PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR- MATRIZ

FACULTADES DE CIENCIAS ADMINISTARTIVAS Y CONTABLES

PLAN DE NEGOCIOS PARA PARA LA APERTURA DE UN RESTAURANTE QUE TIENE COMO PRODUCTO PRINCIPAL EL PLÁTANO VERDE EN EL SECTOR DE CUMBAYA

PLAN DE TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN FINANZAS

KLEBER DAVID ALARCÓN VELASCO

DIRECTOR: ING. JORGE CISNEROS

QUITO, DICIEMBRE DEL 2015

DIRECTOR:

Ing. Jorge Cisneros

INFORMANTES:

Ing. Armando Lituma, Mgtr.

Mgtr. Roberto Ordoñez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por haberme permitido estar donde ahora estoy, a mi madre que está en el cielo ya que ella fue un pilar muy grande en mi vida para iniciar mi carrera estudiantil, a mi esposa por estar conmigo apoyándome siempre y a mis hijos que son la razón por la cual estoy aquí.

INDICE

CAPÍTULO 1 1

ANÁLISIS DEL ENTORNO 1

1.1ANÁSLISIS DEL ENTORNO INTERNO 1

1.1.1 Análisis del País 1

1.1.1.1 Análisis Económico 1

1.1.1.2 Análisis Político y Legal 4

1.1.2 Análisis del Sector 8

1.1.2.1 Sector Turístico 8

1.1.2.1 Oferta Gastronómica 12

CAPÍTULO 2 21

ANÁLISIS DEL MERCADO 21

2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL 21

2.1.1 Descripción del servicio 22

2.1.1.1 Presentación del producto 22

2.1.2 Análisis de la demanda 22

2.1.2.1 Segmentación del mercado 25

2.1.2.2 Definición de la muestra 27

Técnicas de Muestreo: 27

Tipos de muestreo 28

2.1.2.2 Diseño de la encuesta 31

2.1.2.4 Análisis de los resultados 38

2.1.2.5 Demanda Potencial 48

2.1.3 Análisis de la competencia 49

2.1.3.1 Principales competidores 49

2.1.3.2 Ubicación 50

2.2 PLAN DE MARKETING 51

2.2.1 Mix de Marketing 51

2.2.1.1 Producto 51

2.2.1.2 Precio 52

2.2.1.3 Plaza 53

2.2.1.4 Promoción 54

2.2.2 Estrategia de Mercado 55
2.2.2.1 Crecimiento 55
2.2.2.2 Liderazgo 56
CAPÍTULO 3 58
ESTUDIO TECNICO 58
3.1 LOCALIZACION 58
3.1.1 Análisis de Localización 58
3.1.1.1 Diseño de planta y oficinas 60
3.1.1.2 Tamaño del restaurante 62
3.1.1.3 Suministros e insumos 64
3.2 CONTROL INTERNO 73
3.2.1 Diseño de Procesos 74
3.2.1.1 Principales 74
3.3 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO 83
3.3.1 Activos Fijos 83
3.3.1.1 Muebles - Enseres y Herramientas de cocina 83
3.3.1.2 Muebles de oficina 84
3.3.1.3 Equipo de computación 84
3.3.1.4 Vehículos 84
CAPÍTULO 4 86
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO 86
4.1 PLAN DE RECURSOS HUMANOS 86
4.1.1 Organigrama 86
4.1.1.1 Naturaleza 88
4.1.1.2 Finalidad 88
4.1.1.3 Ámbito 90
4.1.2 Funciones del personal 90
4.1.2.1 Administrativas 90
4.1.2.2 Ventas 96
4.1.3 Remuneración 96
4.1.3.1 Remuneración básica unificada 97
4.3.1.2 Comisiones 99
4.3.1.2 Bonos 100
4.1.4 Análisis FODA 100

4.1.4.1 Fortalezas 101
4.1.4.2 Oportunidades 102
4.1.4.3 Debilidades 102
4.1.4.4 Amenazas 103
4.2 TRAMITES LEGALES 104
4.2.1 SRI 104
4.2.1.1 RUC 105
4.2.1.2 Clave 109
4.2.2 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito 110
4.2.2.1 LUAE 111
4.2.2.2 Patente 112
4.2.3 Superintendencia de Compañías 116
4.2.3.1 Constitución de Compañía 116
4.2.3.2 Portal de trámites en línea 128
4.2.4 IESS 132
4.2.4.1 Registro 132
CAPÍTULO 5 135
PROPUESTA FINANCIERA 135
5.1 ANALISIS FINANCIERO 135
5.1.1 Inversión 135
5.1.1.1 Inversión Inicial 136
5.1.1.2 Fuentes de financiamiento 140
5.1.2 Presupuestos 142
5.1.2.1 Presupuesto de Ventas 143
5.1.2.2 Presupuesto de Costos 144
5.1.2.3 Presupuesto de gastos 145
5.2 ESTADOS FINANCIEROS 146
5.2.1 Estados financieros proyectados 146
5.2.1.1 Estado de situación financiera proyectado 147
5.2.1.2 Estado de resultados integral proyectado 148
5.2.1.3 Flujo de fondos proyectado 149
5.2.1.4 Flujo de caja proyectado 150
5.2.1.5 Punto de Equilibrio 150
5.2.1.6 VAN, TIR y PRI 151

CAPÍTULO 6 153
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 153
6.1 CONCLUSIONES 153
6.2 RECOMENDACIONES 155
BIBLIOGRAFÍA 157
ANEXOS 162

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 3
Tabla 2 3
Tabla 3 5
Tabla 4 27
Tabla 5 30
Tabla 6 38
Tabla 7 39
Tabla 8 40
Tabla 9 41
Tabla 10 42
Tabla 11 43
Tabla 12 44
Tabla 13 45
Tabla 14 46
Tabla 15 47
Tabla 16 48
Tabla 17 59
Tabla 18 62
Tabla 19 64
Tabla 20 74
Tabla 21 83
Tabla 22 84
Tabla 23 84
Tabla 24 84
Tabla 25 85
Tabla 26 106
Tabla 27 108
Tabla 28 134
Tabla 29 136
Tabla 30 137
Tabla 31 138
Tabla 32 139
Tabla 33 140
Tabla 34 141

Tabla 35 143
Tabla 36 144
Tabla 37 145
Tabla 38 147
Tabla 39 148
Tabla 40 149
Tabla 41 150
Tabla 42 150
Tabla 43 151

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1 7
GRAFICO 2 9
GRAFICO 3 11
GRAFICO 4 16
GRAFICO 5 18
GRAFICO 6 20
GRAFICO 7 23
GRAFICO 8 38
GRAFICO 9 39
GRAFICO 10 40
GRAFICO 11 41
GRAFICO 12 42
GRAFICO 13 43
GRAFICO 14 44
GRAFICO 15 45
GRAFICO 16 46
GRAFICO 17 47
GRAFICO 18 51
GRAFICO 19 52
GRAFICO 20 54
GRAFICO 21 61
GRAFICO 22 61
GRAFICO 23 87
GRAFICO 24 104
GRAFICO 25 110
GRAFICO 26 116
GRAFICO 27 128
GRAFICO 28 129
GRAFICO 29 132

RESUMEN

El trabajo que se realizó es un plan de negocios para la apertura de un restaurante que tiene como producto principal el plátano verde en el sector de Cumbaya, en el primer capítulo se analiza el entorno interno del país, se analizó económicamente como los afectan los indicadores macroeconómicos entre estos tenemos la inflación, también se analizó el entorno político en donde se encontró las diversas medidas tomadas por el gobierno en este año como por ejemplo subió los aranceles en las importaciones con el impuesto denominado Salvaguardias, también se analizó el sector turístico en donde se ve la tasa de crecimiento que ha tenido que es del 14.20% anualmente y que nos coloca en el segundo puesto en Latinoamérica de mayor crecimiento, la oferta gastronómica es también muy variada ya que en nuestro país tenemos tres regiones bien marcadas como es la sierra, costa y oriente, la oferta gastronómica está muy marcada en estas tres regiones, en la sierra y en la costa se comercializan entre si platos típicos de cada región, pero en el oriente se vende platos típicos de esta región.

En el capítulo dos se analiza el mercado potencial al cual va estar dirigido el negocio; el servicio que vamos a diseñar es el de un restaurante y en donde se va a comercializar productos en base al plátano verde como es el bolón y la empanada, además también se complementa con algunos otros platos como son el estofado de carne y de pollo. En la demanda analizada se encontró datos como son los siguientes: la población del sector de Cumbaya es de 35.120 habitantes de los cuales la segmentación es de 28.372 habitantes y de esta cantidad los cálculos nos arroja una muestra de 353 encuestas las cuales debemos realizar a los habitantes de Cumbaya.

Por otro lado, se analizó la competencia y se determinó que no hay competidores especializados en este producto; más bien, existen restaurantes con estos productos pero son complementarios y la ubicación de estos están en zonas que no tienen mucha influencia en nuestro local, en el mix de marketing presentamos nuestros productos como son el bolón y la empanada de verde como productos estrella; el precio determinado es el valor del costo más un 40% de utilidad, la plaza que vamos ocupar es en un lugar muy estratégico en el sector de Cumbaya, y la promoción que se le va a dar es publicidad en las radios más escuchadas de Quito y Cumbaya, flayers, nuestro local se va a llamar Green Day y esta es la publicidad que va a estar en las fundas del restaurante.

En el capítulo tres se realizó el estudio técnico, en el mismo que se analizó la localización óptima del restaurante y mediante la metodología de factores se eligió a la Avenida Cristo Rey como la mejor, además, se analizó el diseño de planta y oficinas que están distribuidas de la siguiente manera, en el primer piso está el local de venta que está diseñado para 82 personas sentadas y en el segundo piso se encuentra las oficinas de administración, también realizamos las recetas del menú de productos que se expenderán.

También en este capítulo se expone la cadena de valor y los procesos más importantes que se debe realizar en este local., por ultimo analizamos la compra de los activos fijos como son muebles, enseres y herramientas por un valor de 10.380 dólares, muebles de oficina por un valor de 5.410 dólares, equipo de computación por un valor de 10.199,90 dólares y vehículos por un valor de 24.500 dólares, en resumen los activos fijos tienen un valor de 54.489.90.

En el capítulo cuatro realizamos el análisis administrativo, el cual entre otros contiene el organigrama, las funciones de cada puesto, y sus respectivas remuneraciones; utilizando la metodología del FODA se exponen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

En el capítulo cinco analizamos la propuesta financiera en la cual se proyecta los distintos escenarios financieros como es el Estado de Situación Financiera, el Estado de Resultados Integral, el Flujo de Caja y el Flujo de Fondos con el cual se determina el VAN que tiene un valor de 50.969,43 dólares, una TIR DE 40,79% y un periodo de recuperación de la inversión de 3.6245 años, lo que demuestra que el proyecto es rentable y sostenible en el tiempo, de tal suerte que se recomienda su implementación.

INTRODUCCIÓN

El restaurante se crea a partir de saber que no hay un local especializado en la venta del plátano verde como producto principal, queremos saber si el producto que deseamos introducir en el mercado de una manera más variada tiene el impacto deseado en los consumidores capitalinos, en especial en el sector de Cumbaya ya que es un mercado en donde no se ha introducido de lleno este producto como comida típica ecuatoriana.

Este plan de negocios tiene algo innovador como es la manera de acompañar el producto, se lo va acompañar con otros platos de la gastronomía ecuatoriana y también va a tener la presentación tradicional que es en forma de bolón y empanada.

CAPÍTULO 1

ANÁLISIS DEL ENTORNO

1.1ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO

El análisis del entorno interno se basa en estudiar el comportamiento de diferentes variables dentro del país.

1.1.1 Análisis del País

Para el análisis del país vamos a estudiar 3 aspectos muy importantes los cuales son: económico, político y legal.

1.1.1.1 Análisis Económico

Los movimientos económicos de un país los podemos estudiar mediante estadísticas de las variables económicas para conocer el comportamiento en el lapso de un tiempo determinado, a continuación presentamos algunos gráficos las variables más importantes.

En octubre del 2015 el índice de precios al consumidor se ubicó en 106,76; lo cual representa un índice ponderado mensual del 8.50%.

INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Tabla 1

NOMBRE	NIVEL	CÓDIGO CCIF	PONDERADOR NACIONAL	INDICES DE OCTUBRE 2015	IND. POND.
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	d	01	0.224503124	104.557483	23.473482
BEBIDAS ALCOHÓLICAS, TABACO Y ESTUPEFACIE	d	02	0.006556866	110.892658	0.727108
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	d	03	0.076937341	96.642899	7.435448
ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTF	d	04	0.082995127	108.334514	8.991237
MUEBLES, ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y PARA LA	d	05	0.058586881	104.750292	6.136993
SALUD	d	06	0.073393040	103.653709	7.607461
TRANSPORTE	d	07	0.147383503	105.639544	15.569526
COMUNICACIONES	d	08	0.047417885	94.798830	4.495160
RECREACIÓN Y CULTURA	d	09	0.053029494	100.000130	5.302956
EDUCACIÓN	d	10	0.050917213	103.560575	5.273016
RESTAURANTES Y HOTELES	d	11	0.079639262	106.768466	8.502962
BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	d	12	0.098640264	104.630773	10.320807
SUMA TOTAL=					**103.836155**

Fuente: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/indice-de-precios-al-consumidor-2015/
Elaborado: Ecuador en cifras

EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN MENSUAL

Tabla 2

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

Fuente:http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
Elaborado: BCE

1.1.1.2 Análisis Político y Legal

La situación Política y Legal del Ecuador se sigue manteniendo estable desde el año 2008 hasta el día de hoy ya que se seguimos con el mismo Presidente sin descartar una reelección en el 2017.

Las medidas tomadas como las salvaguardias a más de 2800 productos, subiendo hasta el 45% de aranceles para algunos productos, el pago de las utilidades con tope hasta 24 salarios básicos (8.496,00 dólares) la suspensión del 40% de contribución obligatoria para el financiamiento de las jubilaciones y montepíos, como para citar algunos temas que han despertado el malestar de alguna parte del pueblo ecuatoriano.

Muchas de las medidas adoptadas por este gobierno han sido como un paquetazo que los ecuatorianos ya estábamos acostumbrados a recibir y que se nos estaba olvidando.

La inversión extranjera no ha sido la mejor pero se está incrementando en comparación de años anteriores, a continuación presentamos una tabla del comportamiento de la inversión extranjera en los últimos dos años de acuerdo a la actividad económica.

Tabla 3

9. 1 INVERSIÓN DIRECTA POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA Período: 2013 - 2014 (IVT) Miles de dólares								
Rama de actividad económica / período	2013-I 1/	2013-II 1/	2013-III 1/	2013-IV 1/	2014-I 1/	2014-II 1/	2014-III 1/	2014-IV 1/
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	11,034.5	5,773.5	2,458.6	6,484.1	3,575.2	3,210.4	4,497.3	26,875.7
Comercio	21,543.0	7,660.2	12,224.6	67,721.4	8,304.5	16,537.9	72,001.4	40,942.4
Construcción	1.4	64,818.1	137.6	3,773.4	271.8	(322.9)	24.0	5,255.4
Electricidad, gas y agua	15,834.9	3,403.8	667.5	9,295.0	3,142.4	(1,461.3)	(2,257.7)	(4,094.5)
Explotación de minas y canteras	51,498.9	49,714.9	92,628.7	59,043.6	81,244.7	92,687.0	48,764.6	267,629.0
Industria manufacturera	22,763.6	50,885.8	8,164.0	56,104.5	34,575.0	21,466.8	11,474.5	41,039.0
Servicios comunales, sociales y personales	(773.6)	(1,441.4)	1,139.4	(1,243.0)	2,470.0	(874.3)	9,564.9	2,911.9
Servicios prestados a las empresas	10,721.4	99,702.6	(637.7)	8,320.3	4,833.2	27,494.8	(4,784.4)	8,521.8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	(14,076.3)	912.9	(519.9)	5,121.0	(1,754.8)	5,637.8	2,731.3	(58,253.8)
TOTAL	**118,547.8**	**281,430.5**	**116,262.7**	**214,620.3**	**136,662.0**	**164,376.2**	**142,016.0**	**330,826.8**

FUENTE: BCE-SIGADE, Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH), Secretaría de Hidrocarburos (SHE) y Superintendencia de Compañías
ELABORADO: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

1/ Datos sujetos a revisión

Finalmente se revisa el escenario que se maneja para el petróleo ecuatoriano, dada la importancia que tiene para el Ecuador. Proyección de la economía ecuatoriana La tendencia de la economía ecuatoriana muestra un escenario de mayores dificultades para el año 2015. Los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, la falta de inversión privada y la caída del precio del petróleo que se dio en el segundo semestre de 2014, han propiciado una situación en la que es difícil mantener los niveles de crecimiento de años anteriores. (EKOS, 2014, s/n)

Esta situación ha llevado a que se dé un incremento del endeudamiento público, si bien éste sigue siendo sostenible comparado con otros países de la región. En base a la dinámica económica actual, que depende principalmente de la inversión pública, es fundamental acceder a fuentes de financiamiento que permitan cubrir las necesidades fiscales y el déficit proyectado entre 8.000 y 9.000millones de dólares. (EKOS, 2014, s/n)

De manera general, las proyecciones para el PIB ecuatoriano en el año 2015 se ubican en valores cercanos al 4%, tanto por parte de las cifras oficiales en el país, como de organismos multilaterales. Dentro de las entidades internacionales, la CEPAL maneja la proyección más baja con 3,8%. En el caso de la Unidad de Investigación Económica y de Mercado (UIEM) de Ekos, se proyecta una tasa de crecimiento de 3,7% en el año 2015, tomando en cuenta la desaceleración de

la actividad económica y los menores precios del petróleo. (EKOS, 2014, s/n)

En materia, fiscal, se espera que la recaudación tributaria mantenga la misma tendencia que en los últimos años, ubicándose en 15.500 millones de dólares en el 2015, lo que servirá para cubrir en parte la proforma presupuestaria recientemente aprobada de 36.317 millones y ejecutar el plan de inversiones anual de 8.116 millones. (EKOS, 2014, s/n)

En cuanto otro indicador como el desempleo, se proyecta el mantenimiento de los bajos niveles de desempleo inferiores al 5%. La tendencia a la baja del precio de los commodities, sobre todo del petróleo, es un factor determinante para la situación económica del país así como de las políticas implementadas. (EKOS, 2014, s/n)

GRAFICO 1



Fuente: http://actbrokeronline.com/producto-2/
Elaborado: American commodities

1.1.2 Análisis del Sector

Vamos a realizar el análisis de los sectores que son recomendados para el trabajo realizando como son el turismo y la gastronomía.

1.1.2.1 Sector Turístico

El turismo en Ecuador crece al 14,2%, mientras en el mundo está creciendo al 5%, lo que nos ubica, al momento, como el segundo país de mayor crecimiento en Latinoamérica y entre los diez de mayor proyección del mundo. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

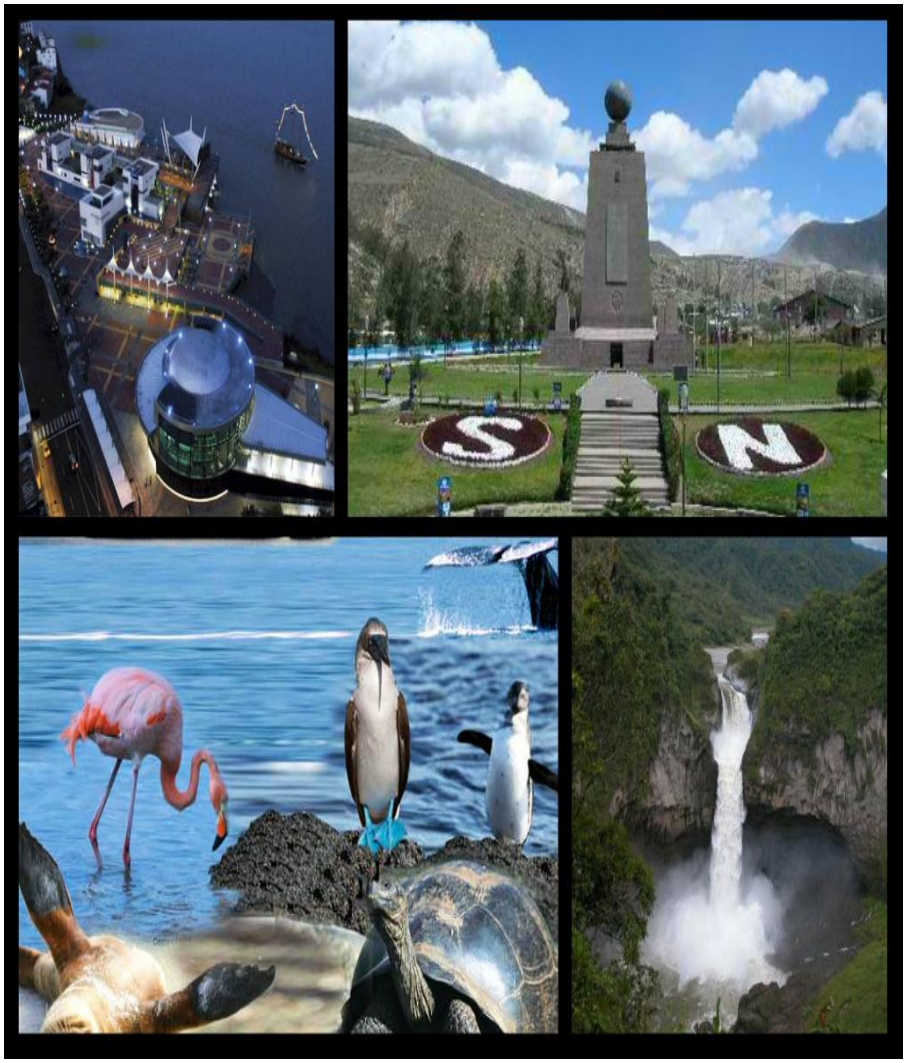
Luego de una breve introducción sobre el Ecuador como destino de clase mundial a cargo del Primer Mandatario, se presentó el video All You Need Is Ecuador, en donde cada imagen dejó claro por qué Ecuador es una Potencia Turística. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

Durante su intervención, el Presidente Correa resaltó las cualidades que convierten a Ecuador en un lugar ideal para invertir. Aseguró que en 2016, especialmente, el país demandará varias inversiones en al área del turismo; lo cual, a su vez, representa una gran oportunidad para los empresarios. Ecuador albergará, entre otras cosas, la cumbre de la CELAC, inaugurará la sede de la

UNASUR y recibirá la conferencia de estados de América Latina y África. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

Destacó a las ciudades de Quito, Cuenca (como patrimonios culturales), el Parque Nacional Sangay y Galápagos como los destinos turísticos más sobresalientes de un país que ofrece un enorme paquete de posibilidades a las que pueden apuntar los inversionistas. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

GRAFICO 2



Fuente: http://www.welcomeecuador.com/tag/sector-turistico/
Elaborado: Welcome Ecuador

El portal web de la revista británica Travel Trade Gazette, publicación líder para agentes de viaje y la industria de viaje y turismo, destaca el crecimiento que en materia de turismo ha experimentado Ecuador en los últimos años. (Ministerio del Turismo, 2014, s/n)

El artículo publicado bajo el título WTM: Ecuador "viendo los resultados" del impulso de la financiación del turismo, en el portal web www.ttgdigital.com, señala que en los últimos años Ecuador ha canalizado más fondos en el sector del turismo. "Un incremento de diez veces en el gasto del Gobierno en el turismo está ayudando a Ecuador a reequilibrar su economía más allá del petróleo", señaló el medio inglés, en el marco de la celebración del World Travel Market. (Ministerio del Turismo, 2014, s/n)

Por su parte, la ministra de Turismo de Ecuador, Sandra Naranjo, quien lidera la delegación de Ecuador en esta feria, afirmó que el país está viendo el resultado de un gran esfuerzo por parte del Gobierno, que actualmente invierte USD 60 millones en turismo, en relación al 2006 -antes de que este gobierno llegara- cuando el monto de inversión fue de alrededor de USD 6 millones. (Ministerio del Turismo, 2014, s/n)

Teniendo en cuenta que hoy en día, el combustible fósil representa el 50% de las exportaciones ecuatorianas, la ministra Naranjo considera que una "transición a una economía no petrolera"

es posible, logrando que el turismo se convierta en la segunda fuente de ingresos del país después del petróleo. (Ministerio del Turismo, 2014, s/n)

En cuanto a la decisión del Gobierno ecuatoriano de extraer petróleo del Parque Nacional Yasuní, tomada a principios de este año, la ministra Naranjo subrayó que el 99,9% de la superficie del parque permanecerá intacto, puesto que para Ecuador el medio ambiente es uno de los activos más importantes, siendo este el único país en el mundo donde los derechos de la naturaleza están respaldados en la Constitución. (Ministerio del Turismo, 2014, s/n)

GRAFICO 3



Fuente:http://www.metroecuador.com.ec/70173-ministerio-del-turismo-capacita-en-linea-agentes-de-viajes-sobre-la-belleza-del-ecuador.html
Elaborado por: Metro Ecuador

1.1.2.1 Oferta Gastronómica

Por su variada oferta gastronómica, el Ecuador está nominado a 'Mejor Destino Gastronómico' en los World Travel Awards, junto con Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Perú, Uruguay y Venezuela. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

El país vecino cuenta con una amplia gama de opciones a la hora de ofrecer sus platos a los visitantes. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

La cocina ecuatoriana refleja la mega diversidad que existe en sus cuatro regiones, Costa, Amazonía, Andes y Galápagos, configurando una realidad que se refleja en su oferta natural, cultural y de manera especial en su gastronomía, que muestra la fusión de sabores ancestrales y tradicionales. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

Actualmente, para consolidar la cocina tradicional, los nuevos chefs ecuatorianos le agregan toques gourmet que destacan por el ingenio y profesionalismo, logrando verdaderas obras culinarias de gran aceptación entre los comensales nacionales y extranjeros. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

Para referenciar la mega oferta gastronómica del Ecuador, se necesitaría elaborar varios tomos de una enciclopedia especialidad,

debido a la variedad y diversidad que de cada receta, que a pesar de utilizar los mismos ingredientes, cambian según la zona o la región en donde se elabora. (Ministerio de Turismo, 2014, s/n)

Gastronomía Serrana

La riqueza culinaria del país es única. La forma de preparar los platos típicos puede variar según el lugar, sin embargo, la sazón es la clave de la exquisitez. Las propietarias de algunos restaurantes de Quito y de otras partes hablan de las preferencias de sus clientes. (Diario La Hora, 2010, s/n)

La comida serrana ofrece un variado menú, el cual incluye a productos que, mezclados entre sí, dan como resultado sabrosos menús que son muy solicitados por la gente. (Diario La Hora, 2010, s/n)

Según Laura Yumiseva, propietaria del restaurante 'El Tambo', el plato predilecto de turistas extranjeros y nacionales es el locro de papa y los llapingachos, sin olvidar que las lonjas de hornado, la fritada y el mote con chicharrón también son sumamente solicitados por la gente. (Diario La Hora, 2010, s/n)

En el caso de los acompañamientos, las empanadas de morocho y viento y el jugo de naranja son los más vendidos. (Diario La Hora, 2010, s/n)

Aditamentos

El ajo, la pimienta, la albaca y el tomillo son los condimentos principales que Laura Yumiseva ha utilizado a lo largo de los últimos 30 años para preparar la comida de su restaurante. La elaboración de los platos tradicionales, según Yumiseva, toma bastante tiempo. De hecho, indica que algunos productos deben prepararse un día antes de su venta, como es el caso de las papas y de las verduras, las cuales deben pelarse con anticipación. (Diario La Hora, 2010, s/n)

Lo que más gusta…

Según María Albertina Oña, propietaria del restaurante 'El Palacio de las Fritadas', las delicias más solicitadas por la clientela son el plato completo y el yaguar locro. El primero incluye fritada, llapingachos, choclo, maduro, queso, tostado y mote. Este menú puede estar acompañado con una buena limonada. Al finalizar, el plato fuerte, los quimbolitos y el dulce de tres leches son los postres recomendados. (Diario La Hora, 2010, s/n)

¿En leña o en gas?

"Sigo vendiendo igual que cuando cocinaba con leña". Así es como María Oña, dueña del restaurante 'El Palacio de las Fritadas', desmiente aquel mito que asegura que la comida tiene un mejor sabor si ha sido hecho con leña. Ella asegura que "todo está en la preparación". (Diario La Hora, 2010, s/n)

Por otra parte, cuenta que cocinar con leña manchaba las ollas y a quienes preparaban la comida, por ende, la limpieza de la cocina tomaba mucho tiempo. Conseguir el carbón era cada vez más complicado y María tuvo que comprar las cocinas industriales, las cuales no le han dado ningún problema. María Oña está completamente segura de que el sabor de su comida es exactamente el mismo. Cuenta que sus empleados le dicen que basta con que María toque la olla para que la comida salga deliciosa. (Diario La Hora, 2010, s/n)

GRAFICO 4



Fuente:http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101044038#.VTc4BvmUePs
Elaborado por: Diario La hora

Gastronomía Costeña

El menú costeño está ligado a los productos del mar. Tiene que ver con la diversidad de los productos del mar como pescados, camarones, conchas, pulpos, langostas, etc. (Mi Ecuador, 2012, s/n)

El coco se usa como aderezo, y con los diferentes tipos de plátanos se preparan y complementan varios de los platos típicos de la costa ecuatoriana. (Mi Ecuador, 2012, s/n)

En la mayoría de playas y pueblos del litoral, especialmente en la provincia de Esmeraldas, se sirven pescados y mariscos en forma de

encocado, es decir, condimentados y sazonados con coco. También se sirven los platos fritos de copos de coco. Otro plato característico de esta región es el Tigrillo, que incluye plátano verde cocinado y desmenuzado en sartén, mezclado con huevo y queso. La sopa y el arroz marinero combinan una gran variedad de productos del mar y son muy apetecidos por el turista. El melloco por su parte, con plátano asado, cocinado o frito y maní, se sirve con café caliente igual que las empanadas de queso elaboradas en base de plátano maduro. (Mi Ecuador, 2012, s/n)

Otro de los platos costeños más conocidos es el cebiche, incluye pescado curtido en limón, sal, pimienta, cebolla, tomate, aceite y perejil. El cebiche de camarón es previamente cocido y en él se añade salsa de tomate. En cuanto al bolón de verde, es un símbolo del desayuno costeño; se prepara con plátano verde, sal, manteca, queso y chicharrón, se hacen bolas con esta masa y se sirve con café. (Mi Ecuador, 2012, s/n)

GRAFICO 5



Fuente:http://www.larepublica.ec/blog/internacional/2013/10/24/ecuador-presenta-su-gastronomia-en-pekin-con-la-cocina-costena-como-estrella/
Elaborado por: La Republica

Gastronomía del Oriente

En la Región Amazónica encontramos, a diferencia del resto de regiones, lo más exótico de la comida ecuatoriana. (Clasev, 2010, s/n)

Por la gran multiplicidad de productos y especias, animales y frutas, la Amazonia ofrece una cultura gastronómica poco conocida por el extranjero pero muy popular entre los nativos. Las frutas exóticas del oriente ecuatoriano incluyen: arazá, cocona, borojó, chonta, entre otras. Los animales más consumidos son mono, tortuga, guanta, chontacuro (gusano de chonta), hormigas culonas, serpientes, las cuales se combinan con yuca o plátano. (Clasev, 2010, s/n)

El seco de guanta es el alimento típico de las regiones amazónicas. Sus ingredientes principales son la carne de guanta (roedor grande de la región), el guineo, el ajo, acompañados de arroz o papas. El zarapatoca es otra comida ecuatoriana muy singular de esta región que se prepara con carne de tortuga. La uchumanga por otra parte, es un plato minucioso que se sirve con una variedad de intestinos de animales silvestres. También encontramos el cazave, o mejor conocido como pan de yuca rallada que se encuentra también en las grandes ciudades de Ecuador. (Clasev, 2010, s/n)

Otro alimento tradicional es el chontacuro, o gusano de la chonta, al cual se lo sirve acompañado de arroz y maduro; suele consumirse vivo. Al igual que en el resto del país, la alimentación se abastece de los productos naturales que ofrece el medio ambiente, así, por ejemplo, los monos son platos típicos que se sirven ahumados y con yuca. (Clasev, 2010, s/n)

Con respecto al tamal, llamado maito, en ésta región está hecha a base de plátano o yuca y carne envuelta en hojas de bijao o de palmito. Suelen incluir también el chontacuro asado. (Clasev, 2010, s/n)

GRAFICO 6



Fuente:http://www.transporteturismoycarga.com/servicios-varios-quito-ecuador.php?tablajb=otros_servicios&p=307&t=Tours-Cotopaxi---Banos---Puyo-(3-dias)&
Elaborado por: Transporte Turismo y Carga

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO POTENCIAL

La investigación del mercado es un trabajo sistemático que consiste en diseñar, indagar, recoger y analizar la información básica relacionada con los problemas de ventas de un producto o servicio. (SME TOOLKIT, 2002, s/n)

Con el término de mercado no nos estamos refiriendo a aquel lugar tradicional donde la gente se reúne a vender y comprar productos o servicios. En su expresión más amplia, el mercado es un lugar indefinido que utilizamos para representarnos un área geográfica indeterminada donde en alguna forma están presentes los consumidores reales o potenciales de nuestro producto o servicio. Tales consumidores son a la vez utilizadores simultáneos de varios productos o servicios, como alimentos, medicinas, diversiones, escuelas, herramientas, talleres de reparación, tiendas, restaurantes, etc. (SME TOOLKIT, 2002, s/n)

El mercado potencial para el producto que se va a comercializar se encuentra entre el niño y el adulto, el hombre y la mujer, las personas que tienen un estrato

de vida bajo hasta el alto en definitiva es muy amplio el mercado potencial en el cual se puede incurrir el producto que se desea ingresar al mercado ecuatoriano en especial a la zona de Cumbaya.

2.1.1 Descripción del servicio

El servicio que se va a dar es el de un restaurante y aquí se comercializarán productos en base al plátano verde tanto para la venta en el local, como para llevar y venta a domicilio

2.1.1.1 Presentación del producto

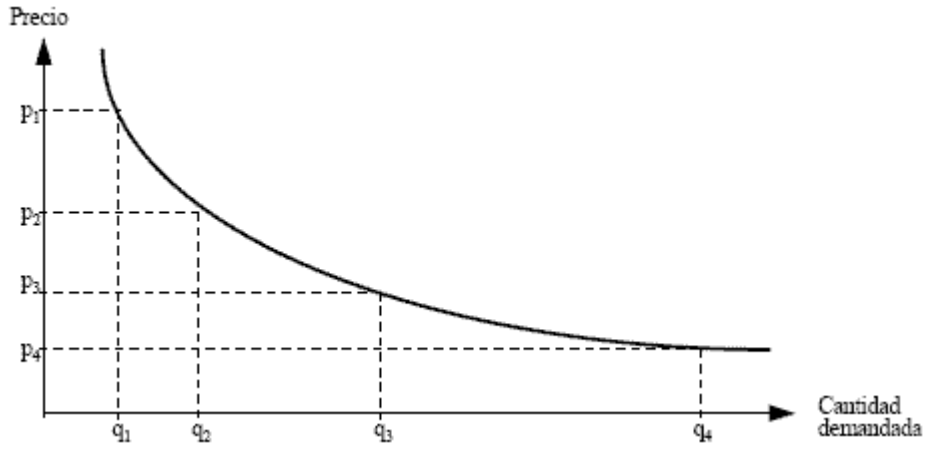
Los productos que vamos a comercializar en el restaurante van a ser bolones y empanadas de verde que además de ser sabroso el plátano verde es alto en fibra, tiene vitamina 6 también tiene potasio y contiene un almidón que ayuda con el control del azúcar en la sangre y reducir el colesterol en la misma.

2.1.2 Análisis de la demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a

un bien o servicio y cómo este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda. (Proyectos-ittla.blogspot, 2011, s/n)

GRAFICO 7



Fuente: http://definicion.de/demanda/.
Elaborado por: Definición de demanda

En la demanda existen factores cualitativos los cuales se deben de analizar, pero antes se debe de desarrollar una investigación de campo la cual nos permita obtenerlos para llevar a cabo dicho análisis. Cuando no se cuenta o en el caso no existe información histórica y estadística del producto que es el caso de muchos productos hoy en día, es entonces donde entra esta investigación y es el único método en el cual se podrá obtener los datos y la cuantificación de la demanda.

Para efectos de análisis, existen varios tipos de demanda:

1) En relación con la oportunidad.

- Demanda satisfecha: lo producido es exactamente lo que el mercado requiere.
- Demanda insatisfecha: lo producido no alcanza a satisfacer al mercado.

2) En relación con su necesidad.

- Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios: alimentación, vestido, vivienda
- Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es llamado el consumo suntuario: perfumes, ropa fina.

3) En relación con su temporalidad.

- Demanda continua es la que permanece durante largos periodos: demanda de alimentos.
- Demanda cíclica o estacional es la que de alguna forma se relaciona con los periodos del año: circunstancias climatológicas o comerciales.

4) De acuerdo con su destino.

- Demanda de bienes finales: bienes adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

- Demanda de bienes intermedios o industriales: son los que requiere un procesamiento para ser bienes de consumo final (maquila). (Proyectos-ittla.blogspot, 2011, s/n)

El tipo de demanda en relación con la oportunidad va ser satisfecha ya que se va producir lo que el mercado necesita, en relación con la necesidad va a ser de bienes sociales ya que este producto es de alimentación, por su temporalidad es demanda continua porque son alimentos de consumo diario y por su destino es demanda final los bienes de consumo directo de los compradores.

2.1.2.1 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. (Roberto Espinoza, 2015, s/n)

La segmentación se divide en las siguientes variables:

Segmentación Geográfica: Los mercados se dividen en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, departamentos, municipios, ciudades, comunas, barrios.

Segmentación Psicográfica: El mercado se divide en diferentes grupos con base en características de los compradores tales como clase social, estilo de vida, tipos de personalidad, actitudes de la persona hacia sí misma, hacia su trabajo, la familia, creencias y valores.

Segmentación Demográfica: El mercado se divide en grupos de acuerdo con variables tales como sexo, edad, ingresos, educación, etnias, religión y nacionalidad. Lo más común es segmentar un mercado combinando dos o más variables demográficas. (Liderazgo y mercadeo, 2006, s/n)

La segmentación de nuestro mercado va a ser geográficamente por parroquias y hemos elegido para el estudio a la parroquia de Cumbaya, que limita al norte y al oeste por el río Machángara, al este con el río San Pedro y al sur con Guangopolo.

Psicográficamente va ser de una clase social media para arriba, aunque en un porcentaje mayor viven en esta parroquia personas de nivel alto.

Demográficamente va ser a hombres y mujeres de edades comprendidas entre 10 y 74 años de edad, sin distinción de raza, religión, nacionalidad, etnia.

En resumen el segmento al que pretende llegar el proyecto es:

Tabla 4

SEGMENTO DE MERCADO		
PARROQUIA CUMBAYA		
	EDAD	ESTRATO SOCIAL
	10 A 74 AÑOS	MEDIO-MEDIO ALTO
HOMBRES	X	X
MUJERES	X	X

Elaborado por: David Alarcón

2.1.2.2 Definición de la muestra

La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global. (Edukanda, 2007, s/n)

Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia. (Cadenas, 1974, s/n).

Técnicas de Muestreo:

Esto no es más que el procedimiento empleado para obtener una o más muestras de una población; el muestreo es una técnica que sirve para obtener una o más muestras de población.

Este se realiza una vez que se ha establecido un marco muestral representativo de la población, se procede a la selección de los elementos de la muestra aunque hay muchos diseños de la muestra.

Al tomar varias muestras de una población, las estadísticas que calculamos para cada muestra no necesariamente serían iguales, y lo más probable es que variaran de una muestra a otra.

Tipos de muestreo

Existen dos métodos para seleccionar muestras de poblaciones; el muestreo no aleatorio o de juicio y el muestreo aleatorio o de probabilidad. En este último todos los elementos de la población tienen la oportunidad de ser escogidos en la muestra. Una muestra seleccionada por muestreo de juicio se basa en la experiencia de alguien con la población. Algunas veces una muestra de juicio se usa como guía o muestra tentativa para decidir cómo tomar una muestra aleatoria más adelante. Las muestras de juicio evitan el análisis estadístico necesario para hacer muestras de probabilidad. (Edukanda, 2007, s/n)

Nuestro mercado va dirigido a un segmento específico el cual está divido en una población que tenga una edad de entre 10 y 60 años, de unos ingresos entre 500 y 1000 dólares, de hombres y mujeres.

Cumbaya

Fecha de Fundación: 29 de Junio de 1571.

Ubicación: al noroeste de la ciudad de Quito, al pie del volcán Ilaló.

Al norte y al oeste se encuentra el río Machángara, al sur la población de Guangopolo y al este, el Río San Pedro.

Población: 35.120 habitantes

Población para la muestra: 28372 habitantes

Tabla 5

PARROQUIA CUMBAYA, POBLACION TOTAL , SEGÚN GRUPOS DE EDAD DISTRIBUCION DE POBLACIONPOR EDADES, 2015				
EDAD	2010			2015
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor de 1 año	410	237	221	458
De 1 a 4 años	2072	1162	1151	2313
De 5 a 9 años	2733	1547	1504	3051
De 10 a 14 años	2744	1561	1503	3064
De 15 a 19 años	2680	1486	1506	2992
De 20 a 24 años	2542	1370	1468	2838
De 25 a 29 años	2502	1298	1495	2793
De 30 a 44 años	2370	1222	1423	2645
De 35 a 39 años	2570	1338	1530	2868
De 40 a 44 años	2254	1227	1289	2516
De 45 a 49 años	2181	1146	1288	2434
De 50 a 54 años	1711	906	1004	1910
De 55 a 59 años	1479	809	842	1651
De 60 a 64 años	1094	616	605	1221
De 65 a 69 años	779	453	416	869
De 70 a 74 años	512	262	309	571
De 75 a 79 años	362	192	212	404
De 80 a 84 años	250	102	177	279
De 85 a 89 años	144	60	100	160
De 90 a 94 años	50	16	40	56
De 95 a 99 años	13	7	8	15
DE 100 años y mas	11	3	9	12
Total	31463	17020	18100	35120
POBLACION DE ENTRE 10 Y 74 AÑOS				**28372**

Fuente: Proyección de datos de población al 2015, Censo 2010
Elaborado: Capservs Medios Cia. Ltda.

CALCULO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra se usó la fórmula estadística, para una población menor a 100000, que es la siguiente:

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

Dónde:

Z nivel de confianza

P Es la probabilidad que suceda

N El número total de la población

E error

Datos:

94% nivel de confianza

Z= 1.88

P= 0.5 V

E= 5%

N= 28.372 (todo la parroquia de Cumbaya)

$$n = \frac{1.88^2 * 28372 * 0.5 * (1-0.5)}{28372 * 0.05^2 + 1.88^2 * 0.5 * (1-0.5)}$$

n=25.069,49/71.15

n= 352.34

En consecuencia, se efectuarán 353 encuestas

2.1.2.2 Diseño de la encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. La encuesta realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una

situación similar; de modo que las diferencias son atribuibles a las diferencias entre las personas entrevistadas.

Tipos de encuestas:

- Según la finalidad
- Según su contenido
- Según el procedimiento de encuesta
- Según su dimensión temporal

Finalidad:

- Exploratoria
- Descriptiva
- Explicativa
- Predictiva
- Evaluativa

Contenido:

- Hechos
- Opiniones
- Actitudes o sentimientos

Procedimiento de encuesta:

- Personal
- Telefónica o postal

Dimensión temporal:

- Trasversales o sincrónicas
- Longitudinales o diacrónicas
- Retrospectivas o prospectivas
- Tendencias, de panel o de cohorte

Encuesta exploratoria:

Es un ensayo que se utiliza cuando la información previa del fenómeno a estudiar es escasa o poco fiable. Primera "toma de contacto" con un fenómeno de estudio que no es muy conocido.

Utilidad:

- Formular el estudio de manera apropiada.
- Desarrollar las hipótesis de trabajo.
- Primera aproximación a las variables clave.
- Verificar la factibilidad de la investigación.

Encuesta exploratoria:

Estrategias:

- Consulta a expertos o grupos de discusión.
- Revisión y análisis de datos disponibles en otras fuentes.
- Análisis de situaciones similares (otros artículos).
- Encuesta por muestreo muestreo(aunque no se recomienda)

Encuesta descriptiva:

- Definir la realidad examinar un fenómeno para caracterizarlo y/o para diferenciarlo de otro/s.
- La encuesta descriptiva es el paso previo en cualquier investigación mediante encuesta (provoca los "por qué" de la investigación explicativa).

Etapas:

- Definición teórica del fenómeno a estudiar y selección de las variables del fenómeno a estudiar.
- Definir la población, con el fin de extraer una muestra de esta población.
- Selección de una muestra representativa que garantice la generalización de los resultados.

Encuesta explicativa:

- Determinar las relaciones de causa y efecto entre los tipos de encuestas
- Determinar las relaciones de causa y efecto entre los fenómenos.
- Todas las investigaciones explicativas deben comenzar describiendo la realidad analizada.
- Es imprescindible el control de las posibles explicaciones alternativas, siendo necesario considerar detalladamente todas las variables que intervienen en la investigación.
- Representatividad y aleatorización de las observaciones. (Universidad de Córdova, 2013, s/n)

La encuesta que vamos a realizar es descriptiva porque vamos a tomar una muestra para definir la población en la que necesitamos realizar el estudio para obtener los resultados deseados.

Encuesta

1. Sexo

   ____Masculino ____Femenino

2. Edad

   _____10-18

   _____19-29

   _____30 en adelante

3. ¿Consume productos en base al plátano verde?

   _____SI _____NO

4. ¿Con qué frecuencia consumes bolones?

   _____ 1 o 2 veces por semana

   _____ Más de 3 veces a la semana

   _____ 1 o 2 veces al mes

   _____ De 3 a 5 veces al mes

5. ¿A los bolones le gustaría acompañar con?

   _____ Estofado de pollo

   _____ Estofado de carne

   _____ Ensalada

   _____ Otros…Cuales……

6. ¿En qué lugar prefiere consumir bolones?

   ____ En la casa

   ____ En un restaurante

   ____ En una cafetería

   ____ Otro lugar……cual……..

7. ¿Acompañado de que bebida prefiere comer un bolón o empanada de verde?
   ___ Café
   ___ Gaseosas
   ___ Jugos
   ___ Otros…. Cual……

8. ¿En que se fija usted a la hora de comprar un bolón o empanada de verde?
   ___ Presentación
   ___Calidad
   ___ Precio
   ___ Atención

9. ¿Estaría interesado en consumir alguno de estos mix para el bolón o empanada de verde?
   ___ Pollo
   ___Carne de res
   ___ Camarón
   ___ Embutidos
   ___ Chicharrón
   ___ Queso

10. ¿De 1 a 3 siendo 1 el de mayor importancia que servicio le gustaría que el local de venta le ofrezca?
    ____ Parqueadero
    ____ Juegos infantiles
    ____ Servicio a domicilio
    ____ Otros…. Cual…….

2.1.2.4 Análisis de los resultados

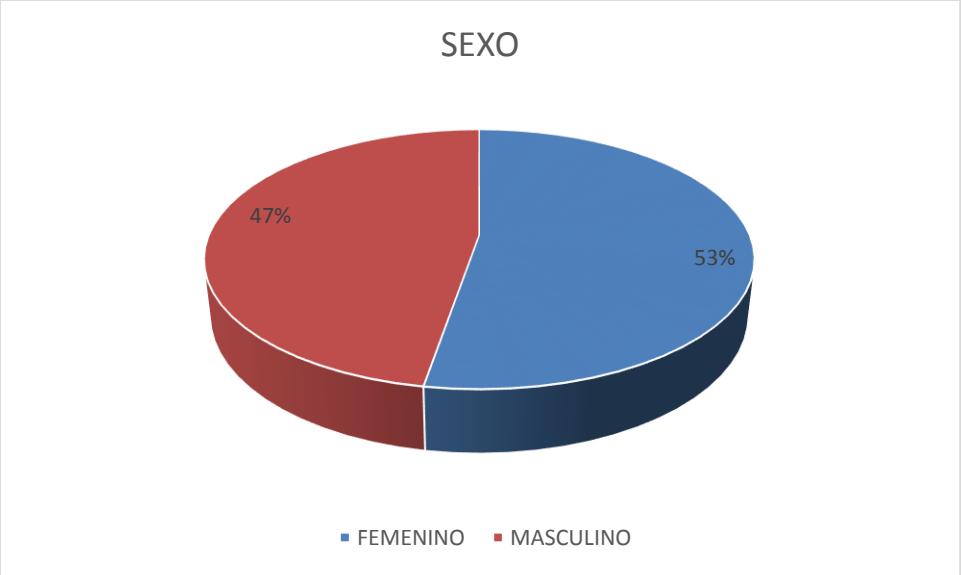
Las preguntas realizadas en las encuestas nos arrojaron como resultados los siguientes datos:

1. Sexo

Tabla 6

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
FEMENINO	53%	186
MASCULINO	47%	167
Total general	**100%**	**353**

GRAFICO 8



Elaborado por: David Alarcón

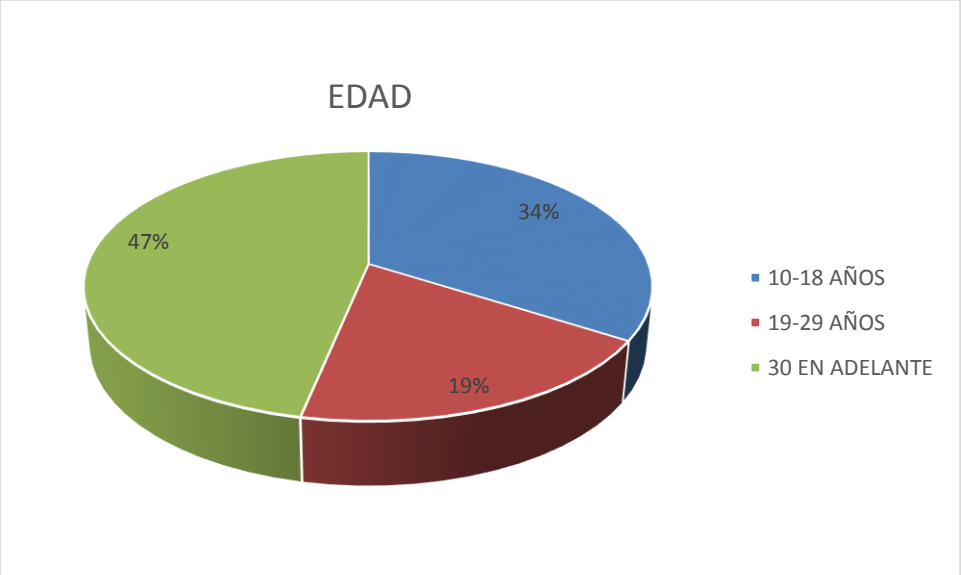
En la parroquia de Cumbaya existe un porcentaje mayor de mujeres encuestadas que de hombres y está dada por el 53% y 47% respectivamente.

2. Edad

Tabla 7

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
10-18 AÑOS	34%	120
19-29 AÑOS	19%	68
30 EN DELANTE	47%	165
Total general	**100%**	**353**

GRAFICO 9



Elaborado por: David Alarcón

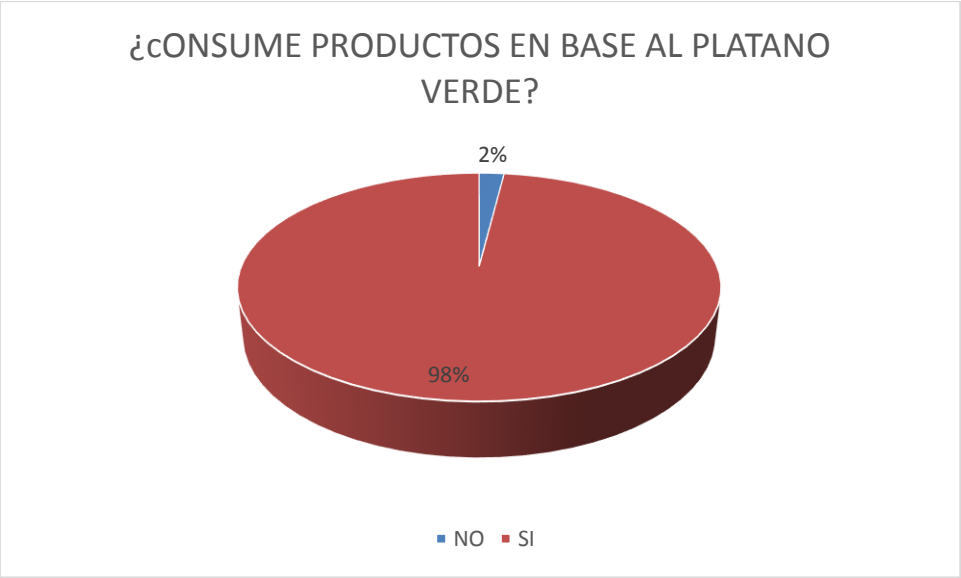
La muestra tomada nos dice que tenemos personas adolescentes de entre 10 y 18 años un 34%, personas adultas de entre 19 y 29 años un 19% y la mayor parte de la población está en la edad de 30 años en adelante y que tiene un porcentaje del 47%.

3. ¿Consume productos en base al plátano verde?

Tabla 8

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
NO	2%	7
SI	98%	346
Total general	**100%**	**353**

GRAFICO 10



Elaborado por: David Alarcón

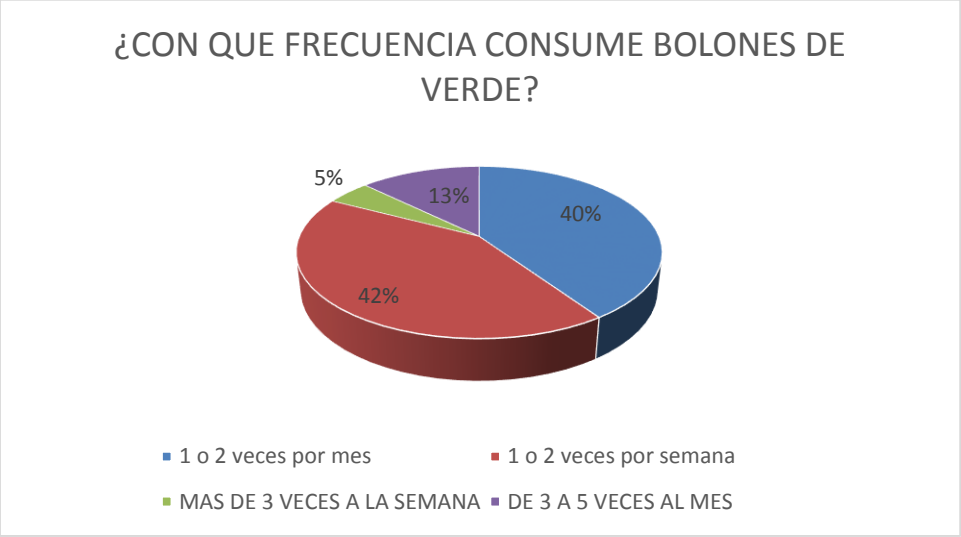
Las personas que consumen productos en base al plátano verde son el 98% y solo un 2% que significan 7 personas no consumen este tipo de producto.

4. ¿Con que frecuencia consume bolones?

Tabla 9

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
1 o 2 veces por mes	40%	140
1 o 2 veces por semana	42%	146
MAS DE 3 VECES A LA SEMANA	5%	16
DE 3 A 5 VECES AL MES	13%	44
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 11



Elaborado por: David Alarcón

De hoy en adelante ya no vamos a utilizar las 353 personas encuestadas sino solamente a las 346 que respondieron que si consumían productos en base al plátano verde.

El mayor porcentaje que es el 42% consume de 1 o 2 veces por semana, esto quiere decir que vamos a tener a nuestros clientes 2 veces a la semana consumiendo nuestros productos, después le sigue con el 40% los que consumen de 1 o 2 veces al mes, con el 13%

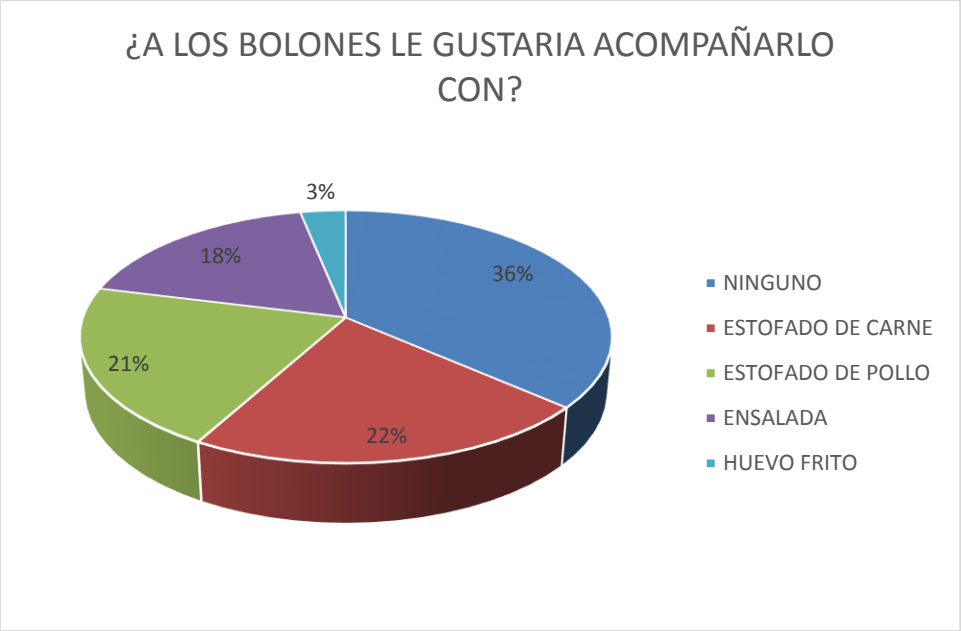
están los que consumen de 3 a 5 veces al mes y por ultimo están con el 5% los que consumen de 3 a 5 veces a la semana.

5. ¿A los bolones le gustaría acompañarlo con?

Tabla 10

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
NINGUNO	36%	126
ESTOFADO DE CARNE	22%	75
ESTOFADO DE POLLO	21%	72
ENSALADA	18%	62
HUEVO FRITO	3%	11
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 12



Elaborado por: David Alarcón

A la mayoría de los encuestados no les gusta acompañar el bolón con otra ración de comida solo les gusta acompañarlo con una bebida y este es el porcentaje más alto con el 36%, al resto de encuestados les gusta más acompañar a su bolón con estofado de carne porque tiene

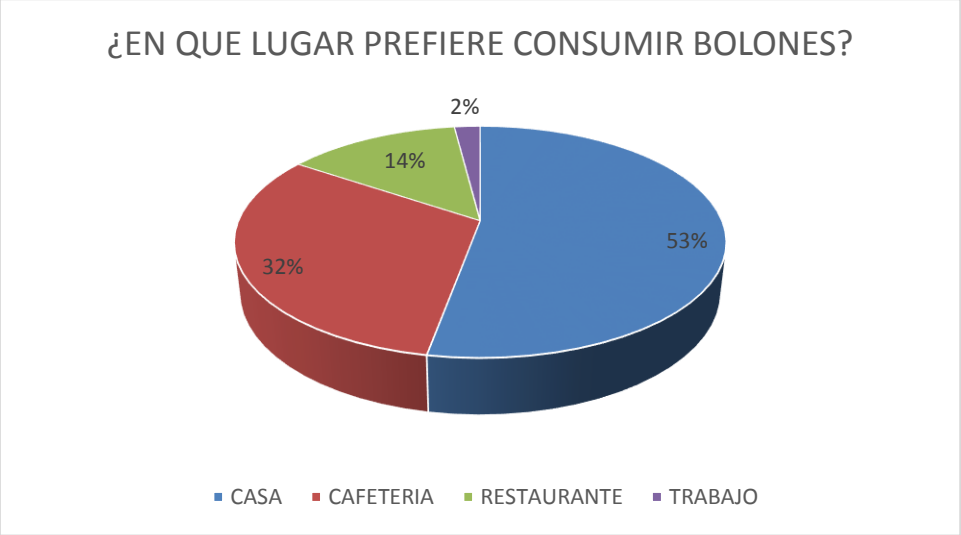
el 22%, le sigue de cerca con el 21% el acompañado de pollo, también el acompañamiento con ensaladas tiene un porcentaje nada despreciable del 18% y en último lugar tenemos el acompañamiento con huevo frito y este tiene el 3%.

6. ¿En qué lugar prefiere consumir bolones?

Tabla 11

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
CASA	53%	183
CAFETERIA	32%	109
RESTAURANTE	14%	47
TRABAJO	2%	7
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 13



Elaborado por: David Alarcón

Las preferencias en donde comer un bolón ha sido el primero en las encuestas la casa con el 53%, en una cafetería también les agrada degustar con el 32%, en un restaurante también les gusta consumir

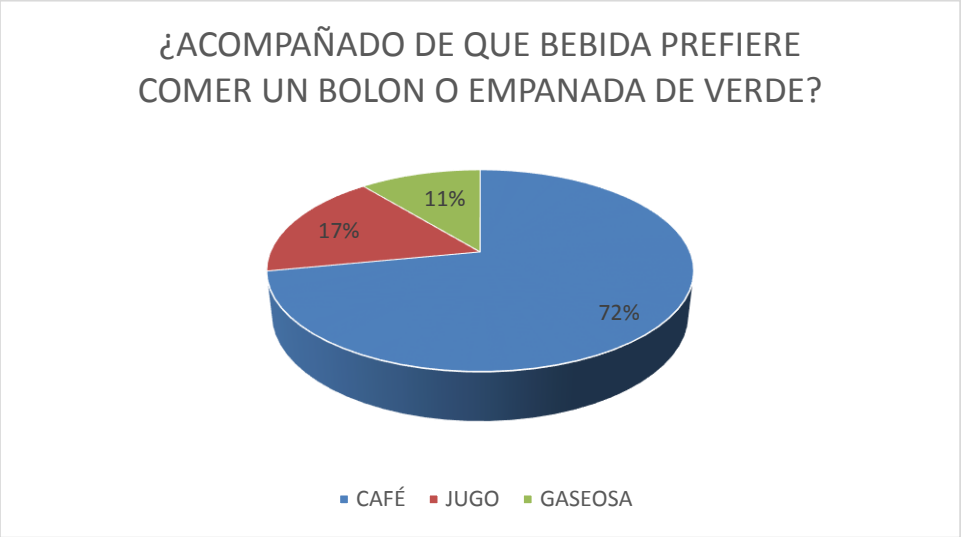
este delicioso manjar con el 14% y les gusta consumir hasta en los trabajos con el 2%.

7. ¿Acompañado de que bebida prefiere comer un bolón o empanada de verde?

Tabla 12

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
CAFÉ	72%	249
JUGO	17%	59
GASEOSA	11%	38
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 14



Elaborado por: David Alarcón

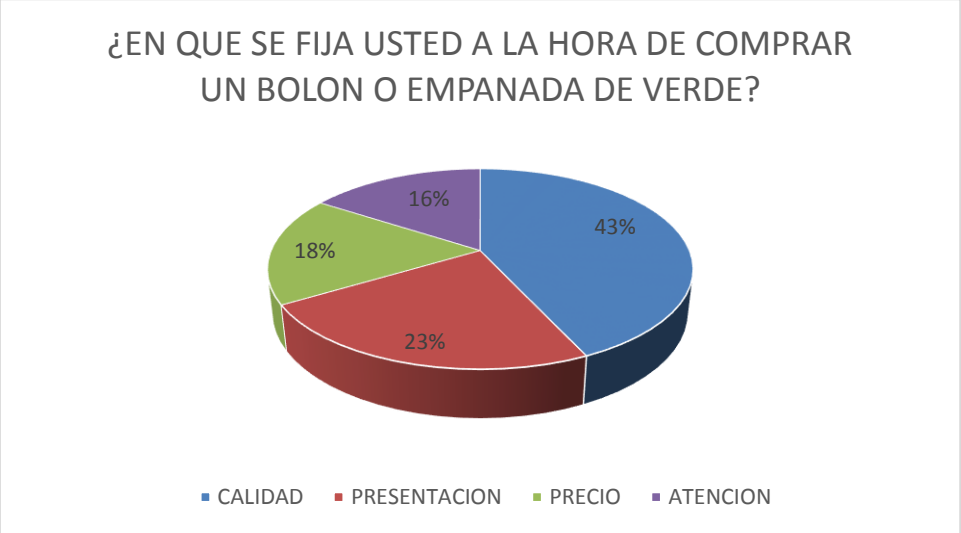
Las bebidas más apetecidas para acompañar un bolón son el café en primer lugar con el 72%, muy atrás le sigue con el 17% los jugos y con el 11% les gusta acompañar con gaseosas.

8. ¿En que se fija usted a la hora de comprar un bolón o empanada de verde?

Tabla 13

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
CALIDAD	43%	149
PRESENTACION	23%	81
PRECIO	18%	61
ATENCION	16%	55
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 15



Elaborado por: David Alarcón

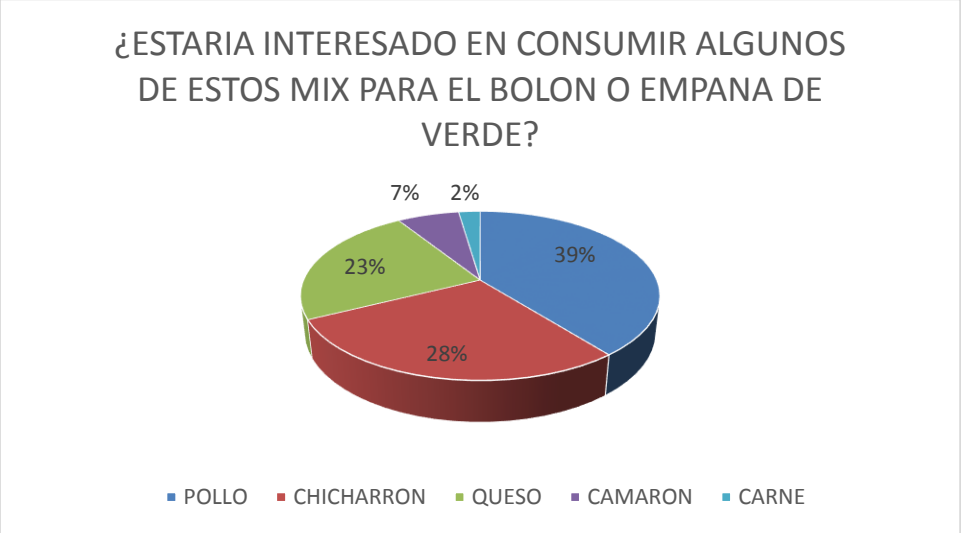
Cuando los clientes encuestados llegan a consumir este producto en un local de venta se preocupan más en la calidad que alcanza el 43%, luego en la presentación con un 23%, después en el precio con el 18% y como al final la atención con el 16%.

9. ¿Estaría interesado en consumir algunos de estos mix para el bolón o empana de verde?

Tabla 14

OPCIONES	PORCENTAJE	PERSONAS
POLLO	39%	136
CHICHARRON	28%	98
QUESO	23%	81
CAMARON	7%	23
CARNE	2%	8
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 16



Elaborado por: David Alarcón

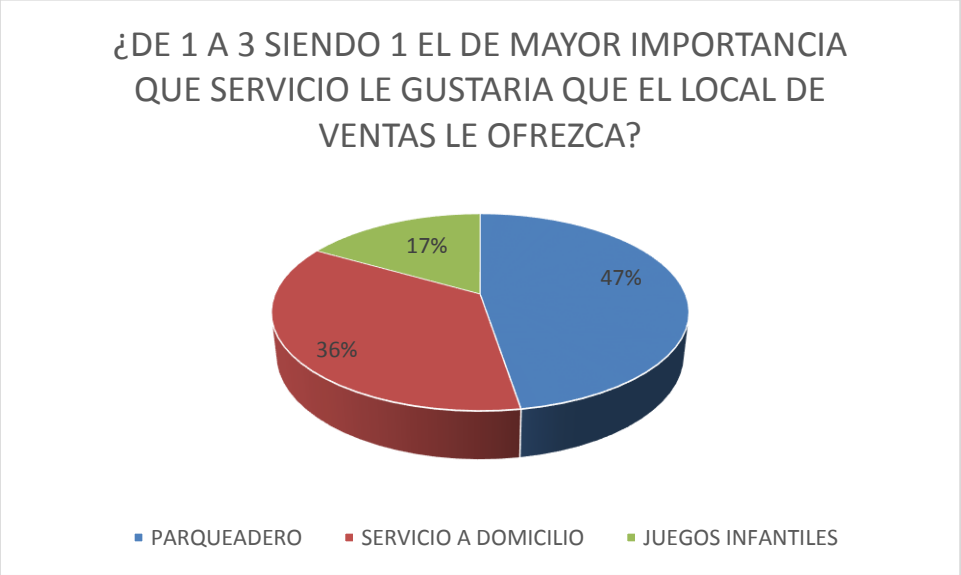
Cuando se le pregunto a los encuestados si en el bolón les gustaría poner un ingrediente en especial nos contestaron que el ingrediente que quisieran mezclarlo en el bolón es el pollo en 39%, con chicharrón el 28%, con queso el 23%, con camarón el 7% y con carne el 2%.

10. ¿De 1 a 3 siendo 1 el de mayor importancia que servicio le gustaría que el local de ventas le ofrezca?

Tabla 15

Etiquetas de fila	PORCENTAJE	PERSONAS
PARQUEADERO	47%	164
SERVICIO A DOMICILIO	36%	124
JUEGOS INFANTILES	17%	58
Total general	**100%**	**346**

GRAFICO 17



Elaborado por: David Alarcón

A los posibles clientes del restaurante se les pregunto qué servicio les gustaría que brinde el local y nos contestaron que aprecian mucho que tenga un parqueadero y este servicio tiene el 47% de aceptación, después el servicio a domicilio con un 36% y que también tenga juegos infantiles con el 17%.

2.1.2.5 Demanda Potencial

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. La Demanda Potencial del Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales. (Competitividad Turistica, 2013, s/n)

La demanda potencial del restaurante es el 98% de 28372 personas que significa 27805 posibles clientes solo de la parroquia de Cumbaya, de los cuales están segregados por sexo, masculino y femenino, edades comprendidas entre 10 y 74 años.

Tabla 16

DEMANDA POTENCIAL				
HABITANTES	27805			
FRECUENCIA	MENSUAL	%	# PERSONAS	TOTAL DE PROD.
2 VECES POR SEMANA	9	42%	11678	100.098
0,5 VECES POR SEMANA	2	40%	11122	23.833
3 VECES POR SEMANA	13	5%	1390	17.875
1,25 VECES POR SEMANA	5	13%	3615	19.364
TOTAL		100%	27805	161.170

Elaborado por: David Alarcón

2.1.3 Análisis de la competencia

El análisis de la competencia consiste en el análisis de las estrategias, ventajas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores, con el fin de que en base a dicho análisis, poder tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir de la mejor manera posible con ellos. (Crece negocios, 2015, s/n)

2.1.3.1 Principales competidores

Los principales competidores son:

Restaurantes que expenden bolones y empanadas de verde como producto complementario y no como producto estrella, entre uno de estos tenemos a los Ceviches de la Rumiñahui que comercializa empanadas de verde, Campo Viejo que su producto estrella son las empanadas entre ellas las de verde, pero no encontramos ningún restaurante o cafetería que tengan como producto estrella al bolón o a la empanada de verde.

Hay muchos locales en donde lo comercializan al plátano verde de manera informal como vendiéndolo en la calle, se expende bolones y empanadas de verde con café negro.

2.1.3.2 Ubicación

La ubicación de estos restaurantes como por ejemplo los Ceviches de la Rumiñahui está en la Avenida Pampite lote 11 y Pasaje Padre Benítez y el teléfono es 022895200, Cumbaya.

Campo Viejo venta de empanadas se encuentra ubicado en Cumbaya en las Calles General Eloy Alfaro lote 10 y Avenida Interoceánica y los teléfonos son el 022372846 y 2375531.

Los comerciantes informales que comercializan este producto en un carrito en donde llevan una freidora de papas que les sirve para freír los bolones, las empanadas y los demás productos que llevan, además de esto tienen una olla con su respectiva tapa en donde tienen el café caliente para poder venderlo en combo con los otros productos ya antes mencionados.

Estos se encuentran ubicados en el parque de Cumbaya que está ubicado en la Calle Rocafuerte y Manabí, también se los puede encontrar en las principales paradas de los buses como es una de ellas en las calles Vía del Ferrocarril y Avenida Cristo Rey.

2.2 PLAN DE MARKETING

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. (Rafael Muñiz, 2015, s/n)

2.2.1 Mix de Marketing

2.2.1.1 Producto

GRAFICO 18



Fuente: https://www.elcafedetere.com/catalogo/bolonmixto-verde_22/
Elaborado por: El café de Tere

El producto que vamos a comercializar en nuestro restaurante va a ser el bolón de verde como producto estrella, se va a subdividir en bolones de queso, chicharrón, camarón, embutidos y vegetariano, también lo vamos acompañar con estofado de carne, estofado de pollo y con el clásico huevo frito que en algunos restaurantes lo

conocen como tigrillo que simplemente es el majado de verde mezclado con huevo frito.

GRAFICO 19



Fuente: www.pronaca.com/site/principalHogar.jsp?arb=1030&cdg=12025
Elaborado por: Pronaca

También vamos a comercializar empanadas de verde, igualmente vamos a tener algunas alternativas como son empanadas de queso, carne, pollo y camarón, a estos platos los vamos acompañar con bebidas como son café, jugos y gaseosas.

2.2.1.2 Precio

Para determinar el precio necesitamos conocer el costo y este ya está determinado para la venta de todos los productos que se van a comercializar y de acuerdo a estos valores determinaremos nuestro precio de venta al público que van a comercializarse en nuestro local de venta.

Para el mercado al que estamos dirigidos que es el de nivel medio a medio alto el precio que nos vamos a proyectar son cómodos y no exagerados más bien tratamos de que en el precio este trasladado la calidad del producto y el servicio de nuestro personal que tiene que ser excelente para que nuestra carta de presentación se está.

El precio está definido por la materia prima, más la mano de obra y por último los insumos, todos estos elementos nos da un costo y a este le sumamos el 40%, lo que significa un margen bruto sobre ventas del 28% que es un margen aceptable para el negocio de los restaurantes.

El precio de venta al público está acorde a los establecimientos de la competencia aunque no es una competencia directa pero los precios están variando por centavos al alza ya que nuestro restaurante es especializado en este tipo de producto.

2.2.1.3 Plaza

La plaza corresponde al lugar físico que hemos decidido donde va a funcionar nuestro local de venta, para poder realizar la elección del espacio físico más apto para este tipo de actividad económica tuvimos que poner las variables más significativas para encontrar el lugar idóneo para la comercialización de este producto

.La metodología desarrollada para determinar la mejor localización se encuentra en el capítulo 3 numeral 3.1.1..

2.2.1.4 Promoción

La promoción que vamos a realizar es mediante anuncios publicitarios en las radios más escuchadas en la parroquia de Cumbaya y de Quito ya que la mayoría de población de Cumbaya desarrolla sus actividades diarias en Quito.

Se va a realizar flayers para repartirlos en la avenida Cristo Rey, a estos volantes se los va entregar personalmente a los posibles clientes por el periodo de los tres primeros meses.

También vamos a realizar la promoción en fundas para llevar y de servicio a domicilio, donde va llevar el nombre de nuestro local que productos servimos y los teléfonos.

GRAFICO 20



2.2.2 Estrategia de Mercado

2.2.2.1 Crecimiento

Estrategias de Crecimiento Intensivo: Consisten en "cultivar" de manera intensiva los mercados actuales de la compañía. Son adecuadas en situaciones donde las oportunidades de "producto-mercado" existentes aún no han sido explotadas en su totalidad.

- Estrategia de penetración: Se enfoca en la mercadotecnia más agresiva de los productos ya existentes (por ejemplo, mediante una oferta de precio más conveniente que el de la competencia y actividades de publicidad, venta personal y promoción de ventas bastante agresiva). Este tipo de estrategia, por lo general, produce ingresos y utilidades porque 1) persuade a los clientes actuales a usar más del producto, 2) atrae a clientes de la competencia y 3) persuade a los clientes no decididos a transformarse en prospectos.

- Estrategia de desarrollo de mercado: Se enfoca en atraer miembros a los nuevos mercados, por ejemplo, de aquellos segmentos a los que no se ha llegado aún (como nuevas zonas geográficas).

- Estrategia de desarrollo del producto: Incluye desarrollar nuevos productos para atraer a miembros de los mercados ya existentes, por ejemplo, desarrollando una nueva presentación del producto que brinde beneficios adicionales a los clientes. (Promonegocios, 2006, s/n)

  La estrategia de crecimiento va a consistir en la penetración de nuestros productos con precios un poco más bajos en comparación a la competencia y también con los combos como producto nuevo que se va comercializar.

2.2.2.2 Liderazgo

Son utilizadas por compañías que dominan en su mercado con productos superiores, eficacia competitiva, o ambas cosas. Una vez que la compañía logra el liderazgo en su mercado, tiene dos opciones estratégicas para seguir creciendo:

- Estrategia cooperativa: Consiste en incrementar el tamaño total del mercado (para la misma compañía y los competidores) al encontrar nuevos usuarios y aplicaciones del producto o servicio.

- Estrategia competitiva: Consiste en lograr una participación adicional en el mercado invirtiendo fuertemente (por ejemplo, en publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones

públicas) para captar a los clientes de la competencia. (Promonegocios, 2006, s/n)

La estrategia de liderazgo va a consistir en la venta de nuestro producto con promoción en días que la venta sea baja como por ejemplo los primeros días de la semana (Lunes y Martes).

El día lunes va a tener un 10% de descuento en bolones y empanadas y el día martes por la compra de cuatro bolones o empanadas el quinto producto es gratis ya sea de igual o menor valor.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN

La localización es la determinación del lugar en el cual se halla una persona o una cosa. (Definicion ABC, 2015, s/n)

3.1.1 Análisis de Localización

El análisis de la localización está dado por el nicho de mercado que existe en el sector de Cumbaya, ya que no hay un restaurante especializado en este producto (plátano verde)**.**

Para poder realizar este análisis y elegir técnicamente la mejor opción presentamos a continuación el siguiente cuadro con tres posibles localizaciones:

Tabla 17

LOCALIZACION POR FACTORES							
		PARQUE DE CUMBAYA		AVENIDA CRISTO REY		CENTRO COMERCIAL	
FACTORES	PESO	CALIFICACION	CALIF. PON.	CALIFICACION	CALIF. PON.	CALIFICACION	CALIF. PON.
CONCENTRACION DE GENTE	60%	7	4,20	8	4,80	9	5,4
TRAFICO DE BUSES	10%	5	0,50	10	1,00	7	0,7
PARQUEADERO	15%	5	0,75	7	1,05	9	1,35
PRECIOS DE ARRIENDO	10%	7	0,70	7	0,70	3	0,3
DISPONIBILIDAD DE LOCALES	5%	9	0,45	9	0,45	3	0,15
TOTAL	100%		6,60		8,00		7,9

Elaborado por: David Alarcón

Es por este análisis que tuvimos que el mejor sitio donde puede estar nuestro restaurante es en la Avenida Cristo Rey ya que tenemos las mejores condiciones para instalarlo ahí y nos va a resultar económicamente más saludable que los otros locales.

Después tenemos al Centro Comercial Paseo Shopping, para no elegirlo a este lugar hubo 2 factores predominantes que fueron el valor del arriendo que estaba muy alto y la disponibilidad de locales que no había.

Y para finalizar teníamos el local en el Parque de la parroquia de Cumbaya en donde no había mucha concentración de gente salvo en algunas ocasiones como eran las fiestas patronales y fiestas del año en donde hay algunos programas a realizarse.

3.1.1.1 Diseño de planta y oficinas

La distribución de las instalaciones va dividida de la siguiente manera:

En el primer piso va a ir el restaurante, en el centro se encuentra la cocina para que los clientes vean como sus alimentos son preparados y exista una relación directa entre el proveedor y el consumidor, el restaurante va a tener tres ambientes, el primero va a ser mesas con sillas independientes para reuniones no tan intimas, el segundo ambiente va a tener mesas con sillones para 2 personas que realce un poco más la relación que puedan tener los clientes y el tercero va ser más familiar ya que se va a asemejar a la sala de nuestra casa en donde compartimos más que la comida, nuestras experiencias, además están los baños y la caja.

GRAFICO 21

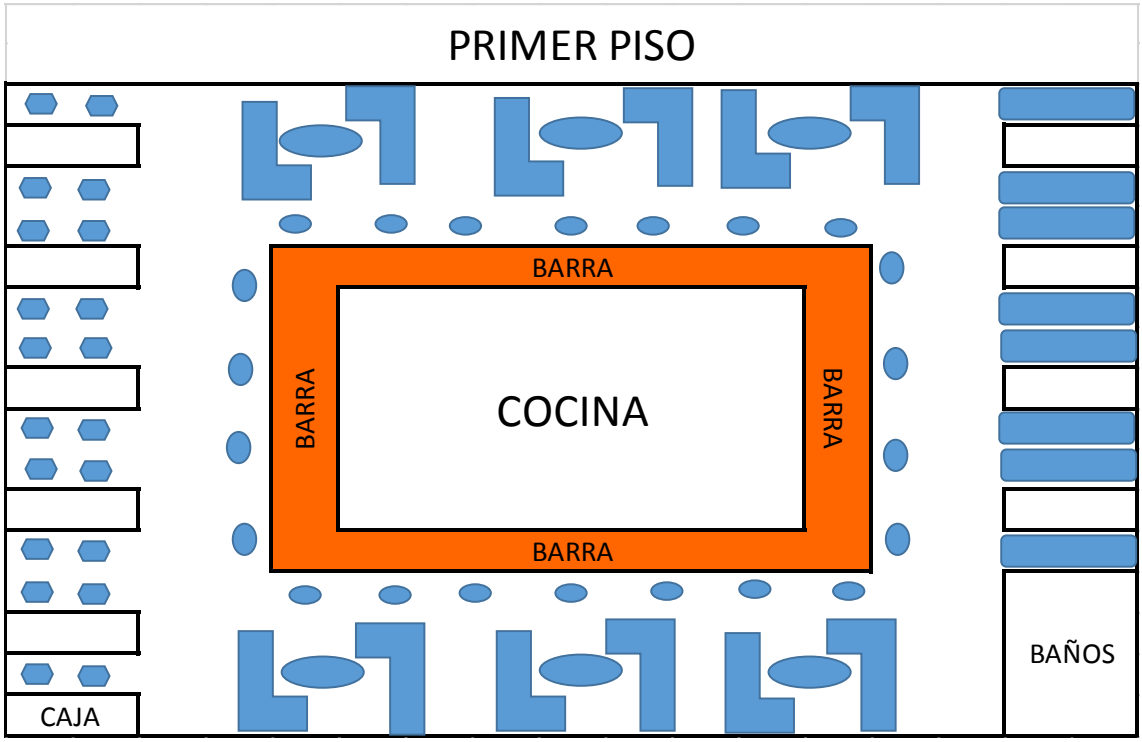
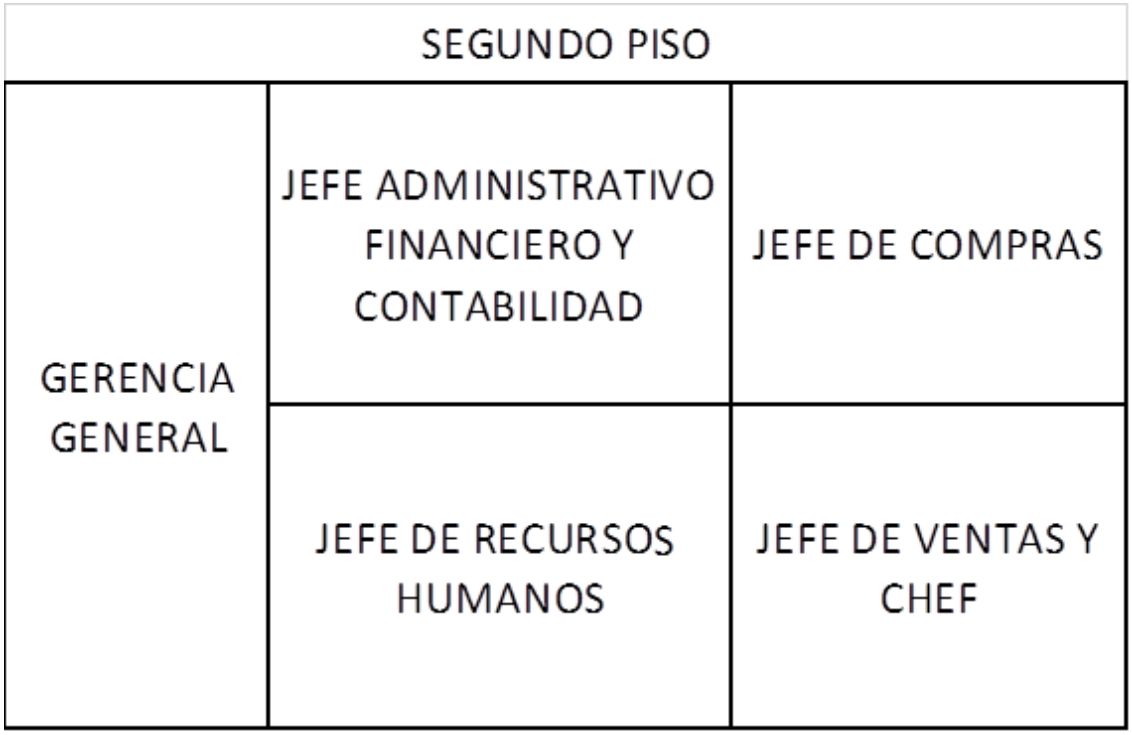


GRAFICO 22



Elaborado por: David Alarcón

En el segundo piso van los departamentos de:

- Gerencia General
- Gerencia Administrativa Financiera y Contabilidad
- Jefe de Recursos Humanos
- Jefe de Compras
- Jefe de ventas y Chef

3.1.1.2 Tamaño del restaurante

Tabla 18

CAPACIDAD INSTALADA			
HORARIO DE ATENCION			
7:00 A 19:00	12	HORAS	
CAPACIDAD DEL LOCAL			
SILLAS REDONDAS	20	PERSONAS	
SILLETAS DE BARRA	22	PERSONAS	
SILLONES	16	PERSONAS	
SILLONES GRANDES	24	PERSONAS	
TOTAL HORA PICO	82	PERSONAS	
CAPACIDAD HORA NORMAL	30%		
TOTAL HORA NORMAL	24,6	PERSONAS	
HORAS PICO			
7:00 A 9:00	2	HORAS	DESAYUNO
12:30 A 14:30	2	HORAS	ALMUERZO
17:00 A 19:00	2	HORAS	MERIENDA
SUBTOTAL	6	HORAS	
HORAS NORMALES	6	HORAS	
TOTAL	12		

ROTACION DE CLIENTES EN HORAS PICO	45	MINUTOS
NUMERO DE ROTACIONES	8	
BOLONES EN HORAS PICO	656	

HORAS NORMALES	6
BOLONES AL 30%	24,6
TOTAL BOLONES O EMPANADAS	147,6

VENTA TOTAL DIARIA	804

El capacidad instalada es más o menos grande para poder arrancar con el negocio, el horario de atención es de siete de la mañana hasta las siete de la noche en definitiva la atención diaria va a ser de doce horas y con una capacidad de ochenta y dos clientes sentados en el restaurante, las horas pico que se tiene presupuestada tener son de siete a nueve de la mañana, de doce y media a las dos y media de la tarde y de cinco a siete de la noche, en total son seis horas pico que se va a tener diarias y con una rotación de cuarenta y cinco minutos por cliente en estas seis horas tenemos una rotación de ocho por ochenta y dos que es la capacidad del restaurante tenemos un total de seis cientos cincuenta y seis bolones por las seis horas pico y también tenemos al 30% la capacidad del restaurante en las seis horas normales que nos da como resultado ciento cuarenta y ocho bolones. En definitiva sumando los dos valores de las horas pico y las horas normales nos da como resultado la venta diaria de ocho cientos cuatro bolones o empanadas.

3.1.1.3 Suministros e insumos

Menú y Precios

El menú y los precios van a estar dirigidos según el estudio que se realizó y al mercado que se desea llegar que en este caso es de nivel medio a medio alto.

Tabla 19

MENU	PVP
Bolones de queso	1,50
Bolones de chicharrón	1,80
Bolones de embutidos	1,80
Bolones de camarón	2,20
Bolones mixtos (2 ingredientes)	2,70
Combo Bolón + estofado de carne	3,50
Combo Bolón + estofado de pollo	3,50
Combo Bolón + huevo frito	1,80
Empanadas de queso	2,00
Empanadas de pollo	2,35
Empanadas de carne de res	2,40
Empanadas de camarón	2,55
Empanadas vegetariana	1,60
Cafés	1,00
Aguas Aromáticas	0,90
Jugos	1,40
Gaseosas	0,90

Elaborado por: David Alarcón

Recetas

Bolón de verde con queso	
Ingredientes	Costo
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Queso	0,5000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**0,9352**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes con el queso
3.- Hacer bolas grandes
4.- Dorar en aceite bien caliente

MANO DE OBRA	**0,1161**
CIF	**0,0240**
COSTO TOTAL	**1,0753**

Bolón de verde con carne	
Ingredientes	
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
182 g Carne de res	1,1600
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,5952**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes
3.- Freír la carne con las especias al gusto
4.- Mezclar con el verde
5.- Hacer bolas grandes
6.- Dorar en aceite bien caliente

MANO DE OBRA	**0,1361**
CIF	**0,0360**
COSTO TOTAL	**1,7673**

Bolón de verde con pollo

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
182 g Pechuga de pollo	1,0000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,4352**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes
3.- Freír el pollo con las especias al gusto
4.- Mezclar con el verde
5.- Hacer bolas grandes
6.- Dorar en aceite bien caliente

MANO DE OBRA	**0,1361**
CIF	**0,0360**
COSTO TOTAL	**1,6073**

Bolón de verde con chicharrón

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
123 g Chicharrón	0,6750
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,1102**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes
3.- Freír el chicharrón en su propio aceite
4.- Mezclar el verde y el chicharrón
5.- Hacer bolas grandes
6.- Dorar en aceite bien caliente

MANO DE OBRA	**0,1361**
CIF	**0,0360**
COSTO TOTAL	**1,2823**

Bolón de verde con camarón

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Camarón	0,9460
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	1,3812

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes
3.- Cocine los camarones cortados
4.- Sazone con ajo y sal los camarones
5.- Mezclar el verde y el camarón
6.- Hacer bolas grandes
7.- Dorar en aceite bien caliente

MANO DE OBRA	**0,1461**
CIF	**0,0420**
COSTO TOTAL	**1,5693**

Bolón de verde mixto queso y chicharrón

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Queso	0,5000
123 g Chicarrón	0,6750
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,6102**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes con el queso
3.- Freír el chicharrón en su propio aceite
4.- Mezclar el verde y el chicharrón
5.- Hacer bolas grandes
6.- Dorar en aceite bien caliente

MANO DE OBRA	**0,1361**
CIF	**0,0420**
COSTO TOTAL	**1,7883**

Combo Bolón de verde con queso + estofado de carne	
Ingredientes	
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Queso	0,5000
182 g Carne de res	1,1600
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
1 Tomate riñón grande	0,2000
Especería al gusto	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**2,3192**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes con el queso
3.- Hacer bolas grandes
4.- Dorar en aceite bien caliente
5.- Sacar el zumo de tomate riñón
6.- Freír la carne con las especias al gusto
7.- Poner el zumo del tomate en la carne

MANO DE OBRA	**0,1461**
CIF	**0,0420**
COSTO TOTAL	**2,5073**

Combo Bolón de verde con queso + estofado de pollo	
Ingredientes	
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Queso	0,5000
182 g Pechuga de pollo	1,0000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
1 Tomate riñón grande	0,2000
Especería al gusto	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**2,1592**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes con el queso
3.- Hacer bolas grandes
4.- Dorar en aceite bien caliente
5.- Sacar el zumo de tomate riñón
6.- Freír el pollo con las especias al gusto
7.- Poner el zumo del tomate en la pollo

MANO DE OBRA	**0,1461**

CIF	**0,0420**
COSTO TOTAL	**2,3473**

Combo Bolón de verde con queso + ensalada

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Queso	0,5000
Lechuga y Tomate picado	0,2000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	1,1352

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes con el queso
3.- Hacer bolas grandes
4.- Dorar en aceite bien caliente
5.- Picar los tomates y las lechugas

MANO DE OBRA	**0,1261**
CIF	**0,0300**
COSTO TOTAL	**1,2913**

Combo Bolón de verde con queso + huevo frito

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Queso	0,5000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
1 Huevo	0,0700
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,0052**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes con el queso
3.- Hacer bolas grandes
4.- Dorar en aceite bien caliente
5.- Freír el huevo y sazonar

MANO DE OBRA	**0,1261**
CIF	**0,0300**
COSTO TOTAL	**1,1613**

Empanadas de verde con queso	
Ingredientes	
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
120 g Queso	0,6000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Especería	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,0592**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes y hacer bolitas
3.- Extender la masa y dar forma
4.- Rallar el queso
5.- Hacer un refrito
6.- Mezclar el queso con el refrito
7.- Rellenar la masa con el queso
8.- Freír en aceite bien caliente
9.- Sacar y colocar en papel absorbente

MANO DE OBRA	**0,1661**
CIF	**0,0540**
COSTO TOTAL	**1,2793**

Empanadas de verde con pollo	
Ingredientes	
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
182 g Pechuga de pollo	1,0000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Especería	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,4592**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes y hacer bolitas
3.- Extender la masa y dar forma
4.- Desmenuzar el pollo
5.- Hacer un refrito
6.- Mezclar el pollo con el refrito
7.- Rellenara la masa con el pollo
8.- Freír en aceite bien caliente
9.- Sacar y colocar en papel absorbente

MANO DE OBRA	**0,1661**

CIF	**0,0540**
COSTO TOTAL	**1,6793**

Empanadas de verde con carne de res

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
160 g Carne de res	1,0324
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Especería	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	**1,4916**

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes y hacer bolitas
3.- Extender la masa y dar forma
4.- Desmenuzar la carne
5.- Hacer un refrito
6.- Mezclar la carne con el refrito
7.- Rellenara la masa con la carne
8.- Freír en aceite bien caliente
9.- Sacar y colocar en papel absorbente

MANO DE OBRA	**0,1661**
CIF	**0,0540**
COSTO TOTAL	**1,7117**

Empanadas de verde con camarón

Ingredientes

3 Plátanos verdes pelados	0,1872
120 g Camarón	1,1352
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Especería	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	1,5944

Preparación

1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes y hacer bolitas
3.- Extender la masa y dar forma
4.- Desmenuzar el camarón
5.- Hacer un refrito
6.- Mezclar el camarón con el refrito
7.- Rellenar a la masa con el camarón

8.- Freír en aceite bien caliente
9.- Sacar y colocar en papel absorbente

MANO DE OBRA	**0,1661**
CIF	**0,0540**
COSTO TOTAL	**1,8145**

Empanadas de verde vegetariana	
Ingredientes	
3 Plátanos verdes pelados	0,1872
100 g Champiñones	0,2000
100 g Lechuga y Tomate picado	0,2000
1/2 Cucharadita de sal	0,0240
1/4 Cebolla perla	0,0240
Especería	0,0240
Aceite	0,2000
MATERIA PRIMA	0,8592

Preparación
1.- Cocine los verdes en agua con sal y cebolla
2.- Majar los verdes y hacer bolitas
3.- Extender la masa y dar forma
4.- Mezclar el champiñón, lechuga y tomate
5.- Hacer un refrito
6.- Mezclar los vegetales con el refrito
7.- Rellenar a la masa con los vegetales
8.- Freír en aceite bien caliente
9.- Sacar y colocar en papel absorbente

MANO DE OBRA	**0,1661**
CIF	**0,0540**
COSTO TOTAL	**1,0793**

El detalle de los Costos de mano de obra y CIF se encuentra en el anexo 1

3.2 CONTROL INTERNO

La importancia de tener un buen sistema de control interno en las organizaciones, se ha incrementado en los últimos años, esto debido a lo práctico que resulta al medir la eficiencia y la productividad al momento de implantarlos; en especial si se centra en las actividades básicas que ellas realizan, pues de ello dependen para mantenerse en el mercado. Es bueno resaltar, que la empresa que aplique controles internos en sus operaciones, conducirá a conocer la situación real de las mismas, es por eso, la importancia de tener una planificación que sea capaz de verificar que los controles se cumplan para darle una mejor visión sobre su gestión.

Por consiguiente, el control interno comprende el plan de organización en todos los procedimientos coordinados de manera coherente a las necesidades del negocio, para proteger y resguardar sus activos, verificar su exactitud y confiabilidad de los datos contables, así como también llevar la eficiencia, productividad y custodia en las operaciones para estimular la adhesión a las exigencias ordenadas por la gerencia. De lo anterior se desprende, que todos los departamentos que conforman una empresa son importantes, pero, existen dependencias que siempre van a estar en constantes cambios, con la finalidad de afinar su funcionabilidad dentro de la organización.

Siendo las cosas así, resulta claro, que dichos cambios se pueden lograr implementando y adecuando controles internos, los cuales sean capaces de salvaguardar y preservar los bienes de un departamento o de la empresa. (Wladimir Chacón, 2002, s/n)

3.2.1 Diseño de Procesos

El diseño de estos procesos va fundamentados en la experiencia adquirida de los administradores y operarios que laboran en la empresa y también de los que colaboran fuera de la organización es por esto que se los ha dividido en dos grupos que son los principales y las de soporte.

Tabla 20

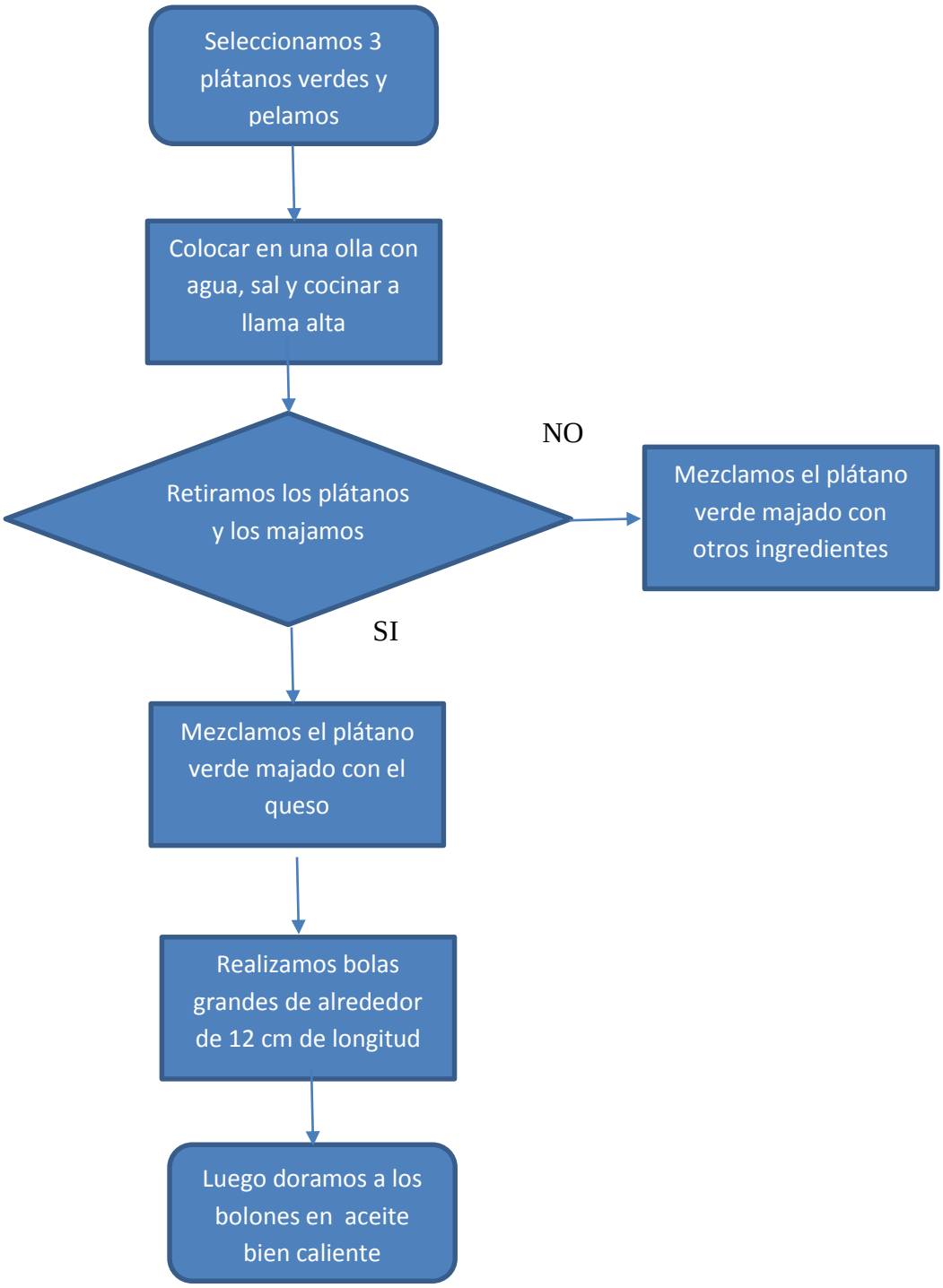
CADENA DE VALOR				
	PLAN ESTRATEGICO		MARKETING	M
ACTIVIDADES PRINCIPALES	COMPRAS MATERIA PRIMA	COCINA PREPARACION	SERVICIO	A R G
ACTIVIDADES DE SOPORTE	RECURSOS HUMANOS			E
	DEPARTAMENTO FINANCIERO			N

Elaborado por: David Alarcón

3.2.1.1 Principales

El principal proceso es el de preparación que lo vamos a detallar a continuación:

Proceso de la preparación de los Bolones



Empezamos seleccionando tres plátanos verdes de más o menos veinte centímetro de largo, luego los pelamos realizando un corte longitudinal

desde la punta hasta el otro extremo y después retiramos la corteza, para realizar este trabajo debemos tener puestos guantes quirúrgicos ya que en el retiro de la corteza el plátano desprende un líquido pegajoso, colocamos en una olla con agua, sal al gusto y un cuarto de cebolla los tres plátanos verdes y cocinamos a llama alta alrededor de veinte minutos.

Los retiramos de la olla a los plátanos y los comenzamos a majar (aplastar) y lo mezclamos con el queso, cuando están bien mezclados comenzamos a realizar una bola grande de alrededor de doce centímetros de longitud y para que salgan crocantes después los doramos en aceite bien caliente y después a servir, para el caso de bolones de chicharrón, freímos el chicharrón en su propio aceite y luego mezclamos con el plátano verde majado y seguimos el mismo proceso de los de queso, para el caso de bolones de embutidos, mezclamos los embutidos con el plátano verde majado y seguimos el mismo proceso que los de queso, para los bolones de camarón, cocinamos los camarones con sal y un cuarto de cebolla perla en una olla con agua y dejamos a fuego bien alto por unos quince minutos, luego retiramos de la olla cortamos en trozos pequeños y sazonamos con ajo y pimienta al gusto, mezclamos bien con el plátano verde bien majado y seguimos el mismo proceso de los bolones de queso.

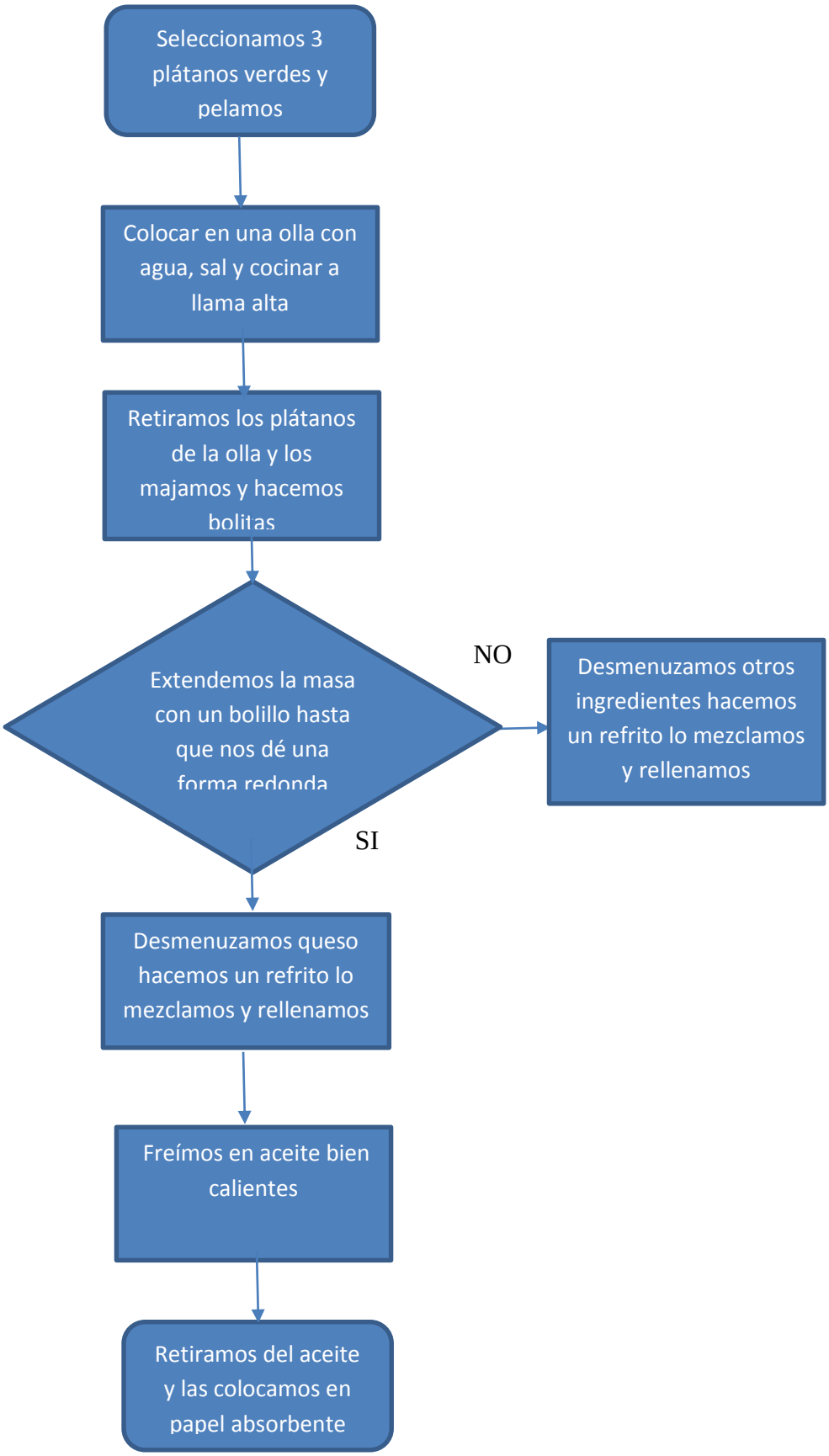
Para realizar las guarniciones de pollo que van estar acompañando a los bolones de queso realizamos el siguiente proceso, en un sartén

extraemos el zumo de un tomate grande picamos cebolla y pimiento en trozos pequeños y agregamos la porción de pollo (cocinado) ya antes desmenuzado en cuadros pequeños por unos cinco minutos, agregamos sal y pimienta al gusto y servimos.

Para realizar las guarniciones de carne de res que van estar acompañando a los bolones de queso realizamos el siguiente proceso, en un sartén extraemos el zumo de un tomate grande picamos cebolla y pimiento en trozos pequeños y agregamos la porción de carne de res (cocinada) ya antes desmenuzado en cuadros pequeños por unos cinco minutos, agregamos sal y pimienta al gusto y servimos.

Para realizar el proceso del bolón más el huevo frito, lo podemos realizar de dos formas, friendo el huevo y acompañarlo con el bolón de queso o realizarlo en forma de tigrillo (el verde majado el queso y el huevo, todos mezclados), el cliente es el que decide como quiere que se le sirva.

Proceso de la preparación de las Empanadas



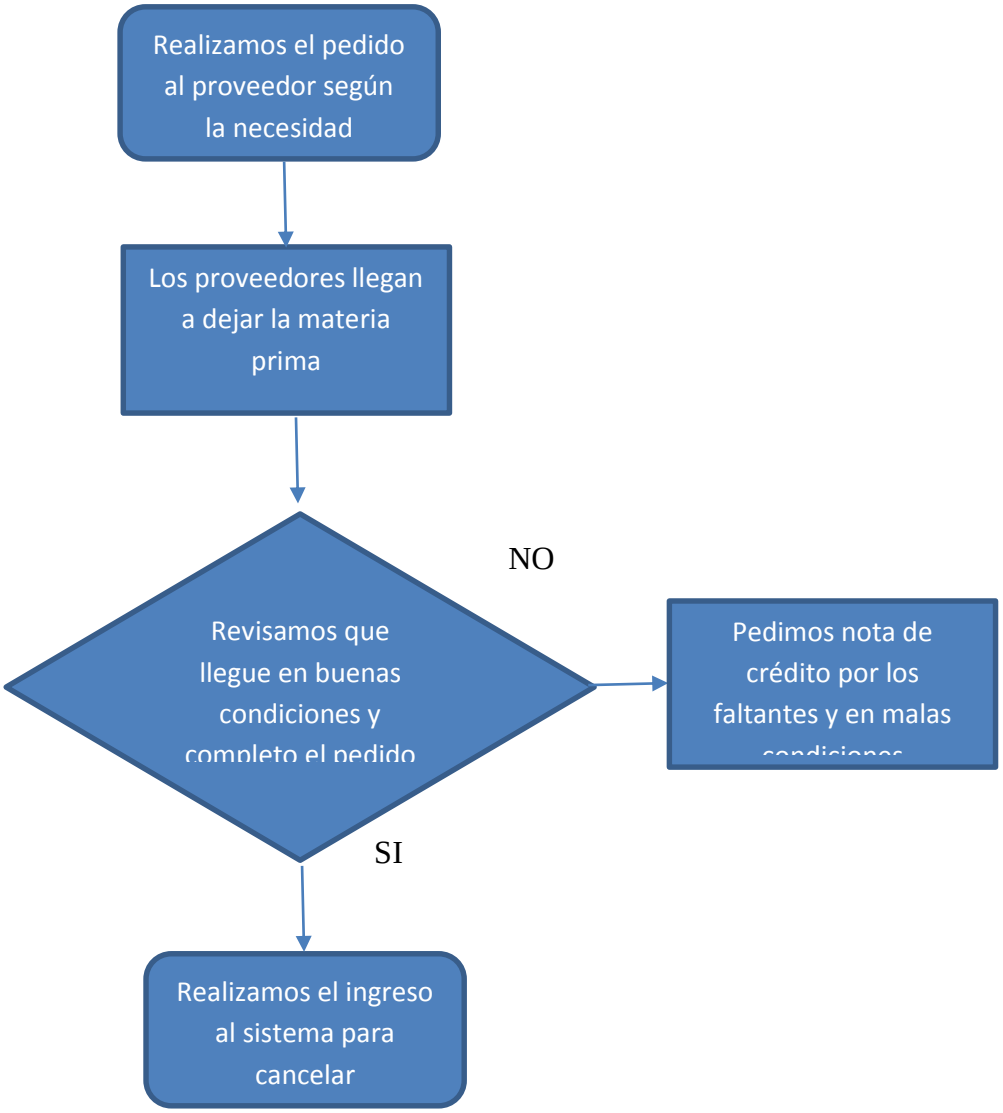
Empezamos seleccionando tres plátanos verdes de más o menos veinte centímetro de largo, luego los pelamos realizando un corte longitudinal desde la punta hasta el otro extremo y después retiramos la corteza, para realizar este trabajo debemos tener puestos guantes quirúrgicos ya que en el retiro de la corteza el plátano desprende un líquido pegajoso, colocamos en una olla con agua, sal al gusto y un cuarto de cebolla los tres plátanos verdes y cocinamos a llama alta alrededor de veinte minutos.

Los retiramos de la olla a los plátanos y los comenzamos a majar (aplastar) y hacer bolitas, luego comenzamos a extender la masa con un bolillo hasta que nos de la forma de una circunferencia de unos quince centímetros de longitud, rallamos el queso y realizamos un refrito (picamos cebolla, pimiento, ajo y rallamos un poco de plátano verde cocinado, sal y pimienta al gusto) y lo mezclamos bien y rellenamos a la masa de plátano verde que ya teníamos la cerramos por la mitad y la freímos en aceite bien caliente por unos dos minutos, las retiramos y las pones en papel absorbente para que se escurra el aceite que tienen exceso y luego las servimos.

Para las empanadas de verde con pollo, carne de res, camarón y vegetariana, realizamos el mismo procedimiento pero envés del queso cocinamos el pollo, la carne y el camarón y lo cortamos en trozos pequeños y para la vegetariana cortamos los vegetales y de igual manera los mezclamos con el refrito y rellenamos.

Para realizar las aguas aromáticas, los cafés no existe mucha ciencia pero para los jugos naturales necesitamos un tercio de una pulpa una taza de agua y según el cliente si quiere o no con azúcar, todo esto lo batimos y servimos, y las gaseosas que tiene su propia receta.

Proceso de compras de materia prima

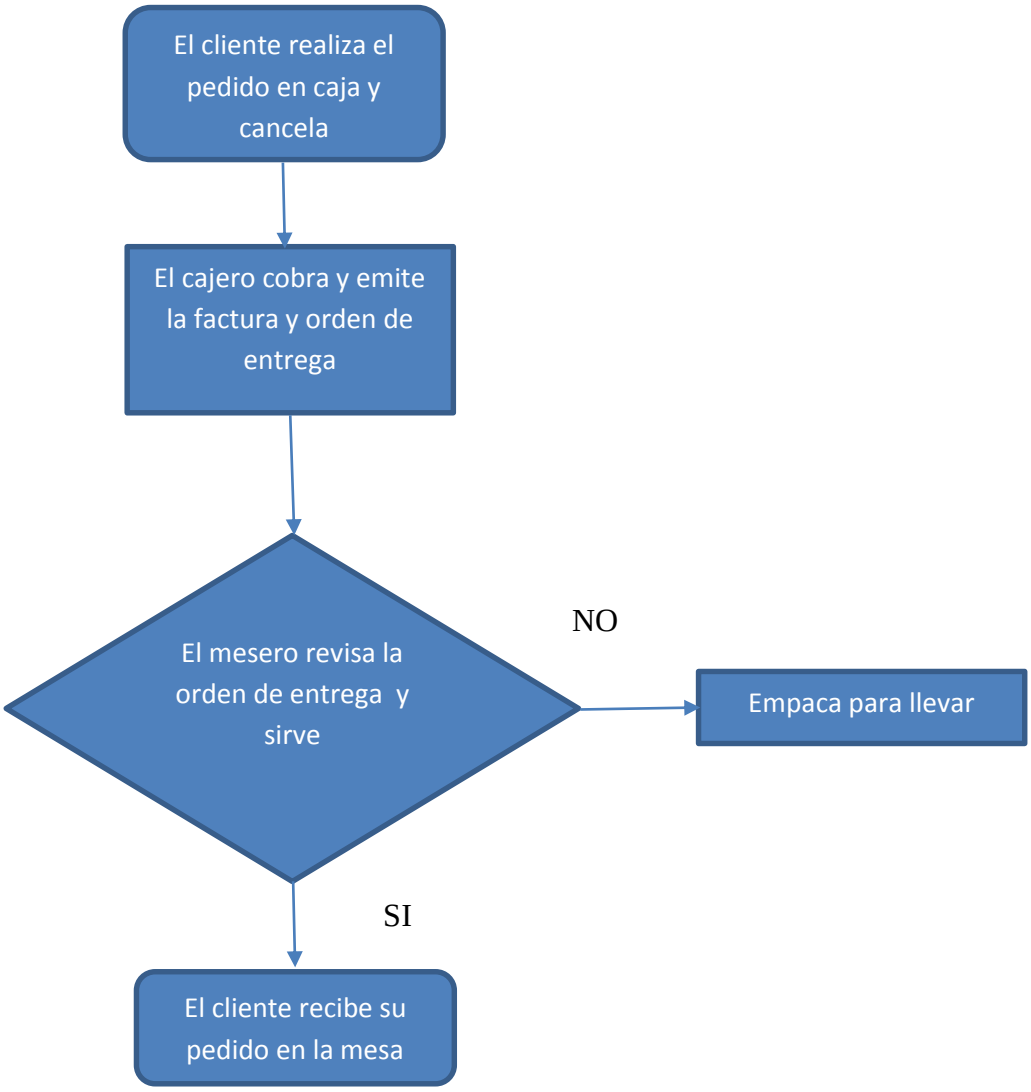


Realizamos primero el pedido mediante llamada telefónica a nuestros proveedores según la necesidad que tengamos en nuestras bodegas.

Los proveedores llegan hasta el local de venta en sus vehículos de despacho para entregar la materia prima requerida, revisa el encargado de recibir los productos si el pedido está completo y en buenas condiciones.

Si no hay ninguna novedad se procede con el ingreso de la mercadería en el sistema para cancelar en el plazo convenido y si está incompleto el pedido o no está en buenas condiciones no se cancela la factura hasta que nos den una nota de crédito por el faltante o a su vez nos completen con el mismo material en buenas condiciones.

Proceso de servicio en el restaurante



Cuando el cliente llega al restaurante puede mirar en la parte superior de las cajas el menú con los precios de los platos que comercializamos, luego realiza el pedido en caja y cancela, el cajero emite la factura y la orden de pedido y se la entrega al cliente y a él mesero que los va atender si la orden es para la mesa el mesero prepara todo el pedido y lo entrega en la mesa que ha elegido el cliente y si no lo prepara y empaca para que lo puedan llevar.

3.3 PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO

Las propiedades, la planta y equipo están constituidas por todos los activos tangibles adquiridos o construidos por un ente económico, o que se encuentran en proceso de construcción y son utilizados permanentemente en la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de un ente. (Contaduria Publica, 2012, s/n)

3.3.1 Activos Fijos

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. (Debitoor, 2009, s/n)

3.3.1.1 Muebles - Enseres y Herramientas de cocina

Tabla 21

Muebles-Enseres y Herramientas de cocina (Vida útil 10 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
9	Mesas Rectangulares	150,00	1.350,00	121,50
6	Mesas Ovaladas	105,00	630,00	56,70
20	Silletas para mesas	45,00	900,00	81,00
22	Silletas para barra	50,00	1.100,00	99,00
12	Sillones para mesas ovaladas	250,00	3.000,00	270,00
8	Sillones para mesas rectangulares	200,00	1.600,00	144,00
1	Cocina Industrial	550,00	550,00	49,50
1	Plancha Industrial	470,00	470,00	42,30
1	Batidora Industrial	280,00	280,00	25,20
1	Licuadora Industrial	250,00	250,00	22,50
1	Microondas	250,00	250,00	22,50
TOTAL			10.380,00	934,20

Elaborado por: David Alarcón

3.3.1.2 Muebles de oficina

Tabla 22

Muebles de oficina (Vida útil 10 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
1	Escritorio gerencial	400,00	400,00	36,00
1	Silleta de gerente	150,00	150,00	13,50
9	Escritorios	200,00	1.800,00	162,00
9	Silletas de secretarias	70,00	630,00	56,70
5	Repisas	270,00	1.350,00	121,50
9	Archivadores aéreos metálicos	120,00	1.080,00	97,20
TOTAL			5.410,00	486,90

Elaborado por: David Alarcón

3.3.1.3 Equipo de computación

Tabla 23

Equipo de Computación (Vida útil 3 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
1	Laptop	850,00	850,00	255,00
9	CPU (incluye teclado y mouse)	450,00	4.050,00	1.215,00
9	Monitores	150,00	1.350,00	405,00
3	Impresoras Matriciales	300,00	900,00	270,00
2	Impresoras Multifunción	550,00	1.100,00	330,00
1	Impresora Digital a Color	950,00	950,00	285,00
10	UPS regulador de voltaje	99,99	999,90	299,97
TOTAL			10.199,90	3.059,97

Elaborado por: David Alarcón

3.3.1.4 Vehículos

Tabla 24

Vehículos (Vida útil 5 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
1	Camioneta	21.000,00	21.000,00	3.780,00
1	Moto	3.500,00	3.500,00	630,00
TOTAL			24.500,00	4.410,00

Elaborado por: David Alarcón

Resumen de activos fijos

Tabla 25

ACTIVOS FIJOS		
DESCRIPCION	Valor Total	Dep. Anual
Muebles-Enseres y Herramientas de cocina (Vida útil 10 años)	**10.380,00**	**934,20**
Muebles de oficina (Vida útil 10 años)	**5.410,00**	**486,90**
Equipo de Computación (Vida útil 3 años)	**10.199,90**	**3.059,97**
Vehículos (Vida útil 5 años)	**51.339,90**	**8.891,07**
TOTAL	**77.329,80**	**13.372,14**

Elaborado por: David Alarcón

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

4.1 PLAN DE RECURSOS HUMANOS

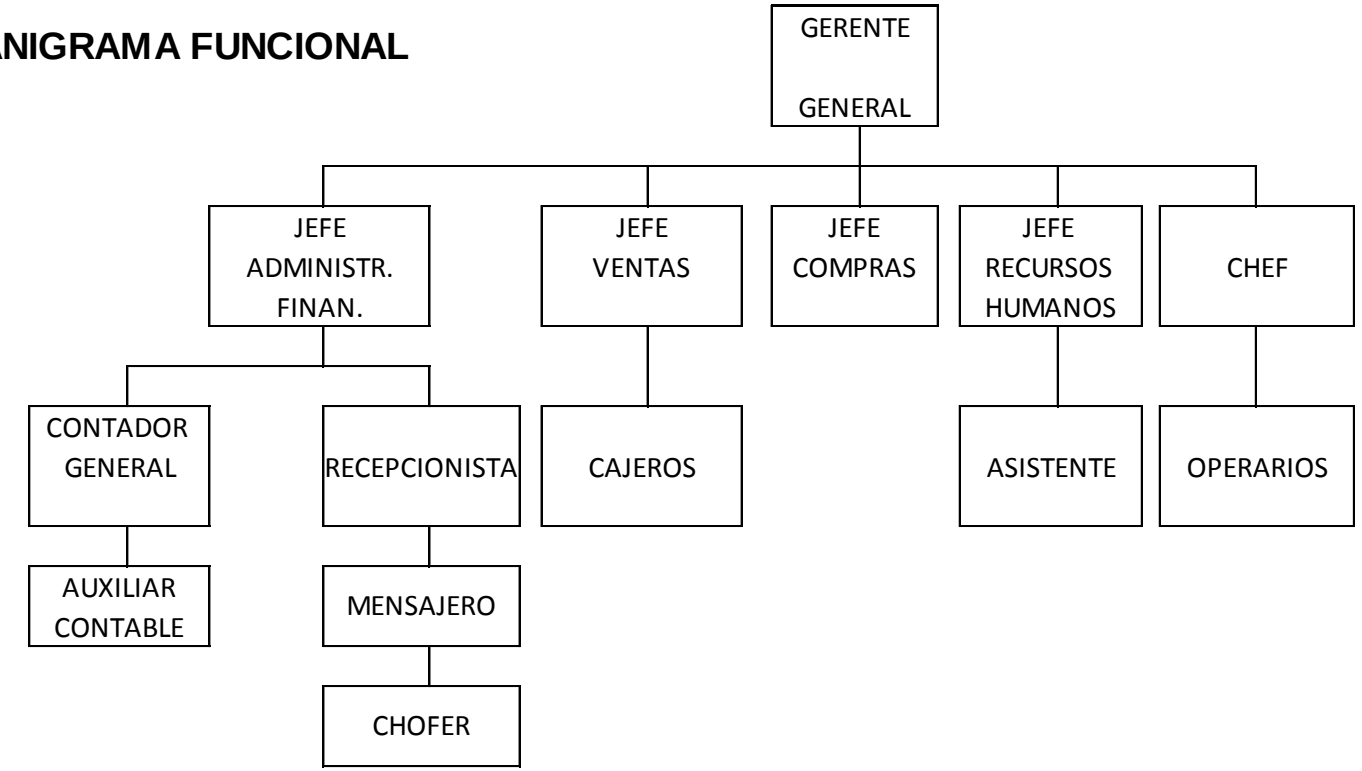
En el Plan de Recursos Humanos trataremos de analizar y determinar todos los elementos relacionados con la política de personal: la definición de capacidades, la organización funcional, la dimensión y estructura de la plantilla, la selección, contratación y formación del personal, y todos aquellos aspectos relacionados con la dimensión humana de la empresa desde la detección de conflictos hasta el desarrollo de estrategias de solución. (Guía CEEI, 2012, s/n)

4.1.1 Organigrama

El organigrama es una representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa, o de cualquier entidad productiva, comercial, administrativa, política, etc., en la que se indica y muestra, en forma esquemática, la posición de la áreas que la integran, sus líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes, líneas de comunicación y de asesoría

GRAFICO 23

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Realizado por: David Alarcón

GERENCIA GENERAL

4.1.1.1 Naturaleza

Este grupo se divide en tres tipos de organigramas:

- Microadministrativos: Corresponden a una sola organización, y pueden referirse a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman.

- Macroadministrativos: Involucran a más de una organización.

- Mesoadministrativo: Consideran una o más organizaciones de un mismo sector de actividad o ramo específico. Cabe señalar que el término mesoadministrativo corresponde a una convención utilizada normalmente en el sector público, aunque también puede utilizarse en el sector privado. (Promonegocios.net, 2009, s/n)

4.1.1.2 Finalidad

Este grupo se divide en cuatro tipos de organigramas:

- Informativo: Se denominan de este modo a los organigramas que se diseñan con el objetivo de ser puestos a disposición de todo público, es decir, como información accesible a personas no especializadas. Por ello, solo deben expresar las partes o unidades del modelo y sus relaciones de líneas y unidades asesoras, y ser

graficados a nivel general cuando se trate de organizaciones de ciertas dimensiones.

- Analítico**:** Este tipo de organigrama tiene por finalidad el análisis de determinados aspectos del comportamiento organizacional, como también de cierto tipo de información que presentada en un organigrama permite la ventaja de la visión macro o global de la misma, tales son los casos de análisis de un presupuesto, de la distribución de la planta de personal, de determinadas partidas de gastos, de remuneraciones, de relaciones informales, etc. Sus destinatarios son personas especializadas en el conocimiento de estos instrumentos y sus aplicaciones.

- Formal: Se define como tal cuando representa el modelo de funcionamiento planificado o formal de una organización, y cuenta con el instrumento escrito de su aprobación. Así por ejemplo, el organigrama de una Sociedad Anónima se considerará formal cuando el mismo haya sido aprobado por el Directorio de la S.A.

- Informal**:** Se considera como tal, cuando representando su modelo planificado no cuenta todavía con el instrumento escrito de su aprobación. (Promonegocios.net, 2009, s/n)

4.1.1.3 Ámbito

Este grupo se divide en dos tipos de organigramas:

- Generales: Contienen información representativa de una organización hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características. En el sector público pueden abarcar hasta el nivel de dirección general o su equivalente, en tanto que en el sector privado suelen hacerlo hasta el nivel de departamento u oficina.

- Específicos: Muestran en forma particular la estructura de un área de la organización. (Promonegocios.net, 2009, s/n)

4.1.2 Funciones del personal

4.1.2.1 Administrativas

Las oficinas administrativas están conformadas por la Gerencia General, el departamento Financiero Contable, el departamento de Ventas, el departamento de Recursos Humanos y el departamento de Producción.

Sabemos que la administración es el eje principal de la organización donde está controlada toda la actividad económica que vamos a

realizar desde que empezamos con el pedido de materia prima (cuanto, cuando, donde) hasta que entregamos el pedido del producto terminado, así que vamos a detallar el proceso que se va a seguir

Está conformado por el administrador, una persona que tenga las competencias necesarias para producir riqueza a la compañía mediante negociaciones con clientes, proveedores, empleados y alcanzar un nivel óptimo en las funciones que va a desempeñar, tendrá que ser un buen líder para que en los tiempos austeros su equipo de trabajo no lo abandone y sigan con los objetivos trazados.

El trabajo en equipo va ser una cualidad que deberá tener este Gerente General ya que vamos a necesitar estar muy compactos todos los departamentos con sus jefaturas porque es una empresa nueva y van a ver muchos problemas en el camino hasta empezar y para no caer tenemos que estar con unas buenas bases.

Las proyecciones de la empresa que ya están realizadas deberán cumplirse conforme al cronograma estructurado y el administrador deberá cumplir con los recursos que se le ha otorgado para realizar su actividad en representación de la empresa.

Departamento Administrativo Financiero

Este departamento tiene la responsabilidad de administrar y tener las finanzas de la empresa, es por eso que debe tener personal muy preparado para ejercer los cargos que son los de Jefe Administrativo Financiero, contador general, asistente contable, recepcionista, mensajero y chofer.

El jefe administrativo financiero debe ser responsable de diseñar, implementar y controlar las estrategias financieras de la compañía, tanto estructurales como operativas para maximizar la rentabilidad. Las funciones generales que va a tener son: realizar la gestión con los bancos para obtener financiamiento para la empresa, realizar las inversiones de acuerdo al saldo de caja que obtengamos mensualmente, proyectar y planificar el flujo de caja mensual y anual para el control de los recursos, control del presupuesto ya realizado con anterioridad, supervisión de estados financieros, y analizar los índices financieros.

El contador general deberá tener sólidos conocimientos en Contabilidad, Costos, normativa NIIF'S, Tributación y ley de Compañías, pensamiento analítico, habilidad numérica, trabajo en equipo, dinamismo y solución de conflictos. Las funciones que va a tener son: Elaboración de estados financieros, declaración de impuestos, supervisión de ingreso de información al sistema contable

financiero, supervisión de conciliación bancaria, activos fijos, niveles óptimos de inventarios y revisión de pago a proveedores.

El asistente contable deberá tener sólidos conocimientos en Contabilidad, normativa tributaria. Las funciones que va a tener son: ingresos de compras (costos, gastos y activos), realizar las retenciones de compra, ingreso de retenciones en ventas, pago a proveedores previo autorización del contador general y del jefe administrativo financiero y conciliaciones bancarias.

La recepcionista deberá tener conocimientos contables, para poder realizar su trabajo más eficientemente. Las funciones que va a tener son: contestar los teléfonos para dar cualquier información referente a los productos, ubicación de la empresa y dirigir estas llamadas a los diferentes empleados que los requieran, llamar a los clientes para realizar cobros y entrega de retenciones.

El mensajero deberá tener conocimientos sobre trámites que se realizan en las entidades públicas a las cuales estamos sujetos. Las funciones que va a tener son: entregar y recibir documentación de clientes, proveedores, depósitos en efectivo y cheques de cobros por las ventas realizadas, etc.

El chofer deberá tener mínimo licencia Tipo “C”, tener conocimientos en manejo de camiones de 5 toneladas o más. Las

funciones que va a tener son: ayuda a subir el producto, constatación del producto que sube al camión, entrega oportuna del material, ayuda en los cobros de facturas y en la recepción de retenciones, mantenimiento del camión que se le ha entregado.

Departamento de Recursos Humanos

El jefe de este departamento tendrá que tener conocimientos sólidos del Código de Trabajo, Ley de Seguridad Social, Código Tributario, Código Orgánico de Producción, Inversión y Comercio, porque hay muchos artículos que tienen que ver con los empleados en estos 2 últimos Códigos. Las funciones que va a tener son: la elaboración de reglamento interno, la selección de personal, que tiene que ser el más idóneo para trabajar en la organización mediante procesos ya establecidos, capacitación al personal en nuevos procedimientos a seguir ya sean internos o externos, motivar al personal para que su trabajo sea más productivo, poner los sueldos mediante ponderaciones de estudios realizados, experiencia laboral, competencias, responsabilidades, incentivos, multas y realizar la nómina de pagos.

El asiste de recursos humanos deberá tener conocimientos básicos sobre Código de Trabajo, Ley de Seguridad Social, Código Tributario, Código Orgánico de Producción, Inversión y Comercio. Las funciones que va a tener son: realizar contratos de trabajo, actas de finiquito, novedades de aumento de sueldo, de enfermedad, de

maternidad, realizar los pagos al personal de sueldo (quincenal y mensual), calculo y pago de provisiones como son de: décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, fondos de reserva, cálculo de utilidades y de salario digno.

Departamento de Producción

El jefe de este departamento va a ser el chef el cual debe tener conocimientos sólidos y experiencia en la realización de todos los productos que vamos a realizar como son: bolones y empanadas de verde, tiene que ser un profesional de conocimientos muy técnicos ya que no podemos tener mucho desperdicios en nuestra producción y además debe saber las cantidades de grasas, calorías, azucares y sales exactas, para que no sean perjudiciales para la salud. Las funciones que va a tener son: tener los costos de los productos a comercializar, verificar que todos los empleados de la planta realicen su trabajo a cabalidad. Ir de la mano con el presupuesto ya asignado.

Los operarios deben tener una experiencia mínima en cocina sobre los productos que vamos a comercializar ya que es lo que nos pide la gerencia general para poder empezar con los trabajos en la cocina, después con el tiempo estos mismos ya van adquirir experiencia y podrán enseñar al personal nuevo que ingrese a la empresa.

4.1.2.2 Ventas

El jefe de ventas deberá ser un profesional en Marketing, también deberá tener una sólida experiencia en la comercialización de los productos que vamos a expender. Las funciones que va a tener son: realizar un plan de ventas, la publicidad de los productos, realizar los combos de productos que tengan más aceptación en los clientes, capacitación al personal en nuevos productos, buscar clientes para venta de nuestro producto al por mayor.

Los cajeros deberán tener experiencia en caja y en ventas ya que nuestros ellos van a tener que cobrar y ofrecer nuestros a nuestra distinguida clientela. Las funciones que va a tener son: cobrar, vender, realizar retenciones, mantener su puesto de trabajo limpio y ordenado y en el caso de que no haya clientes la limpieza del local.

4.1.3 Remuneración

La remuneración es todo lo que recibe una persona en una empresa u organización como pago al trabajo que ha realizado dentro de un tiempo determinado.

4.1.3.1 Remuneración básica unificada

La remuneración básica unificada es el salario mínimo establecido legalmente, para cada periodo laboral, que los empleadores deben pagar a sus trabajadores en compensación por sus labores realizadas.

Esta cantidad es muy importante ya que se utiliza como referencia de cálculo para el pago de multas de tránsito, juicio de alimentos, tarifas de servicios, etc. El ministro de trabajo, Carlos Marx Carrasco, anunció en diciembre que existirá un incremento de $14 dólares, con respecto al año anterior, es decir, la remuneración básica unificada durante 2015 es de $ 354 dólares.

A diferencia de años anteriores, el incremento de $14 dólares al SBU, puede considerarse como "poco", esto, causado sobre todo por la caída del precio del barril de petróleo. Los trabajadores del sector público no tendrán un incremento, porque sus remuneraciones más bajas son más altas en comparación con el que el sector privado.

En Ecuador la remuneración básica unificada la fija el Ministerio del Trabajo. Este sueldo comprende jornadas de 40 horas semanales. Además del pago mensual existen otros sobresueldos, estos son: (Foros Ecuador, 2015, s/n)

Décimo tercero o bono navideño: este sobresueldo se lo calcula desde el 1 de diciembre hasta el 30 de noviembre del siguiente año y

su valor correspondía a todo lo ganado (sueldo, horas extras, comisiones, bonos mensuales) en este periodo dividido para doce y su fecha máxima de pago era el 24 de diciembre pero para este año 2015 se lo puede pagar mensualisadamente si así lo requiere el empleado, caso contario se lo seguirá pagando en la fecha antes mencionada.

Décimo cuarto o bono escolar: este sobresueldo se lo calcula desde el 1 de agosto hasta el 31 de julio del siguiente año y se cancela hasta el 15 de agosto para la región sierra y para la región costa y Galápagos desde el 1 marzo hasta el 28 de febrero y se cancela hasta el 15 de marzo y su valor correspondía a una remuneración básica unificada ($354) dividido para doce, para este año 2015 se lo puede pagar mensualisadamente si así lo requiere el empleado, caso contario se lo seguirá pagando en la fecha antes mencionada.

Fondos de Reserva: los fondos de reserva se los cancela a partir de un año de trabajo con el mismo empleador, el valor de estos fondos corresponde a todo lo ganado en un mes (sueldo, horas extras, comisiones, bonos) dividido para 12 y eso se lo cancela mensualmente o se lo aporta al IESS según lo requiera el empleado, para que se lo acumule en el IESS ay que realizar una solicitud y se acumularan durante 36 meses y después de este tiempo los podrá retirar.

4.3.1.2 Comisiones

La comisión es la cantidad que se cobra por realizar transacciones comerciales que corresponden a un porcentaje sobre el importe de la operación.

En los departamentos comerciales de las compañías es costumbre remunerar a los vendedores en, al menos, dos módulos por:

- Uno fijo que corresponde a la remuneración mensual pactada en contrato.

- Otro variable que corresponde a la comisión sobre la venta realizada.

El objetivo de la comisión es incentivar el esfuerzo del vendedor que obtendrá mayores ingresos cuanto mayor importe de venta genere.

La comisión suele consistir en un porcentaje fijo aplicado sobre el precio de la venta pero también puede establecerse un diferente baremo en virtud de la línea de productos, el canal de distribución, la categoría del cliente, etc. La razón es que las compañías suelen remunerar mejor las ventas con mayor rentabilidad. (Wikipedia, 2005, s/n)

4.3.1.2 Bonos

El concepto bono responde a una secuencia específica y determinada de la prestación de servicios, como por ejemplo, el estímulo a la productividad, a la asistencia, a la eficiencia, a la puntualidad, etc. De esta forma, si se quiere incentivar un aspecto de la relación laboral las partes son libres para convenir el pago de un determinado monto que se encuentren condicionado al cumplimiento de ciertos requisitos que las mismas partes fijan, de manera que cumpliéndose los requisitos se devenga el bono. Finalmente, cabe señalar que el bono es remuneración y por tanto imponible, por ser una contraprestación en dinero que percibe el dependiente del empleador por causa del contrato de trabajo. (Dirección del trabajo de Chile, 2001, s/n).

4.1.4 Análisis FODA

Un análisis FODA es una evaluación de las fortalezas de una empresa, sus debilidades, oportunidades y amenazas, y es a menudo la primera herramienta utilizada para determinar la viabilidad de la empresa. (Plan de Negocios, 2013, s/n)

4.1.4.1 Fortalezas

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc. (Matriz FODA, 2011, s/n). Y que las detallamos a continuación:

- Es un producto de alto consumo en el mercado.
- Es un producto que tiene vitaminas y es nutritivo.
- El servicio es personalizado para los clientes.
- La empresa es innovadora en la atención y la comercialización de los productos.
- La Cocina está en medio del restaurante.
- Los clientes pueden ver como se realiza su pedido para darles más seguridad en la higiene.
- En el sector no hay un restaurante especializado en esta comida.
- Las platos que se van a comercializar van a ser nuevos en el mercado.
- Es un restaurante moderno.

4.1.4.2 Oportunidades

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas. (Matriz FODA, 2011, s/n)

- Diversos proveedores de productos para el restaurante.
- Acogida de los consumidores por que el producto es sano y no chatarra.
- Inclusión de nuevos productos en el menú.
- Tendencia de los clientes por los nuevos locales de comida.
- Comercialización del producto por internet ya que es una herramienta de comunicación masiva.
- Captar un segmento de mercado de entre 20 y 60 años

4.1.4.3 Debilidades

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. (Matriz FODA, 2011, s/n)

- Es una empresa nueva en el mercado.

- Los precios están un poco altos en comparación de los competidores.
- El restaurante no cuenta con parqueaderos suficientes para los clientes.
- La empresa no cuenta con servicio de entregas a domicilio.
- El local no cuenta con zona de juegos para los niños.

4.1.4.4 Amenazas

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. (Matriz FODA, 2011, s/n)

- Cuando la competencia es muy agresiva.
- Las tendencias son desfavorables en el mercado.
- Los competidores copian las ideas implementadas del restaurante.
- Suben precios de insumos.

4.2 TRÁMITES LEGALES

Para constituir una empresa mediante la cual vamos a abrir el restaurante necesitamos realizar algunos trámites como son:

4.2.1 SRI

GRAFICO 24



Fuente: http://www.sri.gob.ec/web/guest/home
Elaborado por: SRI

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es un organismo autónomo de la República del Ecuador que nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con

equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria.
Su Directora General actual es la Economista Ximena Amoroso Iñiguez

4.2.1.1 RUC

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.
El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras. (SRI, 2015, s/n)

Obligaciones Tributarias

Anexo accionistas, participes, socios, miembros del directorio y administradores: este anexo se lo realiza con los datos de cedulas, cargos, porcentajes, país, ciudad en donde resides, calle, numero de casa y referencia.

Anexo Relación dependencia: este anexo se lo llena con la información de los sueldos, decimos, fondos de reserva, utilidades, aportes del IESS personal y gastos personales, de los empleados de todo el ejercicio fiscal.

Anexo transaccional simplificado: en este anexo se describe todas las compras, notas de crédito, ventas y retenciones una por una que se realizan en un mes determinado.

Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades: en la declaración del impuesto a la renta (formulario 101) deben ir el Estado de Situación Financiera (Balance General) y el Estado de Resultado Integral (Pérdidas y Ganancias) y de la utilidad que da este último estado, primero se calcula el 15% y se resta de la utilidad y de esta base se calcula el 22% que rige para el año 2015, como consta en el siguiente ejemplo.

Tabla 26

Utilidad	15000
15% Participación trabajadores	2250
Base para cálculo de Imp. Ren.	12750
22% Impuesto a la Renta	**2805**

Declaración de Retenciones en la Fuente: en la declaración de las retenciones en la fuente (formulario 103) se debe declarar los sueldos que se pagan mensualmente menos el IESS personal y gastos personales y todas las retenciones que se realizan a nuestros proveedores como son: transferencia de bienes y servicios, para los bienes se retiene el 1% pero para los servicios hay diferentes porcentajes por ejemplo, Servicios donde predomina la mano de obra sobre el intelecto el 2%, servicios donde predomina el intelecto sobre la mano de obra el 8% y si tiene título de tercer nivel registrado en el SENESCYT el 10%, arriendos el 8%, para seguros el 10% del 10% de la prima, para transporte el 1%, para publicidad el 1%.

Declaración mensual de IVA: en la declaración mensual del IVA (formulario 104) hay que realizar un resumen de todas las ventas, compras y cruzar el IVA de estos también hay que declarar las retenciones de IVA que realizaron en la sociedad (persona jurídica) en un mes determinado.

FICHA DE REQUISITOS SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

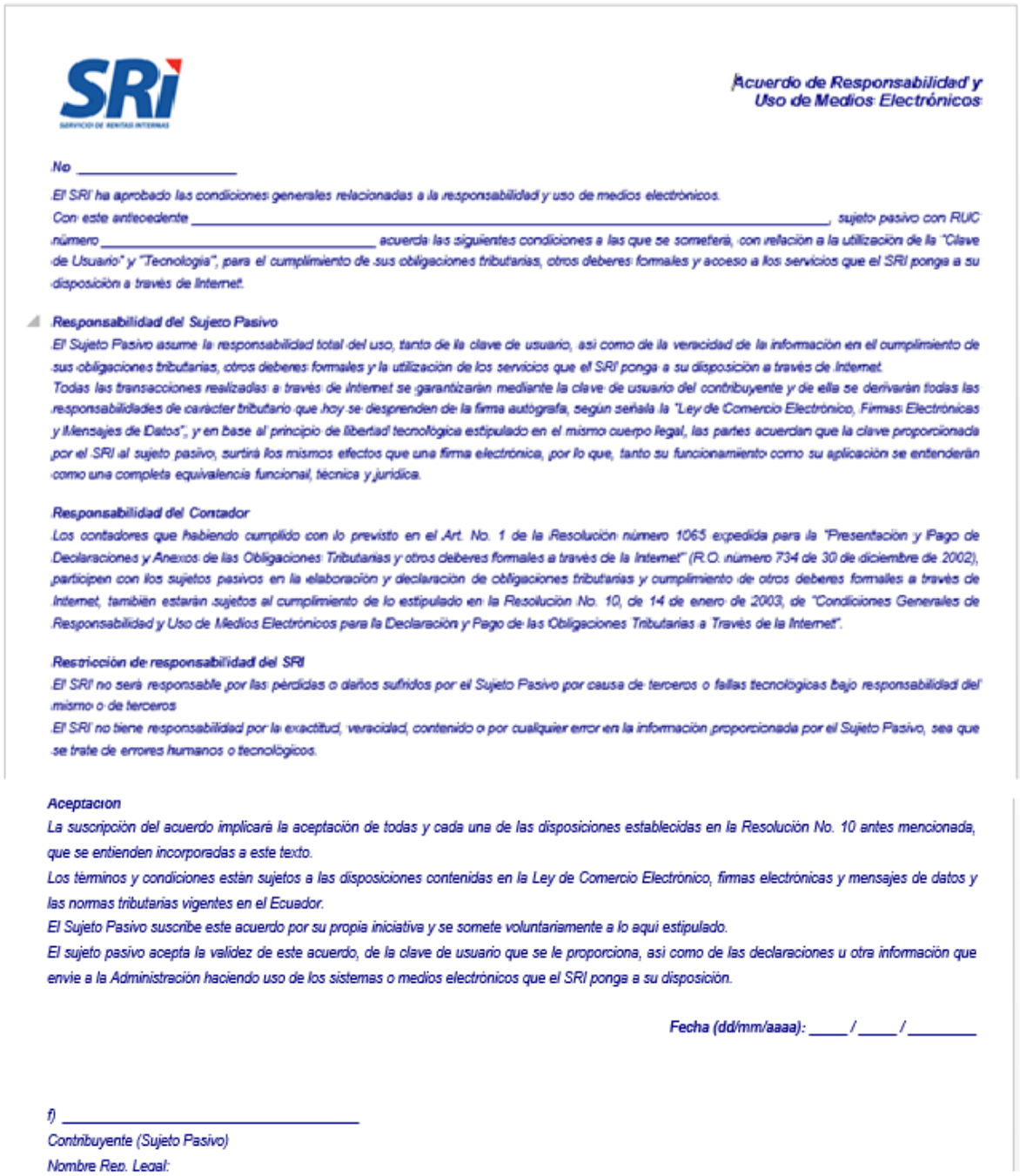
REQUISITOS GENERALES PARA INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE RUC SOCIEDADES

DOCUMENTOS	SOCIEDADES PRIVADAS					SOCIEDADES PÚBLICAS	OBSERVACIONES ESPECÍFICAS
	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, INCLUSIVE LAS COMPAÑÍAS TENEDORAS DE ACCIONES O HOLDING, SUCURSALES EXTRANJERAS	BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	CIVILES Y COMERCIALES	CIVILES, DE HECHO, PATRIMONIOS INDEPENDIENTES O AUTÓNOMOS CON O SIN PERSONERÍA JURÍDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACIÓN, CONSORCIO DE EMPRESAS, EMPRESAS UNIPERSONALES	ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO Y BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA (SEPS)	SECTOR PÚBLICO Y EMPRESAS PÚBLICAS	
Formulario	RUC 01-A, debidamente lleno y firmado por el Representante Legal, (si la sociedad registra más de 5 accionistas, esta información no se registrará en el formulario, se deberá presentar la misma en medio magnético de acuerdo a la ficha técnica que la puede consultar en la página web del SRI). RUC 01-B se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz						Los formularios deben ser firmados por el representante legal, apoderado o liquidador designado, según corresponda
Identificación de la sociedad	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para los establecimientos permanentes de las compañías extranjeras deberán presentar la resolución otorgada por la Superintendencia de Compañías que autoriza a la sucursal de la compañía extranjera a operar en el país.		Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución con la sentencia del Juez de lo Civil, inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. Únicamente para el caso de Empresas Unipersonales la escritura pública de constitución deberá ser inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada de la publicación en el Registro Oficial del Decreto Ejecutivo, Acuerdo Ministerial o Resolución por medio del cual se otorga personería jurídica	Original y copia del Registro Oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública; u, original y copia de la Ley, Decreto, Ordenanza o Resolución que apruebe la creación de la institución, empresa pública o ente contable independiente o desconcentrado	Este documento establece la creación de la sociedad, el mismo que le otorga su personería jurídica
	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías e imprimir la hoja de datos generales y accionistas	-					Las hojas de datos generales se componen de: datos generales y socios/accionistas, excepto en las sucursales extranjeras quienes no presentan la hoja de accionistas
Representación	Verificar en la página web de la Superintendencia de Compañías el nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil a excepción de los Fideicomisos Mercantiles, Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales. Para las sucursales extranjeras y establecimientos permanentes, se solicitará original y copia certificada del poder conferido al Mandatario de la compañía Extranjera inscrito en el Registro Mercantil. En el caso de que el nombramiento de representante legal no se encuentre disponible en la página web de la Superintendencia de Compañías se solicitará el requisito en original y copia	Original y Copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil	Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal con reconocimiento de firmas o protocolizado, para el caso de las Empresas Unipersonales y Civiles Comerciales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil		Original y copia, o copia certificada del nombramiento, avalado por el organismo ante el cual la organización se encuentra registrada	Original y copia del documento o acto administrativo que lo acredite como representante legal, emitido por la máxima autoridad	Para el caso de Sociedades sin fines de lucro, la fecha del nombramiento será aquella que consta como de legalización ante el organismo competente o la fecha del acta de la asamblea en la que se eligió la directiva. Los nombramientos de representantes legales de entidades de culto religioso deberán estar inscritos en el Registro de la Propiedad. La fecha de registro del nombramiento en el sistema es la fecha de emisión del documento en el que exista una delegación expresa de funciones y responsabilidades tributarias como representante legal. Para sociedades públicas se podrá aceptar la acción de personal siempre y cuando se especifique que cumplirá con las funciones indicadas, el cargo y la fecha de vigencia. En el caso que el nombramiento de representante legal se encontrara caducado y no se ha gestionado una actualización posterior del mismo, se podrá presentar la certificación emitida por el Registro Mercantil o Registro de la Propiedad indicando que no exite un nombramiento registrado con posterioridad en dicho organismo.
Documento de Identificación del Representante Legal y documento de ubicación de la sociedad	REMITIRSE A LA HOJA DE IDENTIFICACIÓN CORRESPONDIENTE A REQUISITOS GENERALES PARA VERIFICAR LA IDENTIFICACIÓN DEL REPRESENTANTE LEGAL Y LA UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD						

Elaborado por: SRI

4.2.1.2 Clave

La clave del SRI se la obtiene firmando un acuerdo de responsabilidad en donde el Representante Legal se compromete a utilizar los servicios electrónicos del Servicio de Rentas Internas (SRI).



SRI

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos

No. _____

El SRI ha aprobado las condiciones generales relacionadas a la responsabilidad y uso de medios electrónicos.

Con este antecedente _____, sujeto pasivo con RUC número _____ acuerda las siguientes condiciones a las que se someterá, con relación a la utilización de la "Clave de Usuario" y "Tecnología", para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, otros deberes formales y acceso a los servicios que el SRI ponga a su disposición a través de Internet.

Responsabilidad del Sujeto Pasivo

El Sujeto Pasivo asume la responsabilidad total del uso, tanto de la clave de usuario, así como de la veracidad de la información en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, otros deberes formales y la utilización de los servicios que el SRI ponga a su disposición a través de Internet.

Todas las transacciones realizadas a través de Internet se garantizarán mediante la clave de usuario del contribuyente y de ella se derivarán todas las responsabilidades de carácter tributario que hoy se desprenden de la firma autógrafa, según señala la "Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos", y en base al principio de libertad tecnológica estipulado en el mismo cuerpo legal, las partes acuerdan que la clave proporcionada por el SRI al sujeto pasivo, surtirá los mismos efectos que una firma electrónica, por lo que, tanto su funcionamiento como su aplicación se entenderán como una completa equivalencia funcional, técnica y jurídica.

Responsabilidad del Contador

Los contadores que habiendo cumplido con lo previsto en el Art. No. 1 de la Resolución número 1065 expedida para la "Presentación y Pago de Declaraciones y Anexos de las Obligaciones Tributarias y otros deberes formales a través de la Internet" (R.O. número 734 de 30 de diciembre de 2002), participen con los sujetos pasivos en la elaboración y declaración de obligaciones tributarias y cumplimiento de otros deberes formales a través de Internet, también estarán sujetos al cumplimiento de lo estipulado en la Resolución No. 10, de 14 de enero de 2003, de "Condiciones Generales de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos para la Declaración y Pago de las Obligaciones Tributarias a Través de la Internet".

Restricción de responsabilidad del SRI

El SRI no será responsable por las pérdidas o daños sufridos por el Sujeto Pasivo por causa de terceros o fallas tecnológicas bajo responsabilidad del mismo o de terceros

El SRI no tiene responsabilidad por la exactitud, veracidad, contenido o por cualquier error en la información proporcionada por el Sujeto Pasivo, sea que se trate de errores humanos o tecnológicos.

Aceptacion

La suscripción del acuerdo implicará la aceptación de todas y cada una de las disposiciones establecidas en la Resolución No. 10 antes mencionada, que se entienden incorporadas a este texto.

Los términos y condiciones están sujetos a las disposiciones contenidas en la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos y las normas tributarias vigentes en el Ecuador.

El Sujeto Pasivo suscribe este acuerdo por su propia iniciativa y se somete voluntariamente a lo aquí estipulado.

El sujeto pasivo acepta la validez de este acuerdo, de la clave de usuario que se le proporciona, así como de las declaraciones u otra información que envíe a la Administración haciendo uso de los sistemas o medios electrónicos que el SRI ponga a su disposición.

Fecha (dd/mm/aaaa): ____/____/_____

f) _____

Contribuyente (Sujeto Pasivo)

Nombre Rep. Legal:

Fuente: www.**sri**.gob.ec/...e2df.../Nuevo+**Acuerdo**+de+**Responsabilidad**2015.pdf
Elaborado por: SRI

4.2.2 Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

GRAFICO 25



Fuente: http://www.quito.gob.ec/
Elaborado por: Municipio de Quito

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito es el organismo que ejerce el gobierno del Distrito Metropolitano de Quito. Está encabezado por el Alcalde Metropolitano de Quito, quien preside el Concejo Metropolitano, escoge a Administradores Zonales, Directores Metropolitanos, Gerentes de Institutos, Agencias y Empresas Metropolitanas.

El Alcalde Metropolitano de Quito es la máxima autoridad administrativa y política del Distrito Metropolitano de Quito. Es la cabeza del cabildo y representante del Municipio. El Alcalde Metropolitano lidera el poder ejecutivo

del Gobierno Autónomo Metropolitano. El actual Alcalde Metropolitano es Mauricio Rodas de SUMA.

4.2.2.1 LUAE

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de agilitar los servicios que presta a la ciudadanía, presenta el nuevo proceso para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas

- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía.

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito: www.quito.gob.ec, o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de las Administraciones Zonales. (Municipio de Quito, 2014, s/n)

4.2.2.2 Patente

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 547 del COOTAD, están obligados al pago anual del impuesto de patentes municipales, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, con establecimiento en la jurisdicción municipal metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales , industriales , financieras , inmobiliarias y profesionales.

Esta disposición de carácter general no hace distinción entre personas naturales y jurídicas obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, para los cuales el Municipio de Quito estableció un calendario que fija fechas límites para el pago sin recargos, de acuerdo al último dígito de la cédula de identidad delos contribuyentes.

La obtención de la patente, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad, se la deberá obtener

dentro delos treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro delos treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

Quienes no tramiten su patente hasta esas fechas, o lo hagan después, deberán pagarlos respectivos intereses.

La tarifa del impuesto se establece en función del Patrimonio Neto con el que opere el sujeto pasivo dentro de la circunscripción territorial del DMQ. Se entiende por patrimonio neto la diferencia entre el total del activo y total del pasivo, en base a registros públicos que corresponden al ejercicio inmediatamente anterior.

La tarifa mínima es de diez dólares y la máxima de veinticinco mil dólares delos Estados Unidos de América.

Reducción del impuesto

Cuando un negocio demuestre haber sufrido pérdidas conforme a la declaración aceptada en el Servicio de Rentas Internas, o por fiscalización efectuada por la predicha entidad o por la municipalidad o distrito metropolitano, el impuesto se reducirá a la mitad. La reducción será hasta de la tercera parte, si se demostrare un descenso en la utilidad de más del cincuenta por ciento en relación con el promedio obtenido en los tres años inmediatos anteriores.

Exención

Estarán exentos del impuesto únicamente los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Las municipalidades podrán verificar e inspeccionar el cumplimiento de las condiciones de la actividad económica de los artesanos, para fines tributarios.

Los artesanos calificados indicarán del número del Acuerdo Ministerial, de la Junta Nacional del Artesano, fechas de resolución y calificación.

De igual manera están exentos del pago de patente, instituciones del Estado del sector público, instituciones que no perciben finalidad de lucro y que lo han documentado debidamente, organizaciones diplomáticas, organizaciones dedicadas a actividades de educación que demuestran que la utilidad que perciben la utilizan en el giro que perciben.

Las personas NO obligadas a llevar contabilidad pueden realizar su declaración de la patente en cualquier administración zonal municipal (norte, sur, Los Chillos, Tumbaco, Calderón, Quitumbe, balcón de servicios de la zona Centro, La Delicia). Para el efecto deberán descargar de la página web del Municipio de Quito www.quito.gob.ec el respectivo formulario.

Es requisito obligatorio que el formulario esté firmado por el contribuyente titular.

Personas OBLIGADAS a llevar contabilidad

El trámite para las personas obligadas a llevar contabilidad inicia con la obtención de una clave que puede ser solicitada, igualmente, en cualquier administración zonal del Municipio. Con esa clave se realiza la declaración vía web en www.quito.gob.ec y posteriormente se procederá a cancelar en el sistema financiero (bancos, mutualistas, cooperativas).

Requisitos para la obtención de la clave:

Copia de la cédula y papeleta de votación de la última elección
Carta de solicitud de la clave dirigida al Director Metropolitano Tributario, firmada por la persona natural obligada a llevar contabilidad señalando número de RUC, número de registro de Patente y razón social.

Si el trámite lo realiza una tercera persona se deberá incluir un párrafo con la autorización de entrega con el nombre de la persona y el número de cédula.

Con esta información, el siguiente paso es la declaración del impuesto de patente y el respectivo pago en el sistema financiero, bancos, mutualistas y cooperativas que mantienen convenios con la Municipalidad.

4.2.3 Superintendencia de Compañías

GRAFICO 26



Fuente: http://www.supercias.gob.ec/portal/
Elaborado por: Superintendencia de Compañías, Valores y seguros

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

4.2.3.1 Constitución de Compañía

La constitución de la compañía se la puede realizar ahora vía electrónica como a continuación se va a detallar.

Para el proceso simplificado de constitución de compañías, utilizará el sistema informático de la Superintendencia de Compañías y Valores, al que se accederá a través del portal web institucional, www.supercias.gob.ec, el cual deberá mantenerse abierto para todos los usuarios en forma permanente e ininterrumpida.

La constitución y registro de compañías por el sistema simplificado de constitución por vía electrónica exige que el capital sea pagado únicamente en numerario y que las compañías no sean parte del mercado de valores.

Clave de acceso

La Superintendencia de Compañías y Valores facilitará en su portal web institucional, una opción mediante la cual los usuarios se registren y generen una clave personal de acceso, a fin de ingresar al Sistema Informático y realizar el proceso simplificado de constitución y registro por vía electrónica.

Sujetos que intervienen en el proceso

1. **Usuario Solicitante.-** Conjunto de accionistas o socios fundadores: el Usuario solicitante, el responsable de ingresar en el sistema la información veraz y necesaria para que se

genere y concluya el proceso, para lo cual debe incorporar los documentos habilitantes;

2. **Superintendencia de Compañías y Valores;**

3. Notarios.- Deberá recoger las firmas de los otorgantes, o de sus representantes o apoderados; incorporar los habilitantes y las cláusulas de estilo exigidas por ley, y las de los administradores en los nombramientos; correspondiéndole posteriormente; firmar electrónicamente la versión digitalizada de éstos y continuar el proceso, en el sistema informático de la Superintendencia de Compañías y Valores;

4. Registradores Mercantiles.- También se incluye a los Registradores de la Propiedad que realicen funciones de llevanza de los libros del Registro Mercantil en aquellos cantones en donde no exista el funcionario específico.

5. Servicio de Rentas Internas.- En el presente proceso será responsable de generar electrónicamente el registro único de contribuyentes.

Proceso

Usuario solicitante

1. Ingresa al sistema (SCED), con su nombre de usuario y contraseña.

2. Selecciona la reserva de denominación aprobada, para la compañía a constituir.

3. Llena formulario "Solicitud de Constitución de Compañía" en el sistema.

4. Adjunta documentos habilitantes desmaterializados.

5. Selecciona la Notaría de su preferencia del listado de notarías activas.

El sistema consulta a la tabla de aranceles del Sistema Nacional de Registro Mercantil (SNRM) y del Consejo de la Judicatura y muestra los valores a pagar por servicios notariales y registrales; así como, los términos y condiciones del proceso por vía electrónica.

6. Si no está de acuerdo con los términos y condiciones, finaliza trámite.

7. Si está de acuerdo con los términos y condiciones, inicia el trámite.

Superintendencia de Compañías Y Valores - Sistema (SCED)

8. Asigna un número de trámite.

9. Genera la proforma única en la que constarán los valores por los servicios registrales.

10. Notifica mediante correo electrónico al Usuario solicitante, la información de la Notaria seleccionada, los valores que debe pagar por servicios notariales y registrales, el número de trámite generado y la institución bancaria donde debe realizar el pago.

11. Una vez que la institución bancaria realiza la consulta de los valores en línea, remite la información de los valores por cobrar al banco.

Usuario solicitante

12. Realiza el pago por los servicios notariales y registrales. El pago se puede efectuar por cualquiera de las formas establecidas en el convenio de recaudación suscrito para el efecto.

Superintendencia de Compañías Y Valores

13. Verifica que el pago se haya realizado.

14. Si el pago se realizó, notifica mediante correo electrónico al Notario y con un llamado del servicio web al Registro Mercantil, comunicando que el pago fue realizado.

Notario

15. Ingresa al sistema (SCED).

16. Revisa que la información ingresada por el Usuario solicitante, coincida con los documentos habilitantes adjuntos.

17. Si existen observaciones, registra las observaciones en el sistema y devuelve el trámite al Usuario solicitante para que finalice con el trámite o corrija las observaciones y remita el trámite al Notario.

18. Asigna fecha y hora de cita para firmar escritura y nombramientos, y el sistema notifica mediante correo electrónico al Usuario, para que acuda personalmente a firmar los documentos correspondientes.

- Mientras tanto, el Banco remitirá en línea la información de las recaudaciones realizadas.

19. El Usuario acude a la cita con el Notario en el día y a la hora establecida. En el caso de que el Usuario no se presente el día acordado, el Notario podrá asignar una nueva cita. Si el Usuario no se presenta en la segunda llamada, el Notario finaliza el trámite.

20. El Notario ingresa al sistema, recoge firmas autógrafas o electrónicas de socios o accionistas y administradores, y desmaterializa la escritura y los nombramientos.

21. Adjunta documentos desmaterializados y firma electrónicamente la escritura y los nombramientos.

Superintendencia de Compañías Y Valores

22. Notifica mediante correo electrónico al Usuario sobre la generación de la escritura y los nombramientos.

23. Remite información de la escritura y los nombramientos al Sistema Nacional de Registro Mercantil.

Registro Mercantil

24. Ingresa al Sistema Nacional de Registro Mercantil (SNRM).

25. Recupera la información del trámite correspondiente.

26. Verifica el pago del trámite.

- El Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada, remitirá tanto los datos como los documentos firmados electrónicamente.

27. Ingresa el número de factura pre-impresa.

28. Selecciona la forma de pago e imprime la factura.

29. El SNRM genera automáticamente el número de repertorio y asigna al Revisor Legal.

30. El Revisor Legal verifica que los documentos del trámite cumplan con la normativa aplicable.

31. Revisa en los libros que no exista otros títulos que impidan la inscripción actual, y asigna el trámite automáticamente al Inscriptor designado.

32. El Inscriptor Revisa la información del trámite, ingresada por el Revisor Legal, para determinar si se encuentra correcta y completa.

33. Si existen causas para negar la inscripción, registra dicha negativa.

34. Si no existen causas para negar la inscripción, genera número de inscripciones e imprime las razones pertinentes y las actas de las inscripciones generadas.

35. El Registrador Mercantil ingresa al Sistema Nacional de Registro Mercantil y firma tanto física como electrónicamente: las actas, las razones y la marginación, de ser el caso.

Dinardap - Sistema Nacional De Registro Mercantil

36. Remite la razón de inscripción o negativa firmada electrónicamente y los datos correspondientes al Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada.

Superintendencia de Compañías Y Valores

37. Si se negó la inscripción, las facturas se enviarán por Correos del Ecuador a las direcciones definidas para el efecto.

38. Notifica mediante correo electrónico al Usuario y al Notario sobre la negativa de inscripción y la finalización del trámite. Fin del Procedimiento.

39. Si se inscribieron los documentos, notifica mediante correo electrónico al Municipio correspondiente sobre la inscripción realizada.

40. Genera número de expediente para la compañía.

41. Remite información de la compañía al Servicio de Rentas Internas.

Servicio de Rentas Internas

42. Valida la información recibida.

43. Genera el número de RUC para la compañía.

44. Remite el número de RUC al Sistema de Constitución Electrónica y Desmaterializada.

Superintendencia de Compañías Y Valores

45. Registra el número de RUC asignado a la Compañía.

46. Graba información del trámite de constitución en la base de datos de Registro de Sociedades.

47. Notifica la finalización del trámite de constitución a todos los participantes: Usuario solicitante, Notario, Registrador Mercantil y Servicio de Rentas Internas.

48. Notifica la finalización del trámite de constitución a las áreas de Registro de Sociedades y Control de la Superintendencia de Compañías y Valores.

Declaración juramentada

Dentro del contrato de constitución, deberá constar una declaración juramentada, en donde se indique que los socios o accionistas depositarán el capital social de la compañía en una institución bancaria, en cuenta aperturáda a nombre de ésta.

Costos

El uso de la plataforma informática de la Superintendencia de Compañías y Valores, para la constitución y registro de compañías, mediante el proceso simplificado por vía electrónica, es gratuito. Sin embargo, el Usuario solicitante deberá cancelar los valores que se causen por los servicios notariales y registrales, pagos que se realizarán en las instituciones vinculadas al proceso,

utilizando los aranceles o derechos fijados en leyes o demás disposiciones de aplicación general.

Control posterior

Las compañías que se constituyan mediante el proceso simplificado de constitución y registro por vía electrónica, de conformidad con las reformas a la Ley de Compañías y el presente Reglamento, quedarán sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías y Valores, facultad que se ejercerá con posterioridad a su anotación en el Registro de Sociedades de este organismo de control.

Para esto, la compañía deberá presentar los documentos aplicables que justifiquen la correcta integración del capital social; siendo estos, el estado de situación financiera inicial, el comprobante de depósito y asiento de diario en la modalidad prevista para el efecto, documentación que debe presentarse en el plazo 30 días posteriores a la inscripción de la escritura de constitución en el Registro Mercantil, bajo pena de aplicarse sanciones pecuniarias o adecuarse a las causales de intervención o cancelación de inscripción en el Registro Mercantil, contempladas en la Ley de Compañías. (Derecho Ecuador, 2014, s/n)

4.2.3.2 Portal de trámites en línea

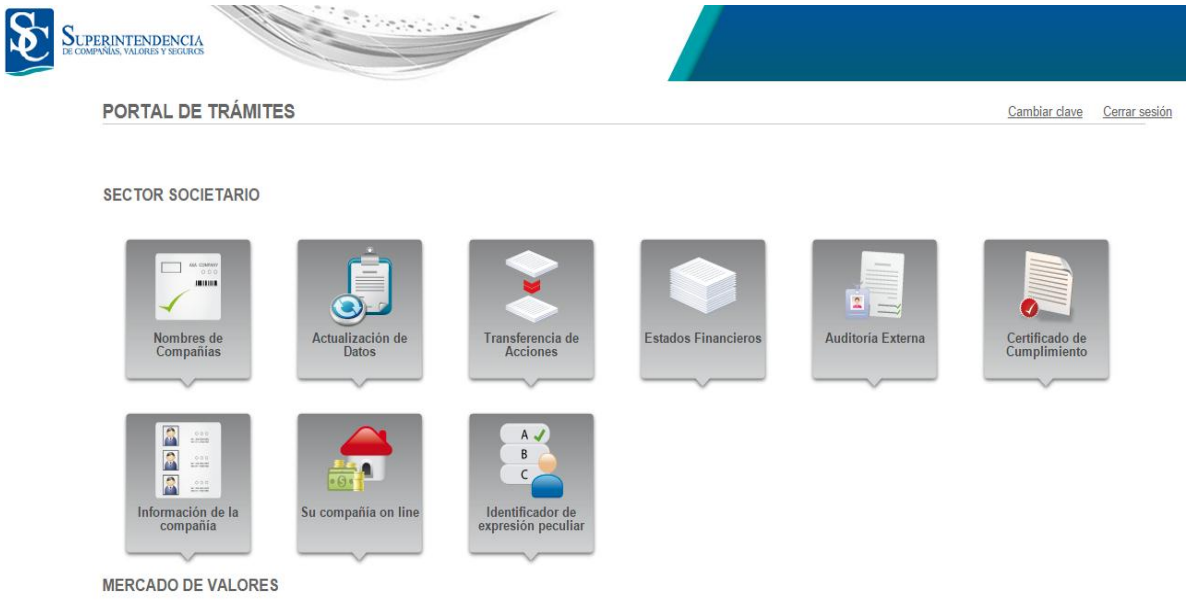
GRAFICO 27



Fuente: http://appscvs.supercias.gob.ec/portalTramites/
Elaborado por: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Este portal nos da la opción de ingresar al sector societario, mercado de valores y seguros, pero para el estudio que realizamos solo nos interesa el sector societario.

GRAFICO 28



Fuente:https://www.supercias.gov.ec/web/privado/seguridad/cgi/clientes/cl_seguridad_supercias.exe/seguridad_tramites
Elaborado por: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Nombre de compañías.- en este portal se pueden poner el nombre de la compañía como ya lo vimos anteriormente que solo es para nuevos usuarios que necesitan crear una nueva empresa.

Actualización de datos.- aquí se puede actualizar la información como es la información de representante legal, accionistas o socios, dirección, teléfonos, etc.

Transferencia de acciones.- en este módulo se puede realizar las transferencias de acciones que se puede realizar por la venta de las mismas.

Estados Financieros.- aquí se carga los estados financieras como son: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados

Integral, Estado de Flujos de Efectivo, Estado de Evolución del Patrimonio, además se carga también, Notas a los Estados Financieros, Actas de Junta de Accionistas, RUC, Informe de Gerente General, Informe de Comisario.

Auditoria Externa.- en este módulo se registra a la persona jurídica o natural que va a realizar la auditoría del año anterior.

Certificado de Cumplimiento.- esta opción nos da un certificado de haber cumplido con las obligaciones que tenemos con esta institución.

Información de la compañía.- esta opción pertenece al mercado de valores.

Su compañía online.- en este módulo se puede consultar las siguientes opciones:

Consulta de registro de Sociedades

- Datos generales de la compañía
- Actos jurídicos
- Cambios por notificación
- Socios o accionistas
- Administradores actuales
- Administradores Anteriores

- Sucursales
- Balances
- Información Tarjetas C.R. Anterior
- Información Tarjetas de Circulación Restringida
- Información ventas a crédito

Consulta de contribuciones

- Ingreso solicitud 50%
- Títulos/ ND Emitidos
- Depósitos/ NC
- Convenios de pago
- Mayor general
- Liquidación de valores

Identificador de expresión peculiar.- esta opción es para la reserva del nombre de la nueva empresa que va a crear.

4.2.4 IESS

GRAFICO 29



Fuente: https://www.iess.gob.ec/
Elaborado por: IESS

4.2.4.1 Registro

En esta página web debemos de realizar el registro de la empresa con el RUC que ya nos otorgó el Servicio de Rentas Internas (SRI) para poder ingresar a los empleados y realizar los aportes mensuales como son:

Aporte Personal

Este aporte se calcula de la remuneración (sueldo, horas extras, comisiones bonos) mensual y es del 9.45% y se le descuenta al empleado

de su sueldo ósea si tu remuneración del mes es de 1.000,00 dólares el aporte es de 94,50 dólares como en el siguiente ejemplo.

Remuneración	1.000,00
Aporte Personal 9,45%	94,50
Neto a recibir	905,50

Aporte Patronal

Este valor se calcula de la remuneración (sueldo, horas extras, comisiones bonos) mensual y es el 11.15%, más el 0.5% que le pertenece al IECE y más 0.5% que le pertenece SETEC en total es el 12.15% que tiene que aportar el empleador como en el siguiente ejemplo.

Remuneración	1.000,00
Aporte Patronal 12,15%	121,50

Fondos de Reserva

Este rubro se lo paga en el rol mensual o se lo puede acumular durante 36 meses en el IESS según lo decida el empleado a partir del primer año de trabajo y ese lo calcula de la remuneración (sueldo, horas extras, comisiones bonos) mensual y es el 8.33% y lo tiene que cancelar el empleador como en el siguiente ejemplo.

Remuneración 1.000,00

Fondo de Reserva 8,33% 83.33

Préstamos Quirografarios e Hipotecarios

Cuando un empleado realiza un préstamo quirografario o Hipotecario en el IESS acepta que las cuotas de los mismos serán descontadas por el empleador mensualmente a través de su rol.

Resumen de documentación necesaria

Tabla 28

DOCUMENTACION REQUERIDA PARA APERTURAR UNA EMPRESA		
INSTITUCION	**TRAMITE**	**REQUISITOS**
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS	ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN	Nombre de empresa, minuta de abogado, cuenta de integración, socios, copias de cédula y papeleta de votación de los socios, elevar a escritura pública.
REG. MERCANTIL	NOMBRAMIENTO	Acta de junta de socios designando a los representantes, copia de cédula y papeleta de votación.
SRI	RUC	Escritura de constitución, nombramientos de representante legal, copia de cedula y papeleta de votación del representante legal, factura de servicios básicos de donde va a funcionar.
MINISTERIO DE TRABAJO	CLAVE	NUMERO DE RUC
IESS	CLAVE	NUMERO DE RUC
DINARDAP	CLAVE	NUMERO DE RUC
BOMBEROS	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	NUMERO DE RUC
MINISTERIO DEL AMBIENTE	CATEGORIZACION	NUMERO DE RUC
MINISTERIO DE SALUD	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO SANITARIO	Formulario de solicitud, RUC, copia de cédula y papeleta de votación del representante legal, escritura de constitución, comprobante pago de permiso de funcionamiento.
MUNICIPIO DE QUITO	LUAE	Informe de compatibilidad y uso de suelos, Permiso sanitario, Permiso de funcionamiento de bomberos, Permiso Ambiental, Rotulación (identificación de la actividad económica)
MUNICIPIO DE QUITO	Patente	NUMERO DE RUC

Elaborado por: David Alarcón

CAPÍTULO 5

PROPUESTA FINANCIERA

5.1 ANALISIS FINANCIERO

Procedimiento utilizado para evaluar la estructura de las fuentes y usos de los recursos financieros. Se aplica para establecer las modalidades bajo las cuales se mueven los flujos monetarios, y explicar los problemas y circunstancias que en ellos influyen. (SOFOM ANEC, 2013, S/N)

5.1.1 Inversión

En este contexto la inversión se refiere al empleo de capital en algún tipo de negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en posponer al futuro un posible consumo en el presente. Quien invierte sólo cede su posibilidad de consumo de hoy a cambio de una adecuada compensación. (Portafolio.co, 2013, s/n)

5.1.1.1 Inversión Inicial

La inversión inicial que se va a necesitar para iniciar con el restaurante se va a distribuir de la siguiente manera:

Tabla 29

INVERSION INICIAL	
Propiedad Planta y Equipo	**50.489,90**
Gastos de constitución	**1.822,66**
Capital de Trabajo	**65.100,64**
Nomina para 2 meses	19.680,12
Compras del 50% de un mes	26.092,44
Gastos Fijos ponderados	19.328,08
TOTAL	**117.413,20**

Elaborado por: David Alarcón

Como se demuestra en el cuadro anterior, la inversión inicial toral requerida para la implementación del proyecto asciende a USD 117.413,20.

En propiedad planta y equipo se va a necesitar el valor de 50.489.90 dólares porque se quiere iniciar con todo el activo fijo comprado de contado, con el siguiente desglose:

Tabla 30

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
Muebles-Enseres y Herramientas de cocina (Vida útil 10 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
9	Mesas Rectangulares	150,00	1.350,00	135,00
6	Mesas Ovaladas	105,00	630,00	63,00
20	Silletas para mesas	45,00	900,00	90,00
22	Silletas para barra	50,00	1.100,00	110,00
12	Sillones para mesas ovaladas	250,00	3.000,00	300,00
8	Sillones para mesas rectangulares	200,00	1.600,00	160,00
1	Cocina Industrial	550,00	550,00	55,00
1	Plancha Industrial	470,00	470,00	47,00
1	Batidora Industrial	280,00	280,00	28,00
1	Licuadora Industrial	250,00	250,00	25,00
1	Microondas	250,00	250,00	25,00
TOTAL			10.380,00	1.038,00

Muebles de oficina (Vida útil 10 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
1	Escritorio gerencial	400,00	400,00	40,00
1	Silleta de gerente	150,00	150,00	15,00
9	Escritorios	200,00	1.800,00	180,00
9	Silletas de secretarias	70,00	630,00	63,00
5	Repisas	270,00	1.350,00	135,00
9	Archivadores aéreos metálicos	120,00	1.080,00	108,00
TOTAL			5.410,00	541,00

Equipo de Computación (Vida útil 3 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
1	Laptop	850,00	850,00	283,33
9	CPU (incluye teclado y mouse)	450,00	4.050,00	1.350,00
9	Monitores	150,00	1.350,00	450,00
3	Impresoras Matriciales	300,00	900,00	300,00
2	Impresoras Multifunción	550,00	1.100,00	366,67
1	Impresora Digital a Color	950,00	950,00	316,67
10	UPS regulador de voltaje	99,99	999,90	333,30
TOTAL			10.199,90	3.399,97

Vehículos (Vida útil 5 años)				
Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total	Dep. Anual
1	Camioneta	21.000,00	21.000,00	4.200,00
1	Moto	3.500,00	3.500,00	700,00
TOTAL			24.500,00	4.900,00

ACTIVOS FIJOS		
DESCRIPCION	Valor Total	Dep. Anual
Muebles-Enseres y Herramientas de cocina (Vida útil 10 años)	**10.380,00**	**1.038,00**
Muebles de oficina (Vida útil 10 años)	**5.410,00**	**541,00**
Equipo de Computación (Vida útil 3 años)	**10.199,90**	**3.399,97**
Vehículos (Vida útil 5 años)	**24.500,00**	**4.900,00**
TOTAL	**50.489,90**	**9.878,97**

Elaborado por: David Alarcón

En lo que se refiere al capital de trabajo necesario para arrancar con el negocio, asciende a USD 65.100,64, el mismo que corresponde a los siguientes rubros:

En la nómina vamos a necesitar el valor equivalente a dos meses de sueldo que es la suma de 19.682,12 dólares para afrontar el inicio del restaurante.

Tabla 31

ROL MENSUAL								
N°	**Empleado**	**Sueldo**	**Décimo tercero**	**Décimo cuarto**	**Fondo de reserva**	**Vacaciones**	**Aporte patronal**	**TOTAL MENSUAL**
1	**Gerente General**	2.000,00	166,67	29,50	166,60	83,33	243,00	2.689,10
2	**Chef**	1.800,00	150,00	35,50	149,94	75,00	218,70	2.429,14
3	**Operarios 1**	500,00	41,67	36,50	41,65	20,83	60,75	701,40
4	**Operarios 2**	500,00	41,67	37,50	41,65	20,83	60,75	702,40
5	**Mesero 1**	500,00	41,67	38,50	41,65	20,83	60,75	703,40
6	**Mesero 2**	500,00	41,67	39,50	41,65	20,83	60,75	704,40
7	**Contador General**	1.500,00	125,00	42,50	124,95	62,50	182,25	2.037,20
8	**Auxiliar Contable**	700,00	58,33	43,50	58,31	29,17	85,05	974,36
9	**Recepcionista**	500,00	41,67	44,50	41,65	20,83	60,75	709,40
10	**Mensajero**	500,00	41,67	45,50	41,65	20,83	60,75	710,40
11	**Chofer**	500,00	41,67	46,50	41,65	20,83	60,75	711,40
12	**Cajera**	500,00	41,67	47,50	41,65	20,83	60,75	712,40
	TOTAL MENSUAL	**10.000,00**	**833,33**	**487,00**	**833,00**	**416,67**	**1.215,00**	**13.785,00**
	TOTAL ANUAL	120.000,00	10.000,00	5.844,00	9.996,00	5.000,00	14.580,00	165.420,00

Elaborado por: David Alarcón

El valor de los costos o compra de materia prima tenemos el valor de 28.774,69 dólares, este valor es del 50% de las compras de un mes de materia prima.

Tabla 32

PRESUPUESTO DE COMPRAS

Descripción	Unidad de Medida	Valor Unit.	Cantidad	Dólares	Emp/Bolón	Cant. por unid.	Precio Unit. Emp/Bolón	Unidades Diarias	Unidades Mensuales	Ventas Mensuales
PLATANO VERDE	Unidad	0,08	117,0	9,36	50	2,340	0,1872	1.880	56.413	4.513
QUESO	Kilo	5	5,0	25,00	50	0,100	0,5000	26	780	3.899
CHICHARRON	Libras	2,5	13,5	33,75	50	0,123	0,6750	31	926	5.094
CARNE DE RES	Libras	2,9	20,0	58,00	50	0,182	1,1600	6	183	1.168
CARNE DE POLLO	Libras	2,5	20,0	50,00	50	0,182	1,0000	57	1.710	9.407
CAMARON	Libras	4,3	11,0	47,30	50	0,100	0,9460	6	169	1.597
VEGETALES	Paquetes	1	10,0	10,00	50	0,200	0,2000	8	255	255
HUEVOS	Unidad	0,07	50,0	3,50	50	1,000	0,0700	26	793	55
ACEITE	Litros	2,5	4,0	10,00	50	0,080	0,2000	64	1.929	4.822
GAS	Unidad	1,8	1,0	25,00	50	0,020	0,5000	32	964	1.736
AZUCAR	Libras	0,5	3,0	1,50	50	0,060	0,0300	35	1.042	1.146
ESPECIAS		0,4	3,0	1,20	50	0,060	0,0240	48	1.446	579
SERVILLETAS	Paquetes	0,6	0,6	0,36	50	0,012	0,0072	29	868	521
PULPAS PARA JUGOS	Unidad	2,86	17,0	48,68	50	0,340	0,9735	46	1.394	3.992
GASEOSAS	Unidad	0,4	50,0	20,00	50	1,000	0,4000	88	2.653	1.061
CAFÉ	Paquetes	8	5,0	40,00	50	0,100	0,8000	58	1.737	13.893
TOTAL COMPRAS										**57.549,38**

Elaborado por: David Alarcón

Los gastos tienen un valor ponderado del 12% que significa en dinero 19.328.08 dólares.

Tabla 33

Gastos

	Valor
Gasto Sueldo y beneficios	118.080,72
Gasto Arriendo	9.600,00
Gasto Suministros de Oficina	3.600,00
Gasto Suministros de cocina	2.240,00
Gasto Cuentas incobrables	0,00
Gasto Combustibles	1.320,00
Gasto Mantenimiento Vehículo	600,00
Gasto Mantenimiento Instalaciones	1.800,00
Gasto Mantenimiento Equipos	1.440,00
Gasto de utilería de cocina	4.305,00
Gasto Servicios Básicos	2.160,00
Gasto Internet	540,00
Gasto Celular	1.440,00
Gasto Depreciaciones	9.878,97
Gasto de amortizaciones	1.822,66
Gasto financiero	2.240,00
TOTAL	**161.067,35**
12%	19.328,08

Elaborado por: David Alarcón

5.1.1.2 Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento que el restaurante va tener son dos:

1) Accionistas: los accionistas del restaurante van a realizar una inversión de 97.413.20 dólares, y con el requerimiento de mantener una tasa mínima aceptable de rendimiento del 24.72% anual

2) Institución Financiera: se va necesitar realizar un préstamo a una institución financiera para completar la inversión inicial que necesitamos y es de 20.000,00 dólares, cuya tabla de amortización se presenta a continuación:

Tabla 34

PRESTAMO		
Capital:	20.000,00	
Tasa:	11,20%	
Tiempo:	5	Años
Pago:	$ 5.438,66	

Tabla de amortización				
				capital
N°	Capital	interés	dividendo	reducido
0				20.000,00
1	3.198,66	2.240,00	5.438,66	16.801,34
2	3.556,91	1.881,75	5.438,66	13.244,43
3	3.955,28	1.483,38	5.438,66	9.289,15
4	4.398,27	1.040,39	5.438,66	4.890,88
5	4.890,88	547,78	5.438,66	0,00

Elaborado por: David Alarcón

5.1.2 Presupuestos

Un presupuesto es un plan operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. Por lo tanto, cuando haces un presupuesto para tu empresa, en realidad lo que estás haciendo es planear a futuro. Entonces te preguntas cuánto piensas vender, qué necesitas hacer para lograrlo, cuánto tienes que gastar y, lo mejor de todo, sabrás cuánto vas a ganar en un periodo. Obviamente, esto es una estimación que puedes hacer de acuerdo con tu experiencia y la información que conoces. (Emprende Pyme, 2008, s/n)

5.1.2.1 Presupuesto de Ventas

Tabla 35

PRESUPUESTO DE VENTAS											
							2016	2017	2018	2019	2020
		Cantidad	Cantidad	Cantidad	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
MENU	PVP	Diaria	Mensual	Anual	Diaria	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Bolones de queso	1,50	23	690	8.280	34,50	1.035,00	12.420,00	14.283,00	16.425,45	18.889,27	21.722,66
Bolones de carne de res	2,50	7	210	2.520	17,50	525,00	6.300,00	7.245,00	8.331,75	9.581,51	11.018,74
Bolones de pollo	2,25	137	4.095	49.140	307,13	9.213,75	110.565,00	127.149,75	146.222,21	168.155,54	193.378,88
Bolones de chicharrón	1,80	131	3.920	47.040	235,20	7.056,00	84.672,00	97.372,80	111.978,72	128.775,53	148.091,86
Bolones de camarón	2,20	25	735	8.820	53,90	1.617,00	19.404,00	22.314,60	25.661,79	29.511,06	33.937,72
Bolones mixtos (queso y chicharrón)	2,70	88	2.650	31.800	238,50	7.155,00	85.860,00	98.739,00	113.549,85	130.582,33	150.169,68
Combo Bolón + estofado de carne	3,50	23	690	8.280	80,50	2.415,00	28.980,00	33.327,00	38.326,05	44.074,96	50.686,20
Combo Bolón + estofado de pollo	3,50	23	690	8.280	80,50	2.415,00	28.980,00	33.327,00	38.326,05	44.074,96	50.686,20
Combo Bolón + ensalada	2,00	23	690	8.280	46,00	1.380,00	16.560,00	19.044,00	21.900,60	25.185,69	28.963,54
Combo Bolón + huevo frito	1,80	23	690	8.280	41,40	1.242,00	14.904,00	17.139,60	19.710,54	22.667,12	26.067,19
Empanadas de queso	1,80	23	690	8.280	41,40	1.242,00	14.904,00	17.139,60	19.710,54	22.667,12	26.067,19
Empanadas de pollo	2,35	137	4.095	49.140	320,78	9.623,25	115.479,00	132.800,85	152.720,98	175.629,12	201.973,49
Empanadas de carne de res	2,40	7	210	2.520	16,80	504,00	6.048,00	6.955,20	7.998,48	9.198,25	10.577,99
Empanadas de camarón	2,55	25	735	8.820	62,48	1.874,25	22.491,00	25.864,65	29.744,35	34.206,00	39.336,90
Empanadas vegeterianas	1,60	8	240	2.880	12,80	384,00	4.608,00	5.299,20	6.094,08	7.008,19	8.059,42
Cafes	1,00	504	15.120	181.440	504,00	15.120,00	181.440,00	208.656,00	239.954,40	275.947,56	317.339,69
Jugos	1,40	119	3.570	42.840	166,60	4.998,00	59.976,00	68.972,40	79.318,26	91.216,00	104.898,40
Gaseosas	0,90	77	2.310	27.720	69,30	2.079,00	24.948,00	28.690,20	32.993,73	37.942,79	43.634,21
TOTAL BOLONES o EMPANADAS		**700**			**2.329,28**	**69.878,25**	**838.539,00**	**964.319,85**	**1.108.967,83**	**1.275.313,00**	**1.466.609,95**

Elaborado por: David Alarcón

5.1.2.2 Presupuesto de Costos

Tabla 36

PRESUPUESTO DE COSTOS													
Descripción	Unidad de Medida	Valor Unit.	Cantidad	Dólares	Emp/Bolón	Cant. por unid.	Precio Unit. Emp/Bolón	Unidades Anuales	2016 Valor Anual	2017 Valor Anual	2018 Valor Anual	2019 Valor Anual	2020 Valor Anual
PLATANO VERDE	Unidad	0,08	117,0	9,36	50	2,340	0,1872	676.953	54.156,2112	62.279,6429	71.621,5893	82.364,8277	94.719,5519
QUESO	Kilo	5	5,0	25,00	50	0,100	0,5000	8.148	40.740,0000	46.851,0000	53.878,6500	61.960,4475	71.254,5146
CHICHARRON	Libras	2,5	13,5	33,75	50	0,123	0,6750	9.676	53.217,0000	61.199,5500	70.379,4825	80.936,4049	93.076,8656
CARNE DE RES	Libras	2,9	20,0	58,00	50	0,182	1,1600	1.913	12.206,4480	14.037,4152	16.143,0275	18.564,4816	21.349,1538
CARNE DE POLLO	Libras	2,5	20,0	50,00	50	0,182	1,0000	17.869	98.280,0000	113.022,0000	129.975,3000	149.471,5950	171.892,3343
CAMARON	Libras	4,3	11,0	47,30	50	0,100	0,9460	1.764	16.687,4400	19.190,5560	22.069,1394	25.379,5103	29.186,4369
VEGETALES	Paquetes	1	10,0	10,00	50	0,200	0,2000	2.808	2.808,0000	3.229,2000	3.713,5800	4.270,6170	4.911,2096
HUEVOS	Unidad	0,07	50,0	3,50	50	1,000	0,0700	8.280	579,6000	666,5400	766,5210	881,4992	1.013,7240
ACEITE	Litros	2,5	4,0	10,00	50	0,080	0,2000	23.144	57.859,2000	66.538,0800	76.518,7920	87.996,6108	101.196,1024
Gas	Unidad	1,8	1,0	25,00	50	0,020	0,5000	11.572	20.829,3120	23.953,7088	27.546,7651	31.678,7799	36.430,5969
Azúcar	Libras	0,5	3,0	1,50	50	0,060	0,0300	10.886	11.975,0400	13.771,2960	15.836,9904	18.212,5390	20.944,4198
Especias		0,4	3,0	1,20	50	0,060	0,0240	17.358	6.943,1040	7.984,5696	9.182,2550	10.559,5933	12.143,5323
Servilletas	Paquetes	0,6	0,6	0,36	50	0,012	0,0072	10.415	6.248,7936	7.186,1126	8.264,0295	9.503,6340	10.929,1791
PULPAS PARA JUGOS	Unidad	2,86	17,0	48,68	50	0,340	0,9735	14.566	41.705,0689	47.960,8293	55.154,9537	63.428,1967	72.942,4262
GASEOSAS	Unidad	0,4	50,0	20,00	50	1,000	0,4000	27.720	11.088,0000	12.751,2000	14.663,8800	16.863,4620	19.392,9813
CAFÉ	Paquetes	8	5,0	40,00	50	0,100	0,8000	18.144	145.152,0000	166.924,8000	191.963,5200	220.758,0480	253.871,7552
TOTAL COMPRAS								48.373	580.475,2177	667.546,5004	767.678,4754	882.830,2468	1.015.254,7838
Mano de obra									45.743,2800	49.402,7424	53.354,9618	57.623,3587	62.233,2274
GRAN TOTAL									**626.218,4977**	**716.949,2428**	**821.033,4372**	**940.453,6055**	**1.077.488,0112**

Elaborado por: David Alarcón

5.1.2.3 Presupuesto de gastos

Tabla 37

PRESUPUESTO DE GASTOS

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto Sueldo y beneficios	118.080,72	127.527,18	137.729,35	148.747,70	160.647,52
Gasto Arriendo	9.600,00	12.480,00	16.224,00	21.091,20	27.418,56
Gasto Suministros de Oficina	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Gasto Suministros de cocina	2.240,00	2.464,00	2.710,40	2.981,44	3.279,58
Gasto Combustibles	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92	1.932,61
Gasto Mantenimiento Vehículo	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Gasto Mantenimiento Instalaciones	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Gasto Mantenimiento Equipos	1.440,00	1.584,00	1.742,40	1.916,64	2.108,30
Gasto de utilería de cocina	4.305,00	4.735,50	5.209,05	5.729,96	6.302,95
Gasto Servicios básicos	2.160,00	2.592,00	3.110,40	3.732,48	4.478,98
Gasto Internet	540,00	594,00	653,40	718,74	790,61
Gasto Celular	1.440,00	1.584,00	1.742,40	1.916,64	2.108,30
Gasto Depreciaciones	9.878,97	9.878,97	9.878,97	6.479,00	6.479,00
Gasto de amortizaciones	1.822,66	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto financiero	2.240,00	1.881,75	1.483,38	1.040,39	547,78
TOTAL	**161.067,35**	**173.373,39**	**189.340,95**	**204.097,10**	**224.878,80**

Elaborado por: David Alarcón

5.2 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son los documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en sus actividades a lo largo del período. (Gestiopolis, 2001, s/n)

5.2.1 Estados financieros proyectados

La proyección de los estados financieros consiste en calcular cuáles son los estados financieros que presentará la empresa en el futuro. La técnica más habitual para proyectar los estados financieros es el denominado porcentaje de ventas y consiste en realizar los estados financieros proyectados en función de los efectos que tendrán una variación de las ventas en estos. (Enciclopedia Financiera, 2012, s/n)

5.2.1.1 Estado de situación financiera proyectado

Tabla 38

NUEVA EMPRESA ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS					
	2016	2017	2018	2019	2020
ACTIVO	**213.840,63**	**272.579,81**	**350.625,24**	**453.359,26**	**579.680,00**
ACTIVO CORRIENTE	**173.229,70**	**241.847,84**	**329.772,24**	**438.985,26**	**571.785,00**
Efectivo y equivalentes de efectivo	156.458,92	222.561,45	307.592,89	413.479,00	542.452,80
Cuentas por cobrar clientes	16.770,78	19.286,40	22.179,36	25.506,26	29.332,20
Gastos de Constitución	1.822,66	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Amortización acumulada	-1.822,66	0,00	0,00	0,00	0,00
ACTIVO NO CORRIENTE	**40.610,93**	**30.731,97**	**20.853,00**	**14.374,00**	**7.895,00**
Propiedad Planta y Equipo	**40.610,93**	**30.731,97**	**20.853,00**	**14.374,00**	**7.895,00**
Enseres y Herramientas de cocina	10.380,00	10.380,00	10.380,00	10.380,00	10.380,00
Muebles de oficina	5.410,00	5.410,00	5.410,00	5.410,00	5.410,00
Equipo de Computacion	10.199,90	10.199,90	10.199,90	10.199,90	10.199,90
Vehiculos	24.500,00	24.500,00	24.500,00	24.500,00	24.500,00
(-) Depreciacion Acumulada	-9.878,97	-19.757,93	-29.636,90	-36.115,90	-42.594,90
PASIVO	**84.131,34**	**93.810,37**	**106.488,35**	**122.526,96**	**139.954,50**
PASIVO CORRIENTE	**70.886,91**	**84.521,22**	**101.597,47**	**122.526,96**	**139.954,50**
Cuentas por pagar proveedores	48.372,93	55.628,88	63.973,21	73.569,19	84.604,57
15% Participación Trabajadores	7.687,97	11.099,58	14.789,02	19.614,34	24.636,47
Impuesto a la renta por pagar	11.269,09	13.837,48	18.436,97	24.452,55	30.713,47
Porcion Corriente de Prestamos a largo plazo	3.556,91	3.955,28	4.398,27	4.890,88	0,00
PASIVO NO CORRIENTE	**13.244,43**	**9.289,15**	**4.890,88**	**0,00**	**0,00**
Prestamos bancarios por pagar a largo plazo	13.244,43	9.289,15	4.890,88	0,00	0,00
PATRIMONIO	**129.709,29**	**178.769,44**	**244.136,89**	**330.832,30**	**439.725,50**
Capital Social	97.413,20	97.413,20	97.413,20	97.413,20	97.413,20
Utilidad de ejercicios anteriores	0,00	32.296,09	81.356,24	146.723,69	233.419,10
Utilidad del ejercicio actual	32.296,09	49.060,15	65.367,45	86.695,40	108.893,20
PASIVO + PATRIMONIO	**213.840,63**	**272.579,81**	**350.625,24**	**453.359,26**	**579.680,00**

Elaborado por: David Alarcón

5.2.1.2 Estado de resultados integral proyectado

Tabla 39

NUEVA EMPRESA ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS					
AÑO	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Ventas	838.539,00	964.319,85	1.108.967,83	1.275.313,00	1.466.609,95
Costo de ventas	626.218,50	716.949,24	821.033,44	940.453,61	1.077.488,01
Utilidad Bruta	**212.320,50**	**247.370,61**	**287.934,39**	**334.859,40**	**389.121,94**
GASTOS	**161.067,35**	**173.373,39**	**189.340,95**	**204.097,10**	**224.878,80**
Gasto Sueldo y beneficios	118.080,72	127.527,18	137.729,35	148.747,70	160.647,52
Gasto Arriendo	9.600,00	12.480,00	16.224,00	21.091,20	27.418,56
Gasto Suministros de Oficina	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Gasto Suministros de cocina	2.240,00	2.464,00	2.710,40	2.981,44	3.279,58
Gasto Combustibles	1.320,00	1.452,00	1.597,20	1.756,92	1.932,61
Gasto Mantenimiento Vehículo	600,00	660,00	726,00	798,60	878,46
Gasto Mantenimiento Instalaciones	1.800,00	1.980,00	2.178,00	2.395,80	2.635,38
Gasto Mantenimiento Equipos	1.440,00	1.584,00	1.742,40	1.916,64	2.108,30
Gasto de utilería de cocina	4.305,00	4.735,50	5.209,05	5.729,96	6.302,95
Gasto Servicios básicos	2.160,00	2.592,00	3.110,40	3.732,48	4.478,98
Gasto Internet	540,00	594,00	653,40	718,74	790,61
Gasto Celular	1.440,00	1.584,00	1.742,40	1.916,64	2.108,30
Gasto Depreciaciones	9.878,97	9.878,97	9.878,97	6.479,00	6.479,00
Gasto de amortizaciones	1.822,66	0,00	0,00	0,00	0,00
Gasto financiero	2.240,00	1.881,75	1.483,38	1.040,39	547,78
Utilidad Antes de imp. Y part.	**51.253,16**	**73.997,21**	**98.593,45**	**130.762,30**	**164.243,14**
15% Participación Trabajadores	7.687,97	11.099,58	14.789,02	19.614,34	24.636,47
Impuesto a la renta por pagar	11.269,09	13.837,48	18.436,97	24.452,55	30.713,47
Utilidad Neta del Ejercicio	32.296,09	49.060,15	65.367,45	86.695,40	108.893,20

Elaborado por: David Alarcón

5.2.1.3 Flujo de fondos proyectado

Tabla 40

NUEVA EMPRESA FLUJO DE FONDOS PROYECTADO EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS						
	Inversión Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Neta		32.296,09	49.060,15	65.367,45	86.695,40	108.893,20
(+) Depreciaciones		9.878,97	1.584,00	1.742,40	1.916,64	2.108,30
(+) Amortizaciones		1.822,66	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Rescate de Activos Fijos		0,00	0,00	0,00	0,00	7.895,00
(-) Cuota del Préstamo (capital)		3.198,66	3.556,91	3.955,28	4.398,27	4.890,88
FLUJO NETO DE FONDOS	**-117.413,20**	**40.799,06**	**47.087,24**	**63.154,57**	**84.213,77**	**114.005,63**

Elaborado por: David Alarcón

5.2.1.4 Flujo de caja proyectado

Tabla 41

NUEVA EMPRESA FLUJO DE CAJA PROYECTADO EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS						
	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Saldo Inicial	65.100,64	156.458,92	222.561,45	307.592,89	413.479,00	65.100,64
Cobros	821.768,22	961.804,23	1.106.074,87	1.271.986,10	1.462.784,01	5.624.417,43
Caja Disponible	**886.868,86**	**1.118.263,15**	**1.328.636,31**	**1.579.578,98**	**1.876.263,01**	**5.689.518,07**
Pagos:						
Proveedores	532.102,28	660.290,56	759.334,14	873.234,27	1.004.219,41	3.829.180,66
Sueldos	120.000,00	129.600,00	139.968,00	151.165,44	163.258,68	703.992,12
Aportes al IESS	14.580,00	15.746,40	17.006,11	18.366,60	19.835,93	85.535,04
Décimo Tercero	10.000,00	10.800,00	11.664,00	12.597,12	13.604,89	58.666,01
Décimo Cuarto	4.248,00	4.587,84	4.954,87	5.351,26	5.779,36	24.921,32
Fondos de Reserva	14.996,00	16.195,68	17.491,33	18.890,64	20.401,89	87.975,55
Otros Gastos Administrativos	29.045,00	34.085,50	40.249,25	47.830,02	57.204,50	208.414,27
Gasto Financiero	2.240,00	1.881,75	1.483,38	1.040,39	547,78	0,00
15% Participación Trabajadores	0,00	7.687,97	11.099,58	14.789,02	19.614,34	53.190,92
22% Impuesto a la renta	0,00	11.269,09	13.837,48	18.436,97	24.452,55	67.996,10
PAGO CUOTA PRESTAMO	3.198,66	3.556,91	3.955,28	4.398,27	4.890,88	20.000,00
Total Pagos	**730.409,94**	**895.701,71**	**1.021.043,43**	**1.166.099,99**	**1.333.810,21**	**5.119.871,98**
Saldo de Caja	**156.458,92**	**222.561,45**	**307.592,89**	**413.479,00**	**542.452,80**	**569.646,09**

Elaborado por: David Alarcón

5.2.1.5 Punto de Equilibrio

Tabla 42

NUEVA EMPRESA PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS	787.285,84	890.322,64	1.010.374,38	1.144.550,71	1.302.366,81
COSTOS TOTALES	787.285,84	890.322,64	1.010.374,38	1.144.550,71	1.302.366,81
UTILIDAD NETA	0	0	0	0	0

Elaborado por: David Alarcón

5.2.1.6 VAN, TIR y PRI

Tabla 43

CITERIOS PARA SELECCIONAR LA TMAR DEL INVERSIONISTA TMAR(Tasa Mínima Atractiva de Retorno)		
Inflación:	3,66%	Según dato del Banco Central del Ecuador
Riesgo País:	11,76%	Al 2 de diciembre Banco central del Ecuador
Premio x Inv.	12,00%	Tasa mínima requerida por inversionista
TMAR=	**27,42%**	
TMAR del Banco=	11,20%	

TMAR PONDERADA				
INVERSION INICIAL	**VALOR**	**%**	**TMAR**	**TMAR (P)**
CAPITAL PROPIO	97.413,20	83%	27,42%	22,75%
PRESTAMO DEL BANCO	20.000,00	17%	11,20%	1,91%
TOTAL	**117.413,20**	**100%**		**24,66%**
Tasa de Descuento=	**24,66%**			

NUEVA EMPRESA
FLUJO DE FONDOS A VALOR PRESENTE
EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS

	FLUJOS	VALOR PRESENTE	VALOR PRESENTE ACUMULADO
0	-117.413,20	-117.413,20	
1	40.799,06	32.729,03	32.729,03
2	47.087,24	30.301,85	63.030,88
3	63.154,57	32.602,71	95.633,58
4	84.213,77	34.875,06	130.508,64
5	114.005,63	37.873,99	168.382,63
	VAN	**50.969,43**	
	TIR	**40,79%**	

NUEVA EMPRESA
PERIODO DE RECUPERACION INVERSION

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{D}$$

$$PRI = 3 + \frac{(117.413,20 - 95.633,58)}{34.875,99}$$

PRI= 3,624504053 AÑOS

a= Año inmediato anterior que se recupera la inversión
b= Inversión inicial

c= Flujo efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d= Flujo de efectivo presente del año en que se recupera la inversión

CAPÍTULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- El nicho de mercado nos ha obligado a que el restaurante se ubique en la parroquia de Cumbaya, para satisfacer las necesidades que otras empresas dedicadas al servicio de comida no lo han podido realizar hasta la presente fecha.

- El sector donde se va a radicar el restaurante es un lugar estratégico porque ahí no hay restaurantes dedicados exclusivamente a la comercialización de productos en base al plátano verde, hay algunos locales que comercializan productos en base al plátano verde pero como complemento y no como producto estrella.

- El talento humano está distribuido de acuerdo a las necesidades que vamos a tener en la apertura del restaurante, pero con el tiempo vamos a necesitar más personal para satisfacer los requerimientos de la empresa y del cliente.

- Los vehículos que compramos en la apertura del restaurante son los que son estrictamente necesarios para desenvolvimiento normal de la empresa, la camioneta se utilizara en las compras de materia prima e insumos y la moto servirá para realizar trámites internos y también para realizar el servicio a domicilio.

- El VAN (Valor Actual Neto) es de 50. 969,43 dólares esto nos dice que es una buena inversión que se va a realizar ya que además del rendimiento que piden los accionistas que es del 24.66% todavía tenemos un excedente y lo más importante que es mayor a 0.

- La TIR (Tasa Interna de Retorno) también tiene un excelente porcentaje como lo es del 40,79% que es un muy buen rendimiento para cualquier inversión.

- El PRI (Periodo de Recuperación de la inversión) también se lo va a realizar en 3.6245 años y es bueno ya que se tiene recuperada la inversión en menor tiempo de los cinco años para el cual está diseñado el plan de negocios.

- Esperamos que al finalizar el tiempo que es de 5 años los inversionistas decidan invertir en la apertura de nuevas sucursales para que el restaurante no solo este a nivel local sino nacional.

6.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar todos los tramites de permisos del restaurante lo más pronto posible para cuando llegue el día de apertura no se demore por los mismos.

- Se recomienda realizar una investigación de mercados para seguir actualizándonos según siga avanzando la tecnología y no quedarnos caducos en nuestros conocimientos.

- Se recomienda realizar los planos de las instalaciones con personal calificado por el municipio ya que si no están avalados por ellos no dan paso a trámite alguno para los casos de los permisos municipales.

- El personal que va a ser contratado en el departamento de ventas deberá presentar una garantía sobre el producto que se va a vender, ya que ellos son las personas que van a comercializar nuestro producto y no sabemos a quién están vendiendo.

- La maquinaria debe tener las garantías sobre desperfectos de fábrica y también el mantenimiento de la misma ya que la inversión realizada es pagada de contado y debemos de contar con las mismas.

- El valor de los activos fijos después del quinto año tendrán que ser valoradas por un experto ya que debemos tener los bienes a precio de mercado y no lo que nos

dice el valor en libros, y trabajar mancomunadamente con las normas internacionales de información financieras en los temas de deterioro y revalorización de activos.

- Se recomienda a todo el personal que se recicle lo que más se pueda en papel bond, sobres de cartas, sobres de manila, carpetas, etc., porque de esta forma contribuimos al planeta y tenemos menos gasto para la empresa y más utilidad para los trabajadores.

- Hay que tener en cuenta que si pasamos de los veinte y cinco trabajadores deberíamos contratar un empleado con capacidades especiales porque eso nos dice el Código Tributario en el Artículo 42 numeral 33.

- Se recomienda realizar continuamente cursos de servicio al cliente, dirigidos a cajeros y meseros ya que de ellos depende el éxito de nuestras ventas porque si ellos le dan un buen trato a nuestros clientes ellos regresaran y nos recomendaran a sus conocidos.

- Debemos tener en cuenta a la competencia que movimientos realiza ya que podría amenazar con invadir nuestro territorio y deberíamos tener un plan de contingencia en el caso que esto sucediera.

- Y la recomendación especial, realizar todos los trabajos con la mayor concentración y prolijidad, para que sean nuestras horas de trabajo más productivas y tener la satisfacción del deber cumplido.

Bibliografía

Editorial Jurídica del Ecuador. (2010). *Codigo del Trabajo.* Quito: Jurídica del Ecuador.

Editorial Jurídica del Ecuador. (2010). *Ley de Compañías.* Quito: Jurídica del Ecuador.

Editorial Jurídica del Ecuador. (2010). *Ley Organica de REgimen Tributario Interno.* Quito: Jurídica del Ecuador.

Editorial Jurídica del Ecuador. (2010). *Reglamento para la aplicaciíon de la Ley Organica de REgimen TRibutario Interno.* Quito: Jurídica del Ecuador.

Chacon, W. (26 de Enero de 2002). *Conceptos de control Interno*. Recuperado el 11 de Octubre de 2015, de Control Interno: http://www.gestiopolis.com/conceptos-de-control-interno/

Clasev. (20 de Julio de 2010). *Comida Típica el oriente*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de Cocina: http://clasev.net/v2/pluginfile.php/71946/mod_resource/content/1/COMIDA%20T%C3%8DPICA%20DEL%20ORIENTE.pdf

Competitivida Turistica. (09 de Marzo de 2013). *La demanda potencial y el mercado meta*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de La demanda Potencial: http://competitividadturistica.com/la-demanda-potencial-y-el-mercado-meta/

Contaduria Publica. (23 de Mayo de 2012). *Contabilidad*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de Propiedad PLanta y Equipo: http://contaduria-publik.blogspot.com/

Crece negocios. (30 de Diciembre de 2015). *El análisis de la competencia*. Recuperado el 25 de Abril de 2015, de Marketing: http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/

Debitoor. (29 de Noviembre de 2009). *Glosario de Contabilidad*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de DEfinición de activo fijo: https://debitoor.es/glosario/activo-fijo

Definicion ABC. (15 de Mayo de 2015). *General*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2015, de Definición de Localización: http://www.definicionabc.com/general/localizacion.php

Derecho Ecuador. (8 de Abril de 2014). *Derecho Tributario*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de Patente MUnicipal: http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechotributario/2014/04/08/patente-municipal

Derecho Ecuador. (28 de Agosto de 2014). *Doctrinas*. Recuperado el 05 de Noviembre de 2015, de Constitución y registro de compañias via electronica: http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2014/08/08/constitucion-y-registro-de-companias-v-a-electr-nica

Diario La Hora. (13 de Noviembre de 2010). *Delicias de la serranía ecuatoriana*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de MAS COCINA: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101044038#.VTc4BvmUePs

Dirección del trabajo de Chile. (15 de Octubre de 2001). *Centro de consultas*. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de En qué circunstancias las partes pueden convenir un bono?: http://www.dt.gob.cl/consultas/1613/w3-article-60241.html

Distrito Metropolitano de Quito. (29 de Abril de 2015). *Parroquia de Cumbayá*. Recuperado el 29 de Abril de 2015, de Aquicito: http://quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=9&Itemid=15

Editorial Jurídica del Ecuador. (2010). *Constitución de la Republica del Ecuador.* Quito: Jurídica del Ecuador.

Editorial Jurídica del Ecuador. (2012). *Código Tributario.* Quito: Jurídica del Ecuador.

Edukanda. (30 de Diciebre de 2007). *Concepto de población y muestra*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Técnicas de investigación social: http://www.edukanda.es/mediatecaweb/data/zip/940/page_07.htm

EKOS. (29 de dICIEMBRE de 2014). *Perspectivas económicas 2015*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Análisis económico: http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5094

Emprende Pyme. (31 de 12 de 2008). *Finanzas*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de Que es un presupuesto: http://www.emprendepyme.net/que-es-un-presupuesto.html

Enciclopedia Financiera. (15 de Junio de 2012). *Finanzas*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de Estados Fianacieros Proyectados: http://www.enciclopediafinanciera.com/estados-financieros/estados-financieros-proyectados.htm

Enciclopedia Rodinias. (15 de 02 de 2013). *Enciclon de Negocios*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de Las famosas 4 Ps del Marketing: http://enciclopedia.rodinias.com/index.php?option=com_content&view=article&id=59:las-famosas-q4pq-del-marketing&catid=53:desarrollar-un-mercado&Itemid=73

Esinosa, R. (06 de 05 de 2014). *Las 4Ps*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de Marketing Mix: http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/

Espinosa, R. (06 de 05 de 2014). *Las 4 Ps*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de Marketing Mix: http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/

Espinoza, R. (2 de Enero de 2015). *SEGMENTACIÓN DE MERCADO , CONCEPTO Y ENFOQUE*. Recuperado el 2 de Abril de 2015, de Marketing y ventas: http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/

Foros Ecuador. (2 de Febrero de 2015). *Fianazas*. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de Remuneración basica unificada: http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/9947-remuneraci%C3%B3n-b%C3%A1sica-unificada-2015

Gestiopolis. (11 de Julio de 2001). *Contabilidad*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de Estados Fianacieros: http://www.gestiopolis.com/estados-financieros-basicos/

Guia CEEI. (21 de Mayo de 2012). *Creación de Empresas*. Recuperado el 12 de Octubre de 2015, de Plan de Recursos Humanos: http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=8&MS=9

Herramientas para PYMES. (06 de 08 de 2009). *Marketing para PYMES*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de Las 4 Ps: http://www.herramientasparapymes.com/que-son-las-4p

IASB. (2015). *NIFF.* New York: MgGrawHill.

INEC. (30 de Noviembre de 2013). *Evolución del Índice de Precios al Consumidor*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Economía: Evolución del Índice de Precios al Consumidor

Liderazgo y mercadeo. (30 de Diciembre de 2006). *Segmentación de mercado*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Temas de Mercado: http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=48

Matriz FODA. (30 de Diciembre de 2011). *¿Qué es la Matriz FODA?* Recuperado el 25 de Abril de 2015, de Administración: http://www.matrizfoda.com/

Mi Ecuador. (19 de Septiembre de 2012). *Comidas típicas de la Region Costa*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de Cocina: http://miecuadorllrrss.blogspot.com/2012/09/comidas-tipicas-de-la-region-costa.html

Ministerio de Turismo. (20 de Junio de 2014). *Ecuador, nominado a mejor destino gastronómico en los World Travel Awards*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Noticias: http://www.turismo.gob.ec/ecuador-nominado-a-mejor-destino-gastronomico-en-los-world-travel-awards/

Ministerio del Turismo. (4 de Noviembre de 2014). *Revista británica destaca el crecimiento del sector turístico en Ecuador*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Noticias: http://www.turismo.gob.ec/revista-britanica-destaca-el-crecimiento-del-sector-turistico-en-ecuador/

Minnisterio de Turismo. (28 de Noviembre de 2014). *Ecuador se fortalece con inversiones en el sector turístico*. Recuperado el 21 de Abril de 2015, de Noticias: http://www.turismo.gob.ec/ecuador-se-fortalece-con-inversiones-en-el-sector-turistico/

Municipio de Quito. (14 de Mayo de 2014). *SErvicios Ciudadanos*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de LUAE: https://pam.quito.gob.ec/SitePages/educate6.aspx

Muñiz, R. (25 de 10 de 2014). *Grado en Publicidad y Relaciones Publicas*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de El Plan de Marketing en la empresa: http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm

Muñiz, R. (21 de 05 de 2015). *Marketing XXI*. Recuperado el 26 de 08 de 2015, de El plan de Marketing en la empresa: http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm

Pixel creativo. (17 de 12 de 2012). *Marketing Mix*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de Las 4 Ps del Marketing: http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html

Plan de Negocios. (9 de Abril de 2013). *La Descripción de Servicios en su Plan de Negocios*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de Plan de Negocios: http://www.100plandenegocios.com/la-descripcion-de-servicios-en-su-plan-de-negocios

Portafolio.co. (10 de Mayo de 2013). *Revista*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2015, de Que es Inversión: http://www.portafolio.co/opinion/blogs/su-inversion/%C2%BFque-es-inversion

Promonegocios. (21 de 05 de 2006). *Principales Estartegias de mercado*. Recuperado el 03 de 08 de 2015, de Estartegias de mercado: http://www.promonegocios.net/mercado/estrategias-mercado.html

Promonegocios.net. (31 de JUlio de 2009). *Empresa*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de Tipos de Organigrama: http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html

Proyectos-ittla.blogspo. (24 de Junio de 2011). *ANALISIS DE LA DEMANDA*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Formulación y Evaluación de Proyectos: http://proyectos-ittla.blogspot.com/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html

SME TOOLKIT. (4 de Noviembre de 2002). *Mercado Potencial*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de Directorio de negocios: http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3495/Mercado-Potencial

SOFOM ANEC. (09 de Septiembre de 2013). *Glosario de terminos*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2015, de Analisis Financiero: http://www.sofomanec.com.mx/glosario/glosario-de-terminos

SRI. (29 de Junio de 2015). *Guia Basica*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de RUC: http://www.sri.gob.ec/web/10138/92

Superintendencia de Compañías y Valores. (7 de abril de 2015). *Institución*. Recuperado el 28 de Octubre de 2015, de Institución: http://www.supercias.gob.ec/portal/

Universidad de Cordova. (30 de Diciembre de 2013). *Diseño de encuestas*. Recuperado el 26 de Abril de 2015, de Diseño de encuestas: http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09_13_21_sesion_6.pdf

Wikipedia. (25 de Marzo de 2005). *Comisión*. Recuperado el 22 de Octubre de 2015, de Comisión: https://es.wikipedia.org/wiki/Comisi%C3%B3n

Wikipedia. (21 de Mayo de 2015). *Municipio del Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: https://es.wikipedia.org/wiki/Municipio_del_Distrito_Metropolitano_de_Quito

Wikipedia. (22 de Octubre de 2015). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 25 de Octubre de 2015, de Servicio de Rentas Internas: https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_Rentas_Internas

XTRATEGY Tecnologia y Administración. (13 de Septiembre de 2013). *Información Corporativa*. Recuperado el 12 de Octubre de 2015, de Que es la Administración: http://www.xtrategy.com.mx/index.php/79-administracion-administracion/81-queeslaadministracion

ANEXOS

COSTOS DE MANO DE OBRA								
Empleado	Sueldo	Decimo tercero	Decimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Aporte patronal	TOTAL MENSUAL	REMUNERACION ANUAL
Chef	1.800,00	150,00	29,50	149,94	75,00	218,70	2.423,14	29.077,68
Operarios 1	500,00	41,67	29,50	41,65	20,83	60,75	694,40	8.332,80
Operarios 2	500,00	41,67	29,50	41,65	20,83	60,75	694,40	8.332,80
TOTAL	2.800,00	233,33	88,50	233,24	116,67	340,20	3.811,94	45.743,28
PROCUCCION DIARIA DE BOLONES O EMPANADAS								700
PROCUCCION MENSUAL DE BOLONES O EMPANADAS								21000
PROCUCCION ANUAL DE BOLONES O EMPANADAS								252000
REMUNERACION ANUAL/PRODUCCION ANUAL/1,7 PROCESO								0,11

Elaborado por: David Alarcón

El costo de mano de obra es de once centavos por cada bolón que tiene en la preparación cuatro pasos, si tienes pasos extras se deberá aumentar un centavo por cada proceso extra.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
AGUA	34,4	412,8
ENERGIA ELECTRICA	32,5	390
TELEFONIA	74,15	889,8
ARRIENDO	270	3240
SUMINISTROS DE COCINA	103,25	1239
TOTAL		**6171,6**
PROCUCCION DIARIA DE BOLONES O EMPANADAS		700
PROCUCCION MENSUAL DE BOLONES O EMPANADAS		21000
PROCUCCION ANUAL DE BOLONES O EMPANADAS		252000
VALOR ANUAL/PRODUCCION ANUAL		0,024

Elaborado por: David Alarcón

Los CIF son de 2 centavos por cada bolón o empanada que tiene en la preparación cuatro pasos, si tienes pasos extras se deberá aumentar un centavo por cada proceso extra