

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE ENFERMERÍA**  
**CARRERA DE NUTRICIÓN HUMANA**

DISERTACIÓN DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN NUTRICIÓN HUMANA

**“ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN COMIDA SALUDABLE EN EL  
CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI”**

**Elaborado por:**

Angie Cecilia Robalino Armijos

Quito, 29 de Noviembre del 2021

## DEDICATORIA

*Dedico esta investigación primero a Dios, por darme la oportunidad de vivir y regalarme las fuerzas necesarias para poder salir adelante todos los días de mi vida.*

*En especial a mi mamá Rocío, mi papá Carlos, mi hermano y mis tres ángeles en el cielo por ser el motor de mi vida y siempre apoyarme en cada paso que doy y sobre todo en este que hasta ahora ha sido el más importante.*

*Finalmente, a mi novio y mi familia por ayudarme en los momentos más difíciles de mi vida y mi carrera.*

## AGRADECIMIENTO

*Es muy importante para mí agradecer a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador porque permitió mi formación académica, agradezco especialmente a los docentes de la Carrera de Nutrición Humana que participaron en mi proceso de enseñanza-aprendizaje para obtener este título*

*De manera especial; a los Doctores: Myriam Andrade, Edgar Rojas y Pablo López, que fueron quienes estuvieron en la guía diaria durante la elaboración de mi tesis respectivamente, por sus invalorable conocimientos y guías, que con generosidad me han impartido para la mejor realización de este trabajo.*

*A toda mi familia.*

## TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
SUMMARY .....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	15
1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	16
1.1 Planteamiento del problema .....	16
1.2 Justificación .....	17
1.3 Objetivos .....	18
1.3.1 Objetivo General .....	18
1.3.2 Objetivos Específicos .....	19
1.4 Metodología .....	19
1.4.1 Tipo de estudio .....	19
1.4.2 Población y Muestra .....	19
1.4.3 Fuentes, Técnicas e Instrumentos:.....	21
1.4.4 Plan de recolección y análisis de la información.....	21
1.4.4.1 Plan de recolección.....	21
1.4.4.2 Análisis de la información .....	22
2. GENERALIDADES Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS .....	23
2.1 Alimentación y nutrientes .....	23
2.2 Nutrición y su importancia.....	24
2.2.1 ¿Por qué es importante la nutrición?.....	24
2.3 Requerimiento Nutricional.....	24
2.4 Alimentación Saludable.....	25
2.4.1 ¿Qué características debe tener una alimentación saludable? .....	25
2.5 Alimento .....	26
2.5.1 Grupos de alimentos .....	26
2.6 Restaurante.....	27
2.6.1 Tipos de restaurantes por categoría .....	27
2.6.2 Tipos de restaurantes por conceptos .....	28
2.6.3 Objetivo del restaurante .....	28
2.7 Proceso de obtención del Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional .....	28
2.7.1 Intención, Diagnóstico y Reconocimiento .....	29

2.7.1.1	Fase de Intención.....	29
2.7.1.2	Fase de Diagnóstico.....	30
2.7.1.3	Fase de reconocimiento.....	31
2.7.2	Beneficios del Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional.....	31
2.8	Normas para que un restaurante se considere saludable e inocuo .....	32
2.9	Menú.....	34
2.9.1	Tipos de menús.....	34
2.9.2	Enfoque del menú.....	34
2.9.3	Diferencia entre menú y carta .....	35
2.10	Cliente.....	35
2.10.1	Clientes y mercado .....	35
2.10.2	Importancia de los clientes .....	35
2.11	Proyecto de factibilidad .....	36
2.11.1	Estudio de mercado .....	36
2.11.1.1	Mercado .....	37
2.11.1.2	Investigación de mercado.....	37
2.11.1.3	Segmentación de mercado .....	37
2.11.1.4	Producto .....	38
2.11.1.5	Análisis de la demanda .....	39
2.11.1.6	Análisis de la oferta .....	39
2.11.1.7	Mercado potencial o insatisfecho .....	40
2.11.1.8	Fijación de los precios .....	40
2.12	Estudio Técnico.....	40
2.12.1	Tamaño .....	41
2.12.2	Localización .....	41
2.12.3	Ingeniería del proyecto .....	42
2.12.4	Proceso de producción.....	42
2.13	Estudio Económico.....	42
2.13.1	Inversión .....	43
2.13.2	Costos .....	43
2.13.3	Depreciación .....	45
2.13.4	Capital de Trabajo .....	45
2.13.5	Costo de Capital .....	45
2.13.6	Estado de Resultado.....	46
2.13.7	Flujo de Caja .....	46
2.13.8	Balance General .....	46
2.13.9	Punto de Equilibrio.....	46

2.14	Estudio Financiero.....	47
2.14.1	Métodos que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo .....	47
2.14.1.1	Valor Actual Neto (VAN).....	47
2.14.1.2	Relación Costo-Beneficio .....	48
2.14.1.3	Periodo de recuperación.....	48
2.15	Empresa .....	49
2.15.1	Empresas de servicios .....	49
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	53
3.1	La encuesta.....	53
3.1.1.	Resultados de la encuesta.....	53
3.1.2.	Demanda actual.....	60
3.2	Proyección de la demanda.....	61
3.1.3.	Demanda potencial .....	61
3.1.4.	Demanda real .....	62
3.1.5.	Consumo Per Cápita .....	62
3.3	Determinación de la oferta.....	63
3.4	Demanda insatisfecha .....	64
3.5	Estrategia de comercialización.....	64
3.1.6.	Producto .....	64
3.1.7.	Servicio .....	65
3.1.8.	Precio .....	66
3.5.1	Promoción .....	66
3.5.2	Publicidad .....	66
3.1.9.	Plaza.....	67
4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	68
4.1	Determinación del tamaño del proyecto .....	68
4.2	Capacidad real programada.....	68
4.2.1	Capacidad teórica o de diseño.....	68
4.3	Determinación de la localización optima.....	68
4.3.1	Macro localización .....	69
4.3.2	Micro localización .....	70
4.4	El producto.....	71
4.4.1	Descomposición del producto .....	72
4.5	Identificación y costos suministros e insumos .....	75
4.5.1	Materias primas .....	75
4.5.2	Mano de obra.....	85
4.5.2.1	Mano de obra directa .....	85

4.5.3	Muebles y equipos .....	85
4.6	La empresa .....	86
4.6.1	Organigrama estructural de la empresa.....	86
4.6.2	Personal requerido .....	87
4.6.3	Funciones del personal.....	87
4.6.4	Vestimenta del personal.....	88
4.7	Requisitos para la apertura de un establecimiento.....	89
4.8	Infraestructura requerida .....	89
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	90
5.1	Inversión total.....	90
5.1.1	Inversión fija .....	90
5.1.1.1	Constitución de una compañía .....	90
5.1.1.2	Edificio .....	90
5.1.1.3	Menaje, cubertería, equipos de producción y mobiliario de servicio .....	90
5.1.1.4	Muebles y equipos de oficina.....	91
5.1.1.5	Vehículos .....	91
5.1.2	Capital de trabajo.....	91
5.2	Financiamiento .....	92
5.3	Costos de producción.....	92
5.3.1	Costos de preparación.....	92
5.3.1.1	Costos directos .....	92
5.3.1.2	Costos indirectos .....	94
5.3.2	Costos administrativos .....	96
5.3.3	Costo de ventas.....	96
5.3.4	Costos financieros .....	96
6.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA .....	98
6.1	Precio de venta y punto de equilibrio .....	98
6.1.1	Precio de venta .....	98
6.1.2	Punto de equilibrio.....	99
6.2	Estado de resultados .....	99
6.3	Flujo de caja .....	100
6.4	Valor actual neto .....	102
6.5	Tasa interna de retorno .....	102
6.6	Periodo de recuperación de la inversión .....	102
6.7	Análisis beneficio/costo .....	103
7.	DISCUSIÓN.....	104
8.	CONCLUSIONES .....	105

9.	RECOMENDACIONES .....	106
10.	BIBLIOGRAFÍA .....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables.....	49
Tabla 2 Valor de la población económicamente activa.....	61
Tabla 3 Demanda Potencial.....	61
Tabla 4 Demanda Real.....	62
Tabla 5 Valores de cálculo de consumo Per Cápita.....	62
Tabla 6 Consumo Per Cápita.....	63
Tabla 7 Factores de micro localización.....	71
Tabla 8 Menú de desayunos.....	72
Tabla 9 Menú de almuerzos.....	73
Tabla 10 Menú de snacks.....	74
Tabla 11 Menú de bebidas.....	74
Tabla 12 Materia prima Desayuno 1.....	75
Tabla 13 Materia prima Desayuno 2.....	75
Tabla 14 Materia prima Desayuno 3.....	76
Tabla 15 Materia prima Desayuno 4.....	76
Tabla 16 Materia prima Desayuno 5.....	77
Tabla 17 Materia prima de Pescado asado con verduras.....	77
Tabla 18 Materia prima de salteado de garbanzo con pollo.....	78
Tabla 19 Materia prima de pure de papa con chuleta.....	78
Tabla 20 Materia prima de Pulled Pork.....	79
Tabla 21 Materia prima de spaghetti a la boloñesa.....	80
Tabla 22 Materia prima de bowl Frutos rojos.....	80
Tabla 23 Materia prima de crepe de avena.....	81
Tabla 24 Materia prima de donuts de plátano.....	81
Tabla 25 Materia prima de mini sánduche de atún.....	82
Tabla 26 Materia prima de chips de verde con guacamole.....	82
Tabla 27 Materia prima de healthy pink drink.....	83
Tabla 28 Materia prima de smoothie de mora y banana.....	83
Tabla 29 Materia prima de smoothie tropical.....	84
Tabla 30 Materia prima de agua de horchata.....	84
Tabla 31 Materia prima de everyday roots.....	84
Tabla 32 Presupuesto mensual de mano de obra.....	85
Tabla 33 Muebles y equipos.....	86
Tabla 34 Organigrama estructural de la empresa.....	86

Tabla 35 Constitución de una compañía .....	90
Tabla 36 Capital de trabajo .....	91
Tabla 37 Tabla de financiación.....	92
Tabla 38 Costos directos .....	93
Tabla 39 Costos de preparación indirectos.....	94
Tabla 40 Costos administrativos.....	96
Tabla 41 Costo de ventas .....	96
Tabla 42 Tabla de interés .....	97
Tabla 43 Tabla de amortización .....	97
Tabla 44 Precio de venta de cada plato.....	98
Tabla 45 Estado de resultados proyectados.....	99
Tabla 46 Flujo de caja.....	100
Tabla 47 VAN-TIR.....	102
Tabla 48 Periodo de recuperación de inversión.....	102
Tabla 49 Análisis beneficio/costo.....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Fase de diagnostico .....	30
Gráfico 2 Genero .....	53
Gráfico 3 Edad.....	54
Gráfico 4 Frecuencia de visita a un restaurante .....	54
Gráfico 5 Visitas a un restaurante.....	55
Gráfico 6 Comida consumida fuera de casa .....	55
Gráfico 7 Precio.....	56
Gráfico 8 Calidad de alimentos .....	56
Gráfico 9 Atención al cliente.....	56
Gráfico 10 Cantidad por porción .....	57
Gráfico 11 Alimentación saludable y equilibrada .....	57
Gráfico 12 Existencia de un restaurante de comida saludable.....	58
Gráfico 13 Valor a pagar por comida saludable .....	58
Gráfico 14 Horario de atención .....	59
Gráfico 15 Tipos de platillos .....	59
Gráfico 16 Información de comida saludable.....	60

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** Diseño de encuesta

**ANEXO B:** Diseño del menú del restaurant MANA DREAMS

## **RESUMEN**

A lo largo del tiempo el poder alimentarse se ha convertido en una necesidad fundamental para el ser humano, la misma que nos brinda todos los nutrientes necesarios para el organismo. Es así que en el cantón La Maná se pudo identificar la importancia de poder brindar un restaurante de comida saludable.

Es por eso que el objetivo de la presente disertación es analizar la viabilidad para la creación de un restaurante especializado en comida saludable en el cantón La Maná, para lo cual se realizó un estudio técnico – económico de tipo descriptivo. Por otro lado, la muestra estuvo constituida por 395 personas, 210 mujeres y 185 hombres, las cuales se seleccionaron de la población económicamente activa.

Durante la investigación de mercado se aplicó una encuesta de viabilidad la cual mostro que es factible la implementación del servicio mediante una proyección de 5 años donde la utilidad neta es de \$5.341,03 dólares, tanto para dar respuesta a las necesidades de alimentación saludable de los posibles usuarios como desde el punto de vista económico. Finalmente se puede concluir que el emprendimiento va a ser implementado en un futuro y de esa forma contribuir para que la población de La Maná tenga una opción de alimentación saludable.

### **PALABRAS CLAVE:**

Restaurante, Viabilidad, Comida saludable, Económica, Necesidad.

## **SUMMARY**

Over time, being able to feed oneself has become a fundamental need for human beings, the same one that provides us with all the necessary nutrients for the body. Thus, in La Maná canton the importance of being able to provide a healthy food restaurant could be identified.

That is why the objective of this dissertation is to analyze the feasibility for the creation of a restaurant specialized in healthy food in the canton of La Maná, for which a descriptive technical-economic study was carried out. On the other hand, the sample consisted of 395 people, 210 women and 185 men, who were selected from the economically active population.

During the market research, a feasibility survey was applied which showed that the implementation of the service is feasible through a 5-year projection where the net profit is \$ 5,341.03 dollars, both to respond to the healthy eating needs of the potential users as well as from an economic point of view. Finally, it can be concluded that the undertaking will be implemented in the future and thus contribute so that the population of La Maná has a healthy eating option.

**Keywords:** Restaurant, Feasibility, Healthy food, Economic, Necessity

## INTRODUCCIÓN

Las nuevas tendencias tecnológicas que vive el mundo y nuestra sociedad ecuatoriana determinan que día a día se busque nuevas respuestas a necesidades básicas como la alimentación, pese a que en nuestro medio la comida considerada chatarra tiene un crecimiento considerable, también es cierto que un sector importante de los consumidores y de los círculos médicos mundiales incentivan una alimentación más sana y nutritiva (Armijos, 2014).

Es necesario recalcar que todos los alimentos consumidos en abundancia y sin variedad son perjudiciales para la salud, entre estas se encuentran las hamburguesas, papas fritas entre otros que en pequeñas cantidades son altamente nocivas, por la ausencia de fibra, proteína, vitaminas y minerales las cuales son necesaria para el correcto funcionamiento del cuerpo. Es por eso que a nivel mundial regresan las propuestas como hace mucho tiempo atrás de lugares que oferten comida vegetariana y saludable, este tipo de comida tiene un alto valor nutritivo, estético y agradable al paladar (Armijos, 2014).

El cantón La Maná, actualmente se encuentra saturado por pequeños locales donde se oferta comida poco saludable. Según el Ministerio de Turismo desde el año 2015 el cantón es considerado como zona de destino turístico es por eso que se necesita ofertar nueva variedad de alimentos ya que la oferta actual de comida no representa un verdadero desarrollo para el cantón (Ministerio de Turismo , 2021).

De esta manera nace la propuesta de ofertar en el Cantón La Maná, un restaurante que oferte comida saludable donde una gran parte de sus habitantes puedan adquirir productos alimenticios (platos) para su bienestar, esta propuesta alimenticia se basa en el concepto principal de la variedad de comida, la cual garantiza la calidad de un producto final.

La presente investigación está encaminada a analizar la viabilidad para la creación de un restaurante especializado en comida saludable en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi.

## CAPÍTULO I

### 1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Planteamiento del problema

Como un antecedente hay que especificar que en este cantón no existen investigaciones relacionadas del todo al tema es por eso que parte de la problemática utilizada se base en investigaciones de carácter nacional y mundial.

Actualmente el modo en que nos alimentamos ha cambiado indudablemente durante los últimos años, muchas personas están en la constante búsqueda de cuidarse, verse mejor y comer mucho más saludable, sin que esto signifique prohibirse de ciertos alimentos. Al respecto, Izquierdo (2004) refiere que la alimentación saludable se logra armonizando varios alimentos de forma correcta.

Según Díaz, M. Hernández, (2017) actualmente existe una significativa parte de la población que con frecuencia consume alimentos fuera del hogar, práctica que implica tomar decisiones sobre la alimentación, lo que indiscutiblemente incide en el estado de salud de la población, de ello surge la necesidad de poner a disposición de la población una oferta de alimentación saludable que contribuya a optimizar el estado completo de bienestar de los individuos. Martínez-Donate, (2015) refirieron que las conductas en salud son la consecuencia de la interacción entre las características del individuo y los factores del entorno, por eso los restaurantes consideran que las oportunidades para mejorar el entorno nutricional constituyen un camino prometedor para originar conductas alimentarias saludables.

En la actualidad la población ecuatoriana presenta altos índices de diabetes, hipertensión arterial 12,2%, obesidad 60,9%, gastritis, entre otros, patologías que tienen una estrecha relación con el desconocimiento que tiene la población sobre alimentación saludable y selección de alimentos en donde no todo es saludable, ya sea por la falta de tiempo para preparar las comidas de manera nutritiva, falta de sitios que expendan comida saludable o simplemente por comodidad siendo reemplazadas por comida

chatarra o alimentos procesados que impiden combinar los alimentos de forma correcta (Calderón Cisneros, 2015).

Tomando datos del cantón La Maná existen diferentes enfermedades relacionadas a la nutrición entre las que están la diarrea, gastroenteritis, gastritis y anemia las cuales con el tiempo si pueden considerarse un problema grave en la salud (Carrera, 2019).

Mediante un estudio de “*Factibilidad para la creación de una cafetería-restaurante gourmet en el cantón La maná*” realizado en el 2014 señalaba que en la ciudad de La Maná existe un mercado con insuficiente diversidad de **ofertas alimenticia**, una de las causas es el predominio excesivo de restaurantes de comida típica, que pese a ser los platos más apetecidos no se observa innovación en cuanto a su presentación o adición de algún ingrediente que realce en gran manera la comida nacional o la importancia de hacerlos más saludables, por el contrario lo que se observa son restaurantes y comedores tradicionales que en su oferta no toman en cuenta la importancia de la alimentación saludable (Armijos, 2014).

## 1.2 Justificación

La presente investigación pretende analizar la viabilidad de la creación de un restaurante especializado en comida saludable en la ciudad de La Maná provincia de Cotopaxi, debido a que no existe un estudio que señale que la oferta gastronómica actual es saludable, actualmente esta gastronomía está dedicada en su mayoría hacer tradicional, es por eso que se necesita realizar esta investigación para saber si es posible o no implementar un establecimiento dedicado a brindar comida nutricional, tomando en cuenta que el cantón está en vías de desarrollo especialmente en tendencias de turismo y alimentación.

Actualmente existen diferentes tendencias de alimentos como lo indica el Innova Market Insights para el 2021, destacan dos tendencias relacionadas a la nutrición entre las que están la tendencia “diseñado para adaptarse” la cual se basa en que los consumidores buscan opciones de alimentos y bebidas que se adapten a su estilo de vida y la tendencia “la nutrición manda” que tiene relación en la creación de alimentos a través de la ciencia en beneficio de la salud de las personas (Granotec, 2020).

En relación con la investigación se persigue exponer información, que permita esclarecer las necesidades del cantón tomando en cuenta la relación directa en la creación de un establecimiento de comida saludable y a partir de esto generar estrategias que consigan brindar un servicio y un producto de calidad a los clientes, llegando a satisfacer sus necesidades, dando una buena imagen y posicionamiento en cada uno de los productos a ofertar por parte del establecimiento de comida.

(Beltrán & Hernandez, 2017), señalan que llevar una alimentación equilibrada genera condiciones de crecimiento y desarrollo en los **seres humanos**, tomando en cuenta que parte de la población consume con regularidad alimentos fuera de casa y es ahí donde nace la importancia de comenzar a crear un restaurante enfocados en comida saludable.

Con el transcurso de los años los establecimientos han tenido pocas mejoras, el mercado de la alimentación no ha modificado en su totalidad el menú o la infraestructura, todo esto se traduce a que el cantón es considerado un paso y destino para los turistas de aventura y hasta los propios habitantes en muchas ocasiones tienen que salir porque en su localidad no encuentran ese plus en concepto de comida saludable (Armijos, 2014).

Es por eso que el presente trabajo estuvo dirigido a analizar si es viable crear un establecimiento de comida saludable, la idea es ofrecer un producto que permita ese equilibrio alimenticio para aquellas personas que quieren cuidar de su alimentación, pero no cuentan con el tiempo o con la experiencia en este tipo de comida, además ofrecerles un producto que satisfaga la necesidad del cliente, siendo así lo beneficiarios directos del proyecto toda la población del cantón La Maná.

### **1.3      Objetivos**

#### **1.3.1    Objetivo General**

- Analizar la viabilidad para la creación de un restaurante especializado en comida saludable en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi.

### 1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Identificar el nivel de aceptación que tendría un restaurante que brinda comida saludable.
- Desarrollar una oferta gastronómica saludable para la población.
- Realizar un análisis financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.

## 1.4 Metodología

### 1.4.1 *Tipo de estudio*

Este estudio tiene un enfoque técnico – económico ya que no se hizo intervención directa con la población, además es de tipo descriptivo porque no se está analizando causalidad solo la viabilidad, por lo tanto, va a verificar la posible creación de un establecimiento enfocado en comida saludable en la ciudad de La Maná.

### 1.4.2 *Población y Muestra*

#### ***Población.*** -

El universo estuvo conformado por la población total los habitantes de la ciudad de La Maná que según el último censo del 2010 (INEC, 2018 ) corresponde a 42,216 habitantes.

#### ***Muestra.*** -

La muestra fue por conveniencia y estuvo constituida por 394 personas, la misma que se obtuvo a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

(Feedback Networks Technologies, 2001-2013).

Donde:

- **n**: Es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).
- **Z<sup>2</sup>**: Es el valor obtenido mediante el nivel de confianza que se desea asignar a la investigación, esto indica la probabilidad de que los resultados de investigación

sean ciertos, siendo el 95% o 1,96 el mínimo valor de confianza aceptado en los estudios.

- **p:** Es la proporción esperada de individuos que posee una población, este dato se suele suponer que es  $p=q=0.5$  o (50% = 0.5), asumiendo el peor caso que se produce cuando no se tienen el conocimiento cabal **de/l** resultado esperado.
- **q:** Es la proporción de individuos que no cumplen con el resultado esperado, es decir  $1 - p$  (1 - 0,5).
- **e<sup>2</sup>:** Es el error aceptable muestral deseado, es la diferencia que puede haber entre el resultado que se desea obtener en la muestra, comúnmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.5) el valor estándar que normalmente se utiliza en las investigaciones. En este caso se desea un 5% de error = 0,05 (Feedback Networks Technologies, 2001-2013)
- **N:** Población

El cálculo de la muestra se realizó con un universo de 42,216 personas, un 95% de confianza, y un posible error de +/- 5%.

#### **Criterios de inclusión:**

- Personas con rango de edad entre los 14 a 60 años.
- Personas que vivan en la ciudad de La Maná

#### **Criterios de exclusión**

- Personas que no cumplan con el rango de edad
- Personas que no vivan en la ciudad

#### 1.4.3 *Fuentes, Técnicas e Instrumentos:*

Se utilizaron diversas fuentes primarias y secundarias, dentro de las primeras se utilizó como instrumento una encuesta con 12 preguntas cerradas, cuestionario corto y puntual, con una redacción de preguntas claras y sencillas, con lenguaje apropiado para la población, la misma que fue recopilada y adaptada de diversos estudios de prefactibilidad sobre los temas de: alimentación saludable, catering de comida saludable, creación de restaurante gourmet. Además, se realizó la correspondiente validación con un grupo de 10 personas seleccionadas al azar a quienes se les socializó el consentimiento informado previo a la aplicación de la encuesta.

En las fuentes secundarias se realizó la recopilación de datos provenientes de fuentes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) como la cantidad de población del cantón, Ministerio de Salud Pública (MSP) como las estadísticas de sobrepeso y obesidad y disertaciones de grado.

#### 1.4.4 *Plan de recolección y análisis de la información*

##### 1.4.4.1 *Plan de recolección*

La recolección de la información se realizó de la siguiente manera:

- El número de población a la que se le aplicó la encuesta se determinó a través de utilización de la fórmula de muestreo de (Feedback Networks Technologies) obteniendo como resultado un total de 394 personas, las mismas que fueron elegidas por conveniencia. Para la validación de las preguntas de la encuesta se realizó un comité conformado por 10 personas seleccionadas al azar, las mismas que asistieron a una reunión zoom para realizar la encuesta después de lo cual emitieron sus criterios con referencia a aspectos como: que para la publicidad del restaurante se debe proponer más medios de comunicación, incrementar horarios para la atención, especificar que alimentos se brindarían en el restaurante y finalmente incrementar preguntas de ¿Por qué es importante un restaurante que oferte comida saludable en La Maná?

Las diversas sugerencias expresadas en la reunión zoom fueron consolidadas y en el formulario de Google form el mismo que fue compartido con los participantes amigos y conocidos del cantón a través del correo electrónico personal. Este proceso duro 25 días en los cuales se logró completar las 394 encuestas necesarias para el estudio.

- Finalmente, recopilada la información mediante el instrumento utilizado se procedió a tabular de forma estadística para posteriormente analizarlos y plasmar las conclusiones obtenidas del estudio.

#### 1.4.4.2 *Análisis de la información*

Los datos obtenidos en las encuestas realizadas en Google Form fueron exportados a un Excel para depuración, lo cual permitió utilizar todas las encuestas de la base de datos en la cual se describen los objetivos de aceptación y oferta de un establecimiento de comida saludable. Todo esto fue analizado mediante frecuencias absolutas y frecuencias relativas.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS

#### 2. GENERALIDADES Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS

##### 2.1 *Alimentación y nutrientes*

Se considera el conjunto de acciones mediante las cuales se ingieren alimentos al cuerpo, esto se completa con la preparación de los productos para su fácil digestión (OPS, Organización Panamericana de la Salud , 2020).

Todo esto abarca el poder seleccionar los alimentos, su preparación y su ingestión. Esto va a depender de las necesidades de cada ser humano además de que también se puede relacionar con la religión, cultura, situación económica, moda etc.

Dentro de la alimentación se considera a los nutrientes como las sustancias químicas que tiene cada alimento, los mismos que al ser ingeridos se descomponen en el cuerpo y de esa forma transformarlos y procrear energía para las células quienes deben funcionar de manera correcta (Martinez & Pedron , 2016).

Existen diversos tipos de nutrientes los cuales tienen las siguientes funciones:

- Los macronutrientes son los que se necesita en mayor cantidad siendo estos las proteínas, carbohidratos y las grasas.
- Los micronutrientes que se necesitan de manera más pequeña, donde están las vitaminas y minerales.
- Finalmente tenemos al agua y la fibra que, aunque no son considerados nutrientes forman parte de las necesidades nutricionales de las personas. (Martinez & Pedron , 2016).

## 2.2 *Nutrición y su importancia*

La nutrición es considerada la ciencia que entiende todos los procesos que el cuerpo incorpora, transforma y utiliza de manera correcta los nutrientes contenidos en los alimentos, el organismo necesita todo esto para poder desarrollar las diferentes funciones. (OPS, Organización Panamericana de la Salud , 2020).

Hay que tomar en cuenta que la nutrición también abarca todos aquellos factores que están relacionados con los patrones de la alimentación, tomando en cuenta la cantidad requerida de calorías por cada grupo de alimentos los cuales ayudan a mantener una buena salud (Thompson & Manore, 2008).

### 2.2.1 *¿Por qué es importante la nutrición?*

Dentro de la importancia de la nutrición se destacan 5 elementos fundamentales para considerar una buena nutrición.

- **Salud Física:** se basa en la buena nutrición y la actividad física.
  - **Salud Espiritual:** relacionada con las creencias de cada ser humano.
  - **Salud Emocional:** tiene que ver con los sentimientos positivos de cada individuo.
  - **Salud Social:** relacionada con todo el entorno del ser humano (familia, amigos y sociedad)
  - **Salud Ocupacional:** abarca todo lo relacionado al área laboral.
- (Thompson & Manore, 2008, p. 6)

## 2.3 **Requerimiento Nutricional**

Los requerimientos nutricionales son todas las necesidades que el organismo tiene que adquirir mediante los nutrientes para poder ejercer las actividades del cuerpo incluyendo el crecimiento, mantenimiento y el funcionamiento de este (Olveira, 2012 ).

Esto va a variar acorde a la edad de la persona, las necesidades de energía disminuyen en un 10% con el transcurso de la edad. Específicamente en la tercera edad se debe

consumir menos calorías, puesto que si consumen la misma cantidad de kilocalorías en la edad adulta se puede correr el riesgo de padecer obesidad (Oliveira, 2012 ).

## 2.4 Alimentación Saludable

La alimentación saludable está relacionada con la salud de las personas, el crecimiento y desarrollo. Cada individuo debe contener suficiente ingesta de macro y micronutrientes para cumplir con todas las necesidades fisiológicas del individuo. Para saber las necesidades las personas se utilizan diferentes factores como el sexo, la edad, el estado fisiológico el cual puede ser (embarazo, lactancia y las etapas de crecimiento), la composición corporal del ser humano y el tipo de actividad física que realiza (Izquierdo Hernández, 2016).

Para mantener una alimentación saludable los individuos deben basarse en una alimentación equilibrada, realizar actividad física con un mínimo de 30 minutos al día evitando las bebidas alcohólicas y el cigarrillo (Izquierdo Hernández, 2016).

### 2.4.1 *¿Qué características debe tener una alimentación saludable?*

- **Completa:** donde formen parte todos los grupos de alimentos como los carbohidratos, proteína, grasa, vitaminas, minerales y agua.
- **Equilibrada:** es decir que los nutrientes deben ser repartidos en porciones. Carbohidratos: entre el 55 y 50 %, Proteína: entre 12 a 15%, Grasa: entre 25 a 30% y agua de 1,5 a 2 litros de agua al día.
- **Suficiente:** los alimentos ingeridos deben mantener el peso dentro de los rangos de normalidad, para los niños mantener un crecimiento adecuado.
- **Adaptada:** esto se relaciona con el sexo, talla, edad, actividad física y el estado de salud.
- **Variada:** es decir contener alimentos por cada grupo (lácteos, frutas, verduras, cereales, legumbres, carnes etc.).

(Thompson & Manore, 2008, p. 8)

## 2.5 Alimento

Es cualquier sustancia o producto que se puede preparar y sirve para la nutrición de las personas. Estos alimentos pueden ser de origen animal como las carnes; huevos; pescados y leche o de origen vegetal como las frutas; cereales y verduras. Cada alimento debe contener energía y nutrientes para el buen funcionamiento del cuerpo humano (Muñoz Bellerín & Lobato Montes, 2012, pág. 20).

### 2.5.1 Grupos de alimentos

- ✓ **Leche y derivados:** este grupo de alimentos participa en las distintas estructuras del organismo, son proteicos y el poder energético depende de la grasa.
- ✓ **Carnes, pescados y huevos:** estos alimentos son de alto valor biológico, fuente de hierro y vitaminas del grupo B. El pescado es fuente de omega 3 y los huevos son considerados las proteínas más consumidas en los desayunos.
- ✓ **Almidones y legumbres:** son fuente de energía para el cuerpo ya que aportan hidratos de carbono y ayudan a mantener los tejidos del organismo.
- ✓ **Verduras y Hortalizas:** estas nos aportan vitaminas, minerales, fibra y oligoelementos. Además, ayudan a regular las reacciones y procesos que ocurren en las células.
- ✓ **Frutas:** son fuente de vitaminas y de azúcares como la sacarosa y la fructosa, tienen valor calórico muy bajo y la función que cumplen en el cuerpo es reguladora.
- ✓ **Cereales, azúcares y derivados:** los cereales son fuente de fibra y energía sobre todo cuando son integrales. Los azúcares aportan energía, pero el consumo excesivo de estos puede producir enfermedades como el sobre peso y obesidad.
- ✓ **Grasas, aceites y mantequillas:** este grupo aporta grasa a nuestro organismo, son ricas en vitaminas liposolubles (A, E, D y K). El exceso de estas grasas puede provocar diferentes patologías

(Thompson & Manore, 2008, p. 11)

## 2.6 Restaurante

Al hablar de restaurante se debe partir desde los orígenes, es ahí donde se llega a Francia el país donde nacen las artes culinarias. El restaurante es el lugar donde el cliente tiene la oportunidad de comer para satisfacer sus necesidades. A mediados del siglo XVIII empezaron aparecer lugares con el concepto de modernos dando acogida a las personas para que se puedan servir los alimentos. Dossier Boulanger fue uno de los primeros cocineros en convertir su local en un restaurante en la ciudad de Paris (Cuevas, 2019).

Entonces el termino francés restaurant hace referencia al restaurante que comercializa, oferta u ofrece diferentes comidas y bebidas para su consumo dentro y fuera del establecimiento. Todo este consumo siempre debe ser pagado por la persona que adquiere el servicio de comida o más conocido como comensal (Cuevas, 2019).

### 2.6.1 *Tipos de restaurantes por categoría*

- ✓ **Restaurante de lujo (5 tenedores):** Estos restaurantes se caracterizan por tener buena organización y políticas internas y externas. El tipo de decoración de este tipo de restaurantes debe contar con materiales de calidad como: mesas, sillas, alfombras, cortinas entre otros. De la misma forma los alimentos deben ser de calidad y preparados al momento.
- ✓ **Restaurantes de primera clase (4 tenedores):** También denominados “full service” a diferencia de los de lujos las estrategias de ventas son diferentes y ofrecen un menú que puede presentar de 5 a 7 tiempos de comida, además tiene limite consumo de bebidas alcohólicas.
- ✓ **Restaurante de segunda clase (3 tenedores):** Es conocido como restaurante turístico, es diferente de los dos anteriores porque tiene un acceso especial para los empleados o distribuidores en diferentes horarios donde no brindan servicio a la clientela. La carta brinda solo 6 tiempos de comida entre las que están: sopas, cremas, postres entre otros.
- ✓ **Restaurante de tercera clase (2 tenedores):** Para este tipo de restaurantes solo se necesita tener diversos insumos sin necesidad de que sean lujosos y ofertan hasta 4 entradas.

- ✓ **Restaurante de cuarta clase (1 tenedor):** este tipo de establecimientos deben estar separados el comedor y la cocina, ofrecen menús sencillos con al menos cuatro entradas. La mantelería, vajilla y utensilios limpios y sencillos. (Puyuelo & Montañes, 2018)

### 2.6.2 *Tipos de restaurantes por conceptos*

- ✓ **Restaurante Gourmet:** Aquí los alimentos son de alta calidad, el menú es muy parecido al de primera clase y los platillos son pocos comunes y bien elaborados.
- ✓ **Restaurante de especialidad:** Ofrece variedad de platillos acorde a la especialidad entre las que están: vegetarianos, mariscos, carnes rojas entre otros.
- ✓ **Restaurante familiar:** este restaurante sirve alimentos sencillos a precios accesibles, es muy confiable y generalmente este tipo de restaurantes son franquicias nacionales o internacionales.
- ✓ **Restaurante Buffet:** Las personas que van a este tipo de establecimientos elijen variedad de platillos cocinados y disponibles para el autoservicio.
- ✓ **Restaurante Fast Food:** estos restaurantes son poco formales y brindan productos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas, pollo entre otros. (Puyuelo & Montañes, 2018)

### 2.6.3 *Objetivo del restaurante*

El diseño del menú requiere de los objetivos del restaurante, siempre y cuando estén bien establecidos. El principal objetivo se basa en que un restaurante sirva alimentos en un ambiente formal o informal todos los días de la semana para satisfacer las necesidades de los clientes en las diferentes zonas de una ciudad, región o país (Sebess, 2011).

## 2.7 **Proceso de obtención del Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional**

El reconocimiento de Responsabilidad Nutricional a restaurantes y cafeterías, implica actuar sobre puntos estratégicos que permitan implementar acciones de promoción de la

salud en la atención e información a los clientes, donde se promueva el consumo de agua, se oferte opciones de preparación exclusiva con vegetales, se retire de las mesas los saleros, salsas y aderezos, se muestre imágenes de alimentos naturales de las preparaciones ofertadas, así como se difunda mensajes de promoción de alimentación saludable, valor calórico y se declare el contenido de aditivos alimentarios, edulcorantes y gluten en las preparaciones tanto en pantallas, mostradores, carteleras y cartas del establecimiento (OPS, Organización Panamericana de la salud , 2016).

El proceso de reconocimiento se basa en 3 fases:

### 2.7.1 ***Intención, Diagnóstico y Reconocimiento***

En cada una de las fases se brindará asesoría y apoyo técnico a los administradores y/o dueños de los restaurantes y cafeterías, con el fin de guiar el cumplimiento de los criterios de promoción de la salud, en el marco del reconocimiento (OPS, Organización Panamericana de la salud , 2016).

#### 2.7.1.1 *Fase de Intención*

Los propietarios o administradores que tengan interés en obtener el Reconocimiento para sus restaurantes y cafeterías deben presentar una carta de intención de obtención del “Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional” en las Coordinaciones Zonales de Salud, del territorio en el que se encuentre el establecimiento (OPS, Organización Panamericana de la salud , 2016).

Para esto los establecimientos deben tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Brindar agua gratuita y segura
- Tener al menos un platillo que contenga vegetales sin aditivos dentro de su preparación
- Ofertar bebidas sin azúcar y postres por frutas.
- No colocar los saleros en las mesas.
- No tener imágenes en el menú u otro rotulo productos naturales que no sean parte de los platillos a ofertar.
- Promover el consumo de agua, frutas, verduras dentro de los clientes y no exceder el consumo de calórico diario.

- Incluir en el menú a lado del nombre de cada plato si contiene, azúcar, colorante o aditivos. (OPS, Organización Panamericana de la salud , 2016).

Si el establecimiento cumple con esos parámetros se considera un restaurante de comida saludable.

### 2.7.1.2 Fase de Diagnóstico

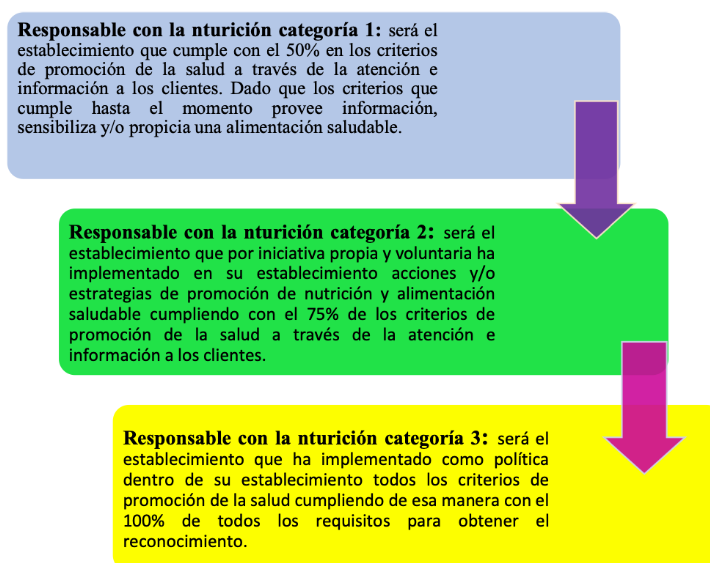
En esta fase, los puntos focales de la Dirección Zonal de Promoción de la Salud correspondiente levantarán un diagnóstico de las condiciones del restaurante o cafetería que ha solicitado iniciar el proceso de reconocimiento de Responsabilidad Nutricional (OPS, Organización Panamericana de la salud , 2016).

El diagnóstico permitirá evaluar los puntos clave para programar la asesoría técnica que se requiera el establecimiento., A su vez el diagnóstico permitirá ubicar al establecimiento en una de las categorías de cumplimiento del reconocimiento según el porcentaje de aplicación de los criterios anteriores de promoción de la salud (MSP, 2017).

Una vez realizado el diagnóstico de los restaurantes y cafeterías donde se establece el porcentaje de cumplimiento de los criterios de promoción de la salud, se define a que categoría el restaurante o cafetería pertenece:

**Gráfico 1**

#### Fase de diagnóstico



**Fuente:** (SENPLADES, 2014 )

Los restaurantes o cafeterías que obtengan la categoría 1 o 2, tienen plazo 6 meses para cumplir con los criterios y subir de categoría. Se requiere seguimiento del proceso para que todos los restaurantes y cafeterías lleguen a la categoría 3, caso contrario se les da una advertencia de perder el reconocimiento (SENPLADES, 2014 ).

#### 2.7.1.3 *Fase de reconocimiento*

Después de haber determinado la categoría se realizará la entrega oficial del Reconocimiento de “Responsabilidad Nutricional” al restaurante o cafetería según corresponda. De haber alcanzado la categoría 1 o 2, los restaurantes tendrán un plazo de 6 meses para dar cumplimiento a los criterios faltantes hasta alcanzar la categoría 3, dicho proceso será evidenciado mediante una carta de compromiso del restaurante (MSP, 2017).

El reconocimiento tiene una duración de dos años, periodo en el cual las instancias competentes (Coordinaciones Zonales y ARCOSA) realizaran visitas de control y vigilancia del cumplimiento permanente de los criterios de promoción de la salud detallados para el Reconocimiento.

#### 2.7.2 *Beneficios del Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional*

Esta iniciativa tiene como finalidad fomentar la alimentación saludable a través de los restaurantes y cafeterías comprometidos con la salud de sus clientes, dado que se consideran espacios estratégicos donde a población puede ir adquiriendo conciencia y responsabilidad de escoger y preferir alimentos saludables (MSP, 2017).

Se han planificado ciertos beneficios para los establecimientos que han obtenido el Reconocimiento de Responsabilidad Nutricional, como motivación y valoración por sumarse a la iniciativa de promover la alimentación saludable, tales como:

- Invitación a eventos especiales organizados por el Ministerio de Salud Pública y en articulación con otras carteras de Estado tales como: talleres, seminarios, charlas, entre otros.

- Oferta diferenciada a través de diferentes medios de difusión e iniciativas impulsadas por el MSP y otras carteras de Estado.
- Material promocional impreso de establecimientos con reconocimiento de Responsabilidad Nutricional.
- Inclusión de los establecimientos con reconocimiento para promoción y difusión de sus servicios de en página web del MSP y redes sociales.
- Inclusión de los establecimientos con reconocimiento en un aplicativo móvil (MSP, 2017).

## **2.8 Normas para que un restaurante se considere saludable e inocuo**

La SPG (Sociedad Peruana de Gastronomía) indica 12 parámetros sumamente necesarios para que un restaurante se considere saludable y de esa manera garantizar una buena inocuidad de sus alimentos:

1. Los manipuladores de alimentos utilizarán ropa protectora blanca o de color claro, que constará de chaqueta o mandil guardapolvo y gorro que cubra completamente el cabello, al mismo tiempo deben lavarse las manos antes, durante y después de preparar los alimentos.
2. Cuidar que el establecimiento no cuente con animales domésticos o mascotas dentro del área de la cocina.
3. Se debe realizar capacitación en higiene del personal, higiene de las superficies con un buen manejo de BPM (Buenas Prácticas de Manipulación), limpieza y desinfección. También es necesario que el personal pase por control de salud (carné de sanidad) y que esté vigente.
4. Se deberá adquirir los productos de proveedores serios, que cumplan con las BPM y mantengan sistemas de cadenas de fríos de los alimentos de alto riesgo (huevo, lácteos, carnes, aves, pescados).

5. En el almacén de frío los alimentos deben estar en la temperatura correcta y deben ser almacenados en envases con tapa y rotulados con fecha de producción y fecha de vencimiento.
6. Lavar hoja por hoja a caño corriente y desinfectar las verduras en una solución de hipoclorito de sodio al 4% (lejía). Fórmula: 2.5ml de hipoclorito en 1 litro de agua y tiempo de contacto por 5 minutos. Y para las superficies de contacto con alimentos: mesas, tablas, cuchillos, etc., se lavan con detergente, enjuaga y desinfecta con 2.5ml de hipoclorito en 1 litro de agua por un tiempo de 15 minutos y luego se enjuaga.
7. La descongelación se realiza en refrigeración la noche anterior antes de la preparación. Nunca descongelar al medio ambiente y utilizar todo el alimento descongelado.
8. Cocinar los alimentos de alto riesgo a temperatura mínimas: carne de aves 74°C, peces y productos hidrobiológicos 65°C, carne vacuna 70°C, huevos cocidos sancochado 74°C.
9. Controlar comidas frías a temperaturas menores de 5°C, y para las calientes mayor de 60°C, recalentando en temperaturas de 74°C a 30°. Refrigerando los ingredientes que van a formar parte de las preparaciones de comidas frías: ceviches, ajíes, cremas, verduras para ensaladas.
10. Realizar el proceso de enfriamiento en el menor tiempo posible. División en porciones pequeñas y baño maría invertido, refrigerarlos inmediatamente. Nunca dejar alimentos ya cocidos a la intemperie por más de tres horas.
11. El área de cocina debe presentar aislamiento y protección contra el libre acceso de plagas (moscas, cucarachas, entre otros). Definir las Áreas Sucias (área de recepción de alimentos, lavado, desinfección y porcionado de alimentos crudos) y Área Limpia (cocción y servido).

12. Se debe manejar los residuos sólidos en recipientes de plásticos con tapas de vaivén con bolsas internas, contar con una estación de lavado de manos específicas para los trabajadores. Los SSHH de clientes y personal deben tener jabón líquido papel toalla, tachos de basuras con tapa y bolsa interna.

## 2.9 Menú

Según la Real Academia Española señala que el menú es el conjunto de diferentes platos que establecen una comida, además el menú está conformado por precios para los platillos que se encuentren en venta (Galiano, 2011).

### 2.9.1 *Tipos de menús*

- ✓ **Menú fijo:** Es una especie de listado donde se encuentran las preparaciones de comidas y se repiten semana a semana, se caracterizan por ser sencillas y económicas.
- ✓ **Menú cíclico:** Este tipo de menú se caracteriza por ir cambiando cada cierto tiempo y se suelen utilizar en los hospitales, cafetería, restaurante industrial entre otros.
- ✓ **Menú variable:** Este tipo de menú no tienen un patrón repetitivo, es decir que cada semana va cambiando, se utiliza en escuelas o colegios privados, casinos entre otros.
- ✓ **Menú concertado:** Se enfoca en tener fijado un precio mediante un acuerdo como por ejemplo un banquete.
- ✓ **Menú de degustación:** Este menú es largo y se prepara con la finalidad de que el cliente deguste un sinnúmero de platillos como la especialidad del restaurante a un precio económico (Puyuelo & Montañes, 2018).

### 2.9.2 *Enfoque del menú*

El enfoque del menú se caracteriza por estar acorde al modelo del restaurante, tanto en el diseño, texto y espíritu. El menú debe expresar el alma del negocio y la exclusividad de este (Sebess, 2011).

### 2.9.3 *Diferencia entre menú y carta*

El menú es considerado el conjunto cerrado de diversos platos que ofrece el restaurante a su clientela. Por otro lado, la carta es el compendio de diferentes platos que oferta el restaurante y en el que está incluido el menú. La carta tiene múltiples variaciones es decir diversidad al momento de pedir la comida y el menú es uno solo (Sebess, 2011).

Actualmente no existe un reglamento que señale como debe estar constituido un establecimiento de comida saludable, es por eso que se presenta el reglamento turístico de alimentos y bebidas de Ecuador en el cual se tiene la guía para poder manejar un establecimiento de A&B (Alimentos y Bebidas).

Mediante esta disertación también se plantea un ejemplo de menú saludable, el mismo que será parte del servicio de alimentación del lugar donde se abrirá el establecimiento. En los apartados de anexos se presenta el menú fijo que brindara este establecimiento de alimentos y bebidas.

## 2.10 **Cliente**

Se considera una persona la cual compra o adquiere bienes o servicios que ofrece alguna entidad pública o privada (Kotler & Armstrong, 2016).

### 2.10.1 *Clientes y mercado*

- ✓ **El mercado y el consumo de los clientes:** hace relación al consumo de las personas que adquieren bienes o servicios para su consumo.
- ✓ **Mercados industriales y los clientes:** se relacionan con todas las empresas que producen algo y se usan dentro del proceso de producción.  
(Kotler & Armstrong, 2016)

### 2.10.2 *Importancia de los clientes*

Los clientes son de suma importancia para cualquier tipo de empresa, puesto que son ellos quienes hacen que una empresa crezca cada día, al mismo tiempo se debe tomar en

cuenta que brindar un buen servicio a los clientes satisface las necesidades de este (Kotler & Armstrong, 2016).

## **2.11 Proyecto de factibilidad**

Baca (2010) concuerda que un proyecto de inversión es la búsqueda de una respuesta inteligente y planificada a un problema de necesidad humana, el autor considera además que si un proyecto cuenta con la proporción de insumos de variado tipo lograra producir un bien o servicio útil al ser humano, insiste que un proyecto de factibilidad está integrado por el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Evaluación Económica.

### *2.11.1 Estudio de mercado*

(Baca, 2010) (Baca, 2010) (Baca, 2010)

Sagap (2008) afirma que: “El Estudio de Mercado es el análisis y determinación de la oferta y demanda y de los precios, donde muchos costos pueden proveerse, simulando la situación que acontecerá en el futuro y los procedimientos futuros que se utilizaran” (p. 22-23).

Jiménez (2010) indica que: “El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresa y otros entes en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto tiempo” (pág. 30).

Kotler (2016) distingue que la investigación de mercado exige la definición del tipo de información que se requiere y de los medios más adecuados para conseguirla, pudiendo el investigador reunir datos secundarios que constituyen la información con que ya existe en alguna parte y los primarios los que se obtienen para un fin particular. (p. 4).

#### 2.11.1.1 *Mercado*

Kotler (2016) manifiestan que mercado es donde convergen las fuerzas de la oferta y la demanda, su objetivo es realizar las transacciones comerciales a precios determinados escribe que lejos de identificar al mercado como un lugar físico, los mercados son los consumidores reales y potenciales de los productos puestos a consideración. Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos acontecimientos y ser protagonista de ellos.

#### 2.11.1.2 *Investigación de mercado*

Kotler y Armstrong (2016) señalan que la investigación de mercado es la actitud de indagar del profesional de mercados, donde se permite descubrir al consumidor y sus comportamientos de compras identificando previamente las oportunidades y problemas de mercado (p. 102).

La investigación de mercado desempeña dos papeles fundamentales, en primer lugar, como parte del proceso de retroalimentación y en segundo lugar es una herramienta básica para explorar nuevas oportunidades de mercado. Para la American Marketing Association según (Mac & Royer, 2010), la investigación de mercado es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el vendedor a través de la información, una información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; (...) la información de mercado especifica la información requerida para abordar estos aspectos; diseña el método de recopilar información; administra e implanta el proceso de recopilación de datos; analiza los resultados y comunica los descubrimientos e implicaciones. (p. 5-6)

#### 2.11.1.3 *Segmentación de mercado*

Kotler y Armstrong (2016) explican que el objetivo de la segmentación de mercado es segmentar un mercado extenso en grupos de mercados más pequeños, un mercado no es una comunidad homogénea ya que está compuesta por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones con diferentes criterios y necesidades, así como de ubicación, nivel socioeconómico, cultural, preferencias de compra, estilo,

personalidad, capacidad de compra, entre otros. Todo está "diversidad", hace imposible la implementación y el estudio general como una sola masa, por dos razones fundamentales: Primero, el elevado costo que esto implicaría y segundo, porque no lograría obtener el resultado deseado como para que sea rentable. Por tal razón sugiere las cuatro siguientes clasificaciones:

- **Segmentación geográfica.** -Consiste en dividir el mercado en diferentes unidades geográficas como: ciudades, naciones, regiones.
- **Segmentación demográfica.** - Divide el mercado en función de variables como: edad, sexo, tamaño de la familia, ingresos, ocupación.
- **Segmentación pictográfica.** - Divide a los consumidores según su clase social, estilo de vida, personalidad.
- **Segmentación por conducta.** - Divide a los consumidores según sus conocimientos, actitudes, utilización del producto o la respuesta futura a determinado artículo (Kotler & Armstrong, 2016).

Mac y Royer (2010) definen a la segmentación de mercado como:

El proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada característica, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento (p. 30-31).

#### 2.11.1.4 *Producto*

Kotler y Armstrong (2016)mencionan que: “un producto es todo aquello que puede brindarse a un mercado específico, desde esta perspectiva su adquisición, uso o consumo comprenderá objetos físicos, servicios, personas, sitios, organizaciones e ideas que pueden satisfacer un deseo o necesidad” (p. 372).

Sapag (2008), insinúa que el producto es mucho más que un objeto, los clientes compran satisfacciones no productos. Partiendo de este supuesto deduce que un producto es la satisfacción misma de las necesidades, y agrega (Kotler & Armstrong, 2016) que el

producto es: “un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o comprador”.

#### 2.11.1.5 *Análisis de la demanda*

(Baca, 2010) aclara que el análisis de la demanda permite determinar y medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, este análisis establece la participación del proyecto en la satisfacción de la demanda y mide la necesidad real que se tiene del bien o servicio.

(Rizo, 2018) dice que la demanda es la cantidad de ventas realizadas en un producto mercado, en un lugar y periodo concretos, por el conjunto de marcas u organizaciones en competencia. Básicamente se distingue dos tipos de demandas: demanda derivada y demanda final, la primera hace referencia a la generada entre las agentes intermediarias de un proceso de producción. La segunda son las compras de las economías domésticas (p.1).

(Mac & Royer, 2010) exponen que proyectar la demanda tiene como objetivo conocer el consumo futuro del bien o servicio. Para proyectar la demanda y obtener aproximaciones confiables existen diversas técnicas, entre las más usadas se encuentran:

- **Modelos causales.** - Esta metodología proyecta la demanda del mercado, tomando como bases antecedentes cuantitativos pasados, presumiendo que su comportamiento histórico permanecerá constante, entre sus métodos tenemos:
- **Tasa de crecimiento promedio anual.** - Este método calcula la tasa de crecimiento año con año, luego suma y obtiene un promedio, que sirve como referencia para las proyecciones. (p. 20-23).

#### 2.11.1.6 *Análisis de la oferta*

(Baca, 2010) sostiene que el análisis de la oferta es la cantidad de bienes y servicios que cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del

mercado a precio determinado, el propósito que se persigue en su análisis es medir las cantidades y condiciones en que la economía puede aceptar el nuevo producto. (p. 49).

(Sapag, 2008) presenta se refiere a la oferta como el comportamiento que ofrecen o pueden proporcionar quienes dentro de sus actividades comerciales se encargan de producir un bien o servicio.

#### 2.11.1.7 *Mercado potencial o insatisfecho*

(Baca, 2010) citado por (Jiménez Carreño, 2010) opina que: “El mercado insatisfecho es el pronóstico de comparar la demanda del producto en estudio con el de la oferta actual” (p. 25).

#### 2.11.1.8 *Fijación de los precios*

(Sapag, 2008) define al precio como la cantidad monetaria a la que los productores, están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, pese a ello el autor considera que el precio no lo determina exclusivamente el equilibrio de entre oferta y demanda, sino que consiste en la sumatoria de los costos de producción, administración y ventas más unas ganancias del productor y del intermediario. (p. 53-56).

### **2.12 Estudio Técnico**

(Sapag, 2008) afirma que el estudio técnico debe contener información precisa sobre el monto de las inversiones, costos de operación, procesos productivos opcionales, localización, distribución y disposición del espacio físico, tecnología que se emplea en el proyecto, recursos humanos disponibles, como también el cumplimiento de un calendario de realización. (p. 21-22).

(Bernal , 2013) expone que la dimensión de un proyecto: “se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, se puede definir además como la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos”

### 2.12.1 *Tamaño*

(Baca, 2010) señala que el tamaño óptimo de la planta está basado en la capacidad de su producción y el tiempo operacional determinado. Así el tamaño óptimo considera dos aspectos importantes:

- **Capacidad instalada.** – Cuantifica el número de unidades producidas en un periodo determinado, previo a un balance de tiempo.
- **Tamaño de la planta.** - Se basa en el porcentaje de participación de mercado y de acuerdo con lo que la empresa pretende producir.

(Sapag, 2008) afirma que la importancia de definir el tamaño del proyecto se manifiesta necesariamente sobre el nivel de inversiones y costos (que genera el proyecto) sobre estimaciones de rentabilidad, la determinación del tamaño se analiza de un sin números de variables entre los que se destacan: la demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico de desarrollo futuro. (p. 171-172).

### 2.12.2 *Localización*

(Baca, 2010) explica que el objetivo principal de la localización es determinar el lugar de la inversión, la óptima localización contribuye en mayor medida a una mejor rentabilidad, existen más 250 variable y entre sus principales factores encontramos los siguientes:

- **Factor geográfico.** - Este factor está relacionado con las condiciones naturales de la zona como: clima, nivel de contaminación, carreteras.
- **Factores económicos.** - Este factor hace referencia al costo de los insumos, mano de obra, cercanías de sitios poblados (p. 107-109).

(Baca, 2010) considera que la localización de un proyecto debe contemplar alternativas que permitan abaratar los costos del proyecto, reflexiona que determinar el proceso, tamaño y localización de un proyecto es una tarea que se plantea de forma interdependiente, sin embargo, en muchos proyectos la localización como en la

extracción de un bien natural como el minero o petrolero la localización esta predestinada a la ubicación del recurso natural. (p. 93-94).

### 2.12.3 *Ingeniería del proyecto*

(Bernal , 2013) expresa que: “la ingeniería del proyecto se relaciona con la etapa técnica, es decir, con la actividad del estudio del proyecto la puesta en marcha y su funcionamiento”.

(Sapag, 2008) el objetivo general del estudio de ingeniería es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipos y maquinarias, distribución óptima de la planta hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.

### 2.12.4 *Proceso de producción*

El proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de la materia prima, así los elementos de entrada (conocidos como factores) luego del proceso de transformación y adición de valor pasan a ser llamados elementos de salida (productos). A su vez los procesos pueden clasificarse en distintas formas de transformación, así pueden ser llamados:

- técnicos (modifican las propiedades intrínsecas de las cosas),
- de modo (modificaciones de selección, forma o modo de disposición de las cosas),
- de lugar (desplazamiento de las cosas en el espacio) de tiempo (conservación en el tiempo)

(Bernal , 2013)

### 2.13 **Estudio Económico**

(Sapag, 2008) razona que el estudio económico tiene como finalidad contribuir con información para determinar los recursos necesarios que permitan implantación y contar

con la suficiente liquidez y solvencia para desarrollar ininterrumpidamente las operaciones productivas y comerciales.

(Baca, 2010) el objetivo del estudio económico es ordenar y sistematizar la información de carácter monetaria que proporcionaron las etapas anteriores, su finalidad es determinar los costos totales y la inversión inicial, tanto los costos como la inversión inicial depende de la tecnología seleccionada. En esta etapa se calcula además el costo del capital del trabajo, que aun que es parte de la inversión inicial, esta no está sujeta a la depreciación y amortización. (p. 9-10).

### 2.13.1 *Inversión*

La fase de inversión se inicia con el establecimiento de la empresa, la cual podrá ejecutar las obras directamente o contratar los servicios de una empresa externa o consultora. La disponibilidad del capital de trabajo depende del tipo y de las diferentes naturalezas circulantes, tales como caja, su naturaleza circulante, inversiones temporales, cuentas por cobrar e inventarios (Jiménez Carreño, 2010).

Es el empleo del dinero en una faena productiva con el fin de obtener ganancias futuras, una inversión contempla tres variables: el rendimiento esperado (cuánto se espera ganar), el riesgo aceptado (qué probabilidad hay de obtener la ganancia esperada) y el horizonte temporal (cuándo se obtendrá la ganancia).

### 2.13.2 *Costos*

Se define como el sacrificio o el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo, los objetivos son de tipo operativo, como, por ejemplo: pagar los sueldos al personal de producción, comprar materia prima, fabricar un producto, venderlo, prestar un servicio.

(Baca, 2010) expone que es desembolso en efectivo o en especie, hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual (p. 169).

Clasifica a los costos según su utilidad:

### 1) De acuerdo la función

- a) **Costos de producción:** se generan en el proceso de transformar las materias primas se subdivide en: costos de materia prima, costos de manos de obra, costos indirectos de fabricación.
- b) **Costos de distribución o de venta:** son los que incurren la empresa para llevar el producto terminado hasta el consumidor.
- c) **Costos de administración:** son los que se originan en el área administrativa y estos emparentados con la dirección y el manejo de las operaciones de la empresa, como son los sueldos, gastos generales, etc.
- d) **Costos financieros:** son los que se originan por la obtención de recursos exteriores para el normal desenvolvimiento de las actividades de la empresa, como préstamos bancarios.

### 2) De acuerdo con la actividad

- a) **Costos directo:** este tipo de costo se lo identifica por que participan directamente con el producto terminado, director de ventas, materia prima.
- b) **Costos indirectos:** son aquellos que no se pueden identificar plenamente con el producto terminado, como es la depreciación de maquinaria, sueldo del director de producción.

### 3) De acuerdo con el tiempo

- a) **Costos históricos:** son los costos reales, por lo cual se calculan una vez que el producto fue finalmente manufacturado.
- b) **Costos predeterminados**
- c) **Costo estimado:** son costos empíricos, es decir se lo calcula antes de manufacturar el producto o en el proceso de manufactura, tiene por finalidad pronostica el valor y la cantidad de los costos de producción.
- d) **Costo estándar:** es el cálculo que permite determinar el valor real de un bien terminado.

(Baca, 2010)

### 2.13.3 *Depreciación*

(Rizo, 2018) señala que dentro de los términos de la economía capitalista el término depreciación es la pérdida del valor que sufren los activos fijos a través del tiempo, ya sea porque está pérdida de valor venga de tres razones siguiente: El uso, el paso del tiempo y la obsolescencia. La depreciación también se la puede definir como el monto de costo imputable al gasto, que corresponda a cada periodo fiscal.

### 2.13.4 *Capital de Trabajo*

(Baca, 2010) define al capital de trabajo como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico es el capital adicional, con que tiene que contar un proyecto para funcionar, como son los desembolsos de materia prima, insumos, mano de obra directa e indirecta. Aunque el capital de trabajo es una inversión inicial, se diferencia fundamentalmente de la inversión de activos fijos y diferido, por su naturaleza circulante, es decir que mientras la inversión de activos fijos y diferidos pueden recuperarse por la vía fiscal mediante depreciación y amortización, dada su naturaleza circulante es mucho más rápida y directa la recuperación del Capital de Trabajo. (176-179).

(Sapag, 2008) afirma que es el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo con capacidad y tamaño determinados. (p. 236-237).

### 2.13.5 *Costo de Capital*

(Baca, 2010) es la tasa mínima de ganancia para el inversionista, la tasa mínima aceptable de rendimiento debe ser la tasa máxima que ofrece los bancos por una inversión a plazo fijo, sin embargo, realizando un balance neto entre el rendimiento bancario y la inflación siempre habrá una pérdida neta. Entonces si se ganara un rendimiento igual al índice inflacionario el capital invertido mantendría su poder adquisitivo, pero cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino ganar. Entonces la TMAR debe contener dos factores: 1.- Compensar

los efectos inflacionarios. 2.- Premio por arriesgar el dinero en determinada inversión. La misma que debe ser válida por el tiempo de proyección del Proyecto. (p. 183-186).

#### 2.13.6 *Estado de Resultado*

(Kotler & Armstrong, 2016) sintetizan que el Estado de Resultado es un resumen de los ingresos y gastos de una organización durante un periodo específico, como puede ser un mes o un año. El estado de resultado contiene lo que se considera la información más relevante sobre la vitalidad del negocio: su utilidad neta. (p. 37).

Bernal (2013) menciona que el estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

#### 2.13.7 *Flujo de Caja*

El flujo de caja para (Bernal , 2013)“es el resultado de contabilizar el dinero efectivo que entra y sale de la ejecución del proyecto y es la base para el manejo de la tesorería, de forma de no caer en incumplimiento por falta de liquidez” (p. 37).

#### 2.13.8 *Balance General*

(Mac & Royer, 2010) alega que el Balance General es un documento contable y en el cual se refleja la situación financiera de la empresa en un determinado periodo contable, además, este documento contiene un resumen de los activos pasivos y patrimonio que posee la compañía en determinado momento. (p. 55-56).

#### 2.13.9 *Punto de Equilibrio*

(Mac & Royer, 2010) define al punto de equilibrio como el punto muerto o umbral de rentabilidad, para que esta situación se produzca la empresa no deberá incidir en beneficios y pérdidas es decir los ingresos por venta de un bien o servicio será idéntico a los costos que se necesitaron para producir el bien o servicio (p. 38-39).

(Baca, 2010) enseña que el Punto de Equilibrio es un método analítico, representado por el vértice donde se juntan las ventas y los gastos totales, determinándose el momento exacto en el que no existe ni pérdida ni ganancia para la empresa, es decir que los ingresos y los gastos son iguales.

## **2.14 Estudio Financiero**

(Sapag, 2008) la considera como la última etapa del análisis de viabilidad del proyecto siendo su objetivo ordenar y sintetizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, en esta etapa se debe definir los elementos que debe suministrar el propio estado financiero (p. 26-27).

(Baca, 2010) también llama a esta etapa evaluación económica, ya que analiza directamente la información que viene de estudio económico precedente, además considera a esta etapa como muy importante, pues al final la decisión final recae sobre este estudio que termina definiendo la aceptación o rechazo del proyecto de inversión. (p. 9-10)

### **2.14.1 Métodos que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo**

(Baca, 2010) estos métodos se denominan así, porque, en realidad toman como cálculo una tasa que supere el nivel de inflación vigente, ya que con el paso del tiempo el valor real del dinero disminuye entre estos métodos se pueden contar: el valor actual neto, tasa interna de retorno, costo beneficio y periodo de recuperación (p.220-231).

#### **2.14.1.1 Valor Actual Neto (VAN)**

(Jiménez Carreño, 2010) el valor actual neto, es una técnica que toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, la misma que consiste en encontrar la diferencia entre los valores actualizados de los flujos de beneficios y el valor actualizados de las inversiones y otros ingresos. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo de la empresa. En proyectos excluyentes se escoge el VAN más alto. Y en proyecto independiente se rige por:

Van > 0 se elige el proyecto  
VAN < 0 no se acepta el proyecto  
VAN = 0 financieramente no se elige. (p. 130).

Para (Baca, 2010) menciona que el valor del dinero varía en el tiempo, ya que una cantidad de dinero recibida hoy no tiene la misma capacidad adquisitiva dentro de un año, así mismo una cantidad de dinero que se esperara recibir en el futuro es menos valiosa que si la misma suma fuera recibida hoy. (p.40).

#### 2.14.1.2 *Relación Costo-Beneficio*

La relación costo beneficio es un indicador que toma los ingresos y egresos netos del estado de resultado, donde se determina cuáles son los beneficios por cada (dólar) que un proyecto puede generar.

La relación costo beneficio es una relación en que tanto el flujo de beneficios como el de los costos se actualizan a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital; se determina entre el valor actualizado de los beneficios y el valor actualizado de los costos (Sapag, 2008).

#### 2.14.1.3 *Periodo de recuperación*

(Bernal , 2013) sostiene que el Periodo de Recuperación es el número de años requeridos para que la empresa recupere su inversión inicial de acuerdo con la entrada de efectivo calculada (p. 40).

El periodo de recuperación de la inversión es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. El PRI es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión ya sea por su facilidad de cálculo y aplicación (Bernal , 2013).

## 2.15 Empresa

(Nachtigall, 2018) expone que la empresa se la puede considerar como un sistema dentro del cual, una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.

### 2.15.1 *Empresas de servicios*

(Nachtigall, 2018) dice que las empresas de servicios son todas aquellas que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades a cambio de un precio. Estas empresas pueden ser públicas o privadas. De esta manera el producto que ofrecen es intangible (no puede percibirse con los sentidos), aunque sí se puede observar que se ha creado toda una red de personal y equipamiento que permiten llevar a cabo su cometido. Así puede ser consideradas las siguientes:

- Transporte
- Turismo
- Instituciones financieras
- Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- Educación
- Finanzas
- Salud

**Tabla 1**

**Matriz de operacionalización de variables**

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala</b>
Rango de edad	El rango de edad es el intervalo de años que aparentas, en el	N/A	N/A	<ul style="list-style-type: none"><li>• 14 – 26 años</li><li>Adultos</li><li>jóvenes</li></ul>	Cualitativa ordinal

	que puede que sí o puede que no se encuentre la edad que realmente tengas.			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 27 a 59 años Adultos</li> <li>• 60 años en adelante Adulto mayor</li> </ul>	
Genero	Género es un término técnico específico en ciencias sociales que alude al conjunto de características diferenciadas que cada sociedad asigna a hombres y mujeres	N/A	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino</li> <li>• Femenino</li> </ul>	Cualitativa nominal Dicotómica
Aceptación	Según la Real Academia Española señala que la aceptación es la aprobación de algo o alguien mediante la realización de acciones.	N/A	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No</li> </ul>	Cualitativa nominal

Viabilidad	Consiste en realizar un análisis con la finalidad de conocer las diversas probabilidades que pueden llegar a existir para que un proyecto tenga éxito en un futuro cercano	N/A	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si</li> <li>• No</li> </ul>	Cualitativa nominal
Oferta	En muchos conceptos la oferta se entiende como la rebaja de los precios, pero al hablar de la economía este es el motor que mueve al mercado que ofrece bienes o servicios en un tiempo adecuado con el fin de satisfacer				Cualitativa nominal

	deseos y necesidades				
--	-------------------------	--	--	--	--

**Fuente:** Elaboración propia

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3. ESTUDIO DE MERCADO

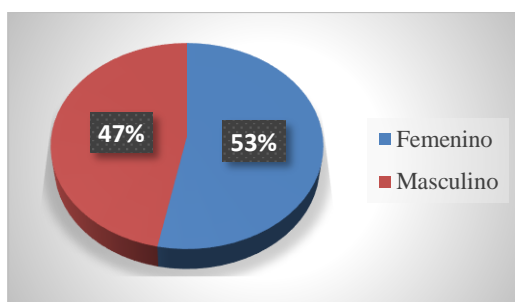
##### 3.1 La encuesta

Para determinar cuál será el impacto, aceptación y las necesidades que cubrirá el presente proyecto de un restaurante especializado en comida saludable en el cantón La Mana, se plantea un cuestionario con el cual se obtendrá respuestas puntuales que ayudarán a obtener datos relevantes que serán utilizados en posterior en el presente estudio (**Ver Anexo 1**).

##### 3.1.1. Resultados de la encuesta

El presente análisis de resultados muestra un segmento diverso en edad y en género de personas en el cantón La Mana, los mismos que fueron encuestados para conocer la factibilidad del proyecto de servicio de comida saludable, además se obtuvo el porcentaje de personas que podrían adquirir el servicio propuesto, esto se logró con el desarrollo de la encuesta dirigido a obtener valores que puedan ayudar a cumplir y alcanzar cada uno de los objetivos planteados en la presente investigación.

**Gráfico 2**  
**Genero**

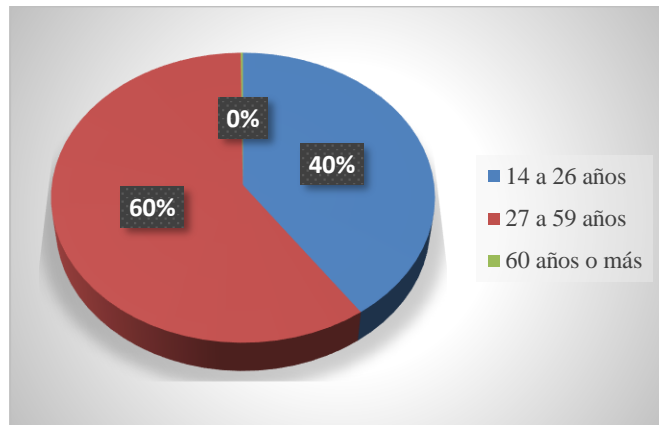


**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** Mediante está gráfico se puede interpretar que el mayor porcentaje de genero encuestado es el femenino.

**Gráfico 3**

**Edad**

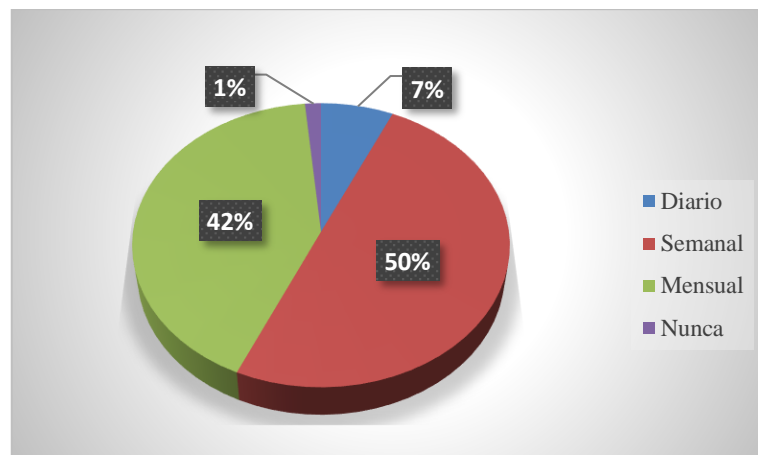


**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** En este gráfico podemos entender que el mayor porcentaje de edades pertenece a la población más económicamente activa.

**Gráfico 4**

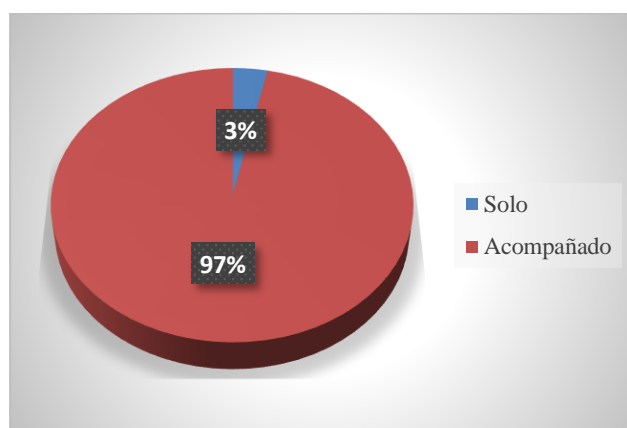
**Frecuencia de visita a un restaurante**



**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** En esta gráfica se destaca que el 50% de la población en el cantón acude a los restaurantes semanalmente.

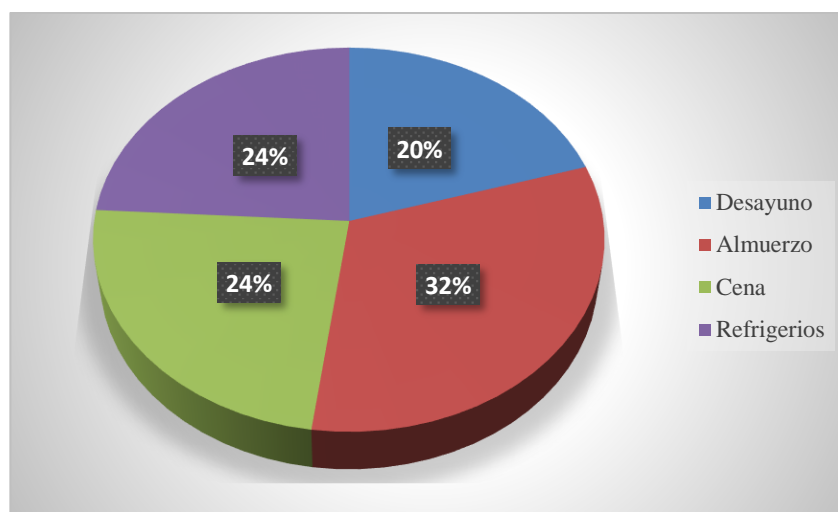
**Gráfico 5**  
**Visitas a un restaurante**



**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 97% de población del cantón suele visitar un restaurante acompañado.

**Gráfico 6**  
**Comida consumida fuera de casa**

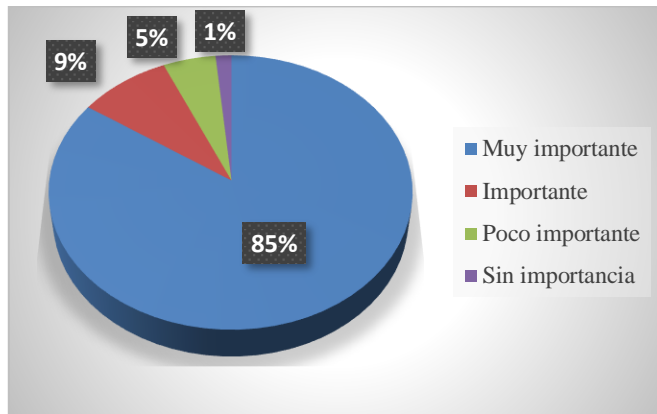


**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 32% de los habitantes prefieren consumir el almuerzo fuera de casa puesto que es en un horario más habitual y 24% prefieren la cena y los refrigerios.

**Gráfico 7**

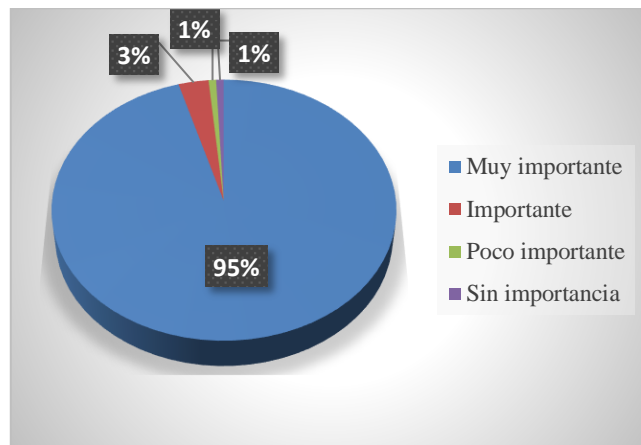
**Precio**



Fuente: Encuesta

**Gráfico 8**

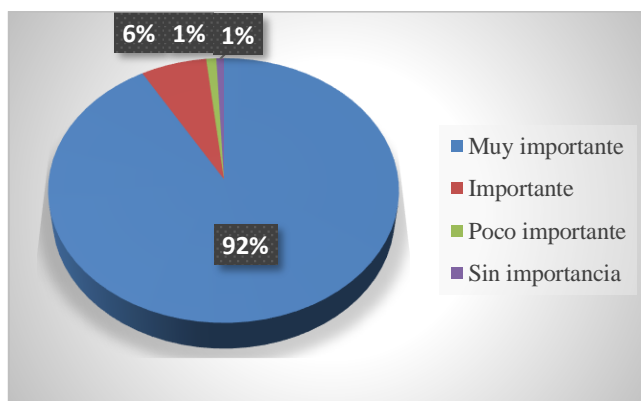
**Calidad de alimentos**



Fuente: Encuesta

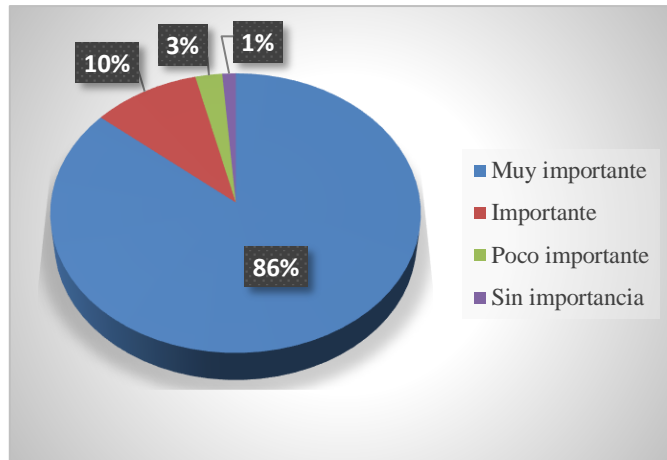
**Gráfico 9**

**Atención al cliente**



Fuente: Encuesta

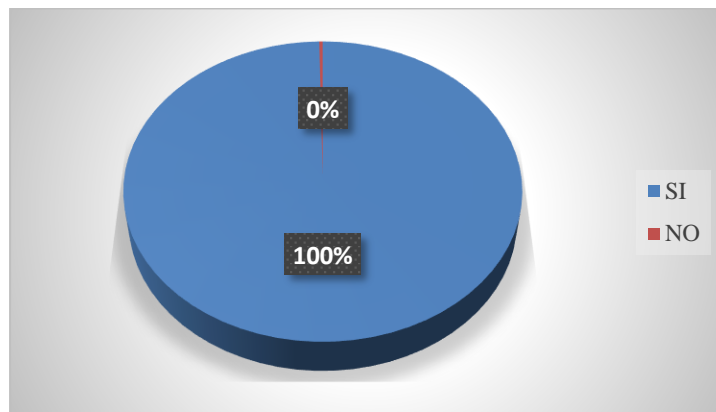
**Gráfico 10**  
**Cantidad por porción**



**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 84,56 % de la población encuestada considera que el precio es algo importante en un servicio de comida, el 95,44% considera que la calidad de los alimentos es importante, el 91,64 considera que la atención al cliente es importante y el 86,08% considera que la cantidad de la porción es importante.

**Gráfico 11**  
**Alimentación saludable y equilibrada**

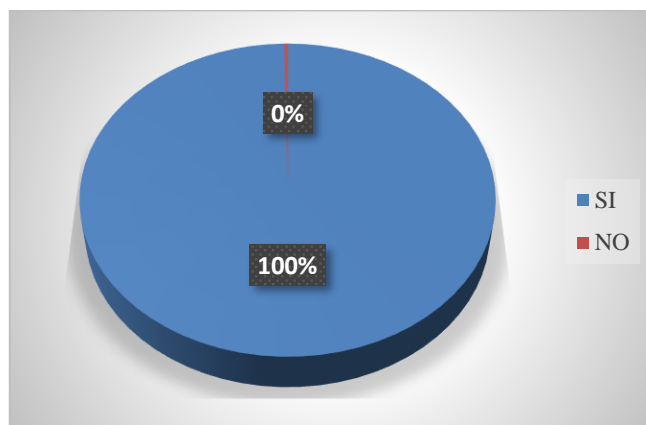


**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 99,7% de la población encuestada está de acuerdo con que llevar una alimentación saludable y equilibrada.

**Gráfico 12**

**Existencia de un restaurante de comida saludable**

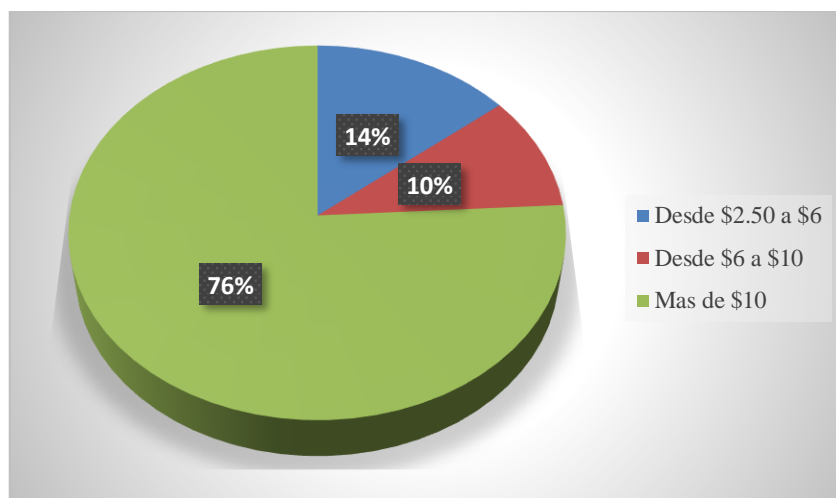


**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 99,7% de la población encuestada está de acuerdo con que en el cantón La Mana exista un establecimiento que ofrezca un restaurante de comida saludable.

**Gráfico 13**

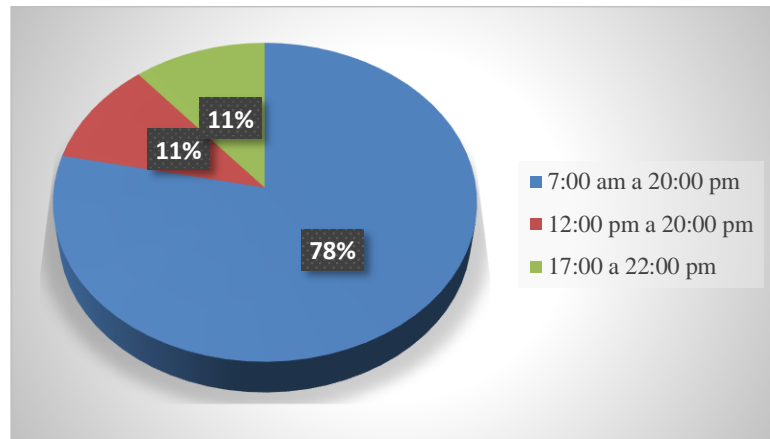
**Valor a pagar por comida saludable**



**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 14,2% de la población encuestada está de acuerdo con pagar en un establecimiento de comida saludable un el valor comprendido entre 2,5 a 6 dólares, el 9,9% desde 6 a 10 dólares y el 75,9% estaría dispuesto a pagar más de 10 dólares.

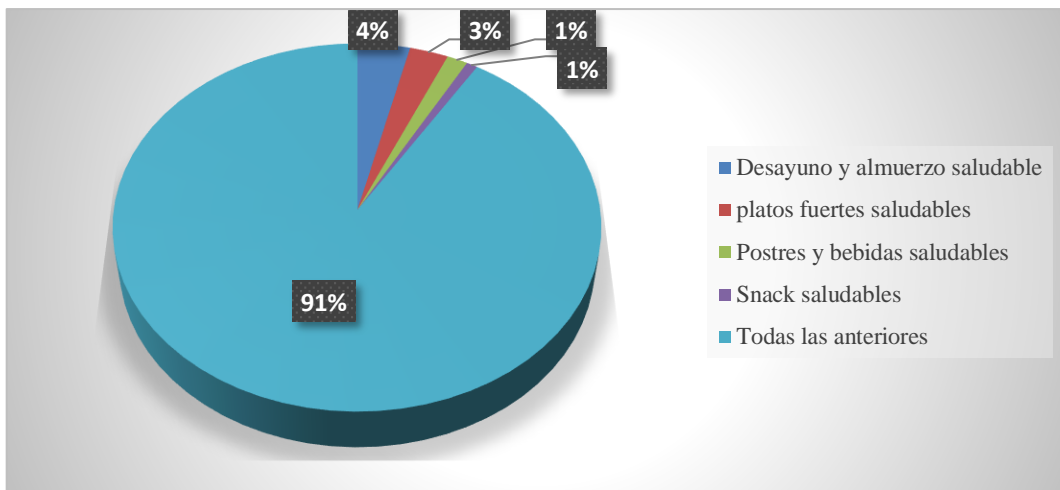
**Gráfico 14**  
**Horario de atención**



**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 78,2% de la población encuestada a escogido que el horario de atención debería ser desde las 7 am hasta las 20pm, el 10,6% escogió el horario de 12pm a 20pm y el 11,1% escogió el horario de funcionamiento de 17pm a 22pm.

**Gráfico 15**  
**Tipos de platillos**

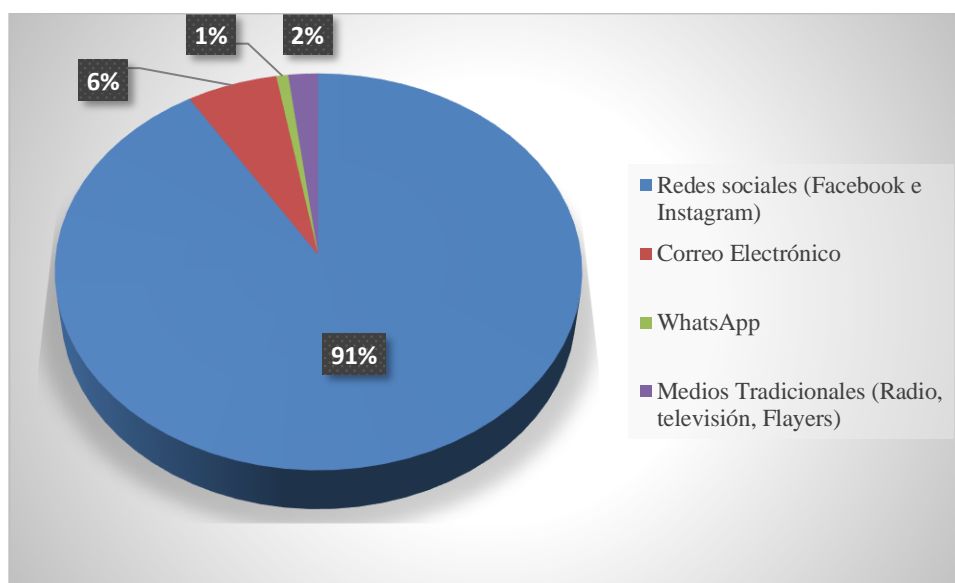


**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 3,8% de la población encuestada a escogido que se debe brindar desayunos y almuerzos saludables, el 2,8% escogió platos fuertes saludables, 1,5% escogió postres y bebidas saludables, el 0,8% escogió snacks saludables y el 91,1 ha escogido que se debe brindar todos los platillos descritos.

**Gráfico 16**

**Información de comida saludable**



**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 91,9% de la población encuestada estaría dispuesta a recibir información sobre el establecimiento de comida saludable por medio de redes sociales (Facebook o Instagram), el 6,1% escogió WhatsApp, el 0,8% escogió el correo electrónico y el 2% escogió recibir información por medios tradicionales (radio, tv, flayers).

### **3.1.2. Demanda actual**

Para la determinación de la demanda se realiza un estudio del sector en el cual se pretende implementar el restaurante especializado en comida saludable. Tomando en cuenta que en el cantón La Mana existe una serie de establecimientos tanto públicos como privados que brindan servicios en sectores como son el industrial, comercial y más. Se puede seleccionar a toda la población que labora en dichos establecimientos como la demanda actual, ya que estos perciben un sueldo.

La selección se da debido a que al percibir un sueldo este sector tiene un alto poder adquisitivo de productos y servicios. Para poder obtener un valor que permita reflejar esta parte del sector se selecciona a la población económicamente activa del cantón La Mana de la cual se cuenta con datos que permiten reflejar el valor que tendrá la demanda actual.

**Tabla 2**  
**Valor de la población económicamente activa**

<b>Población económicamente activa</b>	28830
--	-------

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda potencial y con este valor poder obtener las proyecciones de las demandas real y consumo per cápita, se utiliza los valores obtenidos en preguntas estratégicas de la encuesta. Las proyecciones se las realiza con un valor de 1,022% que es el valor de crecimiento utilizado para proyecciones de la población. La finalidad de la proyección de la demanda es obtener valores que ayuden a determinar la factibilidad del proyecto.

#### 3.1.3. Demanda potencial

En base a los valores obtenidos en la pregunta 7 de la encuesta se pudo realizar la previsión de la demanda potencial.

**Tabla 3**  
**Demanda Potencial**

<b>Factor de crecimiento</b>	<b>Años</b>	<b>Población de estudio</b>	<b>% Personas que consideran que llevar un alimentación saludable y equilibrada es importante</b>	<b>Demanda Potencial</b>
1.022	1	20,930	99.70	20,867
	2	21,390	99.70	21,326
	3	21,861	99.70	21,795
	4	22,342	99.70	22,275
	5	22,834	99.70	22,765

Fuente: Elaboración propia

En la tabla se refleja el número de personas que consideran que llevar una alimentación saludable y equilibrada es importante y cuánto va a crecer a medida de los 5 años, con esto pudo identificar cual será el nivel de impacto de servicio de alimentación saludable.

### 3.1.4. Demanda real

En base a los valores obtenidos en la pregunta 8 de la encuesta se pudo realizar la previsión de la demanda real.

**Tabla 4**  
**Demanda Real**

<b>Años</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>% Personas que creen que en el cantón La Mana debería existir un establecimiento que ofrezca comida saludable</b>	<b>Demanda real de personas que desean un establecimiento que ofrezca comida saludable</b>
1	20,867	99.70	20,805
2	21,326	99.70	21,262
3	21,795	99.70	21,730
4	22,275	99.70	22,208
5	22,765	99.70	22,697

**Fuente:** Elaboración propia

La demanda real nos verifica cuantas personas están de acuerdo con la existencia de un restaurante que ofrezca comida saludable en el cantón la Mana, en la tabla se refleja que con los años existirá un incremento en la aceptación del servicio.

### 3.1.5. Consumo Per Cápita

En base a los valores obtenidos en la pregunta 3 de la encuesta se pudo obtener datos necesarios para determinar el consumo Per Cápita.

**Tabla 5**  
**Valores de cálculo de consumo Per Cápita**

<b>Opciones</b>	<b>X</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>F*X</b>
Diario	365	27	9803.9
Semanal	52	197	10249.46
Mensual	12	165	1981.32
Nunca	0	6	0
<b>TOTAL</b>		395	22034.68

**Fuente:** Elaboración propia

$$\bar{X} = \frac{\sum F * X}{\sum F}$$

$$\bar{X} = 55.78$$

Cada persona que desea que en el cantón La Mana exista un restaurante de comida saludable accederá al mismo en un promedio de 55.78 veces al año.

**Tabla 6**  
**Consumo Per Cápita**

<b>Años</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Promedio de consumo del restaurante de comida saludable</b>	<b>Demanda real del restaurante</b>
1	20,805	55.78	1,160,564
2	21,262	55.78	1,186,097
3	21,730	55.78	1,212,191
4	22,208	55.78	1,238,859
5	22,697	55.78	1,266,114

**Fuente:** Elaboración propia

Con el consumo Per Cápita determinamos las personas que pueden adquirir el servicio que oferta el restaurante de comida saludable, además se realiza la previsión de la demanda para el transcurso de 5 años, la cual muestra un crecimiento de la demanda en cada año.

### **3.3 Determinación de la oferta**

En el cantón la Mana se identifica la inexistencia de restaurantes que brinden comida saludable, por lo que se podría definir que un gran porcentaje de personas pueden optar por el servicio propuesto ya que se trata de algo innovador y único en el lugar. Con el restaurante se plantea satisfacer la necesidad de alimentos nutritivos, saludables y beneficiosos para la salud. El objetivo planteado se lo cumplirá mediante un servicio de calidad con productos de primera línea, además de contar con un servicio cálido y confortable con instalaciones adecuadas para el deguste de los productos.

### **3.4 Demanda insatisfecha**

Al no contar con competencia directa de restaurantes que brinden comida saludable en el cantón la Mana no se puede determinar la demanda insatisfecha. Por lo que se podría plantear que los clientes potenciales que pueden adquirir el servicio es la población económicamente activa, ya que esta cuenta con los recursos económicos para adquirir el producto propuesto.

### **3.5 Estrategia de comercialización**

El restaurante que brindara comida saludable lograra tener el éxito deseado al alcanzar una estrategia de comercialización novedosa, que permita conocer que es lo que se brinda como servicio y cuál es el impacto que tiene el mismo para cada uno de los que adquieran este y así lograr llegar al mayor número de clientes que pueden ser niños, adultos y personas mayores.

Además, asegurar que cada uno de los productos que se proponen ofrecer cumplan con los más altos estándares de calidad, con una preparación bajo el control de personas calificadas que garanticen que cada plato de carta sea nutritivo y saludable. Así lograr que el restaurante sea un referente de comida saludable en el cantón La Mana y llegar a más personas que deseen degustar en el establecimiento de los platos disponibles en carta.

#### **3.1.6. Producto**

Como objetivos se pretende que cada uno de los platos que se encuentran en la carta del restaurante de comida saludable contenga el mayor valor nutricional. Esto se pretende lograr con materia prima de altos estándares de calidad, materias indirectas que sean vegetales y que el personal que estará directamente transformando la materia prima en un servicio o producto para su consumo, cuente con todos los conocimientos para cumplir con el objetivo planteado.

A continuación, se especifica los platos que tendrá la carta del restaurante (**Ver Anexo 2**):

#### **Menú**

- **Carta de Almuerzos**

- Pescado asado con verduras
- Pulled Pork
- Pure de papa con chuleta
- Salteado de garbanzo con pollo

- Spaghetti a la boloñesa

- **Carta de Bebidas**

- Agua de horchata
- Everyday roots
- Healthy Pink Drink
- Smoothie de mora y banana
- Smoothie tropical

- **Desayunos**

- Desayuno 1: Tostadas Francesas + porción de frutas + huevos hoteleros + infusión
- Desayuno 2: Pancakes de avena + 2 rodajas de queso + chocolate caliente + porción de frutas
- Desayuno 3: Tortilla de huevo + pan tostado con mermelada y mantequilla de maní + porción de frutas + aguacate + infusión
- Desayuno 4: Tostadas mixtas con queso cheddar, huevo, aguacate + porción de frutas + jugo de naranja
- Desayuno 5: Muffins mixtos de queso, espinaca, huevo + porción de frutas + café

- **Carta de Snack**

- Bowl Frutos rojos
- Chips de verde con guacamole
- Crepe de avena
- Donuts de plátano
- Mini sánduche de atún

En los ejemplos de menú antes mencionados se destaca una variedad de alimentos saludables donde se aportan los nutrientes necesarios para el cuerpo, por ejemplo, en el desayuno 5 podemos destacar los siguiente: harina es decir un carbohidrato, queso (lácteo), huevo (proteína), espinaca (verdura), frutas (vitaminas y minerales), café (agua y azúcar).

### **3.1.7. Servicio**

Lo que se busca es brindar un servicio de calidad y tratar a cada uno de los clientes como si se tratase de familia, brindar un servicio amigable y acogedor con altos estándares de sanidad con

cada uno de nuestros clientes. Con esto se pretende que el cliente comparta su vivencia que ha tenido en nuestro establecimiento con personas de su grupo social.

### **3.1.8. Precio**

El precio es uno de los factores de suma importancia dentro de un emprendimiento ya que de este depende la aceptación del servicio por parte de los demandantes del servicio. Además, el precio permite recuperar la inversión del proceso de transformación de la materia prima a un servicio o producto listo para su consumo y obtener una utilidad que permita seguir creciendo.

El precio que se pretende plantear para cada uno de los platos descritos en la carta de emprendimiento son los más ajustados, además se pretende que estos precios se mantengan con el tiempo y en caso de brindar el servicio la llevar a casa no se suma ningún costo adicional.

### **3.5.1 Promoción**

La promoción que se pretende ofrecer a la clientela es realizar sorteos mensuales en los cuales el ganador pueda degustar de cualquiera de los platos de la carta totalmente gratis, además de que se le realizara un plan nutricional específico para el ganador. Esto tiene por objetivo incentivar el consumo de comida saludable, además de premiar a la clientela que adquiera el servicio habitualmente.

### **3.5.2 Publicidad**

En el ámbito de la publicidad lo que se busca es llegar al mayor número de personas que pueden ser potenciales consumidores del servicio a brindar. Para lograr esto se utilizará cada uno de los medios que se dispone, en este caso se utilizara tanto medios impresos como digitales.

En el ámbito del medio impreso se pretende entregar volantes en los que se detallara el porcentaje nutricional de cada uno de los platos que se encontraran en la carta, con esto se busca llamar la atención del consumidor ya que ningún establecimiento otorga esta información a su clientela.

En el ámbito digital se pretende crear una página electrónica en la cual se mostrará cada uno de los platos detalladamente, en este medio se ofertará promociones como descuentos, dos por uno y planes nutricionales, fomentando a que esta información sea compartida y alcance al mayor número de personas.

### **3.1.9. Plaza**

La plaza donde se pretende brindar el servicio de comida saludable es un lugar estratégico que permitirá que el emprendimiento crezca rápidamente. Este lugar se lo determino mediante el estudio de las diferentes localizaciones idóneas mediante un test con factores cualitativos, así se llegó a la conclusión que el establecimiento debería ubicarse en el cantón la Mana (Provincia de Cotopaxi) entre las calles 27 de noviembre y San Pablo, frente al municipio del cantón.

## **4. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.1 Determinación del tamaño del proyecto**

Este apartado permite conocer la capacidad real programada y la capacidad teórica con el propósito de conocer el alcance que tendrá el restaurante en brindar su servicio. Esto es de gran importancia en los proyectos en las cuales se realizará una inversión inicial para el emprendimiento.

### **4.2 Capacidad real programada**

En base a los datos que se adquirieron en el estudio del mercado se pudo determinar que la población universal del cantón la Mana es de 42,216 habitantes, los cuales son considerados como potenciales consumidores del servicio, ya que no se cuenta en el cantón con una competencia directa que brinden servicios relacionados.

Para determinar el valor que se pretende cubrir con el servicio se debe partir de la segmentación o partición del mercado, esta nos recomienda utilizar el valor de entre 2% a 6% cuando se crea un emprendimiento o se brinda un producto nuevo. El porcentaje que se escoge para el emprendimiento es del 6% llegando a que el valor de personas al mes será de 2.533 personas y con un promedio de 85 personas al día. Este valor se lo tomara como valor real programado.

#### **4.2.1 *Capacidad teórica o de diseño***

Se obtiene que la capacidad de diseño es de 34 personas, esto tomando en cuenta que el establecimiento contara con 8 mesas y 4 sillas respectivamente. El valor que se obtiene es el que se podrá recibir en un solo momento, pero se podría llegar a cubrir el valor que se obtuvo en la capacidad real ya que el emprendimiento pretende operar en una jornada 8 horas. Llegando así a cumplir con el valor estimado de 95 personas diarias que adquieran el servicio en el restaurante.

### **4.3 Determinación de la localización óptima**

Identificar el lugar adecuado donde se brindará el restaurante especializado en comida saludable es de suma importancia ya que marcara el éxito de este. Abriendo así la

posibilidad de crecer constantemente, mejorar y obtener inversión que ayude a expandir el emprendimiento.

Lo que se busca al determinar la óptima localización del servicio es abaratar costos y brindar un servicio rápido al alcance de todos los potenciales consumidores. La localización afecta directamente al costo de la materia prima, costos de distribución, costos en proveedores y costos de arriendo de local, por lo que debe ser un objetivo importante el establecer los criterios para definir el lugar más apropiado.

#### 4.3.1 *Macro localización*

Las variables que se consideraron para determinar el dónde se va a instalar el servicio de comida saludable respecto a la macro localización se describen a continuación:

- **Lugar:** A partir de una investigación realizada en el cantón La Mana se concluye que no existen locales que brinden comida saludable, siendo el presente proyecto algo innovador para este lugar.
- **Servicios Básicos:** El cantón la Mana cuenta con servicios básicos como son agua potable, alumbrado público, redes de comunicación y sus vías se encuentran asfaltadas. Esto ayuda de gran medida a que el servicio que se pretende otorgar no tenga que hacer fuertes inversiones para poder obtener alguno de los servicios descritos.
- **Localización:** El cantón La Mana está ubicada en una parte estratégica, ya que por este pasa una de las vías que permite la comunicación entre la parte de la sierra y la parte costa, esto de gran manera ayuda a que el cantón este en constante crecimiento ya que se ha vuelto un punto estratégico para los emprendimientos en varios sectores.

#### 4.3.2 *Micro localización*

Los factores que se tomaron en cuenta para micro localización del proyecto se describen a continuación:

- **Mercado:** lo que busca el estudio del mercado es conocer cuáles son los servicios con mayor adquisición, los volúmenes de adquisición de servicios, además de conocer cómo se divide el estrato social, la edad promedio de la población, el valor del ingreso promedio y la población económicamente activa.
- **Competencia:** lo que busca este factor es conocer si existe competencia directa al proyecto planteado, conocer los costos de la competencia, además de identificar lugares que brinden un servicio parecido al presentado y la ubicación geográfica de los planteles de comida saludable.
- **Accesibilidad:** mediante este factor se plantea identificar si el lugar donde se pretende emprender cuenta con un buen servicio vial, si existe un servicio de transporte público que pase cerca de este, si el lugar escogido es visible al público y si existe un flujo peatonal alto.
- **Regulaciones del cantón:** mediante este factor se pretende conocer cuáles son las restricciones en el ámbito de horas de funcionamiento, restricciones al flujo peatonal y regulaciones en funcionamiento.
- **Costos:** este factor busca conocer el costo en servicios de proveedores de materia prima en, costos de materia prima, valor de alquiler o compra del sitio, costos de mantenimiento y costos en permisos de funcionamiento.

A partir de cada uno de los lugares escogidos como potenciales ubicaciones de emprendimiento y mediante un estudio cualitativo con cada de los lugares planteados, se busca obtener como resultado cuál de los lugares cumplen con la mayoría de los factores descritos en la check list que se describe en la Tabla 7.

**Tabla 7**

**Factores de micro localización**

<b>Factores de Micro Localización</b>			
<b>Factores de mercado</b>	<b>Check</b>	<b>Factores de accesibilidad</b>	<b>Check</b>
Volumen de adquisición		Excelente servicio vial	
Servicio de mayor adquisición		Servicio de transporte publico cercano	
Estratos sociales		Visible al público consumidor	
Edad promedio		Flujo peatonal alto	
Ingreso promedio			
Población económicamente activa			
<b>Factores Competencia</b>	<b>Check</b>	<b>Factores de regulación del cantón</b>	<b>Check</b>
Competencia directa		Restricción en horas de funcionamiento	
Costos de productos de competencia		Restricciones de flujo peatonal	
Lugares que brinde servicios parecidos		Regulaciones en funcionamiento	
Ubicación de competencia			
<b>Factores de costo</b>	<b>Check</b>		
Costo de proveedores			
Costo materia prima			
Costo de alquiler			
Costo de mantenimiento			
Costos de permisos de funcionamiento			

**Fuente:** Elaboración propia

**4.4 El producto**

El emprendimiento pretende disponer de un menú variado para captar así al mayor número de consumidores potenciales que busquen consumir un menú nutritivo y saludable. En la carta se describe una serie de servicios como son desayunos, almuerzos, bebidas y snacks, a continuación, se describe el nombre de los platillos que se pondrán a disposición.

- En el caso de los desayunos se contará con 5 tipos, los cuales se diferencia en los componentes de su preparación, los desayunos buscan satisfacer los gustos del cliente por eso la variedad de este.
- En el almuerzo se dispondrá de pescado frito con verduras, salteado de garbanzo con pollo, pure de papa con chuleta, pulled pork y espagueti a la boloñesa.
- En los snacks se dispondrá de bowl frutos rojos, crepe de avena, donuts de plátano, mini sanduche de atún y chips de verde con guacamole.
- En las bebidas se dispondrá de smoothie de mora y banana, smoothie tropical, agua de horchata y everyday roots.

#### 4.4.1 *Descomposición del producto*

El servicio de desayuno contara con 5 menús disponibles, los cuales han sido descritos con cada uno de sus componentes en la Tabla 8.

**Tabla 8**  
**Menú de desayunos**

Menú de desayunos				
Desayuno 1	Desayuno 2	Desayuno 3	Desayuno 4	Desayuno 5
Pan integral	Avena	Huevo	Pan integral	Espinaca
Leche entera	Leche entera	Espinaca	Queso cheddar	Harina de trigo
Huevo	Huevo	Queso fresco	Aguacate	Queso fresco
Sal	Esencia de vainilla	Sal	Huevo	Huevo
Miel	Polvo de hornear	Pimienta	Sal	Aceite de girasol
Mantequilla	Banana	Pan integral	Pimienta	Leche
Arándanos	Queso Fresco	Mantequilla de maní	Piña	Mango
Frambuesas	Chocolate orgánico	Mermelada de mora	Mango	Papaya
Fresas	Fresas	Manzana	Papaya	Café
Uvas	Arándanos	Mango	Naranjas	Agua
Melón	Mango	Agua		Azúcar morena
Pimienta		Sobre de té		
Sobre de té				

**Fuente:** Elaboración propia

El servicio de almuerzo contara con 5 platos disponibles, los cuales han sido descritos con cada uno de sus componentes en la Tabla 9.

**Tabla 9**  
**Menú de almuerzos**

<b>Almuerzos</b>				
<b>Pescado asado con verduras</b>	<b>Salteado de garbanzo con pollo</b>	<b>Pure de papa con chuleta</b>	<b>Pulled Pork</b>	<b>Spaghetti a la boloñesa</b>
Pescado Filete	Garbanzo	Papa	Cerdo	Pasta integral
Sal	Pollo filete	Leche entera	Comino	Carne molida
Pimienta	Brócoli	Mantequilla	Canela en polvo	Zanahoria
Comino	Zucchini	Sal	Pimienta dulce	cebolla
Ajo en polvo	Zanahoria	Chuleta	Ajo en polvo	Vino Blanco
Papa pequeña	Ajo	Paprika	Pimienta negra	Pasta de tomate casera
Agua	Aceite de girasol	Champiñones	Sal	Leche entera
Zanahoria	Sal	Leche evaporada	Salsa Inglesa	Orégano
Espárragos	Pimienta	Vino blanco	Agua	Albaca
Cebolla perla	Comino	Tomate	Cebolla perla	Sal
Papaya	Agua	Choclo	Salsa BBQ	Pimienta
Fresas	Limón	Cebolla Paiteña	Aceite de oliva	Agua
		Limón	Aguacate	Aceite de oliva
		Agua	Limón	
		Arándanos	Sal	
			Zanahoria	
			Col morada	
			Pickles	
			Pan Integral	

**Fuente:** Elaboración propia

El servicio de snacks contara con 5 platos disponibles, los cuales han sido descritos con cada uno de sus componentes en la Tabla 10.

**Tabla 10**  
**Menú de snacks**

<b>Snacks</b>				
<b>Bowl Frutos rojos</b>	<b>Crepe de avena</b>	<b>Donuts de plátano</b>	<b>Mini sánduche de atún</b>	<b>Chips de verde con guacamole</b>
Yogurt griego	Avena	Banana	Pan Integral	Verde
Arándanos	Agua	Huevo	Atún	Sal
Fresa	Esencia de vainilla	Esencia de vainilla	Tomate	Paprika
Mora	Huevos	Harina de almendras	Cebolla Perla	Aceite de oliva
Almendras	Banana	Polvo de hornear	Limón	Aguacate
Nueces	Fresa	Canela en polvo	Sal	Limón
Coco rallado	Mango	Chispas de chocolate orgánico	Lechuga	Cebolla perla
	Chocolate orgánico amargo			

**Fuente:** Elaboración propia

El servicio de bebidas contara con 5 tipos disponibles, los cuales han sido descritos con cada uno de sus componentes en la Tabla 11.

**Tabla 11**  
**Menú de bebidas**

<b>Bebidas</b>				
<b>Healthy Pink Drink</b>	<b>Smoothie de mora y banana</b>	<b>Smoothie tropical</b>	<b>Agua de horchata</b>	<b>Everyday roots</b>
Fresas	Banana	Yogurt Natural	Arroz	Agua
Leche de almendras marca Nature's Heart	Mora	Piña	Canela	Sandia
Agua	Esencia de vainilla	Mango	Leche semidescremada marca Tru	Menta
Azúcar Morena	Leche de almendras marca Nature's Heart	Banana	Azúcar Morena	Limón
	Avena	Miel	Agua	Pepino
	Azúcar Morena	Leche de coco		

**Fuente:** Elaboración propia

## 4.5 Identificación y costos suministros e insumos

### 4.5.1 Materias primas

El costo de materia prima se lo obtiene para cada uno de los servicios alimenticios que se ofrece, a continuación, se desglosa cada uno de los componentes de cada plato con su valor unitario.

**Tabla 12**  
**Materia prima Desayuno 1**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
M.P.D	Pan integral	rebanadas	2	0.20	0.05	\$ 0.21
	Leche entera	ml	350	0.35	0.05	\$ 0.37
	Huevo	unidad	2	0.29	0.05	\$ 0.30
	Sal	gr	5	0.00	0.05	\$ 0.00
	Miel	gr	30	0.24	0.05	\$ 0.25
	Mantequilla	gr	20	0.22	0.05	\$ 0.23
	Arándanos	unidad	3	0.05	0.05	\$ 0.05
	Frambuesas	unidad	3	0.05	0.05	\$ 0.05
	Fresas	unidad	3	0.18	0.05	\$ 0.19
	Uvas	unidad	3	0.00	0.05	\$ 0.00
	Melón	trozos	3	0.02	0.05	\$ 0.02
	Pimienta	gr	2	0.04	0.05	\$ 0.04
	Sobre de té	unidad	1	0.08	0.05	\$ 0.08
					<b>Total</b>	<b>\$ 1.81</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 13**  
**Materia prima Desayuno 2**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
M.P.D	Avena	gr	100	0.20	0.05	0.21
	Leche entera	ml	300	0.30	0.05	0.32
	Huevo	unidad	1	0.14	0.05	0.15
	Esencia de vainilla	gr	5	0.08	0.05	0.08
	Polvo de hornear	gr	3	0.06	0.05	0.06

	Banana	banana	1	0.08	0.05	0.09
	Queso Fresco	gr	50	0.28	0.05	0.29
	Chocolate orgánico	gr	5	0.07	0.05	0.08
	Fresas	unidades	3	0.18	0.05	0.19
	Arándanos	unidades	5	0.08	0.05	0.08
	Mango	trozos	5	0.02	0.05	0.02
	<b>Total</b>					<b>\$ 1.55</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 14**  
**Materia prima Desayuno 3**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Huevo	Unidad	1	0.14	0.05	0.15
	Espinaca	gr	5	0.03	0.05	0.03
	Queso fresco	gr	10	0.06	0.05	0.06
	Sal	gr	2	0.00	0.05	0.00
	Pimienta	gr	2	0.04	0.05	0.04
	Pan integral	rodaja	1	0.10	0.05	0.11
	Mantequilla de maní	gr	10	0.16	0.05	0.17
	Mermelada de mora	gr	5	0.04	0.05	0.04
	Manzana	unidad	1	0.02	0.05	0.02
	Mango	gr	15	0.05	0.05	0.05
	Agua	ml	250	0.03	0.05	0.03
	Sobre de té	unidad	1	0.08	0.05	0.08
	<b>Total</b>					<b>\$ 0.78</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 15**  
**Materia prima Desayuno 4**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Pan integral	Unidad	2	0.20	0.05	0.21
	Queso cheddar	rodajas	2	0.30	0.05	0.32
	Aguacate	Unidad	1	0.42	0.05	0.44
	Huevo	unidad	1	0.14	0.05	0.15
	Sal	gr	2	0.00	0.05	0.00
	Pimienta	gr	2	0.04	0.05	0.04

	Piña	gr	15	0.09	0.05	0.10
	Mango	gr	15	0.05	0.05	0.05
	Papaya	gr	15	0.06	0.05	0.06
	Naranjas	Unidad	5	0.71	0.05	0.75
	<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>2.12</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 16**  
**Materia prima Desayuno 5**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Espinaca	gr	50	0.25	0.05	0.26
	Harina de trigo	gr	150	0.45	0.05	0.47
	Queso fresco	gr	50	0.28	0.05	0.29
	Huevo	unidad	1	0.14	0.05	0.15
	Aceite de girasol	ml	15	0.05	0.05	0.06
	Leche	ml	50	0.05	0.05	0.05
	Mango	gr	15	0.05	0.05	0.05
	Papaya	gr	15	0.06	0.05	0.06
	Café	gr	5	0.04	0.05	0.04
	Agua	ml	200	0.03	0.05	0.03
	Azúcar morena	gr	3	0.00	0.05	0.00
	<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>1.46</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 17**  
**Materia prima de Pescado asado con verduras**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Pescado Filete	gr	100	1.10	0.05	1.16
	Sal	gr	3	0.00	0.05	0.00
	Pimienta	gr	3	0.06	0.05	0.06
	Comino	gr	3	0.06	0.05	0.06
	Ajo en polvo	gr	3	0.08	0.05	0.08
	Papa pequeña	gr	120	0.26	0.05	0.28
	Agua	ml	350	0.32	0.05	0.34
	Zanahoria	gr	30	0.07	0.05	0.07
	Espárragos	gr	30	0.30	0.05	0.32

	Cebolla perla	gr	30	0.12	0.05	0.13
	Papaya	gr	10	0.04	0.05	0.04
	Fresas	unidad	3	0.18	0.05	0.19
	<b>Total</b>					<b>\$ 2.72</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 18**

**Materia prima de salteado de garbanzo con pollo**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Garbanzo	gr	200	1.00	0.05	1.05
	Pollo filete	gr	100	0.28	0.05	0.29
	Brócoli	gr	5	0.03	0.05	0.03
	Zucchini	gr	5	0.01	0.05	0.01
	Zanahoria	gr	5	0.01	0.05	0.01
	Ajo	gr	1	0.00	0.05	0.00
	Aceite de girasol	gr	5	0.02	0.05	0.02
	Sal	gr	3	0.00	0.05	0.00
	Pimienta	gr	3	0.06	0.05	0.06
	Comino	gr	3	0.06	0.05	0.06
	Agua	ml	250	0.03	0.05	0.03
	Limón	unidad	1	0.04	0.05	0.04
	<b>Total</b>					<b>\$ 1.61</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 19**

**Materia prima de pure de papa con chuleta**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Papa	gr	150	0.17	0.05	0.17
	Leche entera	ml	30	0.03	0.05	0.03
	Mantequilla	gr	10	0.11	0.05	0.12
	Sal	gr	1	0.00	0.05	0.00
	Chuleta	unidad	1	0.80	0.05	0.84
	Paprika	gr	5	0.20	0.05	0.21
	Champiñones	gr	100	0.50	0.05	0.53
	Leche evaporada	ml	100	0.25	0.05	0.26
	Vino blanco	ml	20	0.08	0.05	0.08

	Tomate	gr	15	0.02	0.05	0.02
	Choclo	gr	15	0.05	0.05	0.05
	Cebolla Paiteña	gr	15	0.06	0.05	0.06
	Limón	unidad	2	0.08	0.05	0.08
	Agua	ml	250	0.03	0.05	0.03
	Arándanos	gr	5	0.08	0.05	0.08
	<b>Total</b>					<b>\$ 2.58</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 20**  
**Materia prima de Pulled Pork**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Cerdo	gr	250	1.50	0.05	1.58
	Comino	gr	5	0.10	0.05	0.11
	Canela en polvo	gr	5	0.10	0.05	0.11
	Pimienta dulce	gr	3	0.06	0.05	0.06
	Ajo en polvo	gr	5	0.10	0.05	0.11
	Pimienta negra	gr	5	0.10	0.05	0.11
	Sal	gr	5	0.00	0.05	0.00
	Salsa Inglesa	ml	10	0.14	0.05	0.15
	Agua	ml	15	0.00	0.05	0.00
	Cebolla perla	gr	15	0.09	0.05	0.10
	Salsa BBQ	ml	150	2.14	0.05	2.25
	Aceite de oliva	gr	5	0.22	0.05	0.23
	Aguacate	unidad	1	0.01	0.05	0.01
	Limón	unidad	1	0.04	0.05	0.04
	Sal	gr	3	0.00	0.05	0.00
	Zanahoria	gr	15	0.03	0.05	0.03
	Col morada	gr	15	0.10	0.05	0.11
	Pickles	gr	15	0.20	0.05	0.21
	Pan Integral	unidad	2	1.17	0.05	1.23
	<b>Total</b>					<b>\$ 6.42</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 21****Materia prima de spaghetti a la boloñesa**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Pasta integral	gr	100	0.75	0.05	0.79
	Carne molida	gr	50	0.20	0.05	0.21
	Zanahoria	gr	30	0.07	0.05	0.07
	cebolla	gr	30	0.12	0.05	0.13
	Vino Blanco	ml	30	0.12	0.05	0.13
	Pasta de tomate casera	gr	100	0.80	0.05	0.84
	Leche entera	ml	25	0.03	0.05	0.03
	Orégano	gr	5	0.03	0.05	0.03
	Albaca	gr	2	0.01	0.05	0.01
	Sal	gr	5	0.00	0.05	0.00
	Pimienta	gr	3	0.06	0.05	0.06
	Agua	ml	100	0.01	0.05	0.01
	Aceite de oliva	ml	2	0.04	0.05	0.05
					<b>Total</b>	<b>\$ 2.35</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 22****Materia prima de bowl Frutos rojos**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Yogurt griego	gr	200	0.65	0.05	0.68
	Arándanos	gr	5	0.08	0.05	0.08
	Fresa	unidad	4	0.24	0.05	0.25
	Mora	gr	5	0.01	0.05	0.01
	Almendras	gr	5	0.01	0.05	0.01
	Nueces	gr	5	0.01	0.05	0.01
	Coco rallado	gr	5	0.04	0.05	0.04
					<b>Total</b>	<b>\$ 1.09</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 23**

**Materia prima de crepe de avena**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Avena	gr	150	0.30	0.05	0.32
	Agua	ml	50	0.01	0.05	0.01
	Esencia de vainilla	ml	5	0.08	0.05	0.08
	Huevos	unidad	2	0.29	0.05	0.30
	Banana	unidad	1	0.08	0.05	0.09
	Fresa	unidad	2	0.12	0.05	0.13
	Mango	gr	15	0.05	0.05	0.05
	Chocolate orgánico amargo	gr	20	0.29	0.05	0.30
					<b>Total</b>	<b>\$ 1.27</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 24**

**Materia prima de donuts de plátano**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Banana	unidad	2	0.17	0.05	0.18
	Huevo	unidad	1	0.14	0.05	0.15
	Esencia de vainilla	ml	5	0.08	0.05	0.08
	Harina de almendras	gr	75	0.30	0.05	0.32
	Polvo de hornear	gr	5	0.09	0.05	0.10
	Canela en polvo	gr	5	0.03	0.05	0.03
	Chispas de chocolate orgánico	gr	10	0.15	0.05	0.16
					<b>Total</b>	<b>\$ 1.00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 25**

**Materia prima de mini sánduche de atún**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Pan Integral	rodajas	2	0.20	0.05	0.21
	Atún	lata	1	0.01	0.05	0.01
	Tomate	rodajas	2	0.00	0.05	0.00
	Cebolla Perla	gr	30	0.12	0.05	0.13
	Limón	unidad	1	0.04	0.05	0.04
	Sal	gr	3	0.00	0.05	0.00
	Lechuga	hoja	1	0.01	0.05	0.01
					<b>Total</b>	<b>\$ 0.40</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 26**

**Materia prima de chips de verde con guacamole**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Verde	unidad	1	0.25	0.05	0.26
	Sal	gr	5	0.00	0.05	0.00
	Paprika	gr	5	0.44	0.05	0.46
	Aceite de oliva	ml	10	0.22	0.05	0.23
	Aguacate	unidad	1	0.42	0.05	0.44
	Limón	unidad	1	0.04	0.05	0.04
	Cebolla perla	gr	20	0.08	0.05	0.08
					<b>Total</b>	<b>\$ 1.52</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 27**

**Materia prima de healthy pink drink**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Fresas	unidad	5	0.30	0.05	0.32
	Leche de almendras marca Nature's Heart	ml	200	0.85	0.05	0.89
	Agua	ml	50	0.01	0.05	0.01
	Azúcar Morena	gr	5	0.01	0.05	0.01
	<b>Total</b>					<b>\$ 1.22</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 28**

**Materia prima de smoothie de mora y banana**

<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Margen de error</b>	<b>Costo Real</b>
<b>M.P.D</b>	Banana	unidad	1	0.08	0.05	0.09
	Mora	unidad	6	0.01	0.05	0.01
	Esencia de vainilla	ml	3	0.05	0.05	0.05
	Leche de almendras marca Nature's Heart	ml	200	0.85	0.05	0.89
	Avena	gr	15	0.03	0.05	0.03
	Azúcar Morena	gr	3	0.00	0.05	0.00
<b>Total</b>						<b>\$ 1.07</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 29**

**Materia prima de smoothie tropical**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Yogurt Natural	ml	15	0.18	0.05	0.19
	Piña	gr	8	0.05	0.05	0.05
	Mango	gr	8	0.03	0.05	0.03
	Banana	unidad	1	0.08	0.05	0.09
	Miel	gr	5	0.04	0.05	0.04
	Leche de coco	ml	200	0.85	0.05	0.89
					<b>Total</b>	<b>\$ 1.28</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 30**

**Materia prima de agua de horchata**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Arroz	gr	100	0.07	0.05	0.08
	Canela	ramas	2	0.05	0.05	0.05
	Leche semidescremada marca Tru	ml	200	0.25	0.05	0.26
	Azúcar Morena	gr	15	0.02	0.05	0.02
	Agua	ml	50	0.01	0.05	0.01
					<b>Total</b>	<b>\$ 0.42</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 31**

**Materia prima de everyday roots**

Elemento	Concepto	Unidad	Cantidad	Costo	Margen de error	Costo Real
<b>M.P.D</b>	Agua	ml	200	0.03	0.05	0.03
	Sandía	gr	15	0.09	0.05	0.10
	Menta	hojas	5	0.05	0.05	0.05
	Limón	unidad	3	0.12	0.05	0.13
	Pepino	rodajas	4	0.05	0.05	0.06
					<b>Total</b>	<b>\$ 0.36</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.2 *Mano de obra*

Representa los costos generados por contratación de personal necesario para el correcto funcionamiento de del emprendimiento que se pretende crear.

##### 4.5.2.1 *Mano de obra directa*

Es el personal encargado de la planificación, ejecución y desenvolvimiento necesarios para brindar un correcto funcionamiento del establecimiento al brindar sus servicios. Se describe que el personal percibirá un sueldo de 400 dólares, además se suma a cada uno de los sueldos los beneficios de ley.

**Tabla 32**  
**Presupuesto mensual de mano de obra**

N.	Personal	Salario mensual	Beneficios sociales				Total, beneficios sociales
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	
<b>Mano de obra directa</b>							
1	Chef	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 4.86	\$ 88.19
2	Auxiliar 1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 4.86	\$ 88.19
3	Mesero	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 4.86	\$ 88.19
<b>Total, mensual</b>		<b>\$ 1,200.00</b>	<b>\$ 100.00</b>	<b>\$ 100.00</b>	<b>\$ 50.00</b>	<b>\$ 14.58</b>	<b>\$ 264.58</b>
<b>Total, anual</b>		<b>\$14,400.00</b>	<b>\$1,200.00</b>	<b>\$1,200.00</b>	<b>\$ 600.00</b>	<b>\$174.96</b>	<b>\$ 3,174.96</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.3 *Muebles y equipos*

Los muebles y equipos que se adquirirán buscan cumplir el objetivo de brindar un servicio de calidad bajo los estándares planteados en el restaurante de comida saludable en el cantón La Maná. Cada uno de los productos que se adquieran deben ajustarse al presupuesto planteado, además que deberán cumplir con ciertos estándares de calidad que garanticen un largo periodo de vida operativa durante el tiempo que se mantenga el emprendimiento. En la Tabla 33 se describe todos los muebles y equipos que se adquirirán para el servicio de comida saludable.

**Tabla 33**  
**Muebles y equipos**

Detalle	Valor de Adquisición
Cocina industrial	\$ 500.00
Juego de ollas	\$ 500.00
Tanques de gas 1	\$ 50.00
Tanques de gas 2	\$ 50.00
Horno mediano	\$ 250.00
Microondas	\$ 150.00
Licuadora 1	\$ 40.00
Licuadora 2	\$ 40.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 1	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 2	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 3	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 4	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 5	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 6	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 7	\$ 110.00
Juego de 1 mesa y 4 sillas 8	\$ 110.00
Recibidor	\$ 50.00
Escritorio Gerente con silla	\$ 150.00
Archivador	\$ 60.00
Laptop 1	\$ 350.00
Computadora Caja	\$ 250.00

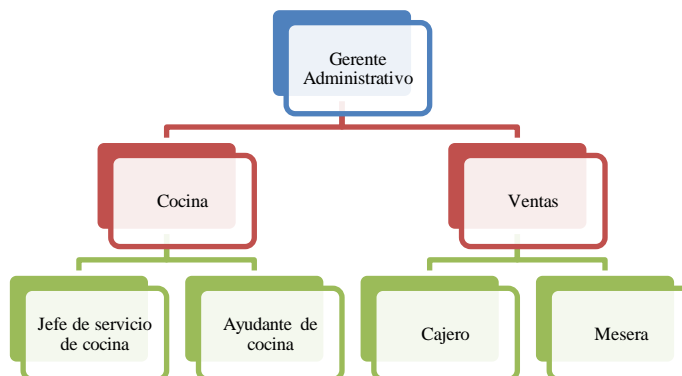
**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.6 La empresa

El restaurant tendrá la denominación de “Mana Dreams” el cual estará ubicado en el cantón la Maná entre las calles 27 de noviembre y San Pablo, frente al municipio del cantón.

##### 4.6.1 *Organigrama estructural de la empresa*

**Tabla 34**  
**Organigrama estructural de la empresa**



**Fuente:** Elaboración propia

#### 4.6.2 *Personal requerido*

- **Gerencia**

Gerente Administrativo

- **Departamento de cocina**

Cocinero

Ayudante de cocina

- **Departamento de ventas**

Cajera

Mesera

#### 4.6.3 *Funciones del personal*

##### **Gerente administrativo**

Es el encargado de toda la correcta gestión dentro de cada una de las áreas que conforman el restaurant, como funciones tenemos:

- Planificar los horarios de trabajo de los empleados
- Control del inventario de los activos de la empresa
- Encargado de revisar cada una de las áreas que se encuentren en óptimas condiciones para su servicio
- Encargado de buscar los medios necesarios para la propaganda del restaurant
- Encargado de adquirir la materia prima cuando reciba el pedido de materia prima por parte del área de cocina
- Pago de arriendo del local
- Pago de los sueldos de los empleados

##### **Cocinero**

Es el encargado de elaborar cada uno de los platos que se ofrece en el menú. Será responsable de brindar con sus conocimientos gastronómicos que se cumpla el plan nutricional planteada para

cada plato que se brindará en el establecimiento de comida saludable, entre otras funciones tenemos:

- Revisar la calidad de la materia prima necesaria para la elaboración de cada plato
- Llevar un control de ingresos y egresos de la materia prima
- Llevar un control y realizar pedidos al área administrativa de materia prima si es necesario

### **Ayudante de cocina**

Sera la persona encargada de tomar el mando en la cocina en caso de ausencia del cocinero además realizara las siguientes funciones:

- Ayudar con la limpieza de la materia prima
- Ayudar a mantener el área de la cocina salubre
- Brindará apoyo en la elaboración de cada uno de los platillos de carta

### **Mesero**

En este caso en particular el mesero cubrirá dos áreas como viene a ser el de atención al cliente y el encargado de caja, como otras funciones tenemos:

- Brindar el servicio de bienvenida a cada uno de los clientes
- Ofrecer la carta, anotar el pedido
- Revisar el estado y presentación de cada uno de los platos preparados
- Entrega cada uno de los platos al comensal
- Realizar el cobro de cada uno de los pedidos
- Limpieza de cada una de las mesas
- Terminada la jornada laboral realizar el cierre de caja con su respectivo informe

#### **4.6.4 *Vestimenta del personal***

Al ser un emprendimiento de comida familiar se ha planteada no contar con una vestimenta definida para cada uno de los que conformaran el personal del restaurante, esto con el fin de ahorrar este valor he invertirlo en las adecuaciones del establecimiento. Pero todos contarán con un mandil blanco y con una malla para precautelar la salubridad del servicio. En el caso del

cocinero a este se lo dotara de mallas, guantes, mandil y un gorra. Todas las piezas de vestimenta serán donadas por la gerente del emprendimiento ya que cuenta con todos estos implementos.

#### **4.7 Requisitos para la apertura de un establecimiento**

Para la apertura del restaurante de comida es necesario contar con los siguientes requisitos como son:

- Patente municipal.
- Permiso de Funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento).
- Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCOSA).
- Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización).

#### **4.8 Infraestructura requerida**

El local contara de 50 metros cuadrados los cuales serán repartidos en 4 áreas las cuales son el área de cocina, el área de cajas y pedidos, el área céntrica para las mesas y el servicio urinario.

En el área de las mesas se contará con 8 mesas las cuales estarán con 4 sillas respectivamente.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 Inversión total

#### 5.1.1 Inversión fija

##### 5.1.1.1 Constitución de una compañía

Gastos que se generan debido a los permisos que tengan vigencia en el cantón en el cual se desea emprender con el servicio de alimentación saludable. Además, que se toma en cuenta los valores necesarios para adecuaciones en las instalaciones que serán utilizadas para el servicio.

**Tabla 35**  
**Constitución de una compañía**

<b>Gasto</b>	<b>Valor</b>
Honorario de Abogados Constitución Compañía SAS	\$ 500.00
Patente municipal	\$ 20.00
Permiso de Funcionamiento del Ministerio del Interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento)	\$ 50.00
Permiso de funcionamiento de la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA)	\$ 48.00
Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (según categorización)	-
Instalaciones y adecuaciones del local	\$ 1,509.00
Imprevistos	\$ 212.70
<b>Total</b>	<b>\$ 2,339.70</b>

**Fuente:** Elaboración propia

##### 5.1.1.2 Edificio

<b>Tipo</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor de Adquisición</b>
Edificios	Local comercial	\$ 50,000.00

**Fuente:** Elaboración propia

##### 5.1.1.3 Menaje, cubertería, equipos de producción y mobiliario de servicio

<b>Tipo</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor de Adquisición</b>
Muebles y enseres	Operativo	\$ 930.00
Maquinaria y equipo	Operativo	\$ 1,580.00

**Fuente:** Elaboración propia

#### 5.1.1.4 Muebles y equipos de oficina

Tipo	Detalle	Valor de Adquisición
Muebles y enseres	Administrativo	\$ 210.00
Equipos de computación	Administrativo	\$ 6,000.00

Fuente: Elaboración propia

#### 5.1.1.5 Vehículos

Tipo	Detalle	Valor de Adquisición
Vehículos	Camioneta	\$ 10,000.00

Fuente: Elaboración propia

#### 5.1.2 Capital de trabajo

Se indica el valor bruto de los recursos variables necesarios para que el restaurante desarrolle sus operaciones con normalidad en el primer año, estos comprenden ingredientes que fluctúan de acuerdo con la cantidad a producir, además, encontramos la rotación del inventario (ingredientes) proyectado a 5 años, lo que indica por años cuanto se requiere de flujo de efectivo para la compra de estos cada quince días.

**Tabla 36**  
**Capital de trabajo**

Rotación de Inventario								
Concepto	Costo Total	Rotación	Periodicidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$ 37,660.40	15	días	\$ 1,547.69	\$ 1,673.82	\$ 1,810.24	\$ 1,957.78	\$ 2,117.33
<b>Subtotal</b>				<b>\$ 1,547.69</b>	<b>\$ 1,673.82</b>	<b>\$ 1,810.24</b>	<b>\$ 1,957.78</b>	<b>\$ 2,117.33</b>
<b>Variación Marginal de Capital de Trabajo</b>					\$ 126.14	\$ 136.42	\$ 147.53	\$ 159.56

Fuente: Elaboración propia

## 5.2 Financiamiento

La inversión necesaria para implementar el proyecto se detalla en la Tabla 37:

**Tabla 37**  
**Tabla de financiación**

<b>Fuente</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor</b>
Préstamo	50%	\$ 32,433.84
Socios	50%	\$ 32,433.84
Inversión Inicial		<b>\$ 64,867.69</b>

**Fuente:** Elaboración propia

La búsqueda de capital es una de las principales labores a realizar por parte de un emprendedor, en nuestro caso contamos con un 50% de capital propio y es necesario el realizar un financiamiento con una institución privada como cooperativa o banco para obtener el restante 50%.

## 5.3 Costos de producción

Son los costos necesarios para transformar la materia prima en un producto que pueda ser comercializado.

### 5.3.1 *Costos de preparación*

Estos costos hacen referencia a todos los valores que se generan para cumplir con el objetivo de brindar el restaurante de comida saludable.

#### 5.3.1.1 *Costos directos*

Estos costos están relacionados directamente con el costo de materia prima que se utilizara para la preparación de cada plato que se plantea brindar en el servicio de comida saludable. En la Tabla 38 se describe los costos directos de cada plato generado en el transcurso de un mes.

**Tabla 38**  
**Costos directos**

<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Volumen de venta</b>	<b>Costo Total.</b>
<b>Almuerzo</b>	Pescado asado con verduras	\$ 2.72	95	\$ 258.58
	Pulled Pork	\$ 6.42	95	\$ 609.72
	Pure de papa con chuleta	\$ 2.58	95	\$ 245.13
	Salteado de garbanzo con pollo	\$ 1.61	95	\$ 153.25
	Spaghetti a la boloñesa	\$ 2.35	95	\$ 222.91
<b>Total, Almuerzo</b>		<b>\$ 15.68</b>	<b>95</b>	<b>\$ 1,489.60</b>
<b>Bebida</b>	Agua de horchata	\$ 0.42	95	\$ 39.61
	Everyday roots	\$ 0.36	95	\$ 34.12
	Healthy Pink Drink	\$ 1.22	95	\$ 115.50
	Smoothie de mora y banana	\$ 1.07	95	\$ 101.41
	Smoothie tropical	\$ 1.28	95	\$ 121.96
<b>Total, Bebida</b>		<b>\$ 4.34</b>	<b>95</b>	<b>\$ 412.60</b>
<b>Desayunos</b>	Desayuno 1	\$ 1.81	95	\$ 171.59
	Desayuno 2	\$ 1.55	95	\$ 147.70
	Desayuno 3	\$ 0.78	95	\$ 74.55
	Desayuno 4	\$ 2.12	95	\$ 201.41
	Desayuno 5	\$ 1.46	95	\$ 139.14
<b>Total, Desayunos</b>		<b>\$ 7.73</b>	<b>95</b>	<b>\$ 734.39</b>
<b>Snack</b>	Bowl Frutos rojos	\$ 1.09	95	\$ 103.74
	Chips de verde con guacamole	\$ 1.52	95	\$ 144.31
	Crepe de avena	\$ 1.27	95	\$ 120.30
	Donuts de plátano	\$ 1.00	95	\$ 94.96
	Mini sánduche de atún	\$ 0.40	95	\$ 38.45
<b>Total, Snack</b>		<b>\$ 5.28</b>	<b>95</b>	<b>\$ 501.77</b>

Fuente: Elaboración propia

### 5.3.1.2 Costos indirectos

Representan todos los costos generados indirectamente en la preparación de cada uno de los platos que se brindara en el restaurante de comida saludable. En la Tabla 39 se describe cada uno de los costos indirectos que generara cada plato mensualmente.

**Tabla 39**  
**Costos de preparación indirectos**

Tipo	Nombre	Volumen	Chef	Auxiliar 1	Mesero	Agua	Luz	Gas	Suministros	Depreciación	CF unitario	CF Total
Almuerzo	Pescado asado con verduras	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Almuerzo	Pulled Pork	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Almuerzo	Pure de papa con chuleta	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Almuerzo	Salteado de garbanzo con pollo	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Almuerzo	Spaghetti a la boloñesa	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Bebida	Agua de horchata	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Bebida	Everyday roots	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Bebida	Healthy Pink Drink	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Bebida	Smoothie de mora y banana	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81

Bebida	Smoothie tropical	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Desayunos	Desayuno 1	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Desayunos	Desayuno 2	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Desayunos	Desayuno 3	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Desayunos	Desayuno 4	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Desayunos	Desayuno 5	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Snack	Bowl Frutos rojos	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Snack	Chips de verde con guacamole	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Snack	Crepe de avena	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Snack	Donuts de plátano	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81
Snack	Mini sánduche de atún	95	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.26	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.01	\$ 0.02	\$ 0.83	\$ 78.81

Fuente: Elaboración propia

### 5.3.2 *Costos administrativos*

Corresponden a erogaciones que debe hacer la empresa, pero no se relacionan con el proceso de producción. En la Tabla 40 se describen todos los gastos administrativos que se generan durante un mes.

**Tabla 40**  
**Costos administrativos**

<b>Gasto</b>	<b>Valor</b>
Honorarios	\$ 150,00
Servicios Básicos	\$ 70,00
Suministros de Oficina	\$ 35,90
Combustible	\$ 161,40
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 12,40
<b>Total</b>	<b>\$ 429,70</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### 5.3.3 *Costo de ventas*

Son aquellos gastos que se relacionan con la promoción y desarrollo del volumen de ventas, es decir que se distribuirán acorde al volumen de ventas realizadas, en nuestra proyección el porcentaje esperado es el mismo para todos los tipos de platos. En la Tabla 41 se describe el costo de ventas de un mes.

**Tabla 41**  
**Costo de ventas**

<b>Gasto</b>	<b>Valor</b>
Publicidad	\$ 15,00
<b>Total</b>	<b>\$ 15,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

### 5.3.4 *Costos financieros*

Costos que se generados por parte de la empresa al momento de adquirir un préstamo con una entidad bancaria o de terceros.

**Tabla 42**  
**Tabla de interés**

Préstamo	\$ 32.433,84
Interés	11,83% Tasa activa efectiva máxima BCE
Plazo	5 años

**Fuente:** Elaboración propia

Se proyecta que el método de cálculo de este préstamo sea el Frances, ya que es el método en el que se generan menor cantidad de interés comparado con el método alemán o el americano.

**Tabla 43**  
**Tabla de amortización**

<b>Años</b>	<b>Cuota Fija</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Saldo</b>
0	\$	\$	\$	\$ 32.433,84
1	\$ 8.959,60	\$ 3.836,92	\$ 5.122,68	\$ 27.311,17
2	\$ 8.959,60	\$ 3.230,91	\$ 5.728,69	\$ 21.582,47
3	\$ 8.959,60	\$ 2.553,21	\$ 6.406,40	\$ 15.176,08
4	\$ 8.959,60	\$ 1.795,33	\$ 7.164,27	\$ 8.011,81
5	\$ 8.959,60	\$ 947,80	\$ 8.011,81	\$ 0,00

**Fuente:** Elaboración propia

## 6. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

### 6.1 Precio de venta y punto de equilibrio

#### 6.1.1 *Precio de venta*

El precio de venta de cada plato se lo obtiene con un margen de ganancia del 70%, con los valores obtenidos se calculará el punto de equilibrio. En la Tabla 44 se describen los precios para cada uno de los platos.

**Tabla 44**  
**Precio de venta de cada plato**

Tipo	Plato	Precio unitario	Costo variable	Margen de contribución	Porcentaje en ventas	Margen de contribución ponderado
Almuerzo 1	Pescado asado con verduras	\$ 4.63	\$ 2.72	\$ 1.91	5%	\$ 0.10
Almuerzo 2	Pulled Pork	\$ 10.91	\$ 6.42	\$ 4.49	5%	\$ 0.22
Almuerzo 3	Pure de papa con chuleta	\$ 4.39	\$ 2.58	\$ 1.81	5%	\$ 0.09
Almuerzo 4	Salteado de garbanzo con pollo	\$ 2.74	\$ 1.61	\$ 1.13	5%	\$ 0.06
Almuerzo 5	Spaghetti a la boloñesa	\$ 3.99	\$ 2.35	\$ 1.64	5%	\$ 0.08
Bebida 1	Agua de horchata	\$ 0.71	\$ 0.42	\$ 0.29	5%	\$ 0.01
Bebida 2	Everyday roots	\$ 0.61	\$ 0.36	\$ 0.25	5%	\$ 0.01
Bebida 3	Healthy Pink Drink	\$ 2.07	\$ 1.22	\$ 0.85	5%	\$ 0.04
Bebida 4	Smoothie de mora y banana	\$ 1.81	\$ 1.07	\$ 0.75	5%	\$ 0.04
Bebida 5	Smoothie tropical	\$ 2.18	\$ 1.28	\$ 0.90	5%	\$ 0.04
Desayuno 1	Desayuno 1	\$ 3.07	\$ 1.81	\$ 1.26	5%	\$ 0.06
Desayuno 2	Desayuno 2	\$ 2.64	\$ 1.55	\$ 1.09	5%	\$ 0.05
Desayuno 3	Desayuno 3	\$ 1.33	\$ 0.78	\$ 0.55	5%	\$ 0.03
Desayuno 4	Desayuno 4	\$ 3.60	\$ 2.12	\$ 1.48	5%	\$ 0.07
Desayuno 5	Desayuno 5	\$ 2.49	\$ 1.46	\$ 1.03	5%	\$ 0.05
Snack 1	Bowl Frutos rojos	\$ 1.86	\$ 1.09	\$ 0.76	5%	\$ 0.04

Snack 2	<b>Chips de verde con guacamole</b>	\$ 2.58	\$ 1.52	\$ 1.06	5%	\$ 0.05
Snack 3	<b>Crepe de avena</b>	\$ 2.15	\$ 1.27	\$ 0.89	5%	\$ 0.04
Snack 4	<b>Donuts de plátano</b>	\$ 1.70	\$ 1.00	\$ 0.70	5%	\$ 0.03
Snack 5	<b>Mini sánduche de atún</b>	\$ 0.69	\$ 0.40	\$ 0.28	5%	\$ 0.01

Fuente: Elaboración propia

### 6.1.2 Punto de equilibrio

Se refiere al número mínimo de unidades que necesita vender la empresa para que el beneficio sea cero, es decir, el punto en el que los costos son iguales a los ingresos.

La fórmula para calcular el punto de equilibrio es la siguiente:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de contribución Ponderado}}$$

$$PE = \frac{\$1.576,16}{1,16} = 1363 \text{ unidades}$$

Siendo el resultado 1363 unidades mensuales y con un menú de 20 platos, quiere decir que se deberán vender 68 unidades de cada plato para que el beneficio sea cero, por lo que, con el supuesto de venta de 95 unidades por plato, planteado según el análisis del mercado, si se obtendrá un beneficio económico.

## 6.2 Estado de resultados

Es uno de los estados más importantes dentro de los estados financieros, este nos refleja el montón que se obtiene al restar los ingresos con los gastos que se producen en el emprendimiento. El resultado que se obtiene si es positivo se lo determina como utilidad y si es negativo se lo denomina pérdida.

**Tabla 45**  
**Estado de resultados proyectados**

CONCEPTO	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	64,022.68	69,240.53	74,883.64	80,986.65	87,587.06

COSTOS VARIABLES	37,660.40	40,729.72	44,049.20	47,639.21	51,521.80
COSTOS FIJOS	18,913.82	19,469.15	20,041.14	20,630.29	21,237.11
DEPRECIACIÓN	402.86	402.86	402.86	402.86	402.86
AMORTIZACIÓN					
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>7,045.60</b>	<b>8,638.80</b>	<b>10,390.44</b>	<b>12,314.30</b>	<b>14,425.29</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5,156.40	5,311.09	5,470.42	5,634.54	5,803.57
GASTOS DE VENTAS	180.00	185.40	190.96	196.69	202.59
GASTOS PREOPERATIVOS	1,132.50	351.80	351.80	351.80	351.80
DEPRECIACIÓN	11.47	11.47	11.47	11.47	11.47
AMORTIZACIÓN					
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>565.23</b>	<b>2,779.03</b>	<b>4,365.78</b>	<b>6,119.80</b>	<b>8,055.86</b>
INGRESOS NO OPERATIVOS					
GASTOS NO OPERATIVOS					
<b>BAIT</b>	<b>565.23</b>	<b>2,779.03</b>	<b>4,365.78</b>	<b>6,119.80</b>	<b>8,055.86</b>
15% TRABAJADORES	84.78	416.86	654.87	917.97	1,208.38
<b>BAI</b>	<b>480.44</b>	<b>2,362.18</b>	<b>3,710.91</b>	<b>5,201.83</b>	<b>6,847.48</b>
22% IR	105.70	519.68	816.40	1,144.40	1,506.44
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 374.75</b>	<b>\$ 1,842.50</b>	<b>\$ 2,894.51</b>	<b>\$ 4,057.43</b>	<b>\$ 5,341.03</b>

Fuente: Elaboración propia

En el estado de resultados proyecta se identifica que en el primer año existirá una pequeña utilidad, pero con el paso de los años esta ira creciendo constantemente, representando así que el emprendimiento es factible.

### 6.3 Flujo de caja

Representa todos los movimientos de dinero, utilidades o intereses que se generan durante un periodo de tiempo. En este caso se hace la proyección del flujo de caja para 5 años donde se puede apreciar todos los movimientos que se generaran.

**Tabla 46**  
**Flujo de caja**

DESCRIPCIÓN	Pre-operación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ventas	\$ -	\$ 64,022.68	\$ 69,240.53	\$ 74,883.64	\$ 80,986.65	\$ 87,587.06

<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Costos variables		\$ 37,660.40	\$ 40,729.72	\$ 44,049.20	\$ 47,639.21	\$ 51,521.80
Costos fijos		\$ 18,913.82	\$ 19,469.15	\$ 20,041.14	\$ 20,630.29	\$ 21,237.11
Gastos Administrativos		\$ 5,156.40	\$ 5,311.09	\$ 5,470.42	\$ 5,634.54	\$ 5,803.57
Gastos de ventas		\$ 180.00	\$ 185.40	\$ 190.96	\$ 196.69	\$ 202.59
Gastos preoperativos		\$ 1,132.50	\$ 351.80	\$ 351.80	\$ 351.80	\$ 351.80
		\$ 63,043.12	\$ 66,047.17	\$ 70,103.52	\$ 74,452.52	\$ 79,116.88
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 979.56</b>	<b>\$ 3,193.37</b>	<b>\$ 4,780.11</b>	<b>\$ 6,534.13</b>	<b>\$ 8,470.19</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Crédito a Largo Plazo	\$ 32,433.84					
Aportes de Capital	\$ 32,433.84					
	\$ 64,867.69	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago de Intereses		\$ 3,836.92	\$ 3,230.91	\$ 2,553.21	\$ 1,795.33	\$ 947.80
Pago Crédito a Largo Plazo		\$ 8,959.60	\$ 8,959.60	\$ 8,959.60	\$ 8,959.60	\$ 8,959.60
Pago de Impuestos		\$ 105.70	\$ 519.68	\$ 816.40	\$ 1,144.40	\$ 1,506.44
<b>Adquisición de Activos Fijos:</b>						
Equipo de Computación	\$ 600.00					
Muebles y Enseres	\$ 1,140.00					
Edificios	\$ 50,000.00					
Maquinaria y Equipo	\$ 1,580.00					
Vehículos	\$ 10,000.00					
	\$ 63,320.00	\$ 12,902.22	\$ 12,710.19	\$ 12,329.21	\$ 11,899.33	\$ 11,413.84
<b>Flujo no operacional</b>	\$ 1,547.69	\$ 12,902.22	\$ 12,710.19	\$ 12,329.21	\$ 11,899.33	\$ 11,413.84
<b>Flujo Neto Generado</b>	\$ 1,547.69	\$ 13,881.78	\$ 15,903.56	\$ 17,109.32	\$ 18,433.46	\$ 19,884.03
<b>Saldo Inicial de Caja</b>	\$ -	\$ 1,547.69	\$ 15,429.47	\$ 31,333.03	\$ 48,442.35	\$ 66,875.82

<b>Saldo Final de Caja</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1,547.69	15,429.47	31,333.03	48,442.35	66,875.82	86,759.85

Fuente: Elaboración propia

#### 6.4 Valor actual neto

El VAN se calcula con una tasa de descuento de 0,1254 que es obtenida para el presente proyectos de inversión, da como resultado que el valor de VAN es \$ 16483.5.

**Tabla 47**

#### VAN-TIR

Año	Flujo de caja	Tasa de descuento	Desembolso inicial
	Qi	K	A
1	-\$ 12,334.10	12.54 % %	-\$ 61,452.31
2	-\$ 474.09		
3	\$ 14,223.71		
4	\$ 30,008.89		
5	\$ 46,991.79		
<b>VAN</b>		<b>\$ 16,483.5</b>	
<b>TIR</b>		<b>5%</b>	

Fuente: Elaboración propia

El valor de VAN al ser positivo y mayor que 0, muestra que la inversión generará beneficios en el periodo de 5 años.

#### 6.5 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno que generará el proyecto es del 5%, el valor representa que existirá una rentabilidad que asegure una confianza para quienes inviertan con el capital necesarios para emprender con el restaurante de comida saludable.

#### 6.6 Periodo de recuperación de la inversión

La inversión inicial que se desembolsará para el iniciar con el emprendimiento se la recuperará en un periodo de 4,6 años.

**Tabla 48**

#### Periodo de recuperación de inversión

Años	Flujo de caja	Flujo de caja acumulado
1	-\$ 12,334.10	-\$ 12,334.10

2	-\$ 474.09	-\$ 12,808.18
3	\$ 14,223.71	\$ 1,415.52
4	\$ 30,008.89	\$ 31,424.41
5	\$ 46,991.79	
	Desembolso inicial	\$ -61,452.31
	Ultimo flujo	\$ 46,991.79
	Por recuperar	- 30,027.90
	Periodo de recuperaci3n a1os	0.6
	<b>Periodo de recuperaci3n</b>	<b>4.6</b>

Fuente: Elaboraci3n propia

## 6.7 An1lisis beneficio/costo

El an1lisis beneficio/ costo para el presente proyecto nos da como resultado que por cada d3lar que se invierta se obtendr1 una rentabilidad de \$ 0.27.

**Tabla 49**  
**An1lisis beneficio/costo**

TMAR	0.125%	
A1os	Flujo de caja	Desembolso inicial
1	-\$ 12,334.10	\$-61,452.31
2	-\$ 474.09	
3	\$ 14,223.71	
4	\$ 30,008.89	
5	\$ 46,991.79	
VPN Ingresos	\$ 77,935.84	
<b>R C/B</b>	<b>\$ 1.27</b>	

## CAPÍTULO IV

### 7. DISCUSIÓN

Se puede determinar que el presente estudio contaría con posibles clientes potenciales, que pueden asistir frecuentemente al establecimiento de comida saludable ya que existe un nivel de aceptación del 99,7% de la población encuestada en el cantón. Si se toma en cuenta el estudio realizado por (Armijos, 2014) donde indica que para ese año el 62% de la población señaló que les gusta comer saludable y nutritivo a comparación de la actualidad que tenemos un porcentaje mayor, lo que demuestra que el proyecto puede ser viable en cuento a las tendencias de consumo de la población actual.

En las encuestas realizadas el 100% de la muestra señaló que llevar una alimentación saludable es importante por tal motivo indicaron que desean un establecimiento que oferte desayunos, almuerzos, cenas y snacks mismo que serán servidos en los horarios de 7:00 am hasta las 20:00 pm como lo indica el 78,2% de la muestra utilizada. En estudios previos relacionados a esta investigación tanto en la ciudad de Latacunga como en Quevedo no se encuentran horarios.

Respecto al tipo de alimentos que se indican (Illapa Sánchez, 2008) y (Jiménez Carreño, 2010) en las ciudades antes mencionadas son ofertas gastronómicas de comida tradicional o especialidad como pollos a la brasa, tostadas y cafés mismo que no se comparan con la propuesta del establecimiento de comida saludable que se pretende implementara en La Maná.

Por otro lado, mediante la encuesta realizada sobre los medios para realizar la publicidad del establecimiento el 91,9% indico que prefieren verlo en redes sociales como Facebook e Instagram ya que son las más utilizadas en la actualidad, como lo señala Álvaro Monsó escritor del libro “El Mundo en el siglo XXI” (Monsó, 2019 ).

Sobre el estudio de factibilidad el indicador de costo beneficio deduce que el proyecto es aceptable ya que los ingresos son mayores que los egresos y su recuperación del capital será en 50 meses 16 días; tal como indica (Chiriboga, 2008) que un estudio de factibilidad propone a realizar una empresa tomando en cuenta acciones económicas o financieras del proyecto a desarrollar, en base a hechos reales y precisos, mide los beneficios o rentabilidad del proyecto.

También hay que destacar que las nuevas tendencias de consumo de alimentos señalan que los restaurantes de comida saludable serán de suma importancia para la población general dejando a un lado los restaurantes comunes (Monsó, 2019 ).

Finalmente, mediante toda esta investigación se puede decir que este estudio, servirá para futuras investigaciones mismas que deberían estar relacionadas con el proceso de cuidado nutricional, tipo de alimentación, buenas prácticas de manufactura, estado nutricional entre otras.

## **CAPÍTULO V**

### **8. CONCLUSIONES**

- Para comprobar la viabilidad del proyecto se calcula el VAN (Valor Actual Neto) con un resultado de \$16,483.5 dólares, la TIR (Tasa Interna de Rendimiento) donde se obtuvo un 5% y la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) que es de 0.125%, por lo cual en base a estos resultados se considera que es un proyecto financieramente factible para poderlo implementar en el cantón La Maná.
- En base al resultado del análisis de la oferta y la demanda se pudo determinar que no existe una competencia directa, lo cual permitiría tener un nivel de aceptación aceptable entre la comunidad.
- Luego del estudio de mercado realizado en el cantón La Maná se puede decir que la población encuestada estaría dispuesta acudir a un establecimiento de alimentos y bebidas cuya oferta gastronómica este enfocada en la alimentación saludable.
- Se determinó que el proyecto será rentable mediante la proyección a 5 años que se realizó, obteniendo que en este periodo de tiempo se generara una utilidad neta para la empresa de \$5.341,03 dólares.

## 9. RECOMENDACIONES

- Dentro de un restaurante se debe considerar la calidad de los productos a vender, la buena atención a los clientes por tal motivo se debe vender una grata experiencia con cada comensal.
- Por otro lado, es necesario seguir todas las normas de higiene personal, manipulación de alimentos y buenas prácticas de manufactura para ofrecer un producto apto para el consumo.
- Informar al GAD cantonal de La Maná, realizar campañas informativas donde se brinde la información necesaria sobre la nutrición y sus componentes y de esa manera las personas de La Maná pueden conocer la importancia de esta.
- Por último, se debería realizar una investigación donde se pueda evaluar el estado nutricional de la población del cantón La Maná para poder tener datos concretos para futuros estudios relacionados con la nutrición.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Armijos, C. R. (11 de Febrero de 2014). Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería - restaurante gourmet en el cantón La Maná. La Mana, Cotopaxi, Ecuador.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Beltrán, M. d., & Hernandez, Y. M. (13 de 03 de 2017). *Scielo*. Obtenido de <https://www.scielo.br/pdf/csc/v24n3/1413-8123-csc-24-03-0853.pdf>
- Bernal , A. (2013). *Metodología de la investigación*. México: Pearson.
- Calderón Cisneros, J. (2015). Cómo incentivar a los ecuatorianos a tener una cultura alimenticia más saludable, para disminuir los índices de enfermedades que existen en la actualidad. *Revista: Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Carrera, H. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Maná*. La Maná: GAD Municipal de La Maná. Obtenido de GAD Municipal de La Maná .
- Cuevas, F. J. (12 de Enero de 2019). *Cursos Gastronomía*. Obtenido de <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>
- Díaz Beltran, M., & Hernandez Romero, Y. (13 de Marzo de 2017). Alimentación saludable y oferta de restaurantes.
- Feedback Networks Technologies, S. (2001-2013). *Feedback Network la información viva*. Obtenido de Feedback Network la información viva: <https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>
- Galiano, C. (29 de Marzo de 2011). *Menús para estar sanos*. España. Obtenido de <https://dle.rae.es/men%C3%BA>
- Granotec. (13 de Diciembre de 2020). *Nutrición y Biotecnología para la Salud*. Obtenido de Nutrición y Biotecnología para la Salud: <https://www.granotec.com.ec/new/20201203162248/#:~:text=La%20transparencia%20domina%20la%20demanda%20de%20los%20consumidores%20en%202021.&text=La%20tendencia%20del%20estilo%20de,que%20constituye%20una%20etiqueta%20limpia>.
- Illapa Sánchez , L. P. (2008). *Repositorio.espe*. Obtenido de Repositorio.espe: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3062/1/T-ESPEL-0543.pdf>
- INEC. (2018 ). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . Recuperado el 2018 , de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos : <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/salud-salud-reproductiva-y-nutricion/>
- Izquierdo Hernández, A. (2016). Alimentación saludable basada en la evidencia. *Elsevier*, 5.
- Izquierdo, A. (2004). Alimentación Saludable. *Scielo*.

- Jiménez Carreño, D. C. (2010). *Repositorio uteq*. Obtenido de Repositorio uteq:  
<https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/2154/1/T-UTEQ-00125.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Fundamentos de Marketing*. México : Pearson.
- Mac , D., & Royer, G. (2010). *Investigación de mercado*. México: Thonsom Editores.
- Martinez, A. B., & Pedron , C. (2016). *Conceptos basicos en la alimentacion*. Obtenido de  
<https://www.seghnp.org/sites/default/files/2017-06/conceptos-alimentacion.pdf>
- Martínez-Donate, A. (2015). *BMC Public Health*. Obtenido de Evaluation of a pilot healthy eating intervention in restaurants and food stores of a rural community: a randomized community trial: <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-015-1469-z>
- Ministerio de Turismo . (2021). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de  
<https://www.turismo.gob.ec>
- Monsó, Á. (2019 ). *El mundo en el siglo XXI*. Madrid: Editex.
- MSP. (Mayo de 2017). *Guía rápida para el proceso de reconocimiento de responsabilidad nutricional a restaurantes y cafeterías a nivel nacional*. Obtenido de  
<https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/Guia-Reconocimiento-Restaurantes-FINAL.pdf>
- Muñoz Bellerín, J., & Lobato Montes, A. (Abril de 2012). *Guía de alimentación saludable*. Obtenido de <https://servicios.unileon.es/reus/files/2012/04/Gu%C3%ADa-de-alimentaci%C3%B3n-saludable.pdf>
- Nachtigall, P. (2018). *nteligencia emocional en la empresa*. Argetina.
- Olveira, G. (2012 ). *Requerimientos nutricionales: Dietoterapia, nutrición clínica y metabolismo*. Madrid : Diaz de santos .
- OPS. (28 de Marzo de 2016). *Organización Panamericana de la salud* . Obtenido de  
[http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com\\_docman&view=download&category\\_slug=documentos-2014&alias=456-clasificacion-de-los-alimentos-y-sus-implicaciones-en-la-salud&Itemid=599](http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=documentos-2014&alias=456-clasificacion-de-los-alimentos-y-sus-implicaciones-en-la-salud&Itemid=599)
- OPS. (4 de Marzo de 2020). *Organización Panamericana de la Salud* . Obtenido de  
[https://www.paho.org/hq/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10433:educacion-inocuidad-alimentos-glosario-terminos-inocuidad-de-alimentos&Itemid=41278&lang=es](https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10433:educacion-inocuidad-alimentos-glosario-terminos-inocuidad-de-alimentos&Itemid=41278&lang=es)
- Puyuelo, J., & Montañes, J. (Diciembre de 2018). *Introducción a la historia de bares y restaurantes*. Obtenido de [https://barradeideas.com/wp-content/uploads/2018/12/Introduccion\\_a\\_la\\_historia\\_de\\_bares\\_y\\_restaurantes\\_D.pdf](https://barradeideas.com/wp-content/uploads/2018/12/Introduccion_a_la_historia_de_bares_y_restaurantes_D.pdf)
- Rizo, M. (2018). Estrategias de comercialización. *Ciget*, 1.
- Sapag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyecto*. México: Mc Graw Hill.
- Sebess, P. (2011). El Restaurante. En P. Sebess, *El Restaurante*. Mexico.

SENPLADES. (2014 ). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito.

Thompson, J., & Manore, M. (2008). El papel de la nutrición en nuestra salud . En *Nutrición* (pág. 4). Madrid : Pearson.

# ANEXOS

## **ANEXO A: Diseño de encuesta**

### **ENCUESTA DE VIABILIDAD PARA PROYECTO DE TESIS**

Mediante esta encuesta usted contribuirá a verificar la viabilidad de poder crear un restaurante de comida saludable en La Maná, tomando en cuenta que la comida saludable consiste en ingerir una variedad de alimentos que brinde los nutrientes que necesitamos para mantenernos saludables. Los nutrientes incluyen las proteínas, los carbohidratos, las grasas, el agua, las vitaminas y minerales.

### **INFORMACIÓN PARA EL CONSENTIMIENTO INFORMADO**

**Título de la investigación:** Análisis de la viabilidad para la creación de un restaurante especializado en comida saludable en el cantón La Maná Provincia de Cotopaxi

**Institución:** Pontificia Universidad Católica del Ecuador

**Investigadores:** Angie Cecilia Robalino Armijos, estudiantes de la Carrera de Nutrición Humana de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

**Objetivo general de la investigación:** Analizar la viabilidad para la creación de un restaurante especializado en comida saludable en el cantón la Maná provincia de Cotopaxi.

**Procedimiento:** Si usted accede a participar en este estudio, deberá responder a la encuesta, esto tomará aproximadamente 8 minutos de su tiempo. Lo que usted conteste en esta encuesta será analizado, de modo que el investigador posteriormente tabulará las respuestas que usted haya expresado. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

**Participación:** Su participación en esta encuesta es libre y voluntaria. Puede negarse a participar en la investigación o salir de la encuesta en cualquier momento sin penalización.

**Confidencialidad:** Las respuestas de su encuesta se enviarán a un enlace en Google Forms donde sus datos personales se almacenarán en un formato electrónico.

**Beneficios (individual y social):** No recibirá beneficios directos de su participación en este estudio de investigación. Sin embargo, sus respuestas pueden ayudarnos a desarrollar futuros proyectos útiles para poderlos poner en práctica.

**Riesgos o molestias:** su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted.

**Costos, incentivos o recompensas:** la participación en este estudio no implica ningún costo, ni se recibirá ninguna bonificación.

## PARTE II: FIRMA CONSENTIMIENTO INFORMADO

Acepto participar voluntariamente en esta investigación desarrollada por Angie Robalino Armijos. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es: Analizar la viabilidad de un servicio de alimentación especializado en comida saludable en el cantón La Maná.

Me han indicado también que tendré que responder un cuestionario, lo cual tomará aproximadamente 8 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a: Angie Robalino, email: ceciliaarmijos2016@yahoo.com

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido “*Selecciones elección a continuación. Puede imprimir una copia de este formulario de consentimiento para sus registros. Al hacer clic en el botón "Acepto", indica que: ha leído la información anterior; Usted voluntariamente acepta participar*”

- **Elija su género:**

Femenino	Masculino
----------	-----------

- **Elija en que rango de edad esta:**

14 a 26 años	27 a 59 años	60 años o más
--------------	--------------	---------------

- **¿Con qué frecuencia acude usted a un restaurante?**

Diario	Semanal	Mensual	Nunca
--------	---------	---------	-------

- **¿Con quién suele ir a un restaurante?**

Solo	Acompañado
------	------------

- **¿Qué tipo de comida prefiere consumir fuera de casa?**

Desayuno	Almuerzo	Cena	Refrigerios
----------	----------	------	-------------

- **¿Al momento de aceptar un producto y servicio, cuál de las siguientes características son prioritarias para usted? Indique del 1 al 4 su grado de importancia siendo 1 sin importancia, 2 poco importante, 3 importante y 4 muy importante.**

Precio	Calidad de los alimentos	Atención al cliente	Cantidad de la porción

- **¿Considera usted que llevar un alimentación saludable y equilibrada es importante?**

SI	NO
----	----

¿Por qué? .....

- **¿Cree usted que en el cantón La Mana debería existir un establecimiento que ofrezca comida saludable?**

SI	NO
----	----

¿Por qué? .....

- **¿En un establecimiento de comida saludable cuánto estaría dispuesto a pagar por sus servicios?**

Desde 2,50 a 6 dólares	Desde 6 a 10 dólares	Más de 10 dólares
------------------------	----------------------	-------------------

- **¿Qué horario de atención le gustaría que tenga el servicio de alimentación?**

7:00 am a 20:00 pm	12:00 pm a 20:00 pm	17:00 pm a 22:00 pm
--------------------	---------------------	---------------------

- **¿Qué tipo de platillos le gustaría encontrar en el establecimiento de comida saludable?**

Desayuno y Almuerzos saludables	Platos Fuertes saludables	Postres y bebidas saludables	Snacks saludables	Todas las anteriores
---------------------------------	---------------------------	------------------------------	-------------------	----------------------

- **¿Cómo le gustaría recibir la información del establecimiento de comida saludable?**

Redes sociales (Facebook e Instagram)	Correo electrónico	WhatsApp
Medios Tradicionales (Radio, televisión, Flayers)		

## ANEXO B: Diseño del menú del restaurant MANA DREAMS



# MANA DREAMS

## HEALTHY FOOD & DRINKS

### DESAYUNOS

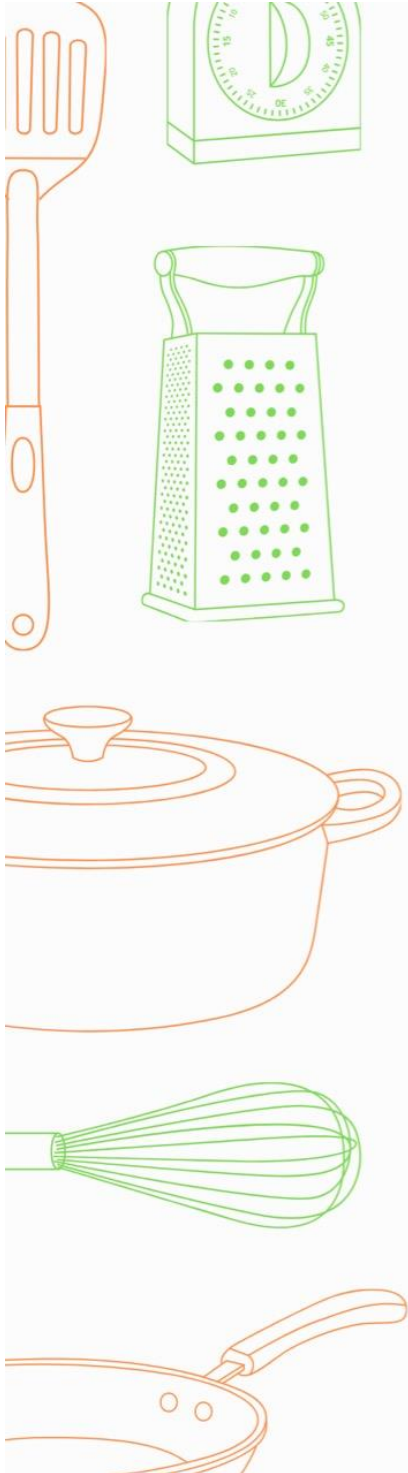
DESAYUNO 1 (Tostadas Francesas + porción de frutas + huevos hoteleros + infusión)  
**\$3,50**

DESAYUNO 2 (Pancakes de avena + 2 rodajas de queso + chocolate caliente + porción de frutas)  
**\$2,70**

DESAYUNO 3 (Tortilla de huevo + pan tostado con mermelada y mantequilla de maní + porción de frutas + aguacate + infusión)  
**\$1,50**

DESAYUNO 4 (Tostadas mixtas con queso cheddar, huevo, aguacate + porción de frutas + jugo de naranja)  
**\$3,60**

DESAYUNO 5 (Muffins mixtos de queso, espinaca, huevo + porción de frutas + café)  
**\$2,60**



## MANA DREAMS

### HEALTHY FOOD & DRINKS

#### PLATO PRINCIPAL

Pescado asado con verduras

\$4,70

Pulled Pork

\$10,90

Pure de papa con chuleta

\$4,45

Salteado de garbanzo con pollo

\$2,75

Spaghetti a la boloñesa

\$4,00

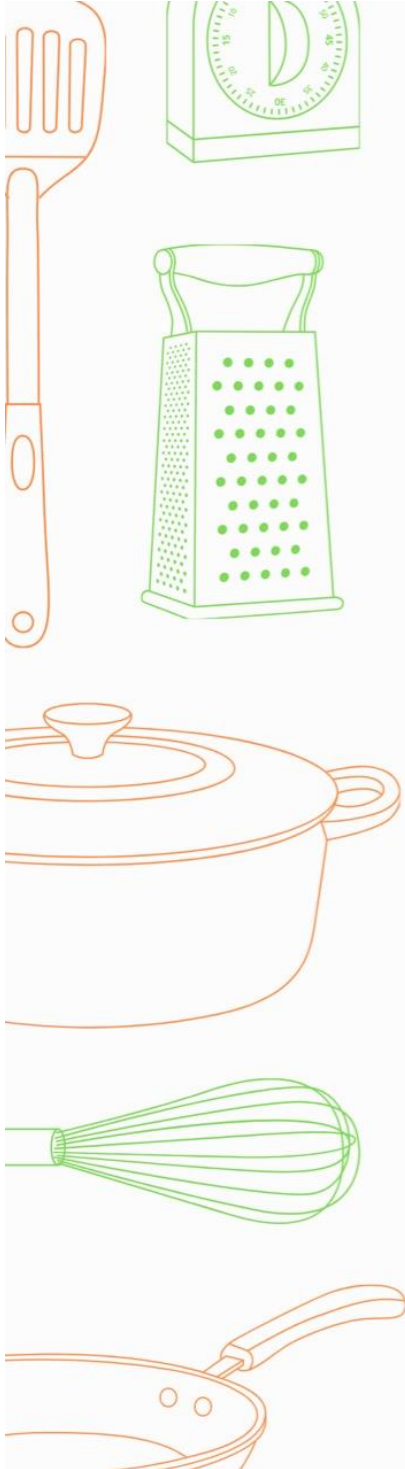
#### SNACKS

Bowl Frutos rojos

\$2,00

Chips de verde con guacamole

\$2,90



## MANA DREAMS

### HEALTHY FOOD & DRINKS

#### SNACKS

Crepe de avena

\$2,25

Donuts de plátano

\$2,00

Mini sánduche de atún

\$1,50

#### BEBIDAS

Agua de horchata

\$1,30

Everyday roots

\$1,30

Healthy Pink Drink

\$2,15

Smoothie de mora y banana

\$1,90

Smoothie tropical

\$2,30