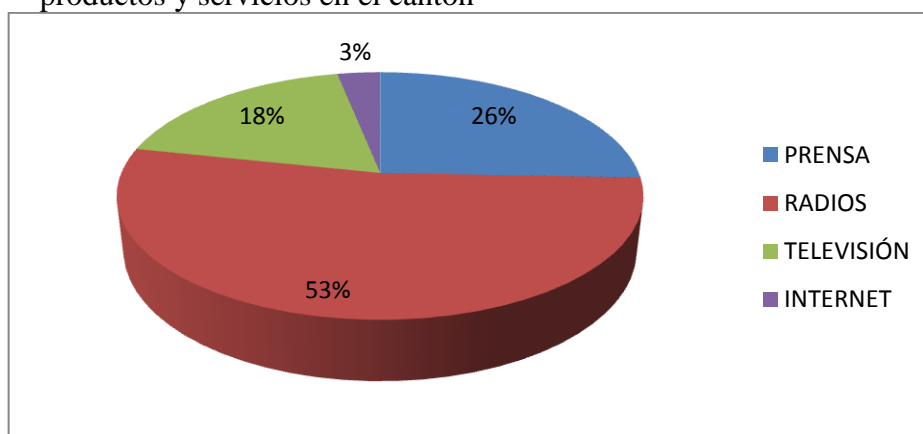
**Cuadro 18:** Qué medio de comunicación utiliza para conocer nuevos productos y servicios en el cantón

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRENSA ESCRITA	65	26%
RADIOS	134	53%
TELEVISIÓN	47	19%
INTERNET	8	3%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 13:** Qué medio de comunicación utiliza para conocer nuevos productos y servicios en el cantón



**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 25% de encuestados afirman que es la prensa escrita el medio por el cual se informan sobre los servicios de restaurantes en el cantón, el 53% manifiesta que es mediante la radio, el 18 % que lo hace por la televisión y el 3% mediante el internet.

Por lo que se infiere que la mayoría de los encuestados se informan de los servicios de restaurantes en el cantón mediante la radio.<sup>2</sup>

### ***2.8.2 Conclusión de la Investigación de Mercado.***

Después de haber analizado los aspectos más importantes para la escogencia de un restaurante, cabe resaltar que para los pujilenses es importante el precio y la ubicación, pero ahora consideran más importante la buena atención, la calidad y sabor de los platos y la limpieza del establecimiento.

Como demuestra el análisis realizado, el proyecto es atractivo y tiene un gran potencial dentro del mercado gastronómico de la ciudad de Pujilí.

Finalmente se puede decir que con la información que se pudo obtener a través de la encuesta se podrá poner en marcha la creación de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí, ya que las encuestas arrojaron resultados muy explícitos y favorables en demostrar que si hay un gran segmento de mercado para el consumo de comida vegetariana

## **2.9 Análisis de la Demanda**

Para realizar el respectivo análisis de la demanda se utilizara datos emitidos por el INEC realizado el último censo poblacional el cual nos arroja los resultados de las personas económicamente activas del sector urbano del cantón Pujilí.

### ***2.9.1 Posibles clientes mensuales y anuales***

Se considera que nuestro grupo objetivo son las personas con un intervalo de edad entre 18 - 70 años y que se dedican a diferentes actividades ocupacionales incluyendo a un mínimo porcentaje los jubilados del centro y sur del cantón Pujilí, con un estudio a 254 habitantes, cifra obtenida de la muestra; de los cuales se establece que 220 con un porcentaje del 80% si visitarían un restaurante

vegetariano se convertirían en nuestros consumidores reales mientras que los 20% de encuestados restantes serían clientes eventuales.

Así mismo en el estudio por medio de las respuestas a la Pregunta No. 5 sobre la frecuencia de las visitas al restaurante 157 confirmaron visitas diarias. Tres veces por semana 67, una vez por semana 30. Por lo que con la finalidad de ajustarnos lo máximo posible a una demanda real sin caer en una demanda optimista, ni pesimista se tomará en cuenta a 157 posibles clientes diarios.

A continuación se detallará el número de clientes semanales y anuales que tendría el restaurante de este tipo de comida.

**Cuadro 19: Clientes mensuales y anuales**

<b>CLIENTES POTENCIALES DIARIOS</b>	<b>CLIENTES POTENCIALES SEMANA</b>	<b>CLIENTES POTENCIALES MES</b>	<b>CLIENTES POTENCIALES AÑO</b>
<b>157</b>	942	3768	45216

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### ***2.9.2 Estudio de la oferta***

En el cantón Pujilí no cuenta con mucha competencia en este campo de negocios de alimentación ya que existen 3 restaurantes que son los más concurridos, pero el restaurante “La cebada” es el que oferta menús iguales al de un restaurante vegetariano.

**Cuadro 20: Oferta actual**

<b>OFERTA 2014</b>	<b>DESAYUNOS, ALMUERZOS DIARIOS PROMEDIO</b>	<b>OFERTA DIARIA</b>	<b>OFERTA SEMANAL</b>	<b>OFERTA MENSUAL</b>	<b>OFERTA ANUAL</b>
	47	47	282	8460	101520

**Fuente:** Administradora de “La cebada”

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## 2.10. Proyección de la demanda

Con la demanda ya cuantificada a la realidad en base al estudio realizado, se cuenta con datos que permiten proyectar el posible consumo de este tipo de alimentación conforme con el tiempo.

Como no se cuenta con datos históricos de la demanda que permita obtener un ratio de crecimiento, se ha escogido la tasa de crecimiento poblacional según los datos estadísticos del INEC del 1.43% de incremento anual.

Basándose en esta tasa real se considera un crecimiento sin sobreestimar la demanda a futuro.

**Cuadro 21:** Demanda proyectada hasta el año 2019

<b>AÑO</b>	<b>CLIENTES ANUALES</b>
<b>2014</b>	45216
<b>2015</b>	45863
<b>2016</b>	46509
<b>2017</b>	47156
<b>2018</b>	47802
<b>2019</b>	48449

**Fuente:** Oferta actual cuadro

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 2.10.1 Oferta proyectada

**Cuadro 22:** Oferta proyectada

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
<b>2014</b>	101520
<b>2015</b>	102972
<b>2016</b>	104423

<b>2017</b>	105875
<b>2018</b>	107327
<b>2019</b>	108779

**Fuente:** Oferta proyectada

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 2.10.2 Demanda insatisfecha

Una vez que se ha efectuado los respectivos análisis de la demanda y la oferta se determina la existencia de demanda insatisfecha.

Demostrando además que en los actuales momentos en este cantón prácticamente no existe una fuerte competencia en este tipo de negocio.

Por lo tanto este mercado que ofrece este tipo de servicio se orienta a satisfacer la necesidad de conservar una vida saludable de sus consumidores se puede explorar técnicamente y con visión empresarial de alcanzar el éxito a futuro.

**Cuadro 23:** Demanda insatisfecha

<b>PERIODO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>Diaria</b>	157	47	110
<b>Semanal</b>	942	282	660
<b>Mensual</b>	3768	8460	4692
<b>Anual</b>	45216	101520	56304

**Fuente:** Oferta actual cuadro # 14 y 16.

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 24:** Demanda insatisfecha proyectada 2014 – 2019

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>2014</b>	101520	45216	56304
<b>2015</b>	102972	45863	57109
<b>2016</b>	104423	46509	57914
<b>2017</b>	105875	47156	58719
<b>2018</b>	107327	47802	59525
<b>2019</b>	108779	48449	60330

**Fuente:** Oferta proyecta y demanda proyectada.

**Elaborado por:** Cristian Esquivel



## **2.11 Perfil del servicio**

El servicio deseado es el tipo de servicio que los clientes esperan recibir. Es una combinación de lo que los clientes pueden y deben recibir en el contexto de sus necesidades personales; no obstante, la mayoría de los clientes son realistas y comprenden que las empresas no siempre pueden proporcionar el nivel de servicio que ellos prefieren; de ahí que también tengan un nivel limitado de expectativas, denominado servicio adecuado, que se define como el nivel mínimo de servicio que los clientes aceptarían sin sentirse insatisfechos. Entre los factores que establecen esta expectativa están los factores circunstanciales que afectan el desempeño de servicio y el nivel de servicio que podrían esperar de otros proveedores. Los niveles de expectativas tanto del servicio deseado como del adecuado reflejan las promesas explícitas que hizo el proveedor, los comentarios de otras personas y la experiencia pasada del cliente

Este restaurante tiene como objetivo ofrecer un servicio de nivel adecuado mediante la contratación de personal idóneo y calificado para el desempeño de sus puestos, debiendo poner especial cuidado en mantener siempre un trato educado y cordial con los clientes así se presente algún inconveniente con cualquiera de ellos para conseguir su satisfacción y por consiguiente su lealtad.

Se ha visto conveniente también entregar almuerzos a domicilios y/o oficinas ya que muchos posibles consumidores por diversos factores ya sean ocupacionales o de distancia se les dificulte asistir al local, entonces este inconveniente quedaría resuelto, lógicamente esto conlleva a la posibilidad de acaparar mayor clientela






**Cuadro 25:** Cartera de productos





MENUS	IMAGEN
Desayunos	 <p>The first image shows a burrito on a white plate, topped with fresh green lettuce, tomatoes, and other vegetables. Next to it is a glass of green juice. The second image shows a sandwich on a white plate with lettuce and other fillings. Beside it is a glass of red juice and a small pink plate with orange slices.</p>
Almuerzos	 <p>The image shows a white plate with a bowl of quinoa, two pieces of fried fish, a small bowl of green sauce, and some fresh lettuce.</p>



Meriendas



<p>Tallarín vegetariano</p>	
<p>Ensalada de frutas</p>	
<p>Jarra de leche de soya</p>	
<p>Paella vegetariana</p>	
<p>Ensalada de verduras cocidas</p>	

<p>Ensalada de verduras crudas</p>	
<p>Agua aromáticas de distintos sabores</p>	
<p>Jugos de frutas</p>	
<p>Jugo de verduras</p>	

**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Cristian Esquivel

## 2.12 Determinación de precios

El precio elegido influye directamente el nivel de la demanda y determina pues, el nivel de actividad; un precio demasiado elevado o demasiado bajo puede comprometer la aceptación de un producto o servicio en el mercado. El precio de venta determina directamente la rentabilidad de la actividad por el beneficio que prevé.

En general, las estrategias de precio pueden basarse en costos o ventas. Sin embargo, los factores que deben considerarse al establecer una estrategia de precios son: la demanda, que establecerá un precio máximo posible; los costos, que definen el precio mínimo y los factores competitivos, que definirán una variabilidad que pueda subirlos o bajarlos.

La elaboración de una estrategia de precio supone la puesta en consideración de costos, demanda y competencia.

Los precios se rigen por el nivel de rentabilidad o beneficios, que se esperan recibir estableciendo un margen de tolerancia en los precios, que le permitan participar en el juego del mercado variando los precios hasta límites permitidos por la competencia, por esto es importante que los márgenes de tolerancia sean lo suficientemente amplios, como para que un empresario pueda asumir con seguridad a los riesgos que le impone el mercado. Los precios que este restaurante vegetariano ofrecerá a los consumidores son los siguientes:

**Cuadro 26:** Precios

SERVICIO A OFRECER	PRECIOS
DESAYUNOS	2,50
ALMUERZOS	2,75
CENAS	2,75

**Fuente:** Tabulación de la encuesta

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Es el valor monetario que en la actualidad cuesta determinado bien o servicio, gracias a la entrevista realizada a las diferentes boutiques que venden dichos ajuares, se establecerá a continuación el precio actual promedio que se oferta en el mercado de Latacunga.

### ***2.12.1 Estrategias de Precio.***

Los precios de los desayunos y almuerzos serán muy accesibles permitiendo que las personas del cantón puedan solventar un servicio de alimentación de calidad a través de:

- Descuentos hasta del 20% en clientes fieles desde el segundo mes
- Ofertas especiales de descuentos en días festivos hasta el 25%
- Por la compra de 3 almuerzos el cuarto tendrá un valor de 0\$
- Los precios por desayuno, almuerzo y cena no serán ni tan altos ni tan bajos en relación a la competencia para mantener un valor promedio

### ***2.12.2 Estrategias de Promoción***

- La publicidad se realizará principalmente con hojas volantes y demostraciones del producto en el área de incidencia del proyecto. Adicionalmente se publicitará en las radios locales en los horarios de mayor sintonía
- Una de las formas más efectivas de publicitar el producto es basándose en resultados, es decir si el producto satisface las necesidades de los consumidores, será recomendado a otras personas.

**Cuadro 27: Promoción.**

PRECIO PUBLICITARIO	
DETALLE	RADIO EL SOL PUJILI
Lunes, Miércoles y viernes	60 dólares por mes.
Trípticos y afiches	40 dólares por mes.

**Fuente:** Radio el Sol

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Para promocionar el restaurante de comida vegetariana se ha determinado la necesidad de transmitir la apertura y los servicios que brinda por radio la cual pasara en una duración de 20 segundos dos veces al día en horarios por la mañana en el spot publicitario y en la tarde a las 15h00 además repartiremos trípticos por todo el cantón y pegaremos afiches en sitios públicos, el precio que se pagara por promocionar será de 1200 dólares al año.

### ***2.12.3 Estrategias de Plaza***

Por el servicio de alimentación que otorga el restaurante la manera de llegar al cliente para que adopte el servicio de alimentación en vegetales es a través de darle a conocer el sin número de beneficios que tiene consumir este tipo de alimentos para el bienestar de su salud

Crear una página web del restaurante y ofertar todos los productos que tiene y dar a conocer las ventajas de esta alimentación, tanto detallar la exacta ubicación y los horarios de atención además de otorgar servicio a domicilio

### ***2.12.4 Estrategias de Proceso***

Las estrategias de proceso que son muy importantes para el servicio que otorga el restaurante de comida vegetariana están enfocadas en los siguientes puntos:

- Las operaciones son revisadas y mejoradas a través de un sistema de control que lleva a cabo el administrador
- Las instalaciones se ajustan a las necesidades físicas y psicológicas de acuerdo a las expectativas del cliente

- Los pronósticos son a corto plazo orientados al tiempo de producción para otorgar un servicio a tiempo
- Servicio sin ninguna discriminación para todos los clientes

### ***2.12.5 Estrategias de Personas***

Las estrategias de personas estarán enfocadas en aspectos relevantes a la debida atención al cliente por lo cual manejaremos lo siguiente:

- Capacitaciones a todos los trabajadores del restaurante sobre diferentes temas
- Llevar una cultura organizacional orientada hacia el cliente
- Excelente comunicación entre las personas del restaurante y los clientes

### ***2.12.6 Estrategias de Evidencia física***

- Contar con un local limpio, organizado y acogedor
- Imágenes reales de los diferentes menús de comida
- Cordial y atentos saludos
- Ambientes tranquilos y seguros

### ***2.12.7 Estrategias de Producto***

- Ofertar gran variedad de menús para dar a conocer nuestro sazón
- Servir los productos con un alto índice de higiene
- Decorar los alimentos de una manera innovadora conservando la esencia de la misma
- Servir en vajillas de colores bajos y enfocados en el medio ambiente

### **2.13 Conclusiones del Estudio de Mercado**

- La presente investigación de mercado fue desarrollado porque necesitamos tener una proyección a futuro para implementar el servicio de restaurante de comida vegetariana dentro del cantón, con el afán de contribuir a mejorar la situación del servicio de alimentación en Pujilí.
- He llegado a la conclusión de que las personas estarían dispuestas a sustituir la comida tradicional por la vegetariana por: consumir alimentos naturales, sanos y nutritivos que benefician a la salud más que a la estética y vanidad.
- También se determinó que los posibles consumidores están dispuestos a asistir a este tipo de restaurante de forma permanente siempre y cuando se brinde una buena atención e información dentro de un local óptimo para este tipo de servicio como es una buena imagen, limpieza y comodidad para los concurrentes, complementando con un menú nutritivo y satisfactorio; además creen en su mayoría que el servicio de la competencia es irregular lo cual nos dice que tenemos una mayor oportunidad de satisfacer a nuestros clientes.

- Después del estudio de mercado se tiene claro que si contamos con la posibilidad para ingresar al mismo por la falta de competencia, proyección de demanda, demanda insatisfecha de 157 clientes diariamente y la oferta de un mejor servicio que tiene como finalidad llegar a la mente, gustos y preferencia de los consumidores. Una vez que los consumidores capten los beneficios que ofrece esta alimentación más un servicio de calidad y servicio a domicilio, se convertirán en clientes habituales logrando que este proyecto se desarrolle de forma satisfactoria y rentable. Además de que prefieren consumir alimentos naturales antes que químicamente procesados y por un precio accesible.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO**

#### **3.1 Introducción**

Luego de realizado el respectivo estudio de mercado continuamos con el estudio técnico el cual se encarga de todo aquello que tiene relación con el tamaño de la empresa, localización del proyecto, ingeniería del proyecto, distribución de la planta, requerimientos del proyecto, razón social, base filosófica de la empresa, estructura organizacional y marco legal es decir se encarga de toda la operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de poner en marcha el restaurante de comida vegetariana. Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que sean necesarias para otorgar el servicio, También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del servicio.

En tanto el estudio administrativo es uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son muchas.

Para realizar el estudio se debe empezar por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios.

Y por último se realizara el estudio financiero que es un proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, se enfocara en la inversión inicial, cronograma de inversión, depreciación y amortización, financiamiento, presupuesto de compras y de ventas, gastos administrativos y de ventas, cuentas por pagar, determinación de los costos de operación, punto de equilibrio, estados financieros, razones financieras, capital de trabajo, flujos nominales y la evaluación financiera del proyecto. es decir para saber con toda certeza que el dinero invertido va a entregar un rendimiento esperado.

## **3.2 Objetivos**

### ***3.2.1 Objetivo General.***

- Elaborar un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí Barrio Rosita Paredes

### ***3.2.2 Objetivos Específicos***

- Realizar un estudio técnico para conocer la capacidad instalada y localización del negocio
- Elaborar la propuesta administrativa con la cual tendremos un negocio organizado, estructurado y legal
- Determinar la posibilidad económica y financiera del nuevo negocio, mediante un estudio técnico y financiero

### **3.3 Estudio Técnico**

#### ***3.3.1 Factores que Determinan el Tamaño del proyecto.***

El tamaño del proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en cantidad de personas que el proyecto podrá atender con las líneas de servicio que se ofrecerán, será necesario analizar los factores principales que son cinco:

##### ***3.3.1.1 El Tamaño del Proyecto y la Demanda.***

El estudio de la demanda es uno de los factores para condicionar el tamaño del proyecto es decir, es la medición del mercado en función de las personas que necesitan o requieran el servicio propuesto por el proyecto y la capacidad que tendrá la organización para satisfacer a estas.

Para ello se parte del análisis de la demanda insatisfecha, proponiendo un porcentaje de captación del número de personas que podrían ser atendidas por la nueva empresa, sustentando el análisis en los criterios y aspiraciones del diseñador del proyecto con respecto a la participación de mercado. Estas aspiraciones no deberán ser muy ambiciosas, puesto que es complicado posicionar una empresa desde el inicio de las operaciones

**Cuadro 28: Porcentaje a cubrir acorde a la capacidad del proyecto.**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2014</b>	56304	62%	34908
<b>2015</b>	57109	62%	35408
<b>2016</b>	57914	62%	35907
<b>2017</b>	58719	62%	36406
<b>2018</b>	59525	62%	36906
<b>2019</b>	60330	62%	37405

**Fuente:** cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

El porcentaje de cobertura para la demanda insatisfecha de personas atendidas será del 62% dando un total de 35907 personas al año, el mismo que se lo divide para 12 obteniendo un promedio de 2992 personas mensualmente, para conocer la disponibilidad del negocio que tendrá a diario se procede a dividir para 26 días dando como resultado a 115 personas por día, cantidad que es aceptable de acuerdo a la maquinaria, materia prima y personal de producción que se utilizara para la preparación de alimentos.

### ***3.3.1.2 El tamaño del proyecto y el financiamiento.***

Para poner en marcha este plan de negocio de la creación de un restaurante de comida vegetariana se requerirá de financiamiento, el mismo que estará estructurado de la siguiente forma:

- 40% Financiado por una institución financiera, y el
- 60% Financiamiento propio

### 3.3.2 Localización del Proyecto

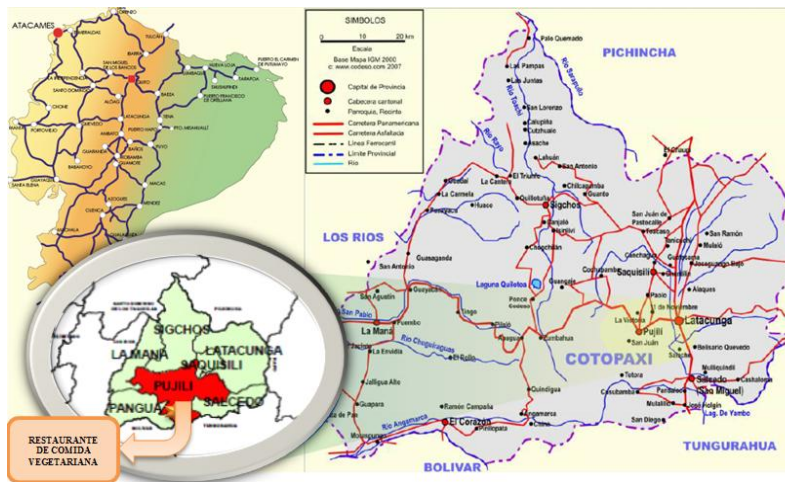
En este punto, es importante analizar cuál es el sitio adecuado donde se puede instalar el proyecto, incurriendo en costos mínimos y en mejores facilidades de acceso a recursos, equipo, etc., La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y obtener el costo mínimo para esto tomaremos dos niveles importantes siendo estos la macro y la micro localización.

#### 3.3.2.1 Macro localización

El restaurante de comida vegetariana para brindar el servicio de alimentación se encuentra ubicado en nuestro país, por el cual se detallara a continuación los siguientes aspectos geográficos que están dentro la macro localización de este plan de negocio:

- País:** Ecuador.  
**Región:** Sierra.  
**Provincia:** Cotopaxi.  
**Cantón:** Pujilí

**Gráfico 14: Mapa de macro localización**



**Fuente:** Mapa físico de la provincia de Cotopaxi  
**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 3.3.2.2 Selección de alternativa optima de ubicación

Para la respectiva selección de ubicación optima del restaurante se asignara una calificación de entre 1 a 10, siendo 1 la menos importante y 10 la más importante. Luego se multiplicara el peso, de esa manera podemos ver el punto con mayor puntuación

A continuación la matriz de localización la cual nos indica la clasificación y ponderación de la ubicación optima del proyecto.

**Cuadro 29: Porcentaje a cubrir acorde a la capacidad del proyecto**

CRITERIOS DE SELECCION	PONDERACIÓN	OPCION 1		OPCION 2	
		BARRIO ROSITA PAREDES		BARRIO CENTRO	
Cercanía al cliente	20%	10	2.00	10	2.00
Vías de acceso	15%	7	1.05	7	1.05
Infraestructura física	20%	9	1.8	5	1
Servicios Básicos	10%	8	0.8	7	0.7
Seguridad	10%	8	0.8	6	0.6
Operacionales	15%	9	1.35	8	1.2
Costo y disponibilidad de local	10%	7	0.7	4	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>8.5</b>		<b>6.95</b>

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Como podemos observar en la matriz la mejor alternativa para la localización del proyecto es en el barrio Rosita Paredes que tiene un total de 8.5 a diferencia del barrio centro q obtuvo un 6.95 en relación a los diferentes criterios.

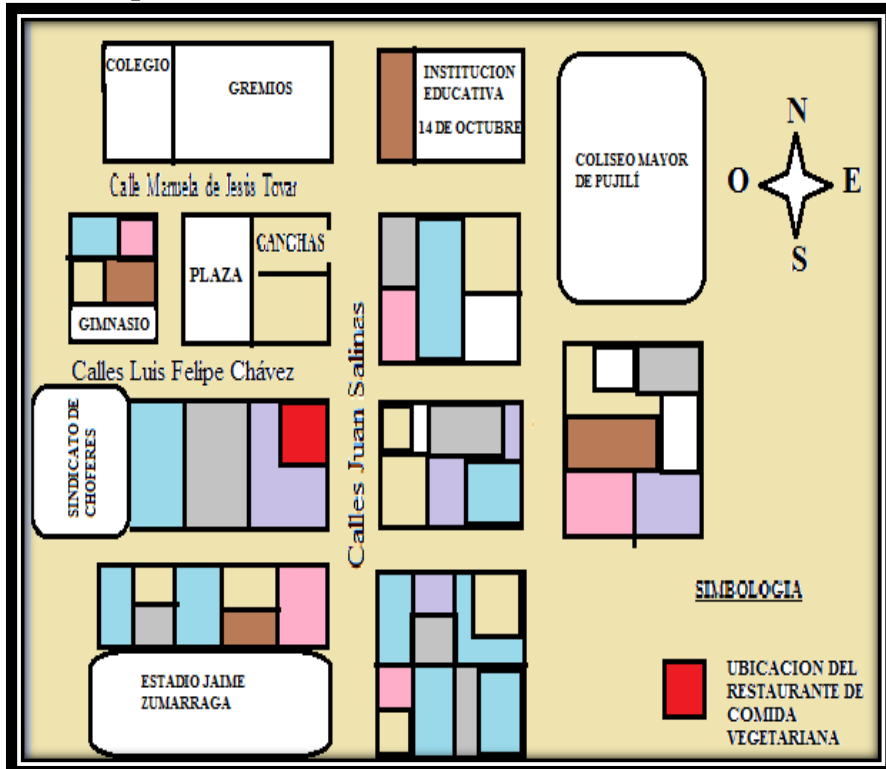
### 3.3.2.3 Micro localización

A través de la micro localización procederé a detallar el lugar en donde se ubicara el restaurante de comida vegetariana ya que es un sitio muy llamativo y estratégico ya que está ubicado cerca de instituciones educativas, gimnasios y del estadio del cantón, cuenta con excelentes vías de acceso, seguridad, entre otros.

Está localizado en:

- Ciudad:** Pujilí  
**Sector:** Centro.  
**Parroquia:** La Matriz.  
**Barrio:** Centro.  
**Dirección:** Calle Manuela de Jesús Tovar

**Gráfico 15: Mapa de micro localización.**







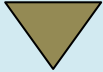
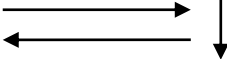
**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 3.3.3 Ingeniería del Proyecto

Es de mucha importancia realizar un estudio de ingeniería para el plan de negocio para la creación de un restaurante de comida vegetariana debido a que este se ocupa de abarcar lo relacionado a la instalación y actividades que se desarrollarán en el proceso de compra de materia prima e insumos, el proceso de realizar los distintos platos de comida vegetariana entre otros.

**Gráfico 16:** Simbología de los procesos

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio y fin del proceso.
	Operación.
	Transporte.
	Inspección.
	Almacenamiento
	Dirección del flujo.

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquive

#### 3.3.3.1 Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos

A continuación se describe las actividades a ser realizadas para la adquisición de materia prima e insumos:

Planificar la producción. Esta etapa es la que da comienzo a la planificación requerida para realizar las actividades diarias semanales y mensuales.

Verificar la materia prima e insumos en mal estado o caducada. Aquí se realiza una identificación de los productos o materia prima que se encuentra en mal estado o deteriorada para ser retirada y sustituida

Determinar cuáles son las necesidades de compra. Las necesidades de compra son muy importantes por las cuales se realiza con el jefe de cocina y el administrador quienes determinan los porcentajes de compra y sustitución de materia prima y productos

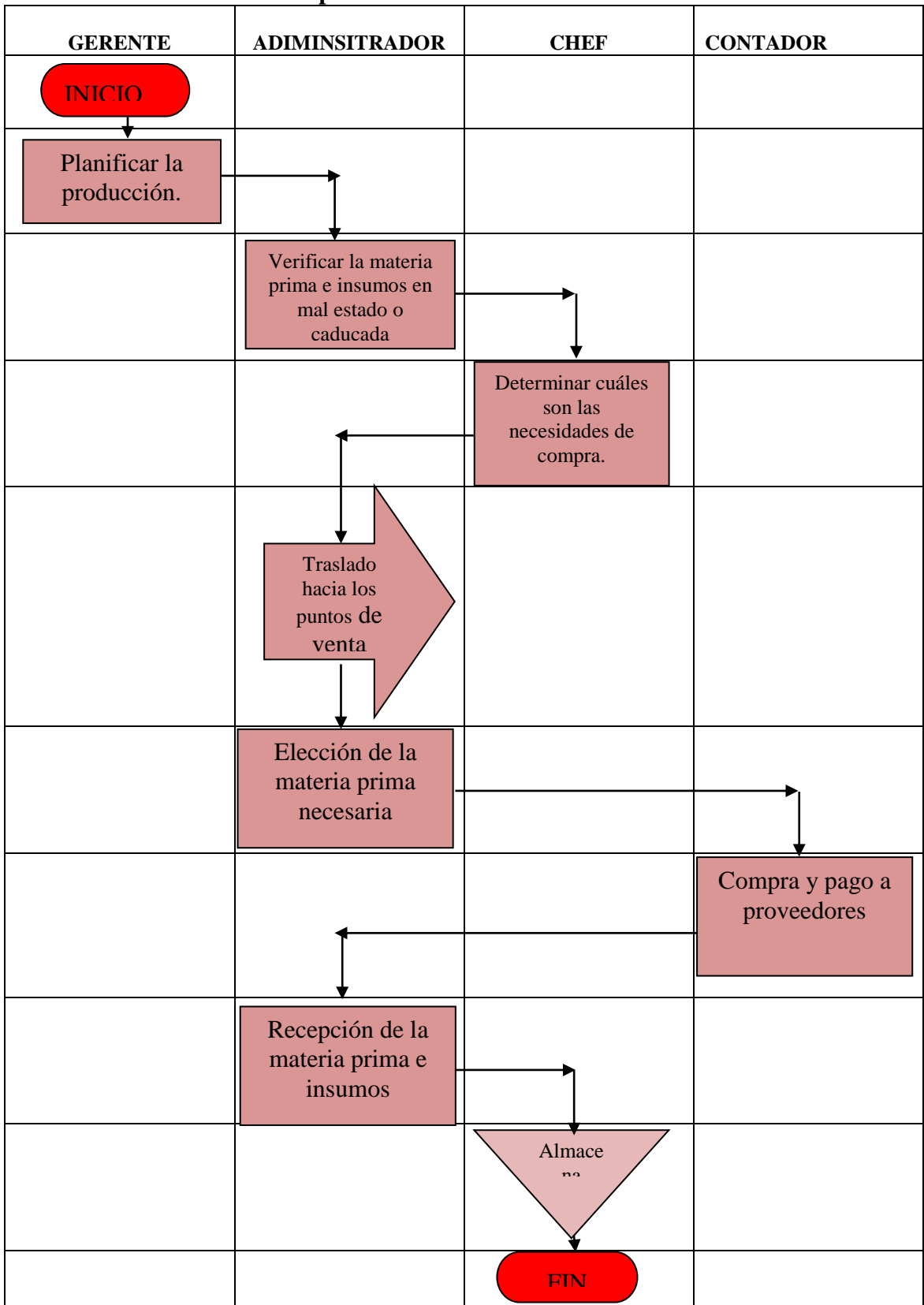
Traslado hacia los puntos de venta de la materia prima necesaria. En este punto se traslada tanto el contador como el jefe de cocina hacia los diferentes establecimientos de venta de la materia prima necesaria para la elaboración de los menús

Elección, compra y pago a proveedores de materia prima e insumos necesarios. Aquí se encuentra la elección de la mejor materia prima y productos necesarias para elaborar los menús verificando calidad y precios los cuales se pagara al instante

Recepción de la materia prima e insumos. Se recibe la materia prima al restaurante

Almacenar la materia prima e insumos. En esta etapa se almacena todo lo adquirido en los distintos puntos de venta.

**Cuadro 29: Proceso de Compra de Materia Prima e Insumos.**



**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 30:** Frecuencia de compras de materia prima

<b>FRECUENCIA DE COMPRAS</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>
<b>Diario</b>	Apio	1kg	Mercado local
	Brócoli	5kg	
	Cilantro	1kg	
	Col	6kg	
	Espinacas	6kg	
	Frutas para jugos	8kg	
	Lechuga	5kg	
	Maní	2kg	
	Perejil	1kg	
	Berro	5kg	
	Sambo	8kg	
	Zapallo	7kg	
	Carne de soya	10kg	Supermaxi
<b>Mensual</b>	<b>Crema de leche</b>	<b>65 ltrs</b>	<b>Comisariato Santa María</b>
	Harina	72 kg	
	Comino	19 kg	
	Hongos	30 kg	
	Lenteja	45 kg	
	Mostaza	22 ltrs	
	Oregano	16 kg	
	Pimienta	38 kg	
	Polvo curry	10 kg	
	Queso mozzarella	58 u	
	Sal	15 kg	
	Salsa de soya	24 ltrs	
<b>FRECUENCIA DE COMPRAS</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>
<b>Mensual</b>	Crema de leche	65 ltrs	Comisariato Santa

	Harina	72 kg	María
	Comino	19 kg	
	Hongos	30 kg	
	Lenteja	45 kg	
	Mostaza	22 ltrs	
	Oregano	16 kg	
	Pimienta	38 kg	
	Polvo curry	10 kg	
	Queso mozzarella	58 u	
	Sal	15 kg	
	Salsa de soya	24 ltrs	
<b>Mensual</b>	<b>Cepillo para lavar</b>	<b>4 U</b>	<b>Comisariato Santa María</b>
	Cloro	12 ltrs	
	Lavaplatos y esponjas	8 U	
	Detergente	5 kg	
	Desinfectante	12 ltrs	
	Fundas para basura	48 u	
	Jabon de tocador	24 u	
	Papel higiénico	24 u	
	Toallas	3 u	
	Escoba	4 u	
	Trapeador	2 u	
<b>FRECUENCIA DE COMPRAS</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>
<b>Semanal</b>	Aceite de soya	9 ltrs	Comisariato Santa María
	Achiote	4 ltrs	
	Champiñones	15 kg	
	Choclo enlatado	30 latas	
	Esencia de almendra	2 frascos	

	Esencia de coco	2 frascos	
	Huevos	9 Cubetas	
	Leche	22 ltrs	
	Leche evaporada	12 ltrs	
	Acelga	30 kg	Mercado local
	Ajo	4 kg	
	Arroz integral	33 kg	
	Arvejas	8 kg	
	Cebolla blanca	12 kg	
	Cebolla colorada	15 kg	
	Frejol	10 kg	
	Limón	10 kg	
	Plantas medicinales	8 kg	

**Fuente:** Propia

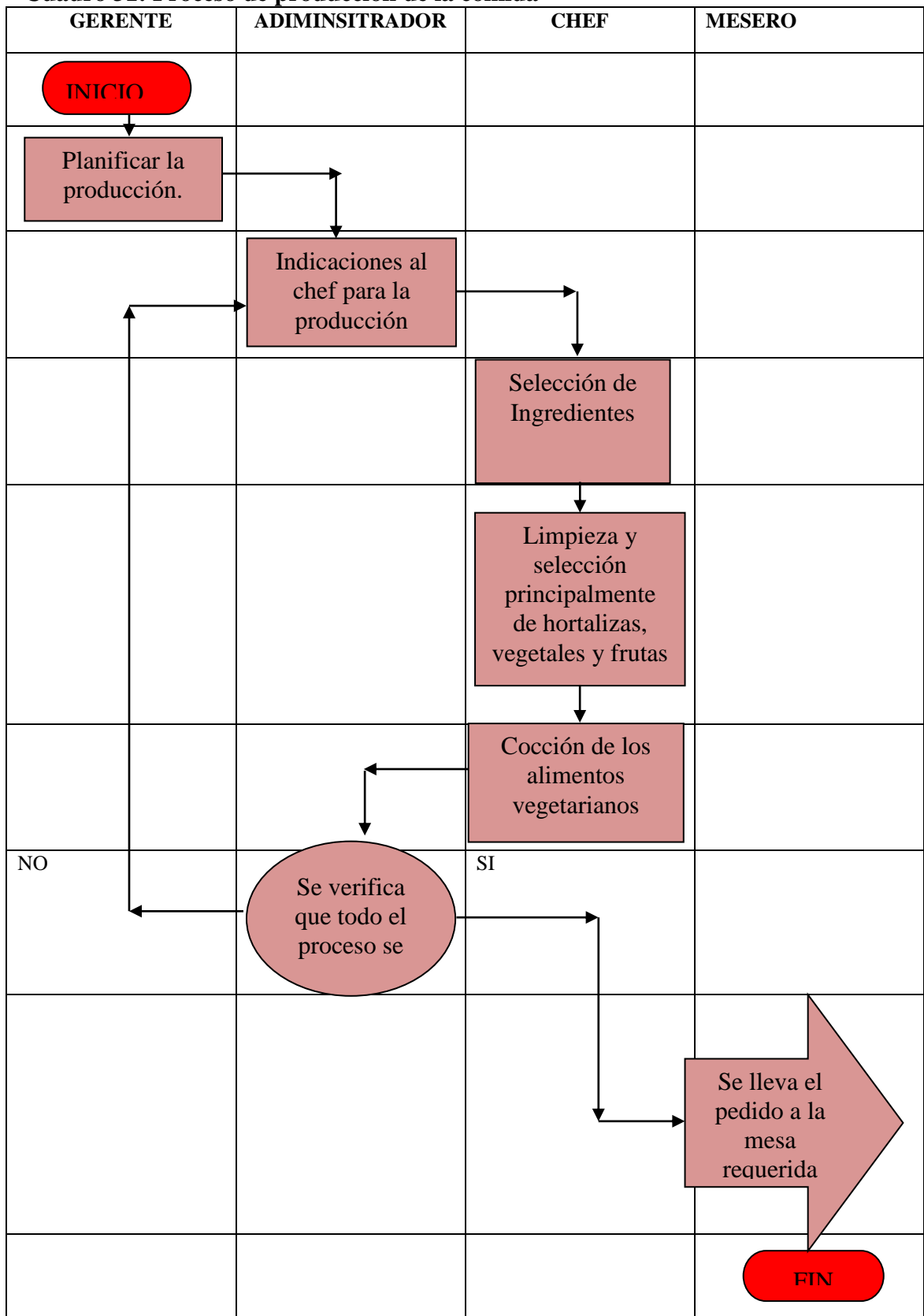
**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### ***3.3.3.3 Proceso de Producción.***

Al igual que la compra de materia prima e insumos se procederá a describir las actividades que se realizarán en el proceso de producción de los desayunos y almuerzos que ofrecerá el restaurante vegetariano:

El tiempo y el proceso en la preparación del desayuno que seguiremos será el mencionado a continuación:

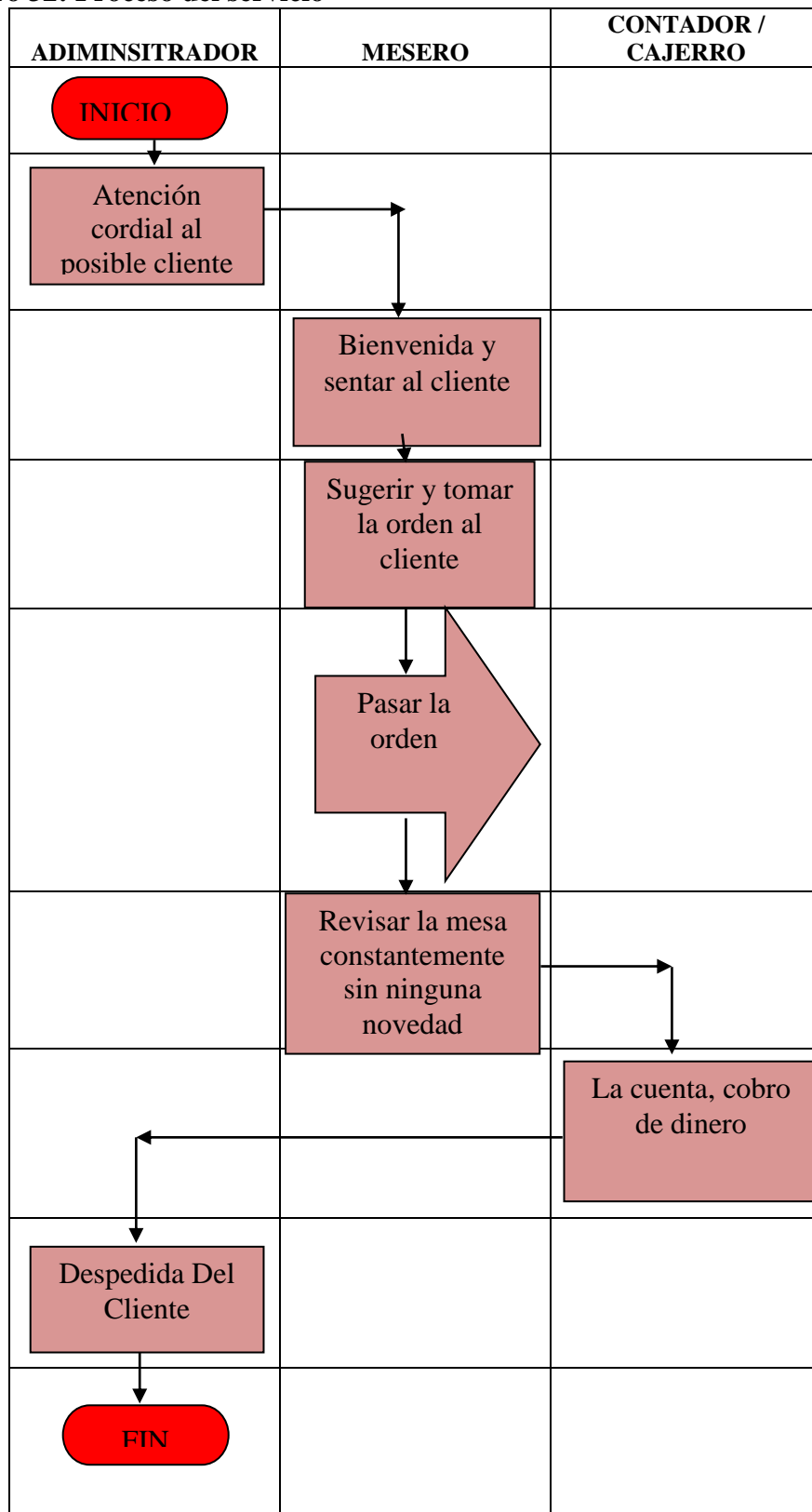
**Cuadro 31: Proceso de producción de la comida**



Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 32: Proceso del servicio**



**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 3.3.3.4 Distribución del Restaurante.

El proyecto para la creación del restaurante vegetariano cuenta con una estructura física propia muy necesaria para desarrollar las actividades de producción y acoger a los clientes para facilitarles el servicio de alimentación, eliminando así los gastos de arrendamiento. Es muy necesario disponer de todo el espacio que se tiene, distribuirlo correctamente como organizando el lugar de la cocina que va a ser nuestra planta de producción y el salón en el cual se atenderá a los clientes, evitando el desperdicio de espacio. Por lo cual para la distribución de la planta se ha determinado de acuerdo a los requerimientos del espacio físico que se necesita para llevar a cabo dicha producción, y el diseño del salón para servir nuestros menús el restaurante estará conformada de las siguientes áreas:

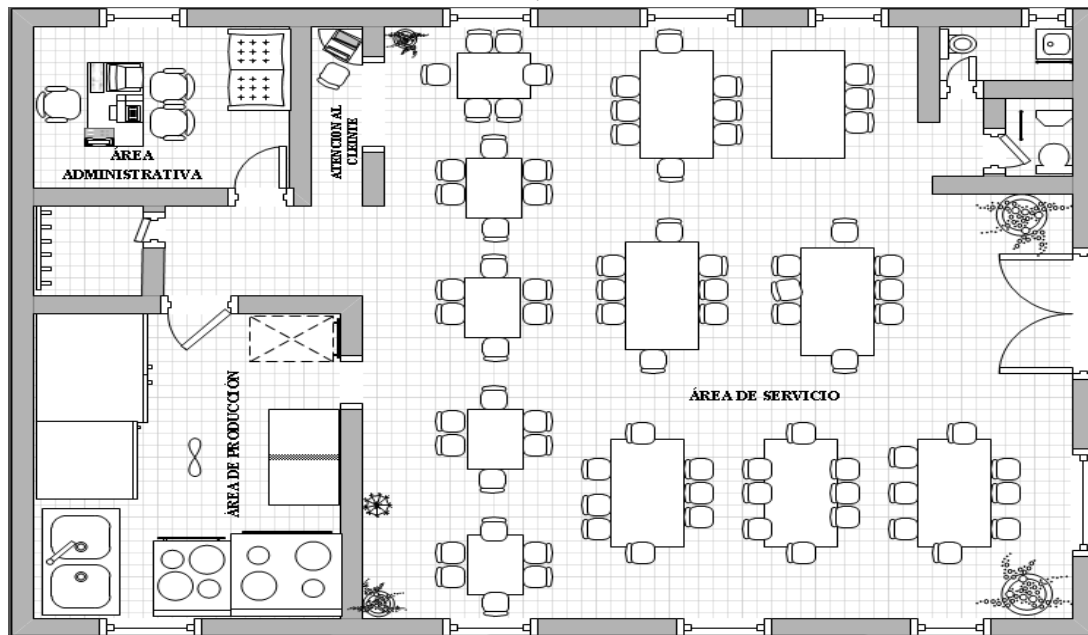
**Cuadro 33:** Distribución de la planta por áreas.

<b>ÁREA ADMINISTRATIVA (12 m<sup>2</sup>)</b>	<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN (30m<sup>2</sup>)</b>
Esta área estará distribuida para: 1 Oficina para el Gerente General y Administrador	Este espacio estará distribuido para la ubicación de maquinaria y materia prima necesaria para llevar a cabo la producción de los menús de comida vegetariana.
<b>ÁREA DE SERVICIO (80 m2)</b>	
1 Espacio para todas las mesas y sillas para atención al cliente 1 Servicios higiénicos 1 Espacio para atención al cliente	

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 17:** Planimetría del restaurante



**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 3.3.3.5 Requerimiento del proyecto

Una vez que se ha establecido la ubicación del restaurante así como también el diseño de su respectiva planimetría se continuara a detallar los requerimientos con sus respectivas estimaciones de costos relacionados para la puesta en marcha del plan de negocio siendo los siguientes:

**Cuadro 34:** Utensilios para repostería

ENSERES	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
<b>Abrelatas</b>	Acero inoxidable	5	25,00
<b>Bandejas</b>	Plásticas	50	400,00
<b>Caldera</b>	Acero inoxidable	4	246,40
<b>Colador cónico</b>	Plástico	2	6,00
<b>Colador</b>	Acero inoxidable	2	20,16
<b>Cuchara</b>	Madera grande	2	20,00
<b>Cucharon</b>	Acero inoxidable n° 8	2	44,00
<b>Cucharon</b>	Aluminio	2	14,00
<b>Docenas de vajillas</b>	Porcelana	5	320,00
<b>Juego de</b>	Acero inoxidable 6 docenas	5	26,00

<b>cucharas</b>			
<b>Juego de cucharitas</b>	Acero inoxidable 6 docenas	5	25,00
<b>Dispensadores</b>	Juego de 5 frascos de vidrio	2	50,00
<b>Encendedor</b>	Florex	1	12,00
<b>Exprimidor de limón</b>	Metal	2	10,00
<b>Frasco para salsa</b>	Plástico	4	12,00
<b>Jarra</b>	Plástico 5ltrs	4	24,00
<b>Bandejas</b>	Acero inoxidable	12	68,00
<b>Juego de cuchillos</b>	Acero inoxidable 8 pieza	2	36,00
<b>Juego de ollas</b>	Aluminio diversos tamaños 7 unid	7	320,84
<b>Paila industrial</b>	Acero inoxidable n°40	1	70,00
<b>Pasapurés</b>	Acero inoxidable	12	120,00
<b>Porta vegetales</b>	Parrilas de plástico	8	65,50
<b>Rayador</b>	Acero inoxidable 4 lados	5	40,40
<b>Tabla de picar</b>	Grande de plástico	3	26,70
<b>Tacho para basura</b>	Grande con tapa	2	42,00
<b>Mesas para el local</b>	Cuadradas de madera mdf 1,70x2m	5	1600
<b>Mesas para el local</b>	Cuadradas de madera mdf 1,30x1,60m	7	1890
<b>Sillas para el local</b>	Combinación mixta	110	2750
<b>Escritorio</b>	Metálico con 5 cajones	1	180,00
<b>Sillón para escritorio</b>	Color crema	1	190,00
<b>Sillas de oficina</b>	Medianas	2	130,00
<b>Archivador</b>	Metálico de cajones con llave	1	360,00
<b>TOTAL</b>			9144

**Fuente:** Almacén Pika y El Dorado

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### **Cuadro 35: Maquinaria y equipo**

MAQUINARIA Y EQUIPO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
<b>Cocina</b>	Horno con encendido electrónico y timer mecánico	1	559
<b>Cocina</b>	Mabe 5 quemadores y calentador de platos	1	889

<b>Congelador</b>	Mod. RI-480 CR 16 pies No Frost Iluminación Led Bandejas de vidrio templado	2	3064,96
<b>Licuada</b>	Oster capacidad 2 litros	3	527,60
<b>Olla Arrocera</b>	capacidad 20 libras	1	547,60
<b>Dispensador de jugos</b>	Maquina refrigerada térmica 2 tanques capacidad 10 ltr cada uno	1	784,00
<b>Mesón</b>	Acero inoxidable patas tubulares y regulables para nivelación con dos repisas	1	470,40
<b>Procesador de alimentos</b>	Oster	1	95,20
<b>Molino</b>	Durex a motor	2	480,00
<b>Repisa</b>	Acero inoxidable para pared	2	268,80
<b>Balanza</b>	Capacidad de 30kg	1	89,60
<b>Extractor de olores</b>	Teka	1	240,47
<b>TOTAL</b>			8016,63

**Fuente:** Almacenes La Ganga y orve hogar

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 36:** Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
<b>Caja registradora</b>	Electrónica, automática, compartimiento para 4 billetes y monedas Modelo autorizado	1	639,69
<b>Teléfono</b>	Samsung inalámbrico	1	100,55
<b>TOTAL</b>			740,24

**Fuente:** Ferrisariato

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 37:** Equipos de cómputo

EQUIPOS DE COMPUTO	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
<b>Computadora</b>	500 gb funciones inalámbricas Compaq	1	721,00
<b>Impresora</b>	Epson L210	1	50,00
<b>TOTAL</b>			771,00

**Fuente:** Almacén Orve Hogar

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 38:** Construcciones y adecuaciones

DECORACIONES	DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
<b>Pinturas y adecuaciones</b>	Pintado de paredes del local y adecuaciones en general	1	220,00
<b>Cuadros</b>	Vistosos medianos con imágenes de frutas y verduras	4	160,00
<b>Manteles</b>	De tela color verde agua con diseños ambientales y con logotipo del restaurante	12	240,00
<b>Manteles</b>	Plásticos	10	30,00
<b>Manteles</b>	Pequeños individuales	110	330
<b>Camisetas con cuello</b>	3 verdes y 3 celestes con logo	8	72,00
<b>Camisetas sin cuello</b>	3 verdes y 3 celestes con logo	8	54,00
<b>Pantalones</b>	Pantalones diseño normal	8	180,00
<b>Delantales</b>	Color palo de rosa con logo	4	36,00
<b>Sombreros para chefs</b>	Blancos con logo	2	33,00
<b>TOTAL</b>			1355

**Fuente:** Almacenes Pika

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 39:** Vehículos

Artículo	Cantidad	Precio Total
<b>Moto ICS 150 R encendido eléctrico con escape silencioso</b>	1	1499
<b>Camioneta Chevrolet D-MAX 4X4 CS - 2014</b>	1	31500
<b>TOTAL</b>		32999

**Fuente:** Almacén Orve Hogar y Patio Tuerca

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 40:** 30 Materia Prima

INGREDIENTES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL AÑO
<b>Apio</b>	1kg	1,2	28,80	345,6
<b>Brócoli</b>	5kg	1,10	132	1584
<b>Cilantro</b>	1kg	1,30	31,20	374,4
<b>Col</b>	6kg	1	144	1728
<b>Espinacas</b>	6kg	1,20	172	2064
<b>Frutas para jugos</b>	8kg	1,25	240	2880
<b>Lechuga</b>	5kg	1	120	1440
<b>Maní</b>	2kg	3	144	1728
<b>Perejil</b>	1kg	1,25	30	360
<b>Berro</b>	5kg	1,12	134,40	1612,8
<b>Sambo</b>	8kg	0,75	144	1728
<b>Zapallo</b>	7kg	1,05	176,40	2116,8
<b>Carne de soya</b>	10kg	1,55	372	4464
<b>Crema de leche</b>	65 ltrs	1,20	78	936
<b>Harina</b>	72 kg	1	72	864
<b>Comino</b>	19 kg	2,30	43,70	524,4
<b>Hongos</b>	30 kg	1,40	42	504
<b>Lenteja</b>	45 kg	2	90	1080
<b>Mostaza</b>	22 ltrs	1,70	37,40	448,8
<b>Oregano</b>	16 kg	0,30	4,8	57,6
<b>Pimienta</b>	38 kg	1,80	68,40	820,8
<b>Polvo curry</b>	10 kg	0,40	4	48
<b>Queso mozzarella</b>	58 u	2,50	145	1740
<b>Sal</b>	15 kg	0,60	9	108
<b>Salsa de soya</b>	24 ltrs	0,75	18	216
<b>Aceite de</b>	9 ltrs	2,20	79,20	950,4

<b>soya</b>				
<b>Achiote</b>	4 ltrs	2,00	32	384
<b>Champiñones</b>	15 kg	1,40	84	1008
<b>Choclo enlatado</b>	30 latas	0,70	84	1008
<b>Esencia de almendra</b>	2 frascos	3,50	28	336
<b>Esencia de coco</b>	2 frascos	3,20	25,60	307,2
<b>Huevos</b>	9 Cubetas	3,50	126	1512
<b>Leche</b>	22 ltrs	0,80	70,40	844,8
<b>Leche evaporada</b>	12 ltrs	0,90	43,20	518,4
<b>Acelga</b>	30 kg	1	120	1440
<b>Ajo</b>	4 kg	1,75	28	336
<b>Arroz integral</b>	33 kg	1	132	1584
<b>Arvejas</b>	8 kg	1	32	384
<b>Cebolla blanca y colorada</b>	14 kg	2	96	1152
<b>Frejol</b>	10 kg	1,50	60	720
<b>Limón</b>	10 kg	2	80	960
<b>Plantas medicinales</b>	8 kg	1,25	40	480
<b>TOTAL</b>			3761,5	43698
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>				
<b>Aderezos</b>			45,53	546,4
<b>Salsas especiales</b>			74,47	893,6
<b>TOTAL</b>			120	1440

**Fuente:** Comisariatos y mercado local

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 41:** Suministros

<b>ARTICULOS DE LIMPIEZA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR TOTAL AÑO</b>
<b>Cepillo para lavar</b>	4 U	1	4	48
<b>Cloro</b>	12 ltrs	0,40	4,80	57,6
<b>Lavaplatos y esponjas</b>	8 U	0,70	5,60	67,2

<b>Detergente</b>	5 kg	1,50	7,50	90
<b>Desinfectante</b>	12 ltrs	1,20	14,40	172,8
<b>Fundas para basura</b>	48 u	0,15	7,20	86,4
<b>Jabon de tocador</b>	24 u	0,80	19,20	230,4
<b>Papel higiénico</b>	24 u	0,30	7,20	86,4
<b>Toallas</b>	3 u	3	9	108
<b>Escoba</b>	4 u	2	8	96
<b>Trapeador</b>	2 u	2,50	5	60
<b>TOTAL</b>			91,9	1102,8

Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 42:** Mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	VALOR TOTAL AÑO
<b>Chefs</b>	2	420	1080
<b>Meseros</b>	2	354	8496
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>774</b>	<b>9576</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 43:** Mano de obra indirecta

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	VALOR TOTAL AÑO
<b>Nutricionista</b>	1	200	2400
<b>Chofer/ repartidor</b>	1	354	4248
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>554</b>	<b>6648</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 44:** Gastos Diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
<b>Gastos de organización</b>	700
<b>Gastos de constitución</b>	900
<b>Patentes/licencias</b>	800
<b>TOTAL</b>	<b>2400</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 45:** Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>Agua potable</b>	m <sub>3</sub>	200	0,03	6	72
<b>Luz eléctrica</b>	Kw	1500	0,06	90	1080
<b>Línea telefónica</b>	Min	800	0,08	64	768
<b>TOTAL</b>				<b>160</b>	<b>1920</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 46:** Gastos administrativos y de ventas

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	V.TOTAL AÑO
<b>Gerente general</b>	1	420	5400
<b>Administrador</b>	1	440	5280
<b>Cajero/ contador</b>	1	370	4440
<b>SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>3</b>	<b>1230</b>	<b>15120</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	V.TOTAL AÑO
<b>Gasolina</b>	1	75,00	900,00
<b>Publicidad</b>	2	100,00	1200,00
<b>SUBTOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>2</b>	<b>175</b>	<b>2100</b>
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS</b>	<b>5</b>	<b>1335</b>	<b>17220</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: Cristian Esquivel

## 3.4 Propuesta Administrativa

### 3.4.1 Razón Social

La razón social que tendrá el restaurante para la elaboración de comida vegetariana será muy original, atractiva y con un significado muy profundo hacia los clientes el cual nos permitirá que lo puedan identificar claramente por tanto el restaurante tendrá el siguiente nombre:

**Gráfico 18:** Razón social.



**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Así mismo este restaurante tendrá un logotipo el mismo que permitirá posicionarse en el mercado de Pujilí atrayendo de esta manera a todas las personas que se encaminen o que les guste la comida vegetariana

**Gráfico 19:** Logotipo.



*Comida Sana Y Deliciosa A Tu Alcance*

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### ***3.4.2 Base Filosófica de la Empresa***

#### ***3.4.2.1 Misión***

Oasis Vegetariano Restaurant tendrá como su misión promover la cultura del buen comer, con alimentos sanos y deliciosos mediante un buen servicio teniendo presente los gustos por la comida vegetariana permitiéndonos mejorar la salud de las personas fomentando el primer restaurant en el cantón de estas características.

#### ***3.4.2.2 Visión***

Oasis Vegetariano Restaurant en el 2018 será una empresa líder abarcando la mayor participación en el mercado del cantón Pujilí y concientizando a las personas los máximos beneficios que se obtiene teniendo una cultura vegetariana al momento de escoger un alimento para mejorar la salud de las personas.

#### ***3.4.2.3 Objetivos***

Los objetivos de Oasis Vegetariano Restaurant está compuesto por un objetivo general y también por tres objetivos específicos siendo los siguientes:

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

- Cumplir con las expectativas y exigencias del consumidor por la comida vegetariana para concientizar los beneficios al momento de comer saludable mediante un buen posicionamiento en el mercado que nos permita fomentar la cultura del buen comer aportando así a disminuir las enfermedades de los habitantes del cantón Pujilí y a la vez contribuir con el medio ambiente.

### ***Objetivos Específicos.***

- Promover e impulsar la participación de los pujilenses para cambiar su rutina de comidas mediante la difusión de nuestro producto y servicio con una nueva forma de nutrición
- Vender las cantidades necesarias de desayunos, almuerzos y cenas a fin de cumplir con todas las metas presupuestadas y que las utilidades sean mayores a los costos y gastos para el beneficio de nuestra empresa
- Otorgar un servicio con calidad, atento y confiable a todos nuestros clientes

### ***3.4.2.4 Estrategias Corporativas***

Las estrategias del Restaurant Oasis Vegetariano son las siguientes:

- Capacitar semestralmente a todo el personal de las diferentes áreas, estas capacitaciones serán asistidas de acuerdo a cada puesto de trabajo
- Brindar un excelente ambiente de trabajo y otorgar incentivos económicos que nos permitan mantener motivado a todas las personas de nuestro restaurant
- Evaluar los desempeños y conocer todos los criterios de nuestros empleados lo cual nos permitirá a la gerencia y administración del restaurant solucionar los problemas que se puedan presentar.
- Realizar mantenimientos de prevención ya sean a los equipos de cocina como a todo el restaurante para evitar contratiempos en la producción.

### **3.4.2.5 Principios y Valores**

**a) Principios:** Son normas e ideales fundamentales que deben estar en el pensamiento y la conducta de todos los que hacemos el restaurante, por lo cual los principios bajo los cuales se regirá Oasis Vegetariano son los siguientes:

**Cumplimiento:** Cumplir con todas y cada una de las expectativas y exigencias de las personas quienes van acudir a nuestro local

**Capacitación:** Capacitar a todo el personal del restaurant en especial al área de producción con la finalidad de tener nuevas técnicas de cocción y diseño de variedad de menús vegetarianos

**Comunicación:** Obtener una buena comunicación con todas las personas que trabajan dentro del restaurant.

**Eficiencia:** Encontrar la calidad y la efectividad en todas nuestras tareas realizadas, es decir nuestro personal será aquel que no se dejara que la pereza la domine, por lo cual su satisfacción será aquella que alcance los propósitos y no descansar hasta lograrlos.

**b) Valores:** Son todas las conductas o normas de las personas que parten desde los principios considerados como deseables, quiero decir cualidades de todos los seres humanos para el bienestar en el mundo y poder vivirlas en cualquier tiempo y lugar.

**Responsabilidad:** Mantener la responsabilidad en cada uno de las áreas cumpliendo con todas las obligaciones y tareas a través de la superación y compromiso

***Solidaridad:*** Debemos ser solidarios entre todos los compañeros quienes hacemos el Oasis Vegetariano y cuando alguno de ellos este pasando por momentos difíciles, brindarle todo nuestro apoyo.

***Compañerismo:*** Trabajo en equipo en el cumplimiento de todas nuestras tareas diarias, mensuales, etc. Compartiendo actividades que se resulten difíciles en un ambiente de armonía

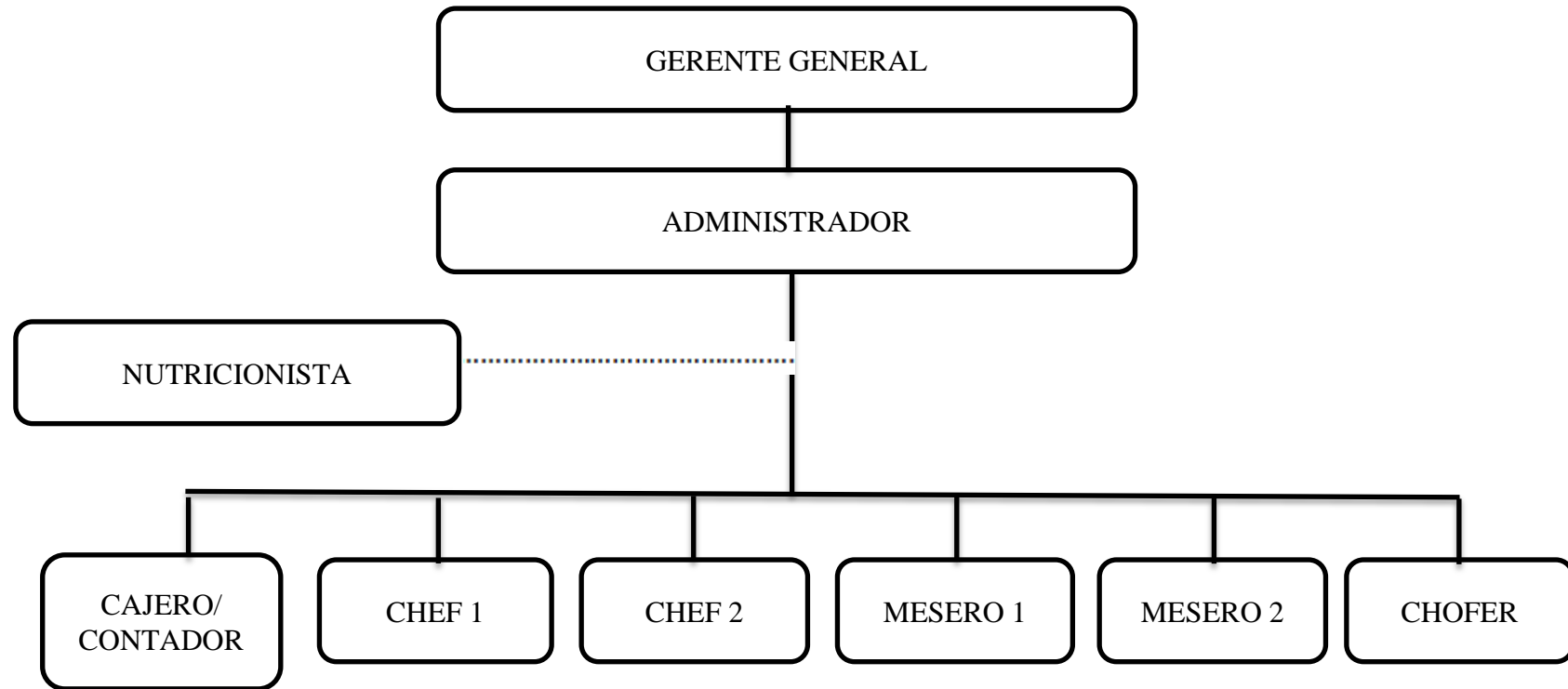
***Respeto:*** Valorar a los demás, acatar la autoridad. El respeto es un valor que nos permite que las personas puedan reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo.

***Cordialidad:*** Mantenernos en un ambiente de cordialidad en el restaurant recordando siempre que cordial viene de corazón es decir es el valor que más enriquece las relaciones entre todas las personas, comienza en la sencillez del espíritu en la grandeza del alma y en la nobleza de los sentimientos del ser humano.

#### ***3.4.2.6 Estructura Organizacional***

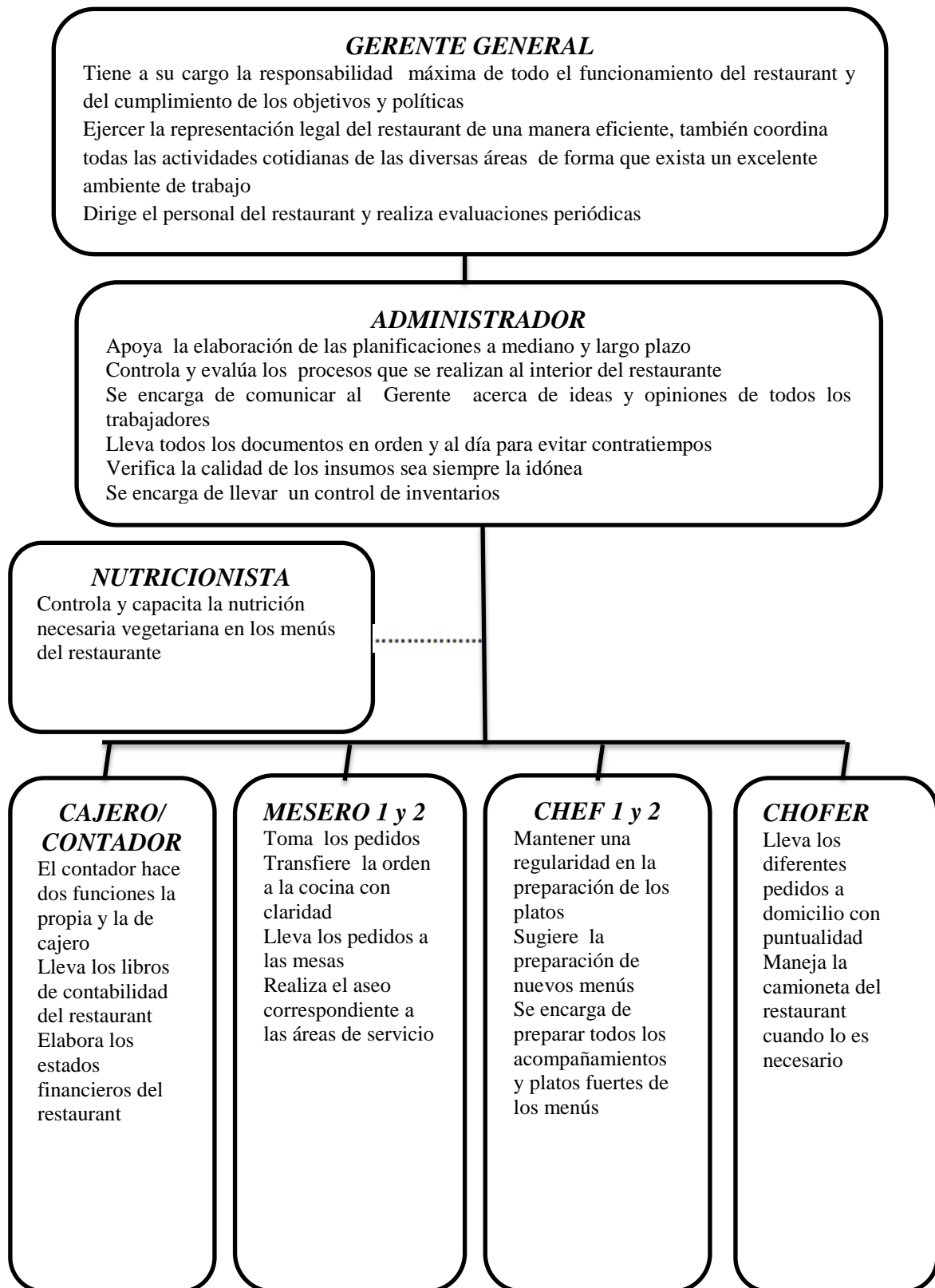
El organigrama estructural del Restaurant Oasis Vegetariano es el siguiente:

**Gráfico 20:** Organigrama Estructural



**Fuente:** Propia  
**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Gráfico 21: Organigrama Funcional**



**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

#### ***3.4.2.8 Marco Legal.***

Al comienzo de cualquier negocio que se pretenda poner en marcha en un mercado seleccionado se debe cumplir con todos los requisitos establecidos por la ley ecuatoriana la misma que debe garantizar la legitimidad en las operaciones. Es muy necesario para empezar con las actividades de brindar el servicio de alimentación cumplir y sujetarse ante las normas legales y tributarias de nuestro país.

Una organización puede constituirse bajo personería jurídica bajo escritura pública o como persona natural. Siempre tomando en cuenta tanto el tamaño como la finalidad de la empresa, el monto del capital, el debido representante legal, el restaurant de comida vegetariana Oasis funcionara como persona natural sujetándose a las disposiciones que la ley establece para las operaciones económicas, se trata de una empresa unipersonal ya que se realizara en nombre propio una actividad económica asumiendo la titularidad de los derechos y obligaciones, teniendo la responsabilidad absoluta frente a la deuda que se contraerá por la empresa sin que exista diferencia entre el patrimonio propio y empresarial

#### ***3.4.2.9 Requisitos legales para el funcionamiento***

Todo empresa y negocio tiene que cumplir con las disposiciones de la ley en todos sus ámbitos pueden ser legales, tributarios, sanitarios, entre otros para de esta manera evitar sanciones o clausuras que detengan las operaciones y creen un posible desprestigio y baja confianza ante el cliente. Por lo que este restaurant cumplirá con los siguientes requisitos:

Esta empresa unipersonal tiene las siguientes características:

- Se trata de una persona natural que ejerce habitualmente en su propio nombre una actividad personal
- Debe ser mayor de edad y tener libre exposición de sus bienes

- El empresario es propietario único de la empresa aporta todo el capital y el trabajo necesario para el desarrollo de su actividad
- Dirige personalmente y bajo su responsabilidad personal e ilimitada
- La responsabilidad es ilimitada por parte del empresario incluyendo su patrimonio personal
- Tiene obligaciones con la seguridad social de modo voluntario y con el servicio de rentas internas

**Trámites para la constitución de una empresa:**

- Inscripción en la seguridad social si va a tener personal contratado que a su vez se afiliara cotizando por ellos
- Afiliación a los colegios profesionales, sectores artesanales o cámaras según su actividad
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes
- Declaración del impuesto a la renta anualmente
- Declaración del IVA mensual o semestral
- Lleva la contabilidad según monto de capital o facturación
- Permiso de apertura del local

Para que todo tipo de negocio comience a funcionar es necesario cumplir con las siguientes características:

**Primero.-** Solicitud de la reserva del nombre explicando el tipo de compañía o sociedad a formar este trámite se realizará en la superintendencia de compañías o intendencias regionales, se requiere por escrito de un abogado realizar la solicitud presentando mínimo cuatro nombres, se debe llevar la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actual

**Segundo.-** Apertura de la cuenta de integración del capital se puede realizar en cualquier institución bancaria del Ecuador

**Tercero.-** Levantamiento de una escritura pública ante un notario se debe tener la cedula, papeleta de votación y el certificado de no adeudar al municipio se entregara a la intendencia de compañías la original y dos copias para su revisión en caso de existir algún error será notificado por la misma entidad, de lo contrario se procederá a publicar en la prensa de mayor circulación

**Cuarto.-** Inscribir en el registro mercantil previo al acuerdo de la superintendencia de compañías aprobando la constitución de la empresa y marginando ante un notario.

**Quinto.-** Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas, se requiere el acuerdo de la Superintendencia de Compañías y la inscripción en el Registro Mercantil. Este registro permite que el negocio funcione cumpliendo con las normas que establece el código tributario de impuestos

Para la emisión del RUC se necesita de:

- Copia de la cédula de identidad
- Proporcionar los datos necesarios en las oficinas del SRI
- Especificar el tipo de negocio
- Esperar el trámite para firmar y retirar el RUC

**Sexto.-** Afiliar a los empleados y trabajadores al Seguro Social IESS, se requiere los contratos de trabajo o nombramientos que indiquen la relación de dependencia laboral que tiene con la empresa y la copia de la cédula y papeleta de votación de los empleados. También original y copia de cualquiera de los siguientes documentos (planilla del servicio eléctrico, agua o telefónico) en donde se desarrolla la actividad económica y una solicitud de clave patronal en la oficina por internet del IESS.

**Se debe también obtener:**

### **Patente Municipal**

- Para registrar y patentar el producto se asistirá al Municipio con todos los papeles que se requiere como son:
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cédula de identidad
- Papeleta de votación
- Formulario de declaración para obtener la patente

### **Permiso del Distrito de Salud**

Es oportuno obtener este permiso para el funcionamiento adecuado del negocio por ello los empleados de la empresa sin excepción alguna deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud y obtener su carnet es importante ya que se trata de una empresa que ofrecerá productos de consumo

Para obtener el permiso se debe tener los siguientes documentos:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cédula de identidad
- Papeleta de votación
- El carné de salud por cada uno de los empleados que se encuentren en enlace con el producto

### **Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

Mediante la previa obtención del permiso del Cuerpo de Bomberos se podrá contar con la prevención de evitar o contrarrestar algún accidente o incendio que se presente, ya que se realizará una inspección del local en el que básicamente se revisa las instalaciones de la empresa

### 3.5 Estudio Financiero

#### 3.5.1 Inversión Inicial.

La inversión inicial que se necesita para llevar a cabo al plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana es el siguiente:

**Cuadro 47:** Inversión Inicial

N°	DETALLE	VALOR
<b>1</b>	<b>Inversión (a +b)</b>	<b>58132,3</b>
	<b>a) INVERSION FIJA</b>	<b>53025,87</b>
	Vehículo	32999
	Maquinaria y equipo	8016,63
	Equipo de oficina	740,24
	Utensilios para repostería	9144
	Equipos de cómputo	771
	Construcciones y adecuaciones	1355
	<b>b) INVERSION DIFERIDA</b>	<b>5106,43</b>
	Gastos de organización	700
	Gastos de constitución	900
	Patentes/licencias	800
	Imprevistos(5% activos fijos)	2706,43
<b>2</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO (2 meses)</b>	<b>14471,8</b>
	Materia prima	7523
	Mano de obra directa	1548
	Suministros De Limpieza	1102,8
	Gastos generales de fabricación	1428
	Gastos de venta y administración	2870
	<b>TOTAL INVERSION(1+2)</b>	<b>72604,1</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Como lo podemos observar en el cuadro la inversión inicial que se necesita para el plan de negocios es de dos meses Oasis Vegetariano comienza a funcionar y a tener utilidades, por tanto se está hablando de \$ 72604,10 para empezar a operar con normalidad.

### 3.5.2 Depreciación

La depreciación se aplicara a los activos fijos del restaurant ya que por su uso y por el pasar del tiempo tienden amenorar su precio inicial a continuación se detalla:

**Cuadro 48:** Depreciación

CONCEPTO	COSTO	%	VIDA UTIL	TOTAL ANUAL
<b>Vehículo</b>	32999	20%	5	6599,8
<b>Maquinaria y equipo</b>	8016,63	10%	10	801,66
<b>Equipo de oficina</b>	740,24	10%	10	74,02
<b>Utensilios de repostería</b>	9144	10%	10	914,4
<b>Equipos de cómputo</b>	771	33.33%	3	256,97
<b>Construcciones y adecuaciones</b>	1355	5%	20	67,75
			<b>TOTAL</b>	<b>8714,6</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Por lo cual la depreciación al año de los activos fijos será de \$ 8714,6 durante los cinco años, podemos ver a qué tiempo puede ser necesario cambiar o mejorar algunos activos fijos

### 3.5.3 Amortización

Como las inversiones se amortizan a un largo tiempo por tanto se representará a continuación:

**Cuadro 49:** Amortización.

CONCEPTO	COSTO	20 % AMORTIZACION	TOTAL ANUAL
<b>Gastos de organización</b>	700	0,2	140
<b>Gastos de constitución</b>	900	0,2	180
<b>Patentes/licencias</b>	800	0,2	160
<b>Imprevistos(5% activos fijos)</b>	2706,43	0,2	541,29
<b>TOTAL</b>	<b>5106,43</b>		<b>1021,29</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

La amortización al año de los activos diferidos será \$ 1021,29 durante los cinco años de vida del plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana

### ***3.5.4 Financiamiento***

Para poner en marcha todo proyecto y el plan de negocios se necesita un factor muy importante que es el financiamiento necesario que será propio una parte y la otra mediante un crédito a una institución financiera.

#### ***3.5.4.1 Financiamiento Con Capital Propio.***

El capital propio que se inyectará al plan de negocios es el 60% de la inversión inicial el cual equivale a \$ 43562,46 que será lo necesario para poner en marcha el negocio.

#### ***3.5.4.2 Financiamiento Mediante Una Institución Financiera.***

El resto de la inversión inicial necesaria estará cubierta por un financiamiento en una entidad financiera que por facilidad del crédito y rapidez del mismo se escogió la cooperativa Cacpeco del cantón Pujilí, el monto solicitado será el 40% de la inversión inicial que equivale a \$ 29041,64, que estará sometido a las siguientes condiciones financieras de préstamo:

Tipo de crédito:	Comercial PYMES.
Destino legal:	Activos fijos, Activos diferidos y Capital de trabajo.
Monto solicitado:	\$ 29041,64
Plazo contratado:	5 años.
Tasa de interés anual:	11,50%

En el siguiente cuadro está representada la amortización del monto solicitado a la institución financiera:

**Cuadro 50: Amortización de la deuda**

AÑO	CAPITAL	AMORTIZACION	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
<b>0</b>			3339,79	3339,79	37521,77
<b>1</b>	29041,64	5808,33	2671,8	8977,40	31045,51
<b>2</b>	23233,31	5808,33	2003,87	8051,48	24569,22
<b>3</b>	17424,98	5808,33	1335,91	7221,06	18092,94
<b>4</b>	11616,65	5808,33	667,96	6476,29	11616,66
<b>5</b>	5808,33	5808,33	0,00	5808,33	0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>29041,64</b>	<b>10019,03</b>	<b>39874,35</b>	

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### 3.5.5 Determinación de los Costos de Producción

A continuación calcularemos los costos de producción ya que son muy necesarios para obtener datos del valor que resulta realizar nuestros productos, los cuales están compuestos por los costos fijos y variables, en los cuales los costos fijos son aquellos como su nombre mismo lo dice son aquellos que no cambian aunque la producción aumente o disminuya, en tanto los costos variables son aquellos que cambian en ritmo a la magnitud de producción para proyectar se utilizara la inflación con la cual se cerró el 2014 que es: 3.67%

**Cuadro 51: Costos de producción general.**

DETALLE DE COSTOS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCCIÓN	<b>45216</b>	<b>45863</b>	<b>46519</b>	<b>47184</b>	<b>47859</b>
<b>1. COSTOS FIJOS</b>	<b>50070,48</b>	<b>51117,06</b>	<b>52227,08</b>	<b>53402,3</b>	<b>54645,19</b>
<b>Mano de obra directa</b>	9576	9927	10291,32	10669,01	11060,57
<u>Costos generales de fabricación</u>	<b>18303,89</b>	<b>18975,64</b>	<b>19672,05</b>	<b>20394,01</b>	<b>21142,47</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>	6648	6891,98	7144,92	7407,14	7678,98
<b>Servicios básicos</b>	1920	1990,46	2063,51	2139,24	2217,75
<b>Depreciaciones</b>	8714,6	9034,43	9365,99	9709,72	10066,07
<b>Amortizaciones</b>	1021,29	1058,77	1097,63	1137,91	1179,67
<u>Gastos administrativos y</u>	<b>18850,8</b>	<b>19542,62</b>	<b>20259,84</b>	<b>21003,37</b>	<b>21774,19</b>

<u>de ventas</u>					
<b>Sueldos y salarios</b>	15120	15674,90	16250,17	16846,55	17464,82
<b>Publicidad y promoción</b>	1200	1244,04	1289,70	1337,03	1386,10
<b>Suministros</b>	1102,8	1143,27	1185,23	1228,73	1273,82
<b>Otros costos de fabricación</b>	1428	1480,41	1534,74	1591,06	1649,45
<u>Gastos financieros</u>	<b>3339,79</b>	<b>2671,8</b>	<b>2003,87</b>	<b>1335,91</b>	<b>667,96</b>
<b>Interés</b>	3339,79	2671,8	2003,87	1335,91	667,96
<b>2. COSTOS VARIABLES</b>	<b>45138</b>	<b>46794,57</b>	<b>48511,93</b>	<b>50292,32</b>	<b>52138,05</b>
<b>Materia prima directa</b>	43698	45301,72	46964,29	48687,88	50474,73
<b>Materia prima indirecta</b>	1440	1492,85	1547,64	1604,44	1663,32
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>95208,48</b>	<b>97911,63</b>	<b>100739,01</b>	<b>103694,62</b>	<b>106783,24</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Como se pudo ver en el cuadro anterior se proyectó los costos fijos y variables para la realización de nuestro producto, en el cual se tomó en cuenta la producción que tendrá el restaurante para cinco años.

Se proyectará los costos de producción de desayunos, almuerzos y cenas:

**Cuadro 52: Costos de producción desayunos**

DETALLE DE COSTOS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRODUCCIÓN	<b>4032</b>	<b>4090</b>	<b>4148</b>	<b>4207</b>	<b>4268</b>
<b>1. COSTOS FIJOS</b>	<b>4506,34</b>	<b>4671,71</b>	<b>4843,16</b>	<b>5020,91</b>	<b>5205,19</b>
<b>Mano de obra directa</b>	861,84	893,47	926,26	960,25	995,49
<u>Costos generales de fabricación</u>	<b>1647,35</b>	<b>1707,8</b>	<b>1770,47</b>	<b>1835,46</b>	<b>1902,83</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>	598,32	620,28	643,04	666,64	691,11
<b>Servicios básicos</b>	172,8	179,14	185,71	192,53	199,60
<b>Depreciaciones</b>	784,31	813,09	842,93	873,87	905,94
<b>Amortizaciones</b>	91,92	95,29	98,79	102,42	106,18
<u>Gastos administrativos y de ventas</u>	<b>1696,57</b>	<b>1758,83</b>	<b>1823,38</b>	<b>1890,29</b>	<b>1959,67</b>

<b>Sueldos y salarios</b>	1360,8	1410,74	1462,51	1516,18	1571,82
<b>Publicidad y promoción</b>	108	111,96	116,07	120,33	124,75
<b>Suministros</b>	99,25	102,89	106,67	110,58	114,64
<b>Otros costos de fabricación</b>	128,52	133,24	138,13	143,20	148,46
<b>Gastos financieros</b>	<b>300,58</b>	<b>311,61</b>	<b>323,05</b>	<b>334,91</b>	<b>347,20</b>
<b>Interés</b>	300,58	311,61	323,05	334,91	347,20
<b>2. COSTOS VARIABLES</b>	<b>4062,42</b>	<b>4211,51</b>	<b>4366,07</b>	<b>4526,3</b>	<b>4692,42</b>
<b>Materia prima directa</b>	3932,82	4077,15	4226,78	4381,90	4542,72
<b>Materia prima indirecta</b>	129,6	134,36	139,29	144,40	149,70
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>8568,76</b>	<b>8883,22</b>	<b>9209,23</b>	<b>9547,21</b>	<b>9897,61</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 53: Costos de producción almuerzos**

<b>DETALLE DE COSTOS</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>33408</b>	<b>33886</b>	<b>34370</b>	<b>34862</b>	<b>35360</b>
<b>1. COSTOS FIJOS</b>	<b>37052,15</b>	<b>38411,97</b>	<b>39821,69</b>	<b>41283,14</b>	<b>42798,23</b>
<b>Mano de obra directa</b>	7086,24	7346,31	7615,92	7895,42	8185,18
<b>Costos generales de fabricación</b>	<b>13544,88</b>	<b>14041,98</b>	<b>14557,32</b>	<b>15091,57</b>	<b>15645,43</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>	4919,52	5100,07	5287,24	5481,28	5682,44
<b>Servicios básicos</b>	1420,8	1472,94	1527,00	1583,04	1641,14
<b>Depreciaciones</b>	6448,8	6685,47	6930,83	7185,19	7448,89
<b>Amortizaciones</b>	755,76	783,50	812,25	842,06	872,96
<b>Gastos administrativos y de ventas</b>	<b>13949,59</b>	<b>14461,54</b>	<b>14992,28</b>	<b>15542,5</b>	<b>16112,91</b>
<b>Sueldos y salarios</b>	11188,8	11599,43	12025,13	12466,45	12923,97
<b>Publicidad y promoción</b>	888	920,59	954,38	989,41	1025,72

<b>Suministros</b>	816,07	846,02	877,07	909,26	942,63
<b>Otros costos de fabricación</b>	1056,72	1095,50	1135,70	1177,38	1220,59
<u>Gastos financieros</u>	<b>2471,44</b>	<b>2562,14</b>	<b>2656,17</b>	<b>2753,65</b>	<b>2854,71</b>
<b>Interés</b>	2471,44	2562,14	2656,17	2753,65	2854,71
<b>2. COSTOS VARIABLES</b>	<b>33402,12</b>	<b>34627,98</b>	<b>35898,82</b>	<b>37216,31</b>	<b>38582,15</b>
<b>Materia prima directa</b>	32336,52	33523,27	34753,57	36029,03	37351,30
<b>Materia prima indirecta</b>	1065,6	1104,71	1145,25	1187,28	1230,85
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>70454,27</b>	<b>73039,95</b>	<b>75720,51</b>	<b>78499,45</b>	<b>81380,38</b>

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Cristian Esquivel

**Cuadro 54: Costos de producción cenas**

DETALLE DE COSTOS	AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>7776</b>	<b>7887</b>	<b>8000</b>	<b>8114</b>	<b>8230</b>
<b>1. COSTOS FIJOS</b>	<b>8511,99</b>	<b>8824,38</b>	<b>9148,25</b>	<b>9483,98</b>	<b>9832,06</b>
<b>Mano de obra directa</b>	1627,92	1687,66	1749,60	1813,81	1880,38
<u>Costos generales de fabricación</u>	<b>3111,66</b>	<b>3225,86</b>	<b>3344,26</b>	<b>3466,99</b>	<b>3594,23</b>
<b>Mano de obra indirecta</b>	1130,16	1171,64	1214,64	1259,22	1305,43
<b>Servicios básicos</b>	326,4	338,38	350,80	363,67	377,02
<b>Depreciaciones</b>	1481,48	1535,85	1592,22	1650,65	1711,23
<b>Amortizaciones</b>	173,62	179,99	186,60	193,45	200,55
<u>Gastos administrativos y de ventas</u>	<b>3204,64</b>	<b>3322,25</b>	<b>3444,18</b>	<b>3570,58</b>	<b>3701,63</b>
<b>Sueldos y salarios</b>	2570,4	2664,73	2762,53	2863,91	2969,02
<b>Publicidad y promoción</b>	204	211,49	219,25	227,30	235,64
<b>Suministros</b>	187,48	194,36	201,49	208,88	216,55
<b>Otros costos de fabricación</b>	242,76	251,67	260,91	270,49	280,42

Gastos financieros	<b>567,77</b>	<b>588,61</b>	<b>610,21</b>	<b>632,60</b>	<b>655,82</b>
Interés	567,77	588,61	610,21	632,60	655,82
<b>2. COSTOS VARIABLES</b>	<b>7673,46</b>	<b>7955,07</b>	<b>8247,02</b>	<b>8549,69</b>	<b>8863,46</b>
<b>Materia prima directa</b>	7428,66	7701,29	7983,93	8276,94	8580,70
<b>Materia prima indirecta</b>	244,8	253,78	263,09	272,75	282,76
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>16185,45</b>	<b>16779,45</b>	<b>17395,27</b>	<b>18033,67</b>	<b>18695,52</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

### ***3.5.6 Costos Unitarios de Producción.***

A continuación se detalla el costo unitario de producción que nos permite obtener el costo que tendrá nuestro producto para saber cuánto le cuesta al restaurante producir cada unidad y cuál podría ser la posible utilidad:

$$\text{C.U.P.} = \frac{\text{CT}}{\text{QT}}$$

**Dónde:**

**C.U.P.** = Costo Unitario de Producción

**C.T.** = Costo Total

**Q.T.** = Cantidad Total a producir.

**Cuadro 55: Costo unitario de producción.**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costo total</b>	95208,48	97911,63	100739,01	103694,62	106783,24
<b>Producción por unidades</b>	45216	45863	46519	47184	47859
<b>Costo Unitario</b>	2,11	2,13	2,17	2,20	2,23

**Fuente:** Costos de producción general

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Como podemos observar el precio unitario de producción se irá incrementando con el transcurso de los años, a continuación se detalla el costo por desayuno, almuerzo y cena

**Cuadro 56: Costos unitario de los desayunos.**

	<b>DESAYUNOS</b>				
	<b>AÑOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Costo total</b>	8568,76	8883,22	9209,23	9547,21	9897,61
<b>Producción</b>	4032	4090	4148	4207	4268
<b>Costo unitario</b>	2,13	2,21	2,29	2,37	2,46
<b>Precio de venta</b>	2,50	2,59	2,69	2,79	2,89
<b>Posible utilidad</b>	0,37	0,38	0,39	0,40	0,41

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 57: Costos unitario de los almuerzos.**

	<b>ALMUERZOS</b>				
	<b>AÑOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Costo total</b>	70454,27	73039,95	75720,51	78499,45	81380,38
<b>Producción</b>	33408	33886	34370	34862	35360
<b>Costo unitario</b>	2,11	2,16	2,20	2,25	2,30
<b>Precio de venta</b>	2,75	2,85	2,95	3,06	3,17
<b>Posible utilidad</b>	0,64	0,69	0,75	0,81	0,87

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 58: Costos unitario de los cenas.**

DETALLE	CENAS				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Costo total</b>	16185,45	16779,45	17395,27	18033,67	18695,52
<b>Producción</b>	7776	7887	8000	8114	8230
<b>Costo unitario</b>	2,08	2,13	2,17	2,22	2,27
<b>Precio de venta</b>	2,75	2,85	2,95	3,06	3,17
<b>Posible utilidad</b>	0,67	0,72	0,78	0,84	0,9

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Como podemos observar en los cuadros los precios cambiaran con el transcurso de los años, de esta manera se puede decir que los precios al primer año será por desayuno \$2,50 por almuerzo \$ 2,75 y por cena \$ 2,75 siendo estos precios cómodos para los posibles consumidores por el servicio de alimentación sana que brindara el restaurante

### ***3.5.7 Determinación de Ingresos.***

La determinación de ingresos nos permite establecer la cantidad de dinero que se recibirá por el servicio de alimentación en desayuno, almuerzo y cena del restaurante Oasis Vegetariano ubicado en el cantón Pujilí

#### ***3.5.7.1 Ingresos Anuales Proyectados.***

Los ingresos anuales se obtendrán mediante el siguiente cálculo:

$$I = Q \times P$$

**Dónde:**

I= Ingreso por venta.

Q= Cantidad de desayunos, almuerzos y cenas.

P= Precio de venta.

Los ingresos se detallan en el siguiente cuadro:

**Cuadro 59: Ingresos proyectados.**

<b>INGRESOS ANUALES PROYECTADOS</b>				
<b>AÑO</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>Nº DE PRODUCTOS</b>	<b>PRECIOS</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>
<b>1</b>	Desayunos	4032	2,50	10080
	Almuerzos	33408	2,75	91872
	Cenas	7776	2,75	21384
<b>TOTAL AÑO 1</b>		<b>45216</b>		<b>123336</b>
<b>2</b>	Desayunos	4090	2,59	10593,1
	Almuerzos	33886	2,85	96575,1
	Cenas	7887	2,85	22477,95
<b>TOTAL AÑO 2</b>		<b>45863</b>		<b>129646,15</b>
<b>3</b>	Desayunos	4148	2,69	11158,12
	Almuerzos	34370	2,95	101391,5
	Cenas	8000	2,95	23600
<b>TOTAL AÑO 3</b>		<b>46518</b>		<b>136149,62</b>
<b>4</b>	Desayunos	4207	2,79	11737,53
	Almuerzos	34862	3,06	106677,72
	Cenas	8114	3,06	24828,84
<b>TOTAL AÑO 4</b>		<b>47183</b>		<b>143244,09</b>
<b>5</b>	Desayunos	4268	2,89	12334,52
	Almuerzos	35360	3,17	112091,2
	Cenas	8230	3,17	26089,1
<b>TOTAL AÑO 5</b>		<b>47858</b>		<b>150514,82</b>

**Fuente:** Costos unitarios por producto

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Los precios de venta para todos nuestros menús son accesibles y cómodo para nuestros clientes ya que por una mínima cantidad cubrirán sus necesidades de alimentación acotando que es una nutrición saludable, además estos precios otorgan utilidad a nuestro restaurante y podremos cubrir todos nuestros gastos y obligaciones

### ***3.5.8 Punto de Equilibrio***

El punto de equilibrio de Oasis Vegetariano hace referencia que los ingresos de la empresa son iguales al costo, por lo cual no registra utilidad ni pérdidas

Se aplicara las siguientes fórmulas:

**3.5.8.1 En Términos Monetarios (Costos Totales)**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ingreso por Ventas}}}$$

**3.5.8.2 En Unidades Físicas (Clientes).**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{P.E. Monetario}}{\text{Precio de Venta}}$$

**Cuadro 60: Punto de equilibrio de desayunos**

	DESAYUNOS				
	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	10080	10593,1	11158,12	11737,53	12334,52
COSTO TOTAL					
Costos fijos	4506,34	4671,71	4843,16	5020,91	5205,19
Costos variables	4062,42	4211,51	4366,07	4526,3	4692,42
Precio de venta	2,50	2,59	2,69	2,79	2,89
P.E Monetario	7548,53	7754,79	7956,44	8172,40	8401,29
P.E Físico	3019,41	2994,12	2957,78	2929,17	2907,02

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 61: Punto de equilibrio de almuerzos**

	ALMUERZOS				
	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	91872	96575,1	101391,5	106677,72	112091,2
COSTO TOTAL					
Costos fijos	37052,15	38411,97	39821,69	41283,14	42798,23
Costos variables	33402,12	34627,98	35898,82	37216,31	38582,15
Precio de venta	2,75	2,85	2,95	3,06	3,17

P.E Monetario	58218,95	59883,98	61649,35	63401,98	65261,42
P.E Físico	21170,52	21011,92	20898,08	20719,60	20587,20

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 62:** Punto de equilibrio de cenas

	CENAS				
	AÑOS				
DETALLE	1	2	3	4	5
<b>Ingreso por ventas</b>	21384	22477,95	23600	24828,84	26089,1
COSTO TOTAL					
<b>Costos fijos</b>	8511,99	8824,38	9148,25	9483,98	9832,06
<b>Costos variables</b>	7673,46	7955,07	8247,02	8549,69	8863,46
<b>Precio de venta</b>	2,75	2,85	2,95	3,06	3,17
P.E Monetario	13275,95	13658,03	14062,33	14464,90	14891,15
P.E Físico	4827,62	4792,29	4766,89	4727,09	4697,52

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Una vez que tenemos el punto de equilibrio se determina que el restaurante en el primer año tendrá un volumen de ventas de desayunos por \$7548,53 por almuerzos \$58218,95 y por cenas \$13275,95

### 3.5.9 Estados Financieros

#### 3.5.9.1 Estado de Resultados

En la elaboración de los estados financieros uno de los más importantes es el estado de resultados el cual da a conocer de cómo se obtendrá la utilidad del ejercicio contable de Oasis Vegetariano Restaurant.

**Cuadro 63: Estado de resultados.**

En dólares	AÑOS				
CUENTAS	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	123336	129646,1 5	136149,6 2	143244,0 9	150514,8 2
<b>EGRESOS</b>					
<b><u>Costo de producción</u></b>	<b>71577,89</b>	<b>74204,36</b>	<b>76927,66</b>	<b>79750,9</b>	<b>82677,77</b>
Materia prima directa	43698	45301,72	46964,29	48687,88	50474,73
Mano de obra directa	9576	9927	10291,32	10669,01	11060,57
Costos generales de fabricación	18303,89	18975,64	19672,05	20394,01	21142,47
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>51758,11</b>	<b>55441,79</b>	<b>59221,96</b>	<b>63493,19</b>	<b>67837,05</b>
<b><u>Gastos de operación</u></b>					
Gastos administrativos y de ventas	18850,8	19542,62	20259,84	21003,37	21774,19
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>32907,31</b>	<b>35899,17</b>	<b>38962,12</b>	<b>42489,82</b>	<b>46062,86</b>
<b><u>Gastos financieros</u></b>					
Intereses	3339,79	2671,8	2003,87	1335,91	667,96
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION</b>	<b>29567,52</b>	<b>33227,37</b>	<b>36958,25</b>	<b>41153,91</b>	<b>45394,9</b>
15% Participación trabajadores	4435,13	4984,11	5543,74	6173,09	6809,24
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>25132,39</b>	<b>28243,26</b>	<b>31414,51</b>	<b>34980,82</b>	<b>38585,66</b>
Impuesto a la renta 25%	6283,10	7060,81	7853,63	8745,20	9646,41
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVA</b>	<b>18849,29</b>	<b>21182,45</b>	<b>23560,88</b>	<b>26235,62</b>	<b>28939,25</b>
5% Reserva legal	942,46	1059,12	1178,04	1311,78	1446,96
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>17906,83</b>	<b>20123,33</b>	<b>22382,84</b>	<b>24923,84</b>	<b>27492,29</b>

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Cristian Esquivel

Como podemos ver en el estado de resultados está compuesta por cuentas de ingreso y egreso necesarias para el plan de negocio, el cual nos indica la utilidad del ejercicio para los cinco años de vida

### 3.5.9.2 Estado de Situación Financiera

A continuación detallaremos el estado de situación financiera de Oasis Vegetariano:

**Cuadro 64: Estado de situación financiera.**

En dólares	AÑOS					
CUENTAS	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>14471,8</b>	<b>28127,5</b>	<b>31734,52</b>	<b>35410,61</b>	<b>39549,47</b>	<b>43731,58</b>
<b><u>Disponible</u></b>		<b>2</b>				
Caja – Bancos	14471,8	2	31734,52	35410,61	39549,47	43731,58
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>51670,87</b>					
<b><u>Depreciable</u></b>						
Maquinaria y equipo	8016,63	8016,63	8016,63	8016,63	8016,63	8016,63
Depreciación (Maquinaria y equipo)		801,66	831,08	861,58	893,20	925,98
Utensilios para repostería	9144	9144	9144	9144	9144	9144
Depreciación (Utensilios para repostería)		914,4	947,96	982,75	1018,82	1056,21
Equipo de oficina	740,24	740,24	740,24	740,24	740,24	740,24
Depreciación (Equipo de oficina)		74,02	76,74	79,56	82,48	85,51
Vehículo	32999	32999	32999	32999	32999	32999
Depreciación (vehículo)		6599,8	6842,01	7093,11	7353,43	7623,30
Equipo de cómputo	771	771	771	771	771	771
Depreciación (Equipo de cómputo)		256,97	266,40	276,18	286,32	296,83
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>		<b>43024,0</b>				
<b>OTROS ACTIVOS</b>	5106,43	<b>2</b>	<b>42706,68</b>	<b>42377,69</b>	<b>42068,24</b>	<b>41683,04</b>
<b><u>Diferidos</u></b>		<b>5106,4</b>				
Gastos de organización		700	350	233,33	175	140
Gastos de constitución		900	450	300	225	180
Patentes/licencias		800	400	266,67	200	160
Imprevistos		2706,43	1353,22	902,14	676,61	541,29
<b>TOTAL ACTIVO PASIVO</b>	<b>71249,1</b>	<b>76257,9</b>	<b>76994,42</b>	<b>79490,44</b>	<b>82894,32</b>	<b>86435,91</b>
<b><u>A corto plazo</u></b>		<b>7</b>				

15% Participación trabajadores	0,00	4435,13	4984,11	5543,74	6173,09	6809,24
25% Impuesto renta por pagar	0,00	6283,10	7060,81	7853,63	8745,20	9646,41
Intereses por pagar	0,00	3339,79	2671,8	2003,87	1335,91	667,96
<b>A largo plazo</b>						
Documentos por pagar	29041,64	8977,40	8051,48	7221,06	6476,29	5808,33
		<b>23035,4</b>				
<b>TOTAL PASIVO PATRIMONIO</b>	29041,64	<b>2</b>	<b>22768,2</b>	<b>22622,3</b>	<b>22730,49</b>	<b>22931,7</b>
		42207,4				
Capital social	42207,46	6	42207,46	42207,46	42207,46	42207,46
					102620,4	
Utilidad acumulada	0,00	0,00	60114,29	80237,62	6	127544,3
		17906,8				
Utilidad del ejercicio		3	20123,33	22382,84	24923,84	27492,29
		<b>60114,2</b>	<b>122445,0</b>	<b>144827,9</b>	<b>169751,7</b>	<b>197244,0</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	42207,46	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	71249,1	<b>83149,7</b>	<b>145213,2</b>	<b>167450,2</b>	<b>192482,2</b>	<b>220175,7</b>
		<b>1</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

El restaurante Oasis Vegetariano tiene que llevar un correcto estado de situación financiera con la finalidad de que sea bien claro todas las cuentas de activos, pasivos y patrimonio, mediante el análisis del cuadro puedo decir que con el pasar de los años, las cuentas se incrementan

### 3.5.9.3 Flujo de Caja.

Mediante el flujo de caja podemos establecer la acumulación neta de activos en un periodo determinado, permitirá determinar la liquidez del restaurante

**Cuadro 65: Flujo de caja.**

En dólares	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
CUENTAS						
A. INGRESOS OPERACIONALES.		<b>123336</b>	<b>129646,15</b>	<b>136149,62</b>	<b>143244,09</b>	<b>150514,82</b>
Ingresos por ventas		123336	129646,15	136149,62	143244,09	150514,82
B. EGRESOS OPERACIONALES		<b>91868,69</b>	<b>95239,83</b>	<b>98735,14</b>	<b>102358,71</b>	<b>106115,28</b>

<b>Materia prima directa</b>		43698	45301,72	46964,29	48687,88	50474,73
<b>Materia prima indirecta</b>		1440	1492,85	1547,64	1604,44	1663,32
<b>Mano de obra directa</b>		9576	9927	10291,32	10669,01	11060,57
<b>Mano de obra indirecta</b>		6648	6891,98	7144,92	7407,14	7678,98
<b>Costos indirectos de fabricación</b>		11655,89	12083,66	12527,13	12986,87	13463,49
<b>Gastos administrativos y de ventas</b>		18850,8	19542,62	20259,84	21003,37	21774,19
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		<b>31467,31</b>	<b>34406,32</b>	<b>37414,48</b>	<b>40885,38</b>	<b>44399,54</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>72604,1</b>	<b>9735,89</b>	<b>9735,89</b>	<b>9735,89</b>	<b>9735,89</b>	<b>9735,89</b>
<b>Créditos a contratarse a corto plazo</b>						
<b>Créditos a contratarse a largo plazo</b>	29041,64					
<b>Futuras capitalizaciones</b>						
<b>Aportes de capital</b>	43562,46					
<b>Depreciación</b>		8714,6	8714,6	8714,6	8714,6	8714,6
<b>Amortización</b>		1021,29	1021,29	1021,29	1021,29	1021,29
<b>Saldo remanente</b>						
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>72604,1</b>	<b>19866,35</b>	<b>20525,05</b>	<b>21209,57</b>	<b>22062,53</b>	<b>22931,94</b>
<b>Pago de intereses</b>		3339,79	2671,8	2003,87	1335,91	667,96
<b>Pago de créditos a corto plazo</b>						
<b>Pago de créditos a largo plazo</b>		5808,33	5808,33	5808,33	5808,33	5808,33
<b>Pago participación de utilidades</b>		4435,13	4984,11	5543,74	6173,09	6809,24
<b>Pago de impuestos</b>		6283,10	7060,81	7853,63	8745,20	9646,41

<u>Adquisición de activos fijos</u>	<b>72604,1</b>					
<b>Maquinaria y equipo</b>	8016,63					
<b>Utensilios para repostería</b>	9144					
<b>Equipo de oficina</b>	740,24					
<b>Equipo de cómputo</b>	771					
<b>Vehículo</b>	32999					
<b>Construcciones</b>	1355					
<b>Cargos diferidos</b>	5106,43					
<b>Capital de trabajo</b>	14471,8					
F.FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		<b>(10130,46)</b>	<b>(10789,16)</b>	<b>(11473,68)</b>	<b>(12326,64)</b>	<b>(13196,05)</b>
G.FLUJO NETO GENERADO(C+F)		<b>21336,85</b>	<b>23617,16</b>	<b>25940,8</b>	<b>28558,74</b>	<b>31203,49</b>
H. SALDO INICIAL DE CAJA		<b>14471,8</b>	<b>35808,65</b>	<b>59425,81</b>	<b>85366,61</b>	<b>113925,35</b>
I. SALDO FINAL DE CAJA		<b>35808,65</b>	<b>59425,81</b>	<b>85366,61</b>	<b>113925,35</b>	<b>145128,84</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

A través del flujo de caja se puede pronosticar a futuro la necesidad de efectivo, como también medir los ingresos y egresos de efectivo que el restaurante tendrá en el tiempo

### ***3.5.10 Evaluación Financiera***

Con la evaluación financiera podemos determinar si el plan de negocios es viable o no para la puesta en marcha del proyecto

### 3.5.10.1 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

TMAR, La tasa mínima aceptable de rendimiento es un indicador que evalúa la inversión su valor está basado en el riesgo que corra la empresa, la referencia firme es el índice inflacionario del país y la prima de riesgo que el inversionista desea que crezca su inversión por encima de la inflación

Se aplica la siguiente fórmula:

**TMAR:** (Promedio de tasa activa + Promedio de tasa pasiva)/2+ % Riesgo negocio).

**TMAR:** (7,31%+5,31%)/2+ (7%)

**TMAR:** 13.31%.

Como podemos ver el TMAR para este proyecto es de 13,31%

### 3.5.10.2 Valor Actual Neto (VAN).

El Valor Actual Neto es un indicador que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá el proyecto para determinar si luego de descontar la inversión inicial nos quedaría alguna ganancia, si es positivo es viable

Se aplicara la siguiente fórmula:

$$V.A.N. = \frac{1FE_0}{(1+i)^0} + \frac{1FE_1}{(1+i)^1} + \frac{1FE_2}{(1+i)^2} + \frac{1FE_n}{(1+i)^n}$$

**Dónde:**

**FE** = Flujos de Efectivo desde año 0

**N** = Años de vida útil

**(1+i)** = Factor de actualización

$i$  = Tasa de descuento en base a una TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento).

**Cuadro 66:** Valor Actual Neto (VAN ).

VAN						
DETALLE	PRE OPER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo neto		21336,85	23617,16	25940,8	28558,74	31203,49
Tasa de Descuento	13,31	13,31	13,31	13,31	13,31	13,31
Flujos Actualizados		18830,51	18394,64	17831,12	17324,71	16705,60
Inversión inicial	72604,1	89086,58				
<b>VAN DEL PROYECTO</b>	<b>16482,5</b>					

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

El VAN proyectado como resultado tenemos que en los próximos cinco años es de 16482,5 determinando que el rendimiento del proyecto es superior a cero estableciendo así la viabilidad del mismo ya que es una cantidad positiva

### 3.5.10.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para determinar el TIR se tomara en cuenta la cantidad de la inversión inicial en negativo el resultado de los flujos de efectivo proyectados y la proyección de cinco años

**Cuadro 67:** Tasa Interna de Retorno (TIR).

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO</b>
<b>0</b>	(72604,1)
<b>1</b>	21336,85
<b>2</b>	23617,16
<b>3</b>	25940,8
<b>4</b>	28558,74
<b>5</b>	31203,49
<b>TIR</b>	<b>22%</b>

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

El TIR de este proyecto nos dio como resultado un 22% que es mayor a la tasa pasiva que las instituciones financieras otorgan por mantener el dinero en este tipo de instituciones dado que es mayor de 5,31%, y la tasa mínima de rendimiento (TMAR) es del 13.31%, por lo cual puedo decir que el proyecto de un restaurante de comida vegetariana es rentable desde el punto de vista financiero.

#### **3.5.10.4 Período de Recuperación de la Inversión.**

El PRI es un método con el cual establece el tiempo necesario de recuperación de la inversión realizada para la ejecución del proyecto, es decir, el tiempo necesario para que los ingresos que acumulen la empresa sea igual a la inversión y por lo cual cambien el flujo neto de negativo a positivo

**Cuadro 68:** Período de recuperación

<b>DETALLE</b>	<b>PRE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>OPER</b>					
<b>Flujo Neto</b>	72604,1	21336,85	23617,16	25940,8	28558,74	31203,49
<b>PERIODO</b>		1 año	1 año	7 meses		

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Pr= (Inversión\* n años) / sumatoria del flujo neto

Pr= (72604,1\*5) / 130657,04

Pr= 363020,5 / 130657,04

Pr= 2,78

Como base a los resultados obtenidos en la aplicación del cuadro de recuperación del proyecto es de 2 años, 7 meses y 8 días periodo que se encuentra dentro de los cinco años de vida del proyecto.

### 3.5.10.5 Relación Beneficio – Costo.

A través de la Relación Beneficio – Costo podemos establecer la rentabilidad que presentara el proyecto si al obtener los valores son mayores a uno se puede decir que este negocio tiene resultados positivos por lo cual es rentable

**Cuadro 69: Relación Beneficio – Costo.**

INGRESOS POR VENTAS	COSTOS	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
123336	95208,48	0,883	108905,69	84069,09
129646,15	97911,63	0,779	100994,35	76273,16
136149,62	100739,01	0,687	93534,79	69207,70
143244,09	103694,62	0,607	86949,16	62942,63
150514,82	106783,24	0,535	80525,43	57129,03
<b>TOTAL</b>			<b>470909,42</b>	<b>349621,61</b>

Fuente: Cuadros anteriores

Elaborado por: Cristian Esquivel

**RB/C= Ingresos totales actualizados / Costos totales actualizados.**

RB/C= 470909,42 / 349621,61

RB/C =1.35%

Mediante los resultados obtenidos de la Relación Beneficio – Costo tenemos que este proyecto tiene una rentabilidad de \$0,35 centavos por cada dólar que se gaste

### **3.5.10.6 Análisis de la Sensibilidad.**

Es un indicador que nos facilita medir el comportamiento de la rentabilidad frente a una posible variación de los ingresos y gastos

A continuación su cálculo:

**Cuadro 70: Análisis de sensibilidad**

<b>INDICADORES</b>	<b>TMAR</b>	<b>VAN</b>	<b>TIR</b>	<b>PRI</b>	<b>RC/B</b>	<b>RESULTADO</b>
<b>Proyecto</b>	13.31%	16482,5	22%	2,11	1.35	VIABLE
<b>Ventas (-10%)</b>	13.31%	14834,25	19,8%	2,32	1,21	VIABLE
<b>Ventas (-15%)</b>	13.31%	14010,12	18,7%	2,42	1,14	SENSIBLE

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Como referencia tomamos el índice de ventas ya que si se llega a disminuir en 15% estamos hablando que el proyecto es sensible. Debemos tener cuidado en la disminución de ventas y de precio dado que son factores que afectan al mismo en comparación al incremento de los costos de la materia prima, mano de obra y los salarios de todas las personas que trabajan en el restaurante.

### 3.5.11 Razones Financieras.

Para este proyecto se ha visto necesario detallar las siguientes razones financieras:

**Cuadro 71:** Razones de liquidez.

			AÑOS				
INDICADORES	FORMULAS	RESULTADOS	1	2	3	4	5
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>							
Capital Neto de Trabajo	Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$	53222,55	54226,22	56868,14	60163,83	63504,21
Índice de Solvencia	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	Veces	3,31	3,38	3,51	3,65	3,77

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 72:** Razones de actividad.

			AÑOS				
INDICADORES	FORMULAS	RESULTADOS	1	2	3	4	5
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>							
Rotación de Activos Fijos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$	Veces	2,87	3,04	3,21	3,41	3,61
Rotación de Activos Totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos totales}}$	Veces	1,62	1,68	1,71	1,73	1,74

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 73:** Razones de rentabilidad.

INDICADORES	FORMULAS	RESULTADOS	AÑOS					
			1	2	3	4	5	
<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>								
Margen de utilidad Bruta	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	41,97	42,76	43,50	44,33	45,07	
Margen de Utilidad Operacional	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	26,68	27,69	28,62	29,66	30,60	
Margen de Utilidad Neta	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times 100$	%	14,52	15,52	16,44	17,40	18,27	
Rendimiento de la Inversión	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	23,48	26,14	28,16	30,07	31,81	
Rendimiento del Patrimonio	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} \times 100$	%	29,79	16,43	15,45	14,68	13,94	
Rendimiento Financiero	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Propio}} \times 100$	%	23,48	26,14	28,16	30,07	31,81	

**Fuente:** Cuadros anteriores

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

**Cuadro 74:** Razón de endeudamiento.

			AÑOS				
INDICADORES	FORMULAS	RESULTADOS	1	2	3	4	5
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>							
Razón de Endeudamiento Externo	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} \times 100$	%	30,21	29,57	28,46	27,42	26,53

**Fuente:** Cuadros anteriores.

**Elaborado por:** Cristian Esquivel

Mediante los cuadros anteriores de las razones financieras puedo determinar lo siguiente:

#### ***3.5.11.1 Razones de Liquidez***

Las razones de liquidez son aquellas que reflejan la capacidad que tiene el negocio de respaldo para sus obligaciones a corto plazo conforme durante el tiempo de vencimiento

**Capital de trabajo:** El capital de trabajo nos indica el dinero que le queda al restaurante para operar, por lo cual en el primer año después de pagar las deudas de corto plazo cuenta con \$ 53222,55 para poder trabajar con normalidad.

**Índice de solvencia:** Este índice se encarga de analizar la solvencia en efectivo que tendrá el restaurante para cubrir sus deudas a corto plazo es un verdadero indicador de liquidez ya que considera la magnitud total de la empresa, de esta forma podemos decir que el restaurante por cada dólar de deuda a corto plazo que tenga contara con 3,31 dólares para cubrirla.

#### ***3.5.11.2 Razones de Actividad***

Se encargan en medir la eficiencia con la cual una empresa, la efectividad y eficiencia de la operación, en la administración del capital de trabajo

**Rotación de activos fijos:** Permite evaluar la eficiencia y efectividad de la empresa, el índice mide la cantidad de ventas comparado con la inversión en activos fijos que para nuestro negocio es de 2,87 veces en el primer año

**Rotación de activos totales:** Este índice mide el número de veces que los ingresos por ventas cubren las inversiones para el restaurante Oasis Vegetariano es de 1,62 veces al primer año.

### ***3.5.11.3 Razones de Rentabilidad***

Las razones de rentabilidad son empleadas para medir la eficiencia en la administración de la empresa y para controlar los costos y gastos en que debe incurrir y convertir las ventas en ganancias o utilidades.

**Margen de utilidad bruta:** Este indicador refleja en porcentajes lo que representa la utilidad bruta en cuanto a los ingresos operacionales netos en un mismo periodo de tiempo que será de 41,97% para el primer año

**Margen de utilidad operacional:** Es un indicador que expresa el valor que alcanza una empresa para generar riqueza, para este negocio será del 26,68% para el primer año

**Margen de utilidad neta:** Este indicador permite ver el porcentaje que queda en cada venta después de todos los gastos incluidos impuestos con esto podemos decir que para el primer año el margen de utilidad del restaurante será del 14,52%

**Rendimiento de la inversión:** Nos ayuda a determinar la efectividad total de la administración para poder producir utilidades con los activos disponibles para el primer año el restaurante Oasis Vegetariano determina un rendimiento de inversión del 23,48%

**Rendimiento del patrimonio:** Este indicador permite observar la rentabilidad con respecto al patrimonio de la empresa, el restaurante en el primer año contara con un rendimiento del patrimonio del 29,79%

**Rendimiento financiero:** El rendimiento financiero es aquel que evalúa en función del capital propio con el que la empresa cuenta para su funcionamiento, de esta forma podemos decir que en el primer año la empresa tendrá una rentabilidad financiera del 23,48% en función del capital propio.

#### ***3.5.11.4 Razón de Endeudamiento***

Este último indicador tiene por objetivo medir en qué grado y de qué forma participan terceros dentro del financiamiento del restaurante.

**Razón de endeudamiento externo:** El restaurante se desarrolla mayormente con capital prestado, lo que nos arroja un alto grado de dependencia financiera con acreedores externos por lo cual la mayor parte de los activos totales han sido financiados externamente en un 30,21% para el primer año.

### **3.6 CONCLUSIONES.**

- El plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana es factible ya que mediante un estudio de mercado realizado podemos determinar que existe gran demanda insatisfecha en este servicio ya que el cantón no cuenta con un restaurante de estas características por lo que la cobertura de mercado es óptima.
- Mediante el estudio técnico realizado se establece que el restaurante Oasis vegetariano cumple con la capacidad productiva que exige la demanda como también con los requerimientos, personal y financiación para la puesta en marcha del proyecto.
- El plan de negocio para la creación de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí es factible ya que podemos decir que la empresa tendrá una rentabilidad financiera del 23,48% en función del capital propio y seguirá en aumento con el pasar de los años.
- El periodo de recuperación de la inversión inicial del plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana es de 2 años, 7 meses y 8 días siendo un tiempo muy viable y por cada dólar de inversión tenemos 0,35 de rentabilidad.

### **3.7 RECOMENDACIONES.**

- Se recomienda poner en marcha el negocio además de contratar personal responsable y con su debida experiencia en este ámbito, asistir a capacitaciones de salud, cocina nutrición y administración para estar en constante actualización.
- Realizar una constante investigación y mejoras técnicas tanto en la infraestructura como en la capacitación de las personas y en si mejora del producto a través de encuestas o de un servicio de opiniones para no caer en la monotonía y acoger los comentarios de nuestros clientes.
- Se recomienda realizar y analizar los estados financieros con mucho orden ya que de ahí depende el buen manejo de nuestro negocio para tomar las mejores decisiones.
- Por último se recomienda mantenerse vigilantes a los distintos movimientos contables ya que pueden afectar el aspecto económico y financiero de nuestra empresa para darle una solución a su debido tiempo.

## 3.8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### 3.8.1 Citada.

- BLANK Steve. (26 de julio de 2014). «*Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio*» (en inglés). Obtenido de «Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio» (en inglés): «Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio» (en inglés)
- BRILLAT Savarin, J. A. (2010). *Fisiología Del Gusto*. Madrid: Editorial MAXTOR.
- CABRERIZO, M., & Naver, J. (2009). *Plan de negocio. Dirección y Gestión de Empresas*. Málaga: Editorial Vértice.
- FERNÁNDEZ Sánchez, E. (2010). *Administración de empresas : un enfoque interdisciplinar*. Madrid - España: Editorial Paraninfo.
- HARVARD , B. (2009). *Crear un plan de negocios*. Santiago - Chile: Impact Media Comercial.
- JORDÁ Juan, M. (2011). *Diccionario práctico de gastronomía y salud: Con más de 5.000 entradas, recetario, refranero y dichos populares del autor*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 2011.
- LLAMAS Arjona, C. (2009). *Marketing Y Gestión de la Calidad Turística*. Editorial Liber Factory.
- Maria Jose Pilco Toscano. (01 de abril de 2014). *Universidad Nacional de La Rioja*. Obtenido de Universidad Nacional de La Rioja.: Fundacion Unir - Universidad Nacional de La Rioja. «Crea tu empresa» (en español).
- PONCIO, D. (2010). *Animarse a Emprender*. Villa María: Eduvim.
- SALVADOR Luis Onofre. (26 de julio de 2014). *Plan\_de\_negocio#Aplicaciones*. Obtenido de *Plan\_de\_negocio#Aplicaciones*: [http://es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_de\\_negocio#Aplicaciones](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio#Aplicaciones)

### 3.8.2 Consultada

- MAS Ruiz, F. J. (2010). *Temas de investigación comercial*. Editorial Club Universitario.
- RODRÍGUEZ, Valencia, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. Cengage Learning Editores.
- CALDEVILLA Domínguez, D. (2014). *Sistemas docentes en el EEES*. Madrid-España: Visión Libros.
- BLANK Steve. (26 de julio de 2014). «*Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio*» (en inglés). Obtenido de «Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio» (en inglés): «Diferencia entre Plan de Negocio y Modelo de Negocio» (en inglés)
- Banco Central del Ecuador.  
(<http://www.bce.fin.ec/>) 08-05-2011.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo.  
(<http://www.inec.gov.ec>) 08-05-2011.

# ANEXOS

## Anexos 1: Encuesta aplicada a los moradores del Cantón Pujilí



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

#### CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

**Objetivo:** Conocer la factibilidad de la apertura de un restaurante de comida vegetariana en el cantón Pujilí a través de un estudio de mercado para saber si será lo suficientemente rentable para justificar la decisión de inversión.

**1) ¿Usted consumiría alimentación vegetariana?**

SI ( )

NO ( )

**2) ¿Usted consumiría en un restaurante de comida vegetariana ubicado en el barrio Rosita Paredes, dónde encuentre una nueva alternativa de alimentación basada en vegetales?**

SI ( )

NO ( )

**3) ¿Qué le motivaría a usted a consumir una alimentación vegetariana?**

RECOMENDACIÓN MÉDICA ( )

EL VALOR NUTRICIONAL ( )

EL SABOR ( )

OTROS ¿Cuál?

**4) ¿Qué tipo de valor agregado le gustaría que tenga un restaurante vegetariano?**

SERVICIO A DOMICILIO ( )

RED WIFE ( )

MÚSICA O VIDEO ( )

OTROS ¿Cuál? ( )

**5) ¿En qué momento del día usted necesita con mayor frecuencia del servicio de alimentación en un restaurante?**

DESAYUNO ( )

ALMUERZO ( )  
CENA ( )

**6) ¿Cuánto paga usted por el servicio de desayuno, almuerzo, cena en un restaurant?**

2,50 ( )  
2,75 ( )  
3,00 ( )

**7) ¿Con qué frecuencia asisten a un restaurante?**

DIARIO ( )  
SEMANAL ( )  
QUINCENAL ( )  
MENSUAL ( )

**8) ¿Qué tipo de servicio de comida vegetariana prefiere?**

VEGANISMO ( )  
OVALACTEOVEGETAREANISMO ( )  
OVOGETARIANISMO ( )  
CRUDIVORMISMO ( )  
DIETA FRUGÍVORA ( )  
OTRAS ( )

**9) ¿A qué restaurante asiste continuamente?**

LA CEBADA ( )  
DOÑA MICHITA ( )  
EL COLOMBIANO ( )

**10) ¿Se encuentra satisfecho con el servicio de restaurantes en el Cantón?**

SI ( )  
NO ( )

**11) ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse además de conocer nuevos productos y servicios en el cantón?**

PRENSA ESCRITA ( )  
RADIOS ( )  
TELEVISIÓN ( )  
INTERNET ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexos 2: Variedad de menús que ofertará el restaurante

### *VARIEDAD DE MENÚS QUE OFERTARÁ EL RESTAURANTE*

#### **SOPAS**

**CREMA DE APIO:** CALENTAR MANTEQUILLA, PONER LA HARINA Y FREÍR CON AJO. AÑADIR POCO A POCO EL AGUA, LUEGO LA CEBOLLA Y LAS HOJAS DE APIO PICADAS. DEJAR QUE HIERVA DURANTE QUINCE MINUTOS Y SACAR DEL FUEGO.

**CREMA DE ESPINACA:** LAVAR LAS HOJAS DE ESPINACA, SÉQUELAS Y PÍQUELAS, FRÍALAS CON MANTEQUILLA A FUEGO LENTO, ECHE EL AGUA, AGREGAR LAS PAPAS PELADAS EN TROCITOS, PONER LA SAL, Y COCER DURANTE DIEZ MINUTOS, PASAR LA SOPA POR EL PASAPURÉS O BATIDORA. ADORNAR CON RODAJAS DE PAN INTEGRAL.

**CREMA DE SAMBO:** PONER AL FUEGO EL AGUA CON EL PIMIENTO, AJO, SAMBO Y LAS PAPAS. CUANDO ESTÉN COCIDOS LICUAR Y CERNIR. LLEVAR NUEVAMENTE AL FUEGO Y AÑADIR SAL, MANTEQUILLA, PEREJIL. RESOLVER CON FRECUENCIA MIENTRAS HIERVE DURANTE CINCO MINUTOS. POR ÚLTIMO AGREGAR LECHE.

**CREMA DE ZANAHORIA:** PONER AL FUEGO AGUA CON LA ZANAHORIA, PAPA NABO Y EL AJO. CUANDO TODO ESTE COCIDO LICUAR Y CERNIR Y PONER NUEVAMENTE AL FUEGO. AGREGAR MANTEQUILLA Y ADORNAR CON PEREJIL PICADO.

**LOCRO DE ZAPALLO:** FREÍR EN EL ACEITE LA CEBOLLA, TOMATE, AJO, ORÉGANO, PIMIENTA Y SAL. LUEGO AGREGAR EL ZAPALLO CON LAS PAPAS, LAS ARVEJAS Y LOS CHOCLOS. DEJE COCINAR A FUEGO LENTO Y CON LA OLLA TAPADA. AÑADIR QUESO, LECHE Y REVOLVER SUAVEMENTE.

**CREMA EMERALDA:** HERVIR EL AGUA Y PONER EL SAMBO PICADO, LAS HOJAS DE ESPINACA LAVADAS, PEREJIL, CILANTRO Y EL AJO. HERVIR DURANTE DIEZ MINUTOS, SACAR DEL FUEGO, LICUAR Y LLEVAR NUEVAMENTE AL FUEGO. DEJAR HERVIR POR CINCO MINUTOS Y SERVIR.

**LOCRO DE PAPAS:** PREPARAR UN REFRITO CON ACEITE, CEBOLLA, SAL, COMINO Y ACHIOTE, AÑADIR PAPAS, MANÍ, LECHE Y EL AGUA. DEJAR HERVIR POR DIEZ MINUTOS. AGREGAR LA COL. CONTINUAR LA COCCIÓN HASTA QUE LA PAPA ESTE SUAVE. POR ÚLTIMO AÑADIR EL CILANTRO.

**SANCOCHO DE CARNE DE SOYA:** SE REFRÍE LA CEBOLLA CON TOMATE, PIMIENTO Y AJO PICADOS; SE AGREGA AGUA, YUCA EN TROZOS Y LOS CHOCLOS EN RODAJAS; UNA VEZ COCIDOS ESTOS INGREDIENTES, AGREGAR LA SAL Y CARNE DE SOYA. COCINADO TODO SE AGREGA ORÉGANO Y SE SIRVE.

**SOPA DE LENTEJAS:** LAVAR LA LENTEJA Y DEJAR EN REMOJO, PONER AL FUEGO ACEITE, ACHIOTE, AJO, CEBOLLA, COMINO, PIMIENTO. LUEGO INCORPORAR EL AGUA, UNA VEZ QUE ENTRE EN EBULLICIÓN AGREGAR LAS LENTEJAS Y DEJAR COCINAR HASTA QUE ESTÉN COCINADAS. AGREGAR LECHE Y PEREJIL.

**SOPA DE TOMATE:** COCINAR LOS TOMATES CON AGUA Y CEBOLLA. LICUAR Y PASAR POR UN COLADOR. DERRETIR LA MANTEQUILLA Y AÑADIR HARINA REVOLVIENDO PARA EVITAR QUE SE HAGAN GRUMOS. AGREGAR LA LICUADA Y SALPIMENTAR AL GUSTO. DEJE COCER A FUEGO LENTO HASTA QUE HIERVA.

**SOPA VEGETAL:** SE LAVAN TODOS LOS VEGETALES, LAS PAPAS Y LA ZANAHORIA SE PELAN Y SE COCINAN. HERVIR TODO DE CINCO A DIEZ MINUTOS, LUEGO SE ADORNA CON PEREJIL Y SE SIRVE.

## **SEGUNDOS**

**BISTEC:** FREÍR CEBOLLA COLORADA CON TOMATE, PIMIENTO Y SAL. PREVIO ALIÑAR LA CARNE DE SOYA CON AJO Y SAL. LUEGO INCORPORAR EN EL SOFRITO LA CARNE DE SOYA, TAPAR Y DEJAR COCINAR CON VINO Y PEREJIL.

**CARNE DE SOYA CON SALSA DE CHAMPIÑONES:** DILUIR LAS DOS CUCHARADAS DEL SOBRE DE HONGOS MAGGI EN AGUA, LUEGO PONER A FUEGO LENTO, AÑADIR FILETES DE CARNE DE SOYA Y LOS CHAMPIÑONES CORTADOS POR LA MITAD, COCER POR UNOS MINUTOS, LUEGO AGREGAR PEREJIL PICADO.

**CARNE DE SOYA CON TOMATE Y CEBOLLA:** SAZONAR LA CARNE CON SAL, PIMIENTA, LAUREL, TOMILLO Y MOSTAZA. DERRETIR LA MANTEQUILLA CON EL ACEITE, CUANDO ESTE CALIENTE COLOCAR LA CARNE, CEBOLLA, TOMATE Y SALSA DE SOYA. DEJAR EN COCCIÓN APROXIMADAMENTE 5 MINUTOS POR CADA LADO.

**ESTOFADO:** SOFREÍR EL AJO, CEBOLLA, TOMATE, PIMIENTO CON EL ACHIOTE. AGREGAR LA CARNE Y FREÍRLA HASTA QUE SE DORE. AÑADIR LAS PAPAS, ZANAHORIA, ARVEJA Y AGUA, DEJAR COCINAR A FUEGO LENTO POR 15 MINUTOS HASTA QUE ESTÉN BLANDAS. AGREGAR SAL Y PEREJIL PICADO.

**CARNE DE SOYA EN POSTA:** SAZONAR LA CARNE CON SAL, PIMIENTA, AJO, SE PROCEDE A DORARLA. APARTE, SOFREÍR LA CEBOLLA EN LA MANTEQUILLA, INCORPORAR LA CARNE Y EL AGUA. DEJAR COCER A FUEGO LENTO TAPADO POR DIEZ MINUTOS. SERVIR CON PEREJIL PICADO.

**GUATITA DE SOYA:** SE REFRÍE CON EL ACEITE Y EL ACHIOTE EL AJO Y LA CEBOLLA BIEN PICADOS; UNA VEZ DORADO EL REFRITO, SE AGREGAN LOS TROCITOS DE PAPAS, JUNTO CON LA SAL, PIMIENTA Y EL COMINO. UNA VEZ COCINADOS ESTOS INGREDIENTES SE AGREGA LA SOYA PICADA EN TROCITOS. AÑADIR LECHE Y PEREJIL PICADO.

**MENESIRA Y CARNE DE SOYA:** DEJAR LAS LENTEJAS O FRÍJOLES EN REMOJO DESDE EL DÍA ANTERIOR. COCERLAS EN AGUA SUFICIENTE HASTA QUE ESTÉN SUAVES. APARTE FREÍR EN EL ACEITE LA CEBOLLA, EL AJO, LOS PIMIENTOS, TOMATE, PEREJIL, SAL, PIMIENTA Y EL ACHIOTE. DEJAR COCER POR UNOS MINUTOS Y AÑADIR LAS LENTEJAS O FRÍJOLES, DEJAR QUE ESPESE UN POCO Y SERVIR.

**SECO DE CARNE DE SOYA:** SE REFRÍE CON EL ACHIOTE, LA CEBOLLA, PIMIENTO, AJO, TOMATE, COMINO. LUEGO SE INCORPORA LA CARNE DE SOYA CON LA ZANAHORIA RALLADA Y DEJAR HERVIR. CONTINUAR LA COCCIÓN Y AGREGAR LA CERVEZA, SAL Y FINALMENTE ESPOLVOREAR EL CILANTRO PICADO.

## **ENSALADAS**

**ENSALADA DE ZANAHORIAS Y ARVEJAS:** COCINAR LAS ZANAHORIAS EN AGUA CON SAL. DERRETIR LA MANTEQUILLA Y AÑADIR LAS ZANAHORIAS Y ARVEJAS, COCER A FUEGO LENTO UNOS MINUTOS. MEZCLAR LA CREMA DE LECHE CON SAL Y PIMIENTA. AGREGAR LA PREPARACIÓN ANTERIOR Y REVOLVER BIEN.

**ENSALADA DE MELLOCO, PAPA Y ZANAHORIA:** COCER LAS ZANAHORIAS, PAPAS Y MELLOCOS CON AGUA Y SAL. PARA SERVIR HACER UNA SALSA DE LIMÓN CON APIO Y SAL.

**ENSALADA FRESCA:** COLOCAR LAS RODAJAS DE CEBOLLA EN AGUA CON SAL DURANTE UNA HORA. AL MOMENTO DE LA PREPARACIÓN ARREGLAR LOS INGREDIENTES DE LA ENSALADA EN UNA BANDEJA CON LECHUGA, TOMATE Y AGUACATE. MEZCLAR CON UNA SALSA HECHA A BASE DE ACEITE, JUGO DE LIMÓN Y CEBOLLA FINAMENTE PICADA.

**PURÉ DE PAPA:** COCER LAS PAPAS EN AGUA HASTA QUE ESTÉN BLANDAS, MAJAR LAS PAPAS, AGREGAR MANTEQUILLA, LECHE Y SAL.

**MOTE Y SALSA DE CEBOLLA:** COLOCAR LA CEBOLLA CORTADA FINAMENTE EN AGUA CON SAL POR UNA HORA. EN UNA OLLA COCINAR EL MOTE PREVIAMENTE REMOJADO EN DÍA ANTERIOR HASTA QUE ESTE BLANDO. APARTE HACER LA SALSA CON CEBOLLA, LIMÓN Y SAL.

## **ARROZ**

**AMARILLO:** COLOCAR EL ARROZ INTEGRAL PREVIAMENTE LAVADO CON AGUA, SAL Y ACHIOTE, DEJAR COCER HASTA QUE SEQUE, LUEGO TAPAR Y BAJAR EL FUEGO AL MÍNIMO HASTA QUE ESTÉ LISTO EL ARROZ.

**ARROZ AL CURRY:** EN UNA OLLA COLOCAR EL ACEITE, AGREGAR EL ARROZ Y SOFREÍRLO, REVOLVIENDO CON UNA CUCHARA DE MADERA. MEZCLAR EL AGUA CON EL CURRY Y UN POCO DE SAL, INCORPORARLO AL ARROZ. DEJAR A FUEGO ALTO HASTA QUE SE SEQUE Y LUEGO BAJAR EL FUEGO AL MÍNIMO HASTA QUE ESTÉ LISTO.

**ARROZ CON ESPINACAS:** EN UNA OLLA COLOCAR EL ACEITE Y SOFREÍR LA CEBOLLA. AGREGAR EL ARROZ Y MEZCLAR. INCORPORAR EL AGUA CON LAS ESPINACAS LICUADAS. REVOLVER Y AGREGAR SAL SI ES NECESARIO. DEJAR COCER HASTA QUE SE SEQUE: TAPAR Y BAJAR EL FUEGO AL MÍNIMO HASTA QUE ESTÉ LISTO PARA SERVIR.

**NORMAL:** COLOCAR EL ARROZ INTEGRAL PREVIAMENTE LAVADO CON AGUA Y SAL, DEJAR COCINAR HASTA QUE SE SEQUE, LUEGO TAPAR Y BAJAR EL FUEGO AL MÍNIMO HASTA QUE ESTÉ LISTO EL ARROZ.

## **BEBIDAS AROMÁTICAS**

TORONJIL, HIERVA LUISA, MANZANILLA, MENTA Y OTRAS: SE PONE A HERVIR AGUA Y SE INCORPORAN LAS RAMAS U HOJAS. LUEGO TAPAR Y DEJAR REPOSAR DE CINCO A DIEZ MINUTOS.

**Elaborado por:** Lilian Elisa Granda Ruíz

### Anexos 3: Proforma Ativos fijos



**INDURAMA**  
**REFRIGERADORA**  
Mod. RI-480 CR

- No Frost
- Iluminación Led
- Bandejas de vidrio templado

**16 PIES**  
370 litros

INCLUYE Combo Parrillero por **\$19.99**

P.V.P.: \$ 1,532.48  
MENSUAL: 24 X 75.24  
PRECIO FINAL: \$ 1,805.87

**CAMBIO DE SEMANALES DESDE \$18.81 AHORRO \$196.00**

**Horno con encendido electrónico y timer mecánico.**



**Indurama**

★★★★★

COCINA INDURAMA FLORENCIA QUARZO C  
12 cuotas de \$50.51  
Precio especial **\$559**

**Amplia, moderna y estilizada.**



**mabe**

★★★★★

COCINA MABE INGENIOUS767E-CX0  
12 cuotas de \$86.65  
Precio normal \$959  
Precio especial **\$959**

**500GB con funciones inalámbricas.**



**COMPAQ**

★★★★★

ALL IN ONE COMPAQ 18-3204  
12 cuotas de \$65.14  
Precio especial **\$721**



**Motos ICS 150 R encendido eléctrico  
con escape silencioso.**



**ICS**



MOTO ICS 150R  
cuotas de  
Precio normal \$1599  
**AHORRO \$100**  
Precio especial **\$1499**