

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
DE EMPRESAS**

TEMA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE MARISCOS EN EL SECTOR DE GUAYLLABAMBA”**

AUTORA

ALEXANDRA PATRICIA RODRÍGUEZ MUÑOZ

DIRECTOR

ING. CARLOS LUIS CEVALLOS ROMÁN

SEPTIEMBRE 2012

QUITO - ECUADOR

DEDICATORIA

Al culminar esta etapa de mi vida, el presente trabajo quiero dedicar en primer lugar a Dios por guiarme en cada paso de mi vida, ya que sin Él no habría llegado a donde me encuentro en este momento.

A mis padres, que con su apoyo incondicional, paciencia, cariño, amor y respeto supieron guiarme por este largo camino, siempre siendo mi ejemplo me inculcaron valores que han sido mi pilar, para hacer las cosas bien.

AGRADECIMIENTO

A Dios por llenarme de bendiciones y brindarme la oportunidad de perseguir este sueño y así lograr cumplir una meta que ahora es una realidad, por su amor le doy las gracias a Él.

Con una gratitud infinita a mis Padres, ya que supieron dirigirme por el mejor camino, hicieron de mí un ser humano de bien. Por su paciencia, amor, sacrificio, apoyo incondicional, gracias a ellos por todo lo que me dieron y me siguen dando, gracias por ser esos padres que me dieron una vida llena de amor, gracias por ser esos amigos que yo necesité en cada paso que di, sin ustedes todo habría sido muy difícil.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Declaro que la tesis de grado titulada “Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de mariscos en el sector de Guayllabamba”, ha sido desarrollada en base a un trabajo de investigación exhaustivo, respetando los derechos intelectuales de terceros.

Por lo tanto el trabajo es de mi autoría y me responsabilizo de la realización del mismo.

Alexandra Patricia Rodríguez Muñoz

CERTIFICACIÓN

El trabajo titulado “Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de mariscos en el sector de Guayllabamba”, realizado por la señorita Alexandra Patricia Rodríguez Muñoz, ha sido dirigido y supervisado por mi persona, y cumple los requisitos para ser evaluado.

Ing. Carlos Luis Cevallos Román

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de mariscos en el sector de Guayllabamba, se ha dividido en ocho capítulos:

CAPÍTULO I

En el mismo se plantea el tema, los objetivos, el planteamiento del problema y la justificación del porque se está realizando el presente proyecto, variables, métodos. En resumen es una introducción del proyecto.

CAPÍTULO II

En este capítulo se desarrolla una descripción en general de los antecedentes históricos, características del sector y características del servicio.

CAPÍTULO III

En este capítulo se plantea el estudio de mercado, se define la población a estudiar y los resultados que se obtuvieron después de aplicar las encuestas. También se define las estrategias que se van a utilizar para la comercialización del servicio.

CAPÍTULO IV

En este capítulo se realiza el estudio técnico, se define la localización de donde se va a llevar a cabo el proyecto, los factores, el tamaño del mismo, el proceso productivo. También se establece la organización de la empresa, así como la base legal, para poder operar bajo la ley.

CAPÍTULO V

Aquí se establece el total de las inversiones que se van a realizar para poder llevar a cabo el proyecto, el aporte de los socios y de terceros, es decir el financiamiento que se deberá hacer con alguna institución financiera.

CAPÍTULO VI

Aquí se definen los costos y gastos del proyecto, así como los ingresos del mismo.

CAPÍTULO VII

En este capítulo se realizó la evaluación financiera del proyecto, aquí ya se pudo definir con seguridad si es factible la realización del mismo.

CAPÍTULO VIII

Finalmente en este capítulo se realizaron las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Objetivo general del estudio	2
1.2.1 Objetivos específicos del estudio	2
1.3 Justificación del estudio	3
1.4 Hipótesis	3
1.5 Aspectos metodológicos del estudio	3
1.5.1 Diseño o tipo de investigación	3
1.5.2 Métodos de investigación	4
1.5.3 Técnicas de investigación	5
1.6 Población y muestra	5
CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES	8
2.1 Antecedentes históricos	8
2.2 Características del sector	9
2.3 Características de la producción del bien o servicio	11
CAPÍTULO 3 ESTUDIO DE MERCADO	13
3.1 Mercado	13
3.2 Tipos de mercado	13
3.3 Objetivos específicos del estudio de mercado	14
3.4 El servicio	14
3.4.1 Características del servicio	14
3.5 Demanda	15
3.5.1 Diseño de la encuesta	16
3.5.2 Tabulación y análisis de la encuesta	18
3.5.3 Cálculo de la demanda actual	24
3.5.4 Demanda proyectada	25
3.6 Cálculo de la demanda insatisfecha	26
3.6.1 Proyección de la demanda insatisfecha	26
3.7 Demanda a ser cubierta con el proyecto	27
3.8 Oferta	28
3.8.1 Cuantificación de la oferta	28

3.8.2	Oferta proyectada _____	29
3.9	Estrategias de marketing _____	29
3.9.1	Canal de distribución _____	35
CAPÍTULO 4 ESTUDIO TÉCNICO _____		36
4.1	Tamaño del proyecto _____	36
4.2	Localización de la empresa _____	38
4.2.1	Macro localización _____	39
4.2.2	Micro localización _____	39
4.2.2.1	Método cualitativo por puntos _____	40
4.3	Ingeniería del proyecto _____	40
4.3.1	Proceso productivo _____	40
4.3.2	Flujograma del proceso de venta _____	41
4.3.3	Distribución de planta _____	42
4.4	Organigrama de la compañía _____	44
4.4.1	Organigrama estructural _____	44
4.4.2	Organigrama funcional _____	45
4.5	Base legal _____	46
CAPÍTULO 5 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO _____		54
5.1	Clasificación de las inversiones _____	54
5.2	Establecimiento de las inversiones _____	54
5.2.1	Inversión sobre activos fijos tangibles _____	54
5.2.2	Inversión sobre activos diferidos _____	60
5.2.3	Inversión de capital de trabajo _____	61
5.3	Financiamiento _____	63
5.3.1	Cuadro de fuentes y usos _____	63
CAPÍTULO 6 COSTOS E INGRESOS _____		64
6.1	Clasificación de los costos _____	64
6.1.1	Costos de producción _____	64
6.1.1.1	Materia prima _____	65
6.1.1.2	Mercadería para la venta _____	67
6.1.1.3	Mano de obra _____	67

6.1.1.3.1	Análisis salarial _____	67
6.1.1.4	Gastos directos e indirectos de fabricación _____	69
6.1.1.4.1	Consumo de servicios básicos _____	69
6.1.1.4.2	Vajilla desechable _____	69
6.1.1.4.3	Uniformes _____	70
6.1.1.4.4	Suministros de limpieza _____	70
6.1.1.4.5	Alimentación _____	71
6.1.1.4.6	Mantenimiento equipos de cocina _____	71
6.1.2	Gastos de administración _____	72
6.1.2.1	Sueldo Gerente General _____	72
6.1.2.2	Honorarios profesionales del Contador _____	73
6.1.2.3	Gasto arriendo _____	73
6.1.2.4	Consumo de servicios básicos _____	73
6.1.2.5	Suministros de oficina _____	74
6.1.2.6	Alimentación _____	74
6.1.2.7	Extintor de incendios _____	74
6.1.2.8	Gasto adecuaciones _____	75
6.1.2.9	Uniformes _____	75
6.1.2.10	Otros gastos de administración _____	75
6.1.2.11	Amortizaciones _____	76
6.1.2.12	Depreciaciones _____	76
6.1.3	Gastos de ventas _____	78
6.1.3.1	Sueldo cajero _____	78
6.1.3.2	Publicidad _____	79
6.1.3.3	Uniformes _____	79
6.1.3.4	Consumo de servicios básicos _____	80
6.1.3.5	Alimentación _____	80
6.1.4	Gastos financieros _____	81
6.1.4.1	Tabla de amortización _____	81
6.2	Costos proyectados _____	83
6.2.1	Costos de producción _____	83

6.2.2	Gastos de administración _____	85
6.2.3	Gastos de ventas _____	86
6.2.4	Resumen de costos y gastos proyectados _____	86
6.3	Clasificación de costos fijos y variables _____	87
6.4	Establecimiento de los ingresos _____	87
6.4.1	Resumen de ingresos _____	93
CAPÍTULO 7 EVALUACIÓN DEL PROYECTO _____		94
7.1	Balance de situación inicial _____	94
7.2	Estado de resultados _____	96
7.3	Flujo de caja _____	96
7.3.1	Tasa de oportunidad _____	97
7.4	Valor actual neto (VAN) _____	97
7.5	Tasa interna de retorno (TIR) _____	98
7.6	Periodo de recuperación de la inversión (PRI) _____	99
7.7	Punto de equilibrio _____	100
7.8	Índices financieros _____	102
7.8.1	Índices de rentabilidad _____	102
7.8.1.1	Rentabilidad sobre los activos (ROA) _____	102
7.8.1.2	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) _____	102
7.8.1.3	Rentabilidad sobre ventas _____	103
7.8.2	Índices de solvencia y liquidez _____	104
7.8.2.1	Capital de trabajo neto (CTN) _____	104
7.8.3	Índices de endeudamiento _____	104
7.8.3.1	Índice de endeudamiento _____	104
7.8.3.2	Participación del patrimonio en el financiamiento _____	105
CAPÍTULO 8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____		106
8.1	Conclusiones _____	106
8.2	Recomendaciones _____	107
BIBLIOGRAFÍA _____		108
ANEXOS _____		110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Muestreo probabilístico estratificado _____	6
Tabla 3.1 Tipos de mercado _____	13
Tabla 3.2 Segmentación geográfica y demográfica _____	15
Tabla 3.3 Género de los encuestados _____	18
Tabla 3.4 Edad de los encuestados _____	18
Tabla 3.5 Acostumbran visitar restaurantes de mariscos _____	19
Tabla 3.6 En caso de abrirse un nuevo restaurante, acudirían al lugar _____	19
Tabla 3.7 Frecuencia con la que asisten a un restaurante de mariscos _____	19
Tabla 3.8 Cómo consideran el servicio de restaurantes de mariscos en Guayllabamba _____	20
Tabla 3.9 Días de consumo de los productos _____	20
Tabla 3.10 A un restaurante de mariscos normalmente acuden _____	21
Tabla 3.11 Aspectos que se toma en cuenta al momento de elegir un restaurante _____	21
Tabla 3.12 Cantidad aproximada que se gasta en un restaurante de mariscos	22
Tabla 3.13 Forma de cancelar lo consumido _____	22
Tabla 3.14 Productos de mayor preferencia _____	23
Tabla 3.15 Demanda actual _____	24
Tabla 3.16 Frecuencia de consumo _____	25
Tabla 3.17 Demanda proyectada _____	25
Tabla 3.18 Proyección de la demanda insatisfecha _____	27
Tabla 3.19 Demanda a ser cubierta con el proyecto _____	27
Tabla 3.20 Oferta proyectada _____	29
Tabla 4.1 Método cualitativo por puntos _____	40
Tabla 5.1 Clasificación de las inversiones _____	54
Tabla 5.2 Equipos de cocina _____	55
Tabla 5.3 Suministros de cocina _____	55
Tabla 5.4 Equipo de oficina _____	57
Tabla 5.5 Equipo de cómputo _____	58
Tabla 5.6 Equipo musical y audiovisual _____	58
Tabla 5.7 Muebles y enseres _____	59
Tabla 5.8 Decoración _____	59
Tabla 5.9 Inversión intangible _____	60
Tabla 5.10 Gastos de constitución _____	60
Tabla 5.11 Capital de trabajo _____	61
Tabla 5.12 Costos de producción _____	61
Tabla 5.13 Gastos de administración _____	62
Tabla 5.14 Gastos de ventas _____	62
Tabla 5.15 Estructura de financiamiento _____	63
Tabla 5.16 Cuadro de fuentes y usos _____	63

Tabla 6.1 Costos de producción _____	64
Tabla 6.2 Inventario total _____	65
Tabla 6.3 Inventario de materia prima platos _____	65
Tabla 6.4 Inventario de materia prima bebidas _____	67
Tabla 6.5 Mercadería para la venta (bebidas) _____	67
Tabla 6.6 Análisis salarial _____	68
Tabla 6.7 Servicios básicos (producción) _____	69
Tabla 6.8 Vajilla desechable _____	69
Tabla 6.9 Uniformes (producción) _____	70
Tabla 6.10 Suministros de limpieza _____	70
Tabla 6.11 Alimentación (producción) _____	71
Tabla 6.12 Mantenimiento equipos de cocina _____	71
Tabla 6.13 Gastos de administración _____	72
Tabla 6.14 Servicios básicos (administración) _____	73
Tabla 6.15 Suministros de oficina _____	74
Tabla 6.16 Alimentación (administración) _____	74
Tabla 6.17 Adecuaciones _____	75
Tabla 6.18 Amortizaciones _____	76
Tabla 6.19 Depreciaciones _____	77
Tabla 6.20 Valor residual _____	77
Tabla 6.21 Gastos de ventas _____	78
Tabla 6.22 Publicidad _____	79
Tabla 6.23 Uniformes (ventas) _____	79
Tabla 6.24 Servicios básicos (ventas) _____	80
Tabla 6.25 Alimentación (ventas) _____	80
Tabla 6.26 Tabla de amortización _____	81
Tabla 6.27 Resumen de la tabla de amortización _____	83
Tabla 6.28 Costos de producción proyectados _____	84
Tabla 6.29 Gastos de administración proyectados _____	85
Tabla 6.30 Gastos de ventas proyectados _____	86
Tabla 6.31 Resumen de costos y gastos proyectados _____	86
Tabla 6.32 Clasificación de costos fijos y variables _____	87
Tabla 6.33 Ingresos año 1 _____	88
Tabla 6.34 Ingresos año 2 _____	89
Tabla 6.35 Ingresos año 3 _____	90
Tabla 6.36 Ingresos año 4 _____	91
Tabla 6.37 Ingresos año 5 _____	92
Tabla 6.38 Ingresos año 6 _____	93
Tabla 6.39 Resumen de ingresos _____	93
Tabla 7.1 Estado de situación inicial _____	95
Tabla 7.2 Estado de resultados _____	96
Tabla 7.3 Flujo de caja _____	96
Tabla 7.4 Costo de oportunidad _____	97

Tabla 7.5 Valor actual neto _____	98
Tabla 7.6 VAN con tasa menor _____	98
Tabla 7.7 VAN con tasa mayor _____	99
Tabla 7.8 Periodo de recuperación de la inversión (PRI) _____	100
Tabla 7.9 Punto de equilibrio proyectado _____	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1 Logotipo del restaurante _____	31
Figura 3.2 Carta de precios del restaurante _____	34
Figura 4.1 Flujograma proceso de venta _____	41
Figura 4.2 Distribución de planta _____	42
Figura 4.3 Organigrama estructural _____	44
Figura 4.4 Organigrama funcional _____	45
Figura 7.1 Punto de equilibrio _____	101

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	110
Anexo 2 Gráficos de la tabulación de la encuesta.....	113
Anexo 3 Logotipo restaurante	118
Anexo 4 Infograma del restaurante “La Mariscada”	119
Anexo 5 Proforma Tecmy Equipos.....	120
Anexo 6 Proformas Marcimex	121
Anexo 7 Proformas Concreta	122
Anexo 8 Proforma almacenes Montero	123
Anexo 9 Proforma almacenes Montero	124
Anexo 10 Proforma Megaplastec	125
Anexo 11 Proforma Almacenes Juan el Juri.....	126
Anexo 12 Proforma Ferrostal Guayllabamba	127
Anexo 13 Formulario para sacar la patente.....	128
Anexo 14 Formularios para sacar Ruc (01a y 01b)	129
Anexo 15 Formulario permiso de funcionamiento (Municipio).....	131
Anexo 16 Solicitud de registro en el Min. de Turismo	132
Anexo 17 Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos	133
Anexo 18 Solicitud permiso de funcionamiento (Min. De salud).....	134
Anexo 19 Solicitud de registro de contratos individuales	135
Anexo 20 Costo detallado de cada uno de los platos.....	136
Anexo 21 Escritura de constitución de “La Mariscada”	141

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Resulta vital mencionar que en la actualidad el sector de Guayllabamba es un sitio turístico por su clima subtropical y sus comidas. Las actividades turísticas se centran en la visita frecuente al Zoológico que alberga la colección más grande del país de fauna nativa abierta al público, y la visita a hosterías y restaurantes para degustar la gastronomía típica local representada principalmente por el locro y las papas con cuero. Su economía radica básicamente en la agricultura y el turismo.

Se puede visualizar que existen restaurantes pero que básicamente están enfocados en ofrecer la comida típica del lugar, y la falta de un buen restaurante que ofrezca comida del mar, es la razón para pensar en la posibilidad de creación de un buen restaurante que ofrezca otro tipo de comida, no típica del lugar, esta observación es la justificación al tema propuesto.

La carencia de un buen restaurante de mariscos resulta negativa, ya que las personas que deseen comida del mar se verán obligadas a buscar otras opciones para poder satisfacer sus necesidades. La falta de un buen restaurante de mariscos en realidad es perjudicial, ya que la gente que guste de este tipo de alimentos tendrán que salir a otros lugares o conformarse con los actuales restaurantes que existen, que se puede ver que no cubren las expectativas de la gente. Si hubiera un lugar donde se ofrezca comida del mar, de excelente calidad, con un excelente servicio, con un ambiente confortable, donde la gente no solo acuda a comer sino también a pasar un momento agradable, realmente sería muy bueno, se podría romper el esquema de que Guayllabamba solo ofrece comida típica.

La propuesta del actual proyecto se da porque se presume una demanda insatisfecha en el sector de Guayllabamba, realmente si existe un número reducido de restaurantes que ofrecen comida del mar, pero lamentablemente se observa que no cumplen con las expectativas de los clientes. De aquí radica la idea de de crear un restaurante que ofrezca comida del mar, ofreciendo un producto y servicio de excelente calidad, buscando siempre satisfacer las expectativas y exigencias de los clientes.

Se puede visualizar que existen oportunidades en este sector, por lo que se propone un estudio en donde se pueda identificar y determinar cuan factible y viable es el proyecto.

Formulación del problema

Frente a esta realidad ¿Es factible la creación de un restaurante de mariscos en el sector de Guayllabamba si ya existen negocios similares?

- ¿Cuál es la demanda insatisfecha?
- ¿Qué inversiones y financiamiento se necesitará?
- ¿Cuáles serán los costos e ingresos del proyecto?
- ¿Cuál es el rendimiento financiero?

1.2 Objetivo general del estudio

Elaborar un proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de mariscos en el sector de Guayllabamba

1.2.1 Objetivos específicos del estudio

1. Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha
2. Realizar el estudio técnico y la ingeniería del proyecto
3. Determinar las inversiones y el financiamiento
4. Determinar los costos y los ingresos del proyecto
5. Determinar el rendimiento financiero del proyecto

1.3 Justificación del estudio

En lo personal la principal razón para la realización del actual proyecto es satisfacer la necesidad por este tipo de alimentos por parte del consumidor, ya que en el lugar existe un número reducido de restaurantes que ofrecen este tipo de alimentos, pero se observa que no logran la satisfacción de los clientes.

Frente a las oportunidades que se puede observar, el tema propuesto busca la creación de un restaurante que satisfaga complemente las expectativas de la que gente. Con la elaboración del proyecto se buscará satisfacer la demanda insatisfecha que podría existir, buscando en un futuro convertirse en la primera opción para sus clientes, y así lograr un restaurante de éxito.

1.4 Hipótesis

La elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de mariscos en el sector de Guayllabamba, es técnicamente factible y económicamente rentable.

1.5 Aspectos metodológicos del estudio

1.5.1 Diseño o tipo de investigación

Existen diferentes tipos de investigación, y la que mejor se ajusta a la investigación es la descriptiva, la cual se hace por medio de una definición clara del problema, de hipótesis específicas y de las necesidades de información.

Básicamente el proyecto se dividió en capítulos para estudiarlo por partes. Se recogieron los datos sobre la base de la hipótesis, posteriormente se resumió la información de manera cuidadosa y finalmente se analizaron minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento, y así lograr la comprobación de la hipótesis.

La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación.

También se realizó una investigación de campo de donde se seleccionó una muestra de la población a la cual va dirigida el estudio. El instrumento para la investigación es el cuestionario.

De esta forma se utilizó el cuestionario para realizar la investigación y con los resultados obtenidos se pudo identificar las necesidades de los potenciales clientes, la demanda, precios dispuestos a pagar, entre otros datos de interés, y así utilizarlos de la mejor manera posible.

1.5.2 Métodos de investigación

Método histórico

Este estudio permitió realizar comparaciones de las tendencias históricas con la realidad, es decir aspectos culturales, gustos, preferencias por parte del consumidor, etc., y así lograr establecer datos más reales, para la realización del proyecto.

Método lógico

Este método ayudó a tener una visión más clara de los fenómenos ocurridos en el tema a estudiar, ya que se pudo identificar aspectos relevantes en cuanto al tema, y la lógica permitió visualizar lo más importante y mostrarlo de una forma más simple.

Método inductivo

Las investigaciones del tema comenzaron con la observación de los hechos, de forma libre. Con posterioridad y mediante inferencia se realizaron razonamientos sobre los hechos y por inducción se obtuvieron conclusiones.

Método deductivo

Este método permitió analizar el tema escogido, las causas y el porqué se produce. Y en la síntesis permitió recoger los elementos sueltos desde lo general hasta lo particular.

1.5.3 Técnicas de investigación

Para la realización del proyecto de factibilidad se utilizó las siguientes técnicas de investigación:

- **Observación directa**

Mediante esta técnica se pudo observar directamente lo que ocurre en el sector (Guayllabamba), la afluencia de gente, los lugares y negocios existentes, los gustos y preferencias por parte de los consumidores, etc.

- **Encuesta**

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Para la investigación, se realizó una encuesta con preguntas cerradas, para facilitar al encuestado al momento de responder. Se buscó seleccionar las preguntas más convenientes.

Esta técnica es clave para la investigación, ya que con ella se puede conocer la opinión de las personas. La encuesta se aplicó a las personas que habitan en el lugar.

Con los resultados se pudo conocer datos de interés, y así se determinó la demanda, la oferta, demanda insatisfecha, formas de pago, gustos, preferencias, etc.

1.6 Población y muestra

Población

Se tomó como población a los habitantes de Guayllabamba (población económicamente activa), que es igual a 10305 personas.

Muestra

Para la selección de la muestra se aplicó un muestreo probabilístico estratificado.

Tabla 1.1 Muestreo probabilístico estratificado

n	Estrato Sexo	FMR	Operación	ESTRATOS DE LA MUESTRA
240	Femenino 49% 5049	0.0232892603	117.6	118
	Masculino 51% 5256		122.4	122
	10305			240

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Se puede entender que la muestra es una parte representativa y adecuada de la población.

El universo es finito, por lo tanto el tamaño de la muestra se calculó aplicando la siguiente fórmula.

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

Teniendo en cuenta que se tiene un 50 % de aceptabilidad y el 50 % de rechazo, para la creación del restaurante el tamaño de la muestra es:

N = Población (10305 personas)

z = 1.88

p= Probabilidad de éxito (50 % = 0.5), la persona se convierte en cliente

q= Probabilidad de fracaso (50 % =0.5), la persona no se convierte en cliente

e = Margen de error 6 % = 0.06

c = Nivel de confianza 94% = 0.94

Se escogió un margen de error del 6%, ya que los especialistas recomiendan un máximo del seis por ciento como admisible.¹

¹ Luzuriaga Jorge. Metodología de la Investigación. Pág 126

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

$$n = \frac{1.88^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 10305}{0.06^2 \cdot (10305 - 1) + 1.88^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = 239.75$$

n = 240 personas

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES

2.1 Antecedentes históricos

Guayllabamba es una parroquia ecuatoriana metropolitana rural perteneciente al cantón Quito, en la provincia de Pichincha, ubicada a aproximadamente 25 km de Quito, la capital del Ecuador . Es un centro agrícola y turístico por su clima subtropical y seco. Cuenta con un clima privilegiado.

La palabra Guayllabamba proviene del idioma quichua: guaylla = verde y bamba, pampa o llano. Su nombre nativo fue “Inraquí”, del Cayapa, quiere decir pueblo.

Su economía radica en la agricultura y el turismo. Predominan el cultivo de aguacates, chirimoyas, tomate de árbol, pepinos, limón, tomate riñón, sandía, mora, arveja, fréjol, pimiento y pepinillo así como existen muchas hectáreas destinadas a la floricultura orientada a la exportación de rosas y flores de verano.

Las actividades turísticas se centran en la visita frecuente al Zoológico que alberga la colección más grande del país de fauna nativa abierta al público, con más de 50 especies de las diversas regiones del Ecuador.

Otras actividades incluyen la visita a hosterías y restaurantes para degustar la gastronomía típica local. Básicamente la gastronomía está enfocada en platos típicos como son: el locro, las papas con cuero, fritada, yahuarlocro, entre los más importantes, se caracteriza por la gran variedad de platos gastronómicos de la comida tradicional ecuatoriana, que deleitan hasta los paladares más exigentes. También se ofrece otro tipo de alimentos no típicos del lugar como son los mariscos.

En Guayllabamba la gastronomía juega un papel muy importante dentro de la economía del lugar.

Se puede apreciar que existen restaurantes que ofrecen la comida típica del lugar, y entre los más destacados o que tienen una gran aceptación en el mercado están: El Balcón de la Riobambeñita, La Estancia, El Típico Locro, El Riobambeñito, entre otros.

En cuanto a restaurantes que ofrezcan comida del mar, en Guayllabamba no existe alguno que tenga gran acogida, a pesar de que si existen algunos, se pudo apreciar que realmente no cubren las expectativas de los clientes (habitantes de Guayllabamba), pero en general la gente si tiene un gran gusto por este tipo de comida.

No se puede determinar claramente las preferencias de los consumidores al momento de elegir un alimento, pero si se puede evidenciar que en la actualidad los consumidores son cada vez más exigentes al momento de alimentarse. Y se ve que cada vez más gente prefiere salir a comer fuera que hacerlo en sus hogares.

Realmente no existen datos históricos que reflejen el comportamiento de las personas al momento de consumir mariscos, pero se toma como ejemplo una cadena que tiene gran acogida “Los Cebiches de la Rumiñahui” y claramente se nota que es una empresa que ha alcanzado una alta aceptación en el mercado, y se observa que la gente tiene un gran gusto por la comida del mar.

En fin, se aprecia que conforme pasan los años y la población aumenta también aumentan las cadenas alimenticias para satisfacer a más gente, siempre buscando o persiguiendo la aceptación del cliente y la preferencia del mismo.

2.2 Características del sector

Se observa que en la actualidad las cadenas alimenticias están creciendo, existe una serie de sucursales que están ubicadas en sitios estratégicos, lo que ha originado la entrada de nuevas microempresas que se dedican a la misma actividad.

Según datos obtenidos del INEC en el año 2009, la Sierra y la Costa son las regiones con mayor número de establecimientos, la primera contribuye con el 70 % y la segunda con el 27,6 %, existiendo una diferencia del 2,4 % que corresponde a la Región Amazónica. También se puede destacar que en el año 2009, el 76 % de las personas se dedican a las labores en establecimientos de servicios, mientras que el 24 % lo hacen en hoteles y restaurantes. A nivel regional la Sierra concentra el 70 % del total de personas ocupadas. También en el 2009 la actividad de Hoteles y Restaurantes ha contribuido con apenas el 9 % como aporte al proceso productivo del país. Y respecto a los niveles de producción, en términos regionales, se puede decir que se encuentran focalizados en Sierra y Costa, con el 61 % y 23 % respectivamente. Estos son algunos datos para tener una idea de cómo aporta la actividad de servicios y restaurantes en general.

Para enfocarse un poco más en el sector en el cual se llevará a cabo el proyecto, se menciona algunos aspectos del mismo.

Guayllabamba es una Parroquia que está ubicada a 25 km de Quito. Sus principales actividades son agrícolas, con una variedad de frutas, legumbres y hortalizas, a las que se agrega la industria agrícola. En el sector de Guayllabamba existe una población de 17. 247 habitantes, de los cuales 10305 corresponden a la población económicamente activa, con un índice de crecimiento del 3.14 % anual. Además es un sector en donde existe la presencia de personas especialmente en fines de semana y días feriados, la gente acude a visitar el zoológico, hosterías y especialmente por degustar la gastronomía del lugar.

Guayllabamba es un lugar excelente para disfrutar de la naturaleza, por sus maravillosos paisajes, por su clima tropical, es excelente para salir del estrés de la ciudad. También es muy apreciado ya que en este lugar se encuentra ubicado el zoológico, que alberga la colección más grande de fauna nativa abierta al público, con más de 50 especies de las diversas regiones del Ecuador. También se puede encontrar maravillosos lugares de recreación, se

puede disfrutar de una buena caminata, piscinas, cabañas, pesca deportiva y especialmente la gastronomía.

2.3 Características de la producción del bien o servicio

En Guayllabamba se evidencia el auge de negocios como restaurantes, hosterías, zoológico, que siempre buscan la satisfacción de sus clientes. A su vez generan fuentes de empleo y requieren mucha dedicación.

Se ha convertido en un sitio ideal para estar con la familia, para tener un día de esparcimiento, descansar o divertirse, o simplemente para apreciar platos esquicitos.

La Mariscada S.A. estará ubicado en Guayllabamba, será un restaurante que ofrece comida del mar, un lugar a donde podrán acudir grandes y pequeños. Es un restaurante que se constituirá como Sociedad Anónima, se caracteriza por ofrecer alimentos de calidad, ofreciendo un excelente servicio y precios razonables. Tiene la expectativa de lograr una gran aceptación en el mercado y crecer en el futuro. Es un restaurante en el cual se brindará un servicio a la mesa, se ofrecerá comida del mar, cuenta con un menú de platos sabrosos como son: camarones apanados, arroz con camarón, ceviche de camarón, ceviche de concha, cebollado, conchas asadas, sopa marinera, pescado apanado.

La Mariscada S.A. busca ofrecer platos exquisitos y a la vez nutritivos, en general se puede decir que este tipo de alimentos son sabrosos y constituyen una excelente fuente de nutrientes: el agua es el elemento más importante en el marisco, supone entre un 75 a un 80 % de su composición, sus proteínas son de alto valor biológico como las de la carne y los huevos; su contenido en minerales y vitaminas es variado y muy significativo, y las grasas, aunque no muy abundantes, son del tipo de las poli insaturadas, tan importantes para las funciones estructurales del organismo. Su gran aporte proteico, en ocasiones,

supera el 20 por ciento. El marisco puede contribuir a que la dieta sea más saludable.

De esta manera ofrecer este tipo de alimentos resulta muy beneficioso, ya que se está contribuyendo a una mejor alimentación, sin dejar de disfrutar exquisitos platillos y gozar de un buen ambiente.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Mercado

El mercado escogido para el estudio es la Parroquia de Guayllabamba. Es un lugar ubicado en la provincia de Pichincha situado a aproximadamente 25 km de Quito, con un clima privilegiado (semitropical). Está dirigido a los habitantes de Guayllabamba.

3.2 Tipos de mercado

Existen diferentes tipos de mercado, en la siguiente tabla se puede apreciar las características de cada uno de ellos.

Tabla 3.1 Tipos de mercado

	Precio	# oferentes	# demandantes	Barreras de ingreso y salida	Productos
Monopolio	El oferente	1	Muchos	Muchas	Productos que no hay sustitutos
Oligopolio	El oferente	Pocos	Muchos	Muchas	Homogéneo o diferenciado
Competencia Perfecta	El mercado	Muchos	Muchos	No	Estandarizados o idénticos
Competencia Monopolística	El oferente	Muchos	Muchos	No	Diferenciados

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

En Guayllabamba se pudo observar que existe competencia monopolística, ya que existen muchos restaurantes que ofrecen platos típicos del Ecuador y existen muchos demandantes es decir muchos clientes, la competencia no se da por precios sino por calidad, servicio, ubicación, etc. Es de fácil entrada y salida a la industria, no se necesita de grandes cantidades de dinero, ni de un gran tamaño para competir, pero si se necesitará incrementar los costos si se busca diferenciar de los demás.

Resulta vital hacer un análisis de la competencia, en el mercado en el cual se pretende llevar a cabo el proyecto, se pudo ver que si existe competencia, esta competencia vendrían a ser los restaurantes que ofrecen comida típica del lugar, así como las hosterías que también ofrecen el servicio de restaurante. Pero también se observó que la mayoría de estos establecimientos ofrecen comida típica, realmente no existe un restaurante que ofrezca comida del mar, es por eso que se puede ver la oportunidad de un negocio rentable.

3.3 Objetivos específicos del estudio de mercado

- Determinar la demanda potencial del mercado al que se ingresará.
- Determinar si existe demanda insatisfecha.
- Determinar la frecuencia de visitas.
- Determinar cuáles son los aspectos relevantes al momento de elegir un restaurante.
- Establecer precios para los productos.

3.4 El servicio

El servicio es: un restaurante de mariscos ubicado en el sector de Guayllabamba.

3.4.1 Características del servicio

Es un restaurante que estará ubicado en Guayllabamba.

Un restaurante que ofrecerá comida del mar (mariscos), platos sabrosos a precios moderados (competitivos), siempre buscando la calidad. Se brindará un servicio a la mesa y será excelente. Contará con personal muy amable.

Un ambiente en el cual sus clientes se sientan bien, un lugar al que se pueda acudir con la familia para disfrutar de una deliciosa comida y de un ambiente confortable.

3.5 Demanda

La posible demanda serán aquellas personas que gusten de la comida del mar, y acostumbren acudir a restaurantes que ofrezcan este tipo de comida.

Para ser un poco más específicos se puede decir que, el mercado meta es la población de Guayllabamba.

Sexo: Masculino y femenino.

Población económicamente activa.

Preferencias: Personas que gusten de la comida del mar.

Y para poder tener una visión más clara de los potenciales clientes, se realizó una segmentación de mercado.

Tabla 3.2 Segmentación geográfica y demográfica

AÑO	Población Ecuador	Población Quito	Población Guayllabamba	PEA 59.75%
2010	14483499	1619146	16213	9687
2011	14765927	1654443	16722	9991
2012	15053863	1690510	17247	10305
2013	15347413	1727363	17789	10629
2014	15646688	1765020	18347	10963
2015	15951798	1803497	18923	11307

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Los datos de la población fueron tomados del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo), del Censo de Población 2001 y 2010, y las proyecciones se hicieron de acuerdo a las tasas de crecimiento también facilitadas por el INEC.

3.5.1 Diseño de la encuesta

El formato de la encuesta se hizo con preguntas cerradas para facilitar al encuestado al momento de responder.

A través de la encuesta se obtuvo datos importantes como sexo, edad, si gustan de la comida del mar, con qué frecuencia los consumen, entre otros, y esto con el fin de determinar si existe un mercado viable para la realización del proyecto.

Para la investigación se ha determinado las siguientes preguntas, teniendo muy en cuenta los objetivos de dicha investigación.

1. ¿Acostumbra usted visitar restaurantes de mariscos?
Si
No (Si su respuesta fue negativa, fin de la encuesta)
2. ¿En caso de abrirse un nuevo restaurante de mariscos en Guayllabamba, acudiría al lugar?
Si
No
3. ¿Con qué frecuencia usted asiste a un restaurante de mariscos?
Diaria
Semanal
Quincenal
Mensual
4. ¿Cómo considera usted el servicio de restaurantes que ofrecen mariscos en Guayllabamba?
Excelente
Muy bueno
Bueno
Regular
Malo

5. ¿Qué días consume usted estos productos?
- Lunes y martes
 - Miércoles, jueves y viernes
 - Fines de semana y feriados
6. ¿Cuándo acude a un restaurante de mariscos normalmente usted va?
- Solo
 - Acompañado
 - De 3 en adelante
7. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?
- Calidad
 - Precio
 - Presentación
 - Servicio
 - Cantidad
8. Dentro de los siguientes rangos, escoja usted la cantidad aproximada que gasta en un restaurante de mariscos.
- De 5 a 9.99 dólares
 - De 10 a 14.99 dólares
 - De 15 a 19.99 dólares
 - De 20 dólares en adelante
9. ¿De qué forma cancela usted lo consumido en un restaurante de mariscos?
- Efectivo
 - Tarjeta
 - Cheque
10. De los productos que están enunciados abajo, escoja los de su mayor preferencia:
- Conchas asadas
 - Sopa marinera
 - Camarones apanados
 - Arroz con camarón
 - Ceviche de camarón
 - Ceviche mixto

Ceviche de concha

Encebollado

Pescado apanado

3.5.2 Tabulación y análisis de la encuesta

Datos de Identificación

Tabla 3.3 Género de los encuestados

Variable (sexo)	fa	fr%
Femenino	118	49%
Masculino	122	51%
Total	240	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

El 51% corresponde al sexo masculino, y el 49% al sexo femenino.

Tabla 3.4 Edad de los encuestados

Variable (edad)	fa	fr%
20-25	25	10%
26-30	46	19%
31-34	55	23%
35-40	34	14%
41-45	26	11%
46-49	23	10%
50-55	19	8%
56-59	12	5%
Total	240	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

El 23 % de los encuestados tienen entre 31 y 34 años, el 19 % tienen entre 26 y 30 años, el 14 % tienen entre 35 y 40 años, el 10 % tienen entre 20 y 25 años, el 10 % tienen entre 46 y 49 años, el 11 % tienen entre 41 y 45 años, el 8% tienen entre 50 y 55 años, y el 5% tienen entre 56 y 59 años de edad.

Pregunta 1 ¿Acostumbra usted visitar restaurantes de mariscos?

Tabla 3.5 Acostumbran visitar restaurantes de mariscos

Variable	fa	fr%
Si	211	88%
No	29	12%
Total	240	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 1, el 88 % de las personas respondieron que Si y apenas el 12 % respondieron que No. Con el resultado obtenido se puede ver que la realización del proyecto tendría acogida.

Pregunta 2 ¿En caso de abrirse un nuevo restaurante de mariscos en Guayllabamba, acudiría al lugar?

Tabla 3.6 En caso de abrirse un nuevo restaurante, acudirían al lugar

Variable	fa	fr%
Si	209	99%
No	2	1%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 2, el 99 % de las personas encuestadas respondieron que Si, y apenas un 1 % respondió que No, se puede ver que casi el 100 % de las personas asistirían al lugar.

Pregunta 3 ¿Con qué frecuencia usted asiste a un restaurante de mariscos?

Tabla 3.7 Frecuencia con la que asisten a un restaurante de mariscos

Variable	fa	fr%
Diaria	0	0%
Semanal	65	31%
Quincenal	99	47%
Mensual	47	22%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 3, el 47% de las personas encuestadas acuden quincenalmente, el 31 % lo hacen semanalmente, un 22 % mensualmente, y un 0% de forma diaria.

Pregunta 4 ¿Cómo considera usted el servicio de restaurantes que ofrecen mariscos en Guayllabamba?

Tabla 3.8 Cómo consideran el servicio de restaurantes de mariscos en Guayllabamba

Variable	fa	fr%
Excelente	0	0%
Muy bueno	15	7%
Bueno	56	27%
Regular	91	43%
Malo	49	23%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 4, el 43 % de las personas encuestadas consideran que el servicio de restaurantes que ofrecen mariscos en Guayllabamba es regular, el 23 % lo consideran malo, un 27% lo consideran bueno, y un 7% muy bueno. Se puede ver que los actuales restaurantes que existen no cubren las expectativas de los clientes.

Pregunta 5 ¿Qué días consume usted estos productos?

Tabla 3.9 Días de consumo de los productos

Variable	fa	fr%
Lunes y martes	0	0%
Miércoles, jueves y viernes	55	26%
Fines de semana y feriados	156	74%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 5, el 74 % consume estos productos en fines de semana y feriados, y apenas un 26% lo hacen miércoles, jueves y viernes (entre semana), y un 0% lo hacen lunes y martes.

Pregunta 6 ¿Cuándo usted acude a un restaurante de mariscos normalmente usted va?

Tabla 3.10 A un restaurante de mariscos normalmente acuden

Variable	fa	fr%
Solo	8	4%
Acompañado	122	58%
De 3 en adelante	81	38%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 6, el 58 % acude acompañado a un restaurante de mariscos, el 38% de 3 en adelante, y apenas un 4 % acude solo. En su gran mayoría las personas acuden acompañadas al momento de dirigirse a un restaurante.

Pregunta 7 ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?

Tabla 3.11 Aspectos que se toma en cuenta al momento de elegir un restaurante

Variable	fa	fr%
Cantidad	23	11%
Precio	46	22%
Servicio	34	16%
Calidad	81	38%
Presentación	27	13%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 7, el aspecto más importante al momento de elegir un restaurante para las personas es: un 38 % la calidad, el 22 % toman en cuenta el precio, el 16 % el servicio, el 13 % la presentación del lugar, y un 11 % la cantidad.

Pregunta 8 Dentro de los siguientes rangos, escoja usted la cantidad aproximada que gasta en un restaurante de mariscos.

Tabla 3.12 Cantidad aproximada que se gasta en un restaurante de mariscos

Variable	fa	fr%
5 a 9.99 dólares	28	13%
10 a 14.99 dólares	73	35%
15 a 19.99 dólares	62	29%
De 20 en adelante	48	23%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 8, la cantidad aproximada que las personas gastan por consumo en un restaurante de mariscos es: un 35% gastan de 10 a 15 dólares, un 29 % de 15 a 20 dólares, un 23 % de 20 dólares en adelante y un 13 % de 5 a 10 dólares.

Pregunta 9 ¿De qué forma cancela usted lo consumido en un restaurante de mariscos?

Tabla 3.13 Forma de cancelar lo consumido

Variable	fa	fr%
Efectivo	176	83%
Tarjeta	35	17%
Cheque	0	0%
Total	211	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 9, el 83 % de las personas respondió que cancela lo consumido en efectivo, y el 17 % lo hacen con tarjeta.

Pregunta 10 De los productos que están enunciados abajo, escoja los de su mayor preferencia:

Tabla 3.14 Productos de mayor preferencia

Variable	fa	fr%
Conchas asadas	25	5%
Sopa marinera	39	8%
Camarones apanados	88	19%
Arroz con camarón	79	17%
Ceviche de camarón	72	16%
Ceviche mixto	77	17%
Ceviche de concha	43	9%
Encebollado	22	5%
Pescado apanado	17	4%
Total	462	100%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Análisis

En la pregunta 10, las personas escogieron diferentes productos de su preferencia, las cantidades variaron ya que algunos escogieron uno, dos o tres productos, los resultados fueron los siguientes: el 19 % camarones apanados, el 17 % un cebiche mixto, el 17 % arroz con camarón, el 16 % cebiche de camarón, el 9 % cebiche de concha, el 8 % sopa marinera, el 5% conchas asadas, el 5 % encebollado, y el 4 % pescado apanado.

3.5.3 Cálculo de la demanda actual

La demanda actual se obtuvo en base a los resultados de las encuestas (de las preguntas 1,2, y 3).

La demanda global se obtuvo de la pregunta 1, el 88% de las personas encuestadas respondieron que sí, por lo tanto la demanda global es de 9069 personas, este resultado se obtuvo de multiplicar el universo por el porcentaje de personas que dijeron que sí (10305 x 88%).

También se tomó el resultado de la pregunta 2, el 99% de las personas encuestadas respondieron que sí, por lo tanto la demanda para el proyecto es de 8978 personas, este valor se obtuvo de multiplicar la demanda global por el porcentaje de personas que dijeron que sí en la pregunta 2 (9069 x 99%).

Dichos resultados reflejan que existe una gran aceptación por parte del consumidor para este tipo de alimentos, esto podría ser porque la comida del mar es sabrosa. El 99 % de las personas estarían dispuestas a asistir al lugar, realmente demuestra que el proyecto tendría una gran acogida, esto podría ser ya que en Guayllabamba no existen restaurantes que ofrezcan comida del mar, y los pocos que sí lo hacen no cubren las expectativas del consumidor. Se puede apreciar que el proyecto sí es viable.

Tabla 3.15 Demanda actual

Población	Personas pregunta 1	Personas pregunta 2	Frecuencia de consumo	
			Mensual	Anual
10305	88%	99%		
	9069	8978	21547	258563

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Y finalmente se tomó en cuenta los resultados de la pregunta 3, de acuerdo a la frecuencia de consumo, y se pudo determinar que existe una demanda mensual de 21547 personas, por lo tanto una demanda anual de 258563 personas.

Tabla 3.16 Frecuencia de consumo

Frecuencia	Nª de personas	% de personas	Personas pregunta 1	Personas pregunta 2	% frecuencia de consumo	Nº de veces al mes	Demanda mensual
Diaria	0	0%	9069	8978	0	30	0
Semanal	65	31%	9069	8978	2783	4	11133
Quincenal	99	47%	9069	8978	4220	2	8439
Mensual	47	22%	9069	8978	1975	1	1975
Total	211	100%			8978		21547

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

3.5.4 Demanda proyectada

También se proyectó la demanda después de obtener los resultados de la aplicación de las encuestas.

La demanda proyectada se realizó teniendo en cuenta que Guayllabamba tiene una tasa de crecimiento poblacional del 3.14 % anual, según datos facilitados por el INEC.

Tabla 3.17 Demanda proyectada

	Crecimiento poblacional promedio	Demanda anual
2012	-	258563
2013	3.14%	266682
2014	3.14%	275055
2015	3.14%	283692
2016	3.14%	292600
2017	3.14%	301788
2018	3.14%	311264
2019	3.14%	321038
2020	3.14%	331118
2021	3.14%	341515
2022	3.14%	352239

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

3.6 Cálculo de la demanda insatisfecha

Resulta importante mencionar que la demanda insatisfecha se obtuvo de la aplicación de las encuestas.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta los resultados de la pregunta 4, donde se ve que en su gran mayoría la gente piensa que el servicio es regular y malo, por lo que se puede concluir que los actuales restaurantes que existen no cubren las expectativas de los clientes.

La demanda insatisfecha es igual al 66 %, ya que la mayoría de las personas considera que el servicio de restaurantes que ofrecen mariscos en Guayllabamba es regular y malo. Este porcentaje equivale a 170651 personas que no se encuentran satisfechas con el servicio de los restaurantes que actualmente ofrecen este tipo de alimentos, este valor se obtuvo de multiplicar la demanda global por el porcentaje de personas que no se encuentran satisfechas (258563 x 66%).

$$DI = \% \text{ regular} + \% \text{ malo}$$

$$DI = 43\% + 23\%$$

$$DI = 66\%$$

Este valor permite determinar que si existe un mercado por cubrir, ya que en caso de no existir una demanda insatisfecha no tiene sentido seguir con el proyecto. Por lo tanto se puede concluir que si existe un mercado potencial.

3.6.1 Proyección de la demanda insatisfecha

Del cálculo de la demanda insatisfecha, se realizó la proyección, y para la proyección se tomó en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de Guayllabamba que es del 3,14 % anual.

Tabla 3.18 Proyección de la demanda insatisfecha

	Crecimiento poblacional promedio	Proyección demanda insatisfecha
2012	-	170651
2013	3.14%	176010
2014	3.14%	181537
2015	3.14%	187237
2016	3.14%	193116
2017	3.14%	199180
2018	3.14%	205434
2019	3.14%	211885
2020	3.14%	218538
2021	3.14%	225400
2022	3.14%	232478

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

3.7 Demanda a ser cubierta con el proyecto

Luego del cálculo de la demanda insatisfecha, se procedió a establecer la demanda a ser cubierta con el proyecto, se sugiere que como máximo se debe cubrir hasta el 10 %.

Tabla 3.19 Demanda a ser cubierta con el proyecto

Años	Oferta del proyecto	Demanda insatisfecha	Participación del proyecto
2012	10%	170651	17065
2013	10%	176010	17601
2014	10%	181537	18154
2015	10%	187237	18724
2016	10%	193116	19312
2017	10%	199180	19918
2018	10%	205434	20543
2019	10%	211885	21188
2020	10%	218538	21854
2021	10%	225400	22540
2022	10%	232478	23248

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

3.8 Oferta

La oferta del proyecto busca cubrir un 10 % de la demanda insatisfecha, que es el porcentaje recomendado por cubrir. Se buscará cubrir a 17065 personas anualmente, por lo tanto se cubrirá a 1422 personas mensualmente, es decir 356 personas semanalmente, en promedio. Esto según los resultados que se obtuvieron de la interpretación de las encuestas.

Por lo tanto y teniendo en cuenta este análisis, podemos definir a la oferta.

El proyecto ofrece una dimensión del local amplia con capacidad para 60 personas (15 mesas, para 4 personas cada mesa).

Cuenta con los accesos viales necesarios para facilidad de los clientes, se puede llegar mediante transporte público o privado.

Sus empleados están bien uniformados y el servicio es un factor muy importante a la hora de atender a sus clientes.

Se cuenta con un menú de platos exquisitos y de muy buena calidad.

3.8.1 Cuantificación de la oferta

La oferta se dedujo de la aplicación de las encuestas (identificando una demanda insatisfecha). Después de haber determinado que existe una demanda insatisfecha, la creación de un restaurante nuevo de mariscos buscaría satisfacer aquellas personas que no están satisfechas con los actuales restaurantes, teniendo muy en cuenta sus necesidades y que es lo que esperan, es decir los requerimientos de los clientes.

Se recomienda que la oferta deba cubrir hasta un 10 % de la demanda insatisfecha.

3.8.2 Oferta proyectada

El restaurante tiene la siguiente capacidad anual.

Tabla 3.20 Oferta proyectada

AÑOS	Oferta del proyecto	Demanda Insatisfecha	Oferta
2012	10%	170651	17065
2013	10%	176010	17601
2014	10%	181537	18154
2015	10%	187237	18724
2016	10%	193116	19312
2017	10%	199180	19918
2018	10%	205434	20543
2019	10%	211885	21188
2020	10%	218538	21854
2021	10%	225400	22540
2022	10%	232478	23248

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

3.9 Estrategias de marketing

Para establecer las estrategias de marketing se deberá definir la visión y la misión de la empresa.

Misión:

Ser uno de los restaurantes de mayor prestigio, con un excelente servicio y calidad en nuestros productos, para lograr la preferencia de nuestros clientes.

Visión:

Llegar a ser un restaurante de éxito en nuestra especialidad en la parroquia de Guayllabamba, que ofrece un servicio y productos de calidad. Para así lograr una empresa altamente competitiva, innovadora y rentable, dedicada a la satisfacción plena de nuestros clientes.

Teniendo en cuenta la visión y misión se definió las estrategias de marketing.

El objetivo fundamental del marketing es lograr un posicionamiento en las mentes de los clientes y hacer que el cliente vuelva. El marketing se realizará de la siguiente manera.

- Marketing en redes sociales como facebook, esto con el fin de generar nuevos clientes.
- Se dará a conocer el servicio utilizando una valla, volantes, etc.
- Marketing directo utilizando buzones, e-mail, etc.
- Se utilizará un menú con precios fijos.
- Se buscará generar expectativa antes de inaugurar el restaurante y el día de la apertura habrá música y bocadillos.
- Se ofrecerá al cliente un buzón de quejas y sugerencias, esto con el fin de conocer sus necesidades.
- Se manejará una base de datos de los clientes, esto con el fin de ofrecerles algo especial, y siempre mantener el contacto, se debe manejar básicamente esta información:
 - ✓ Nombre y apellido
 - ✓ Teléfono
 - ✓ Email
 - ✓ Fecha de cumpleaños
 - ✓ Platillo favorito
- Se incentivará a los clientes a una próxima visita, brindándoles un servicio de calidad.
- Se obsequiará artículos publicitarios a clientes que sean muy frecuentes.
- Se ofrecerá un buen producto, una buena atención y una higiene total del establecimiento.
- Si se logra ingresar en el mercado exitosamente y lograr un posicionamiento, se buscará que los clientes recomienden el restaurante con sus amistades.

Marca.- La marca con la que se dará a conocer el restaurante será “La Mariscada”

Figura 3.1 Logotipo del restaurante



Elaborado por: César Azcanta

En resumen

Para llegar a los consumidores objetivo se toma en cuenta las 4p (Producto, Precio, Plaza y Promoción).

Producto:

- Se ofrecerá productos de calidad y un excelente servicio.
- Variedad de platos:
 - Camarones apanados
 - Arroz con camarón
 - Ceviche mixto
 - Ceviche de camarón
 - Ceviche de concha
 - Sopa marinera
 - Conchas asadas
 - Encebollado
 - Pescado apanado
- Buena presentación de los platos.
- El local se ambientará con un estilo tropical y rústico (combinados).
- El lugar se decorará con plantas y una pecera.
- El personal usará uniformes

Precio:

- Se fijará precios competitivos con otros similares.
- La forma de pago será en efectivo.

Se tomó en cuenta el resultado de la encuesta de las preguntas 6 y 8 en donde se obtuvo el promedio que gasta una persona en un restaurante de mariscos, y este resultado da una idea de cuánto gasta una persona cuando asiste a un establecimiento así.

En promedio las personas gastan entre 10 y 20 dólares, y esto representa al 64 %, es decir más de la mitad. Se debe mencionar que el 35 % y el 29 %

que gastan entre 10 y 20 dólares acuden acompañados, por lo tanto en promedio se gasta 15 dólares y este valor dividido para dos, es el precio promedio que costaría un plato, por lo que se puede ver que los precios de los platos serían competitivos, según el análisis.

También es necesario realizar un estudio de la competencia, para así lograr precios competitivos, ya que si se desea entrar en el mercado, por lo menos los precios deben estar a la par de la competencia. Según la observación realizada en restaurantes que tienen gran aceptación en el mercado se pudo ver que en promedio el costo de un plato de mariscos está entre 5 y 8 dólares, dependiendo del plato. Por lo tanto al momento de ponerle precio a los platos se tuvo en cuenta estos factores.

En la figura 3.2 se muestran los precios de cada uno de los platos y las bebidas.

Figura 3.2 Carta de precios del restaurante

La Mariscada *Precios*

El placer de alimentarte con productos de primera.

<p><i>Encebollado</i></p>  <p>La Mariscada \$ 2.50</p>	<p><i>ceviche</i></p> <p><i>Mixto</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.50</p>	<p><i>sopa</i></p> <p><i>Marinera</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.50</p>
<p><i>pescado</i></p> <p><i>Apanado</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.50</p>	<p><i>camarones</i></p> <p><i>Apanados</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.50</p>	<p><i>ceviche</i></p> <p><i>Concha</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.00</p>
<p><i>arroz con</i></p> <p><i>Camarón</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.50</p>	<p><i>conchas</i></p> <p><i>Azadas</i></p>  <p>La Mariscada \$ 7.00</p>	<p><i>ceviche de</i></p> <p><i>Camarón</i></p>  <p>La Mariscada \$ 5.00</p>

De Tomar

Jarza de limonada	\$ 2.00
Vaso de limonada	\$ 0.50
Cola personal	\$ 0.40
Cola mediana	\$ 0.50
Fruitea	\$ 0.85
Cerveza	\$ 1.25

Elaborado por: César Azcanta

Fuente: Google imágenes

Plaza (Ubicación):

- Se ubicará en un sector estratégico en Guayllabamba, y estará dirigido a todas aquellas personas que gusten de la comida del mar.

Promoción:

- Se dará a conocer el producto utilizando una valla, volantes, etc.
- Marketing en redes como facebook, etc.
- Marketing directo utilizando buzones, e-mail, etc.
- El día de la apertura habrá música y se ofrecerán bocadillos gratis.
- Se obsequiará artículos publicitarios del restaurante, esto se ofrecerá a personas que sean clientes fijos, o también se los podría dar en fechas especiales.

3.9.1 Canal de distribución

El canal de distribución que se utilizará será el canal directo, ya que no existen intermediarios entre la empresa y el consumidor.

Básicamente el cliente tendrá que dirigirse a las instalaciones para obtener el servicio.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

La vida útil del proyecto es de 6 años, se estimó este tiempo como prudente para poder ver el giro del negocio, y así determinar si conviene seguir con el proyecto por más tiempo.

El restaurante es un servicio, por lo tanto la determinación óptima del proyecto se basará por el número de personas atendidas, el número estimado de personas será de alrededor de 71 personas al día, ya que se buscará cubrir en promedio a 1422 personas mensualmente, es decir 356 personas semanalmente, teniendo en cuenta que en ciertos días se incrementa la demanda, como en fines de semana y feriados, ya que en estos días la gente prefiere salir a comer fuera.

La capacidad máxima instalada del restaurante es de 15 mesas para cuatro personas por lo tanto tiene una capacidad máxima instalada de 60 personas, considerando que se trabaja un turno de ocho horas. El local se abrirá de miércoles a domingo, considerando que en fines de semana y feriados la demanda se puede incrementar, según los resultados de las encuestas, en donde se puede notar que las personas acuden a este tipo de restaurantes especialmente en fines de semana y feriados.

Se ofrecerán nueve diferentes tipos de platos:

- Conchas asadas
- Sopa marinera
- Camarones apanados
- Arroz con camarón
- Ceviche de camarón
- Ceviche mixto
- Ceviche de concha
- Encebollado

- Pescado apanado

Y de beber: limonadas, colas, cerveza y Fuze tea.

Factores que determinan el tamaño del proyecto

- **La demanda insatisfecha**

Se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha de 170651 personas, del cual se tomó el 10 % como seguro, es decir 17065, por lo tanto 1422 personas mensualmente. Y también se tuvo en cuenta que dicha demanda se incrementará en un 3,14 % anual, que es la tasa de crecimiento poblacional de Guayllabamba.

- **Materias primas e insumos**

Las materias primas e insumos se las obtendrá en el mercado San Roque, siempre buscando los mejores precios y la calidad en los mismos. De esta manera se puede ver que difícilmente habrá escasez de los mismos, ya que son de consumo diario.

En cuanto a servicios básicos si existe una facilidad de acceso a los mismos.

- **Infraestructura**

Para la realización del presente proyecto se ha determinado que la ubicación del local será en el barrio Pichincha en la Parroquia de Guayllabamba. El local estará dividido en: cocina, salón, y servicios higiénicos. Se laborará de 8 a 5 de la tarde, con media hora para el almuerzo, el cual se dará en el establecimiento. El restaurante se abrirá a partir de las 10 de la mañana.

Según el estudio de mercado se determinó que el restaurante tendrá una capacidad máxima de atención al público de:

Semanalmente: La capacidad de atención sería de 356 personas

Mensualmente: La capacidad de atención sería de 1422 personas

Anualmente: La capacidad de atención sería de 17065 personas

- **El financiamiento**

El financiamiento vendrá de recursos propios y recursos prestados, es decir mediante la aportación de los socios con capital propio, y a través de crédito. El crédito se lo podrá obtener en los diferentes bancos, o también se lo puede realizar en la Corporación Financiera Nacional.

4.2 Localización de la empresa

Consiste en identificar de manera lógica el lugar donde se llevará a cabo el proyecto. Si se logra una buena ubicación del proyecto se obtendrá una mayor rentabilidad, ya que los clientes podrán acceder más fácilmente al servicio.

Para la localización de la empresa se tuvo en cuenta los siguientes factores:

- ✓ Costo de arrendamiento.- Se refiere al costo que debemos pagar para el arrendamiento del local, por esta razón debemos buscar un local con precios accesibles. De esta forma debemos tener muy en cuenta que acceder a un local con un arrendamiento excesivo resultaría perjudicial para el negocio. El costo de arrendamiento en este sector es de \$300 en promedio.
- ✓ Servicios básicos.- El sector donde se quiere llevar a cabo el proyecto si cuenta con los servicios básicos, como son agua potable, energía eléctrica, teléfono y alcantarillado.
- ✓ Zonas de parqueo.- En este punto debemos darnos cuenta que nuestro cliente objetivo en su mayor parte harán uso de algún tipo de vehículo, por lo que resultaría desventajoso no tener zonas de parqueo.
- ✓ Mercado objetivo.- El mercado objetivo serán todas las personas que gusten de la comida del mar y que habiten en Guayllabamba.

- ✓ Competencia.- La competencia si es grande en este sector, ya que es un sitio turístico a donde acuden muchos turistas, pero la competencia está enfocada en ofrecer platos típicos del lugar (yahuarlocros, papas con cuero, fritada, etc.)
- ✓ Ambiente.- Si se cuenta con un buen ambiente, es un lugar turístico de clima semitropical.
- ✓ Cercanía de carreteras.- Si se cuenta con carreteras en buen estado.

4.2.1 Macro localización

Es la selección del país, zona, región, provincia de ejecución de la proyección.

El proyecto se encontrará ubicado en Ecuador, provincia de Pichicha, cantón Quito.

4.2.2 Micro localización

Es la determinación de un lugar específico de ejecución del proyecto.

El proyecto se encontrará ubicado en Ecuador, provincia de Pichicha, cantón Quito

La ubicación del lugar resulta esencial por lo que se ha elegido este sitio, es de fácil acceso. El local será rentado, y las remodelaciones que se hagan serán mínimas.

4.2.2.1 Método cualitativo por puntos

Tabla 4.1 Método cualitativo por puntos

FACTORES	PESO	Barrio Pichincha		Parque Central		Barrio Huertos Familiares	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Costo de arrendamiento	0.15	8	1.2	8	1.2	7	1.05
Servicios básicos	0.10	9	0.9	9	0.9	9	0.9
Zonas de parqueo	0.10	6	0.6	6	0.6	7	0.7
Mercado objetivo	0.25	10	2.5	7	1.75	9	2.25
Competencia	0.20	8	1.6	8	1.6	9	1.8
Ambiente	0.10	9	0.9	8	0.8	8	0.8
Cercanía de las carreteras	0.10	9	0.9	8	0.8	7	0.7
	1.00		8.6		7.65		8.2

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Se puede observar que en la matriz, la mejor alternativa para la instalación del proyecto es en el barrio Pichincha de Guayllabamba, ya que es la que obtuvo mayor puntaje. Por lo tanto la ubicación del proyecto es en el barrio Pichincha.

4.3 Ingeniería del proyecto

4.3.1 Proceso productivo

Es la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos (bienes o servicios).

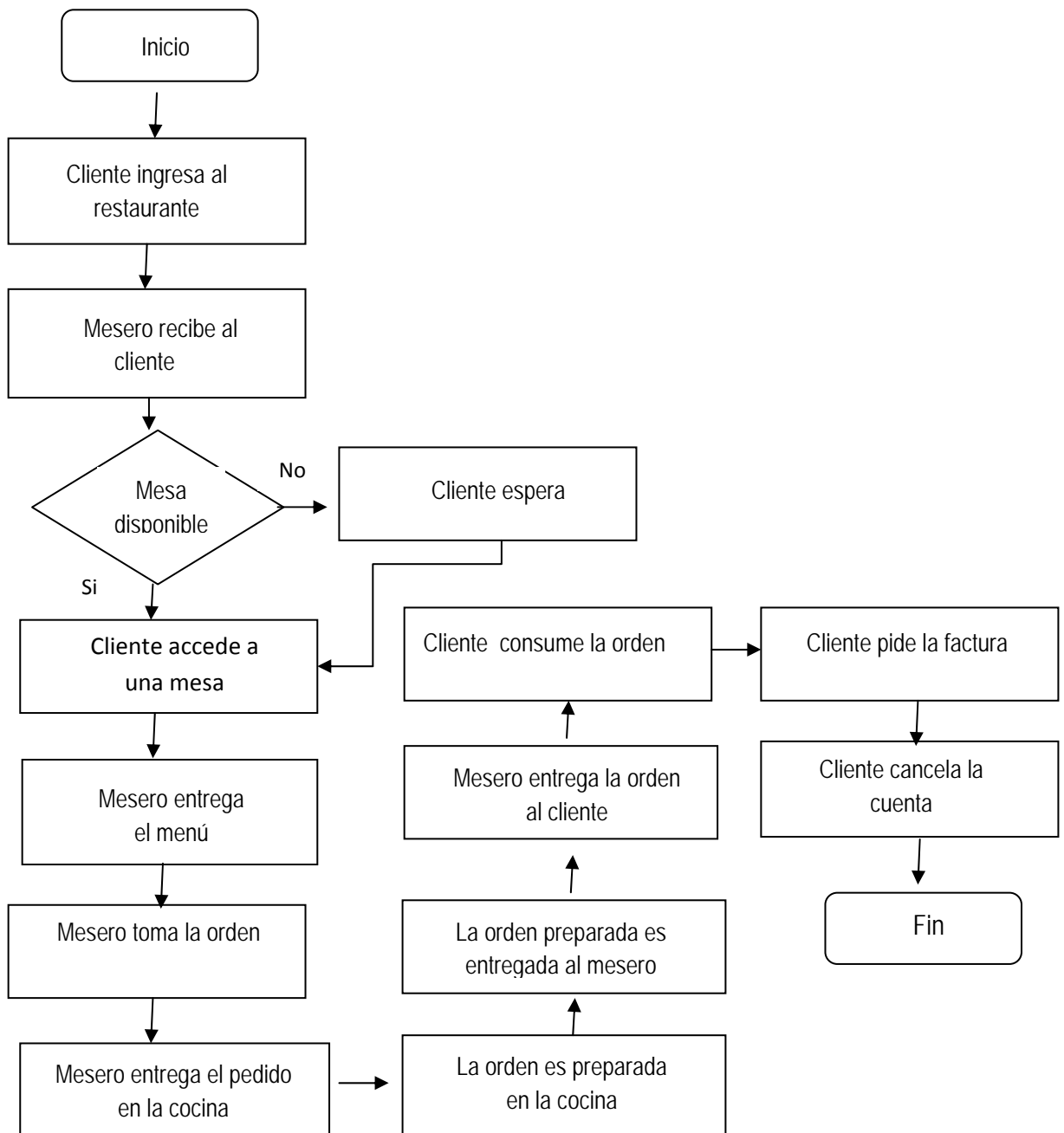
Los siguientes pasos definen el proceso de venta, siempre buscando la satisfacción de los clientes.

1. El cliente ingresa al restaurante.
2. El mesero recibe al cliente y le busca una mesa.
3. El mesero le entrega el menú al cliente.
4. El mesero toma la orden del cliente.
5. El mesero se dirige a la cocina.
6. El mesero entrega el pedido a uno de los miembros de la cocina.
7. La orden es preparada en la cocina.
8. La orden ya preparada es entregada al mesero.
9. El mesero entrega la orden al cliente.
10. El mesero debe estar atento en caso de que el cliente solicite algo

- adicional.
- 11. El cliente consume la orden.
- 12. El cliente pide la factura o se acerca a cancelar en caja.
- 13. El cliente cancela la cuenta.
- 14. El cliente sale del establecimiento.

4.3.2 Flujograma del proceso de venta (Utilización de simbología ANSI)

Figura 4.1 Flujograma proceso de venta



Elaborado por: Alexandra Rodríguez

4.3.3 Distribución de planta

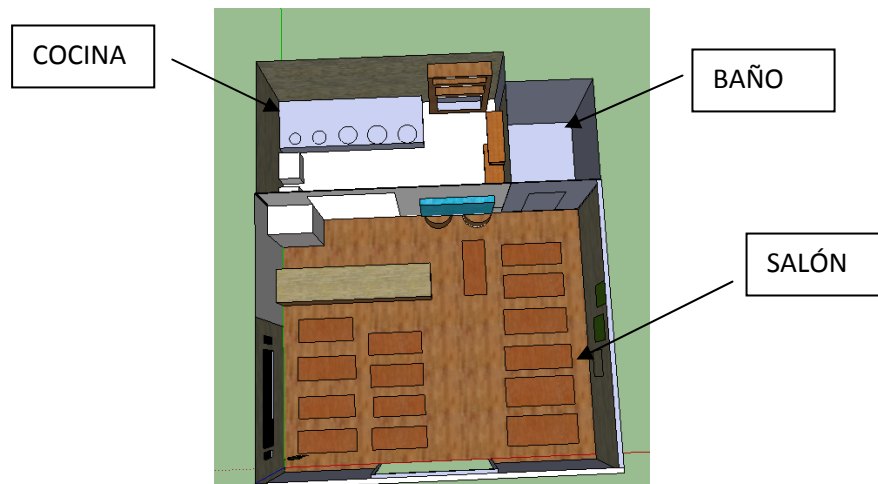
Cocina.- Aquí se elaborarán los productos (platos del menú) y se almacenarán las materias primas para la elaboración de los platos.

Baño.- Cuenta con un baño y un lavabo en perfectas condiciones

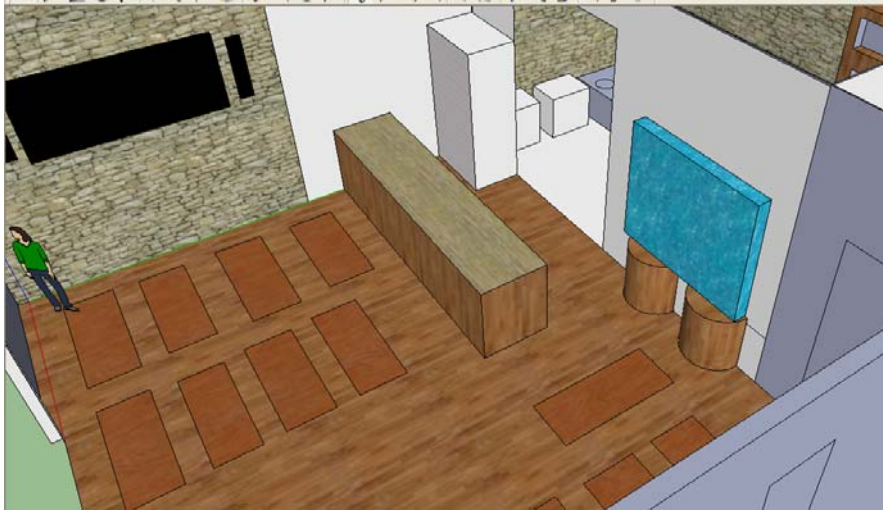
Salón.- Es el área donde estarán ubicadas las mesas, por lo tanto es el lugar donde los clientes consumirán los alimentos.

Las siguientes imágenes son la representación gráfica de las áreas antes mencionadas:

Figura 4.2 Distribución de planta



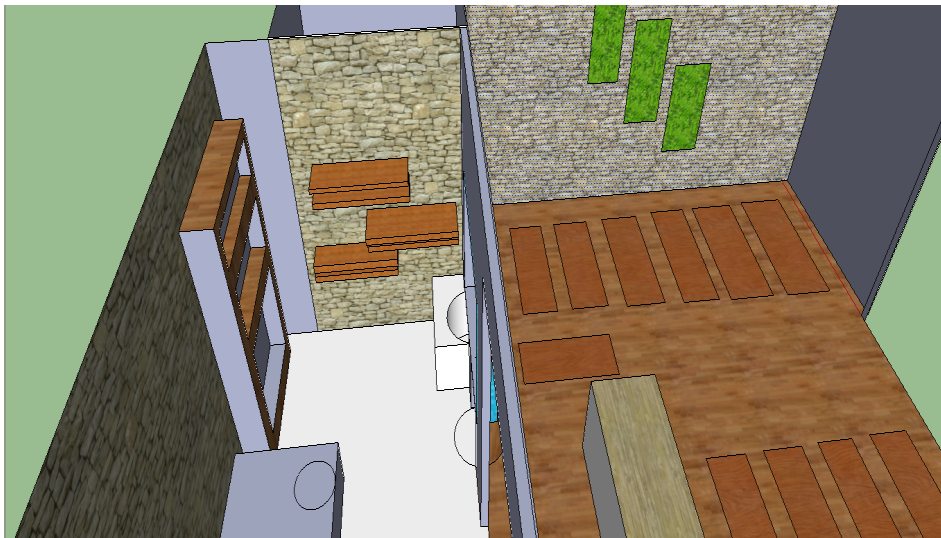
Elaborado por: César Azcanta



Elaborado por: César Azcanta



Elaborado por: César Azcanta



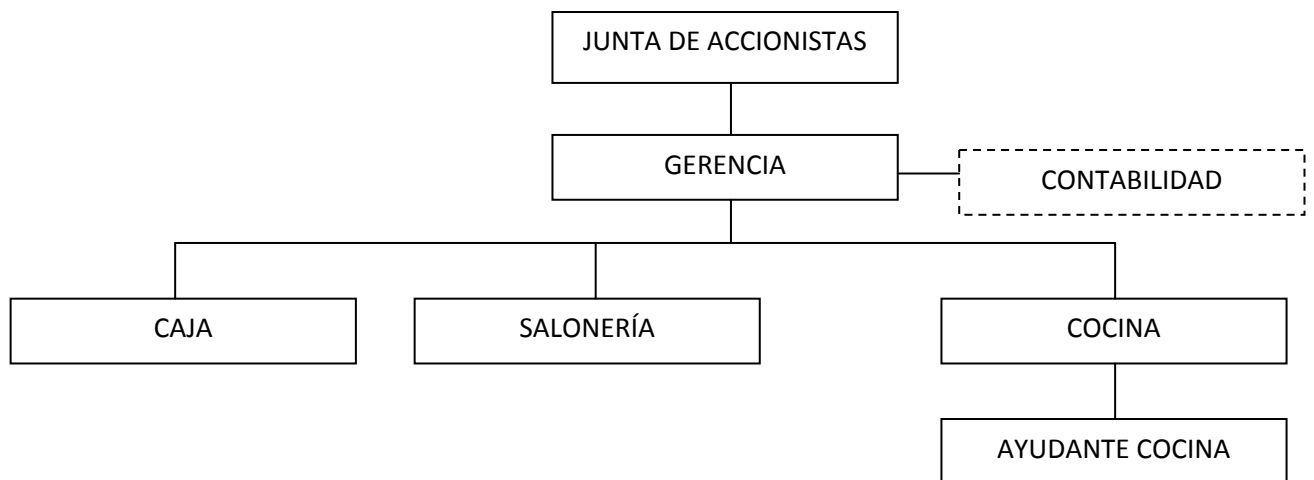
Elaborado por: César Azcanta

4.4 Organigrama de la compañía

El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa, donde se puede observar el grado de relación y dependencia entre los distintos departamentos o categorías profesionales que forman dicha organización.

4.4.1 Organigrama estructural

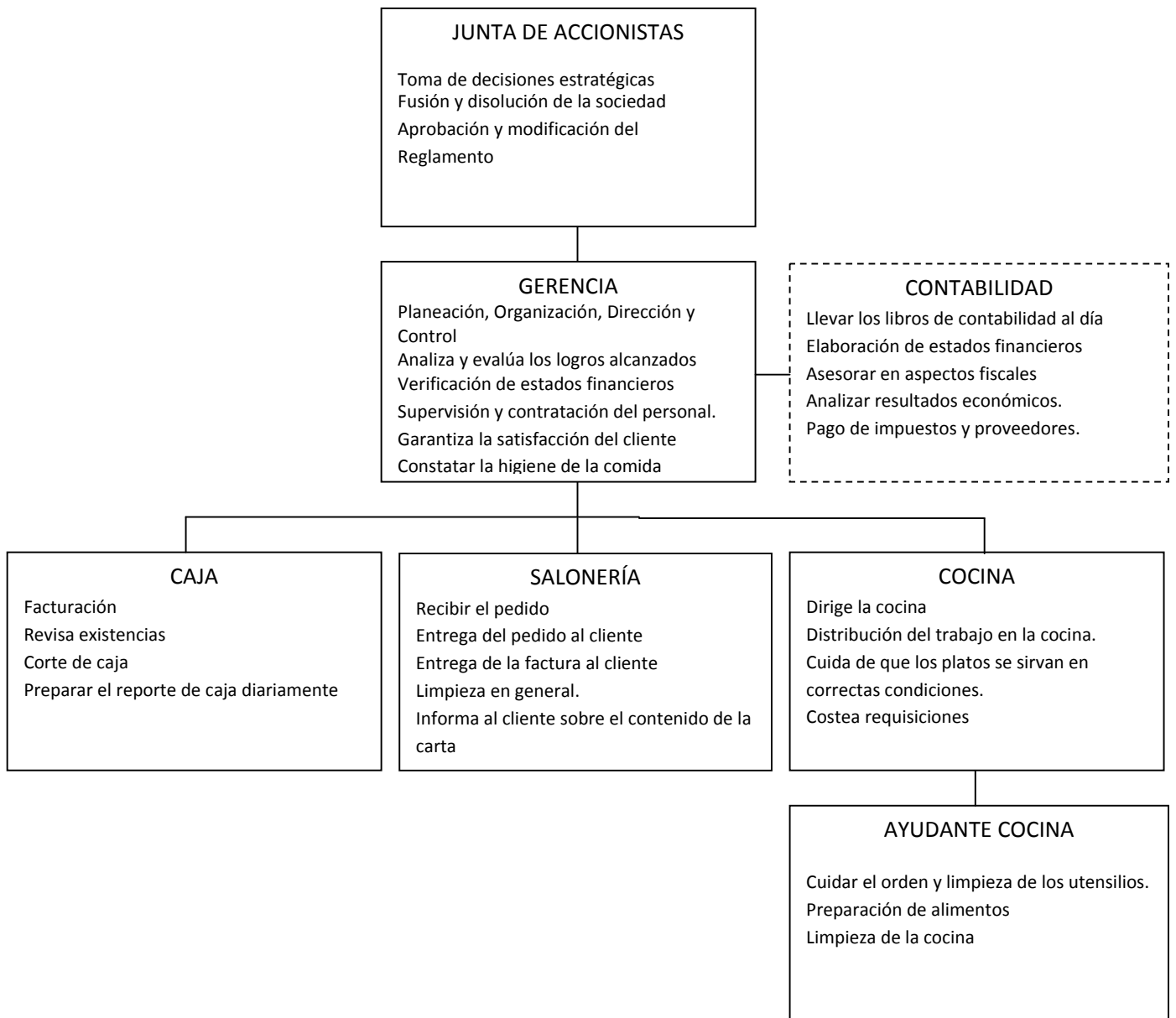
Figura 4.3 Organigrama estructural



Elaborado por: Alexandra Rodríguez

4.4.2 Organigrama funcional

Figura 4.4 Organigrama funcional



Elaborado por: Alexandra Rodríguez

4.5 Base legal

La empresa se la establecerá como Sociedad Anónima y para poder funcionar legalmente deberá cumplir los requisitos que exigen las diferentes entidades.

En rasgos generales la Sociedad Anónima “es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”². No tiene límite de socios, y esta es la principal razón por la que se decidió establecerla como Sociedad Anónima.

La Mariscada S. A. se registrará bajo los siguientes cuerpos legales:

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC).- En forma general se puede definir que el RUC es la cédula de identidad de todas las personas jurídicas, que realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

Es de primordial importancia que La Mariscada S.A. posea un RUC, y someterse al órgano de control que es el SRI (Servicio de Rentas Internas) y la Superintendencia de Compañías.

LEY DE COMPAÑÍAS.- La Ley de Compañías rige de modo directo las actuaciones de las empresas en el territorio ecuatoriano además de la información que las empresas deben remitir a la Superintendencia de Compañías como órgano de Control, estableciendo dentro de sus artículos derechos, obligaciones y sanciones.

² LEY DE COMPAÑÍAS

CÓDIGO DE TRABAJO.- Todas las actuaciones de la empresa se registrarán al Código de Trabajo, porque aquí se evidencian las regulaciones que deben existir en las relaciones entre empleadores y trabajadores.

Enumeración de permisos necesarios para el establecimiento de un restaurante:

1. Trámite de la constitución de Sociedad Anónima.
2. Registro de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
3. Registro de la empresa en el Registro Mercantil.
4. Registro de nombramientos en el Registro Mercantil.
5. Patente.
6. RUC.
7. Permiso de funcionamiento del Municipio.
8. Permiso de funcionamiento de los bomberos (Informe de inspección).

Pasos que se deben seguir para funcionar legalmente:

1. Determinar el tipo de empresa que se va a constituir si la empresa es Compañía Limitada o Sociedad Anónima.
2. Un abogado elabora la escritura de constitución de la empresa que es denominada minuta y en una notaría se eleva la minuta a escritura pública. La escritura de constitución (minuta) debe contener los siguientes aspectos:
 - ✓ Socios (número de socios)
 - ✓ Objetivos de la empresa
 - ✓ Fecha de inicio de operaciones
 - ✓ Cuál es el capital social

Una vez constituida legalmente la empresa, los accionistas se reúnen para designar al Gerente general y representante legal (generalmente es la misma persona) y al Presidente. Cabe indicar que cada vez que se hagan juntas de accionistas se debe elaborar las actas de las juntas las mismas que deben ser firmadas por todos los accionistas y asistentes.

3. Registrar la empresa en la Superintendencia de Compañías, esto lo hace el abogado.

Llenar el formulario requerido y presentar los siguientes requisitos:

- Escritura de constitución.
- Copias de las cédulas y papeletas de votación del Gerente General (representante legal).
- Copia del depósito de integración del capital (Se debe abrir una cuenta con el nombre de la empresa y depositar el dinero que consta como capital social suscrito, esta cuenta bancaria está a nombre de la empresa, y el depósito se denomina depósito de integración del capital).

Finalmente cuando aprueban el registro, dan un número de expediente.

4. Luego en el Registro Mercantil se debe registrar los nombramientos del Gerente General (dentro del nombramiento se señala que es el representante legal) y Presidente, todo nombramiento dura dos años.

Requisitos:

- Original y copia a color de la cédula, o del pasaporte con hoja de identificación y tipo de visa vigente.
- Original de la papeleta de votación del último proceso electoral.
- Copia del Acta de Junta de Accionistas donde se nombre al Gerente y al Presidente, así como también la publicación donde se convoca a la Junta de Accionistas para nombrar al Presidente y Gerente.
- Copia del RUC.

5. Con los nombramientos dirigirse al Municipio para sacar la Patente.

Llenar el formulario requerido para sacar la Patente y anexar los siguientes requisitos:

- Original y copia de la escritura de constitución.

- Original y copia del nombramiento del Gerente general (representante legal).
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del Gerente General (representante legal).
- Original y copia planilla de agua, luz y o teléfono.

Presentando todo lo anterior se demora dos días laborables. Luego de este tiempo el Municipio emite una carta de pago la misma que se cancela y le entregan la patente.

6. Con la Patente dirigirse al SRI, para sacar el RUC.

Llenar el formulario RUC 01A y RUC 01B requeridos, dichos formularios debe ser firmados por el representante legal y presentar los siguientes requisitos:

- Original y copia o copia certificada de la escritura de constitución.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de planilla de agua, luz, teléfono, contrato de arrendamiento, o pago del impuesto predial de este año o año anterior.

7. Dirigirse nuevamente al Municipio y solicitar el formulario para el permiso de funcionamiento.

Llena el formulario requerido, y presentar:

- Copia de la Patente
- Copia del RUC
- Copia del pago del Impuesto predial (de donde va a funcionar la empresa).

También existe la posibilidad de que el Municipio solicite el IRM (Permiso de Uso de Suelos), El Municipio determina si lo hace o no. Esto depende del tamaño y la ubicación, en el caso de hacerlo se deberá llenar el formulario requerido.

En la actualidad al solicitar el permiso de funcionamiento en el Municipio esta entidad notificará al cuerpo de bomberos para que realicen la inspección del caso y emitan el informe de la inspección. El Municipio le entregará una hoja del trámite con una numeración.

Inspección de los bomberos

El cuerpo de bomberos va a comunicarse con la empresa para ponerse de acuerdo el día y hora de la inspección tomando en cuenta el número de trámite que le entregó el Municipio.

El día de la inspección los bomberos le solicitarán los siguientes documentos:

- ✓ Copia de la Cédula de ciudadanía del representante legal
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia de la hoja del trámite entregada por el municipio
- ✓ Copia de la patente municipal

Una vez realizada la inspección ellos emitirán un informe donde detallan si cumplen o no con los requisitos para otorgar el permiso de funcionamiento.

En caso de que algo les falte, ellos les otorgan un plazo prudente para que cumplan con las exigencias y vuelvan a hacer otra inspección. Posteriormente si todo está bien los bomberos otorgan el permiso de funcionamiento y pasan al municipio el informe favorable.

En la actualidad tanto el permiso del Municipio como el de los Bomberos es un mismo documento emitido por el Municipio.

8. Registrarse en el Ministerio de Turismo (es obligatorio y se lo hace una sola vez, la primera vez se cancela el registro y la licencia anual de funcionamiento). El costo de registro depende de la clasificación del restaurante.

Requisitos:

- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía.
 - Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro Mercantil.
 - Copia a color de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
 - Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
 - Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (Firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados).
 - Dos copias del formulario de declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil. (solicitarlo en la ventanilla de Quito Turismo)
 - Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento).
 - Copia de la Patente Municipal del año vigente.
 - Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
 - Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).
 - Original y copia de los comprobantes de pago por concepto de registro turístico.
 - Original y copia de los comprobantes de pago por pagos por contribución uno por mil sobre activos fijos del establecimiento.
9. Registro de marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).

- Realizar una primera solicitud de búsqueda fonética, el costo es de \$16, dicho valor se deposita en una cuenta del banco de Guayaquil.
- Con el comprobante de pago acercarse al IEPI y solicitar la búsqueda fonética.
- Realizar una segunda solicitud de registro, para poder registrar el nombre, el costo es de \$116.

El registro de la marca tiene una duración de 10 años, se la debe renovar después de transcurrido ese tiempo.

10. Sacar el permiso del Ministerio de Salud. El costo depende de la clasificación del restaurante.

Requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Copias de la cédula y papeleta de votación del propietario.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado tiene validez por un año desde su emisión).
- Permiso de Bomberos / Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento.

11. Sacar el permiso del medio ambiente, en la Secretaría de Ambiente.

Llenar el formulario requerido y presentar:

- Copia del RUC.
- Copia de la clave catastral.
- Con una orden de pago, los inspectores realizan las inspecciones.

Se debe mencionar que cada año se debe pagar la patente y renovar el permiso de funcionamiento en el Municipio. Para la renovación se necesita el comprobante de pago del año anterior.

En el momento que ya se obtiene todo lo mencionado anteriormente se podrá operar legalmente, cumpliendo con todos los requerimientos que exige la Ley.

Una vez que ya está formada la empresa para que arranque el negocio se procede a la contratación del personal; el mismo será empleado de acuerdo al código de trabajo y por ello se elaborará los contratos que serán legalizados en el Ministerio de relaciones laborales, y con estos ya legalizados se solicitará en el IESS un numero patronal para proceder con las afiliaciones del personal.

Ministerio de Relaciones Laborales

Requisitos:

- Elaborar los contratos de trabajo tomando en consideración los formatos que mantiene el ministerio en su página web.
- Los contratos son firmados por el Gerente (representante legal) y el trabajador en triplicado.
- Para legalizar en el Ministerio se lleva los contratos más copias de la cédula y papeletas de votación a color del trabajador y gerente. También presentar en medio magnético (si se firma más de cuatro contratos hay que llenar un formulario que da el ministerio).

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Requisitos:

- Solicitud de entrega de clave firmada.
- Planilla de pago de luz, agua, o teléfono.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula y última papeleta de votación del representante legal.

CAPÍTULO 5

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

En este capítulo se detalla la cuantificación del recurso financiero que se utilizará en la adquisición de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo para las operaciones normales del proyecto.

5.1 Clasificación de las inversiones

La inversión total está formada por las inversiones tangibles (activos fijos), inversiones intangibles (activos diferidos), y capital de trabajo.

Tabla 5.1 Clasificación de las inversiones

Inversiones totales	
Activo fijo tangible	9248.93
Activo fijo intangible	1522.09
Capital de trabajo	6971.61
Total inversión	17742.63

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

5.2 Establecimiento de las inversiones

5.2.1 Inversión sobre activos fijos tangibles

Es la adquisición de bienes tangibles, necesarios para el funcionamiento del restaurante, la adquisición de estos activos sirve para la transformación de los insumos.

Se tiene en cuenta un 2 % de imprevistos en los activos que se va adquirir.

Equipos de cocina

Son todos aquellos equipos necesarios para la preparación de alimentos.

Tabla 5.2 Equipos de cocina

Equipos de cocina	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Frigorífico vertical mixto una puerta	1	1280.00	1280.00
Congelador Indurama horizontal	1	890.00	890.00
Cocina industrial tres quemadores	1	890.00	890.00
Cocina industrial dos quemadores	1	165.00	165.00
Horno	1	60.00	60.00
Sum batidor 30 cm	1	7.14	7.14
Licuada Oster	1	87.00	87.00
Microondas	1	140.00	140.00
Subtotal			3519.14
Imprevistos			2%
Total			3589.52

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Suministros de cocina

Todos los utensilios necesarios para la preparación de los alimentos.

Tabla 5.3 Suministros de cocina

Suministros de cocina	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Olla de presión 13 litros	1	69.69	69.69
Calderos 60 cm	1	230.32	230.32
Calderos 50 cm	2	129.65	259.30
Calderos 45 cm	2	79.48	158.96
Bawlls de 5 l	2	6.84	13.68
Bawlls de 4 l	2	5.89	11.78
Bandejas de aluminio (grandes)	5	8.40	42.00
Reposteros de plástico (cuatro unidades)	2	12.23	24.46

Cucharetas para arroz de acero	4	8.07	32.28
Cucharas mediana de ensalada	2	2.13	4.26
Cucharetas de palo	2	2.00	4.00
Cucharetas de aluminio ILKO (grande)	3	2.81	8.43
Cucharón ILKO (mediano)	4	3.08	12.32
Cucharón Tramontina de plástico	2	1.77	3.54
Agarradores de verduras (pinzas)	3	1.96	5.88
Cernidoras plásticas (pequeñas)	4	1.81	7.24
Cernidoras de alum. (coladera con aza)	3	38.69	116.07
Ralladores cuatro lados acero inoxidable	2	5.06	10.12
Tabla de picar pequeña	1	8.45	8.45
Sartén profesional	1	27.58	27.58
Sartén UMCO (mediano)	4	3.98	15.92
Cuchillos chef cebollero profesional	5	12.82	64.10
Jarras Rolly 2.5 litros	1	6.48	6.48
Jarras Maxi	3	3.00	9.00
Jarras Cristar 1 litro	10	1.61	16.10
Platos tendidos 23.5 cm	70	4.15	290.50
Platos cevicheros (bawl 14 cm)	50	4.43	221.50
Platos base 25.4 cm (medianos)	30	4.84	145.20
Platos base 29 cm (grandes)	25	4.62	115.50
Pailas de madera (bateas)	1	6.00	6.00
Cucharas de mesa sopera	70	1.15	80.50
Tenedores de mesa	70	1.28	89.60
Cuchillos de mesa	70	2.47	172.90
Vasos lisos	80	0.56	44.80
Bawls de aluminio para el ají	10	1.71	17.10
Exprimidores	10	2.15	21.50

Martillos de madera	10	1.00	10.00
Tablitas de madera	10	1.00	10.00
Saleros multicolor (dos unidades)	5	1.62	8.10
Frascos para salsas	10	0.96	9.60
Tazones Balum	2	2.14	4.28
Portas cubiertos	3	2.13	6.39
Subtotal			2415.43
Imprevistos			2%
Total			2463.74

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Equipo de oficina

Equipo necesario para desarrollar el trabajo de facturación en el restaurante.

Tabla 5.4 Equipo de oficina

Equipo de oficina	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Máquina registradora	1	220.00	220.00
Calculadora CASIO	1	16.00	16.00
Teléfono Panasonic	1	35.00	35.00
Memory flash	1	15.00	15.00
Subtotal			286.00
Imprevistos			2%
Total			291.72

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Equipo de cómputo

Equipo necesario para tener registrado todos los movimientos en el restaurante, como compras, inventario, ventas, etc.

Tabla 5.5 Equipo de cómputo

Equipo de cómputo	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Laptop ACER	1	456.50	456.50
Impresora Canon	1	65.20	65.20
Subtotal			456.50
Imprevistos			2%
Total			465.63

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Equipo musical y audiovisual

Equipo que servirá de entretenimiento para los clientes.

Tabla 5.6 Equipo musical y audiovisual

Equipo musical y audiovisual	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Minicomponente LG	1	190.00	190.00
LED Global 24 pulgadas	1	390.00	390.00
Subtotal			580.00
Imprevistos			2%
Total			591.60

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Muebles y enseres

Mobiliario que sirve para que los clientes se sientan cómodos y puedan disfrutar de los alimentos.

Tabla 5.7 Muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Mesas de madera +bancas (dos unidades)	15	90.00	1350.00
Mesón	1	150.00	150.00
Basureros (tacho grande Supremo)	2	17.49	34.98
Basureros (tacho pequeño Icaro)	2	8.05	16.10
Ventilador Montero	1	71.43	71.43
Subtotal			1622.51
Imprevistos			2%
Total			1654.96

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Decoración

Todas aquellas cosas que sirvan para la decoración del local, para que este sea atractivo y llame la atención de los clientes.

Tabla 5.8 Decoración

Decoración	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Plantas	4	7.00	28.00
Pecera	1	100.00	100.00
Pinturas	4	15.00	60.00
Subtotal			188.00
Imprevistos			2%
Total			191.76

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

5.2.2 Inversión sobre activos diferidos

Los activos diferidos son todas aquellas inversiones necesarias para poner en marcha el negocio y que la empresa opere legalmente.

Tabla 5.9 Inversión intangible

Inversión intangible	
Concepto	Valor
Depósito de garantía por arrendamiento	350.00
Estudios y promoción	200.00
Gastos de constitución	942.24
Subtotal	1492.24
Imprevistos	2%
Total	1522.09

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 5.10 Gastos de constitución

Gastos de constitución	
Concepto	Valor
Escritura de Constitución (honorario abogado)	300.00
Escritura Pública (Notaría)	2.00
Registro en la Superintendencia de Compañías	53.23
Registro Mercantil	12.80
Patente	100.00
RUC	0.00
Permiso de Funcionamiento y Bomberos	0.00
Permiso de Uso de Suelos (IRM)	0.00
Permiso del Min. de Salud	70.08
Licencia otorgada por el Ministerio de Turismo	213.73
Permiso Dirección del Medio Ambiente	58.40
Registro de marca	132.00
Subtotal	942.24
Imprevistos	2%
Total	961.09

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

5.2.3 Inversión de capital de trabajo

El capital de trabajo está formado por: los costos de producción, gastos de administración y gastos de ventas.

El capital de trabajo es de \$ 6,971.61

Tabla 5.11 Capital de trabajo

Capital de trabajo	Total mensual
Costos de producción	5,125.28
Gastos de administración	1,340.93
Gastos de ventas	505.39
Subtotal capital de trabajo	6,971.61

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Costos de producción

Tabla 5.12 Costos de producción

1. Costos de Producción	Total mensual	Total anual
1.1 Materia Prima	2,427.48	29,129.76
1.2 Mercadería para la venta	260.32	3,123.84
1.3 Mano de obra		
Jefe de cocina	389.40	4,672.75
Ayudante de cocina (2)	776.62	9,319.47
Meseros (2)	776.62	9,319.47
1.4 Gastos de fabricación		
1.4.1 Gastos directos de fabricación (GDF)		
Consumo de gas	100.00	1,200.00
Consumo de agua	21.00	252.00
Consumo de luz	21.00	252.00
1.4.2 Gastos indirectos de fabricación(GIF)		
Vajilla desechable	33.12	397.44
Uniformes	19.74	236.90
Suministros de limpieza	34.82	417.84
Alimentación	150.00	1,800.00
Gasto mantenimiento equipos de cocina	14.66	175.96
Subtotal costos de producción	5,024.79	60,297.43
Imprevistos	2%	
Total costos de producción	5,125.28	61,503.38

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Gastos de administración

Tabla 5.13 Gastos de administración

2. Gastos de administración	Total mensual	Total anual
Sueldo Gerente General	772.23	9,266.80
Honorarios Profesionales Contador	150.00	1,800.00
Gasto arriendo	300.00	3,600.00
Consumo de luz	4.50	54.00
Consumo de agua	4.50	54.00
Consumo teléfono	10.00	120.00
Internet	10.00	120.00
Suministros de oficina	4.29	51.45
Alimentación	30.00	360.00
Extintor de incendios	2.33	28.00
Adecuaciones	10.12	121.43
Otros gastos de administración	16.67	200.00
Subtotal gastos de administración	1,314.64	15,775.68
Imprevistos	2%	
Total gastos de administración	1,340.93	16,091.19

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Gastos de ventas

Tabla 5.14 Gastos de ventas

3. Gastos de ventas	Total mensual	Total anual
Sueldo Cajero	388.86	4,666.32
Publicidad	38.83	466.00
Uniformes (camiseta y gorra cajero/a)	2.75	33.00
Internet	10.00	120.00
Consumo de teléfono	15.00	180.00
Consumo de luz	4.50	54.00
Consumo de agua	4.50	54.00
Alimentación	30.00	360.00
Gasto mantenimiento (Valla)	1.04	12.50
Total gastos de ventas	495.48	5,945.82
Imprevistos	2%	
Total gastos de ventas	505.39	6,064.73

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

5.3 Financiamiento

El financiamiento para la realización del proyecto se puede hacer en las diferentes entidades que existen en el mercado como son: bancos, cooperativas, CFN, etc.

La CFN realiza préstamos con una tasa bastante baja en relación a otras entidades que existen, dependiendo del negocio, con un monto mínimo de \$ 50 000. Por esta razón no se realizará el préstamo en dicha entidad, ya que el monto del préstamo es de \$ 17,742.63.

El financiamiento se realizará en el banco Pichincha que maneja una tasa de interés del 15.18 % anual.

Estructura de financiamiento:

Tabla 5.15 Estructura de financiamiento

Inversión total	Recursos propios	Recursos ajenos
100%	30%	70%
17,742.63	5,322.79	12,419.84

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

5.3.1 Cuadro de fuentes y usos

En la siguiente tabla se determina el total de las inversiones, y los porcentajes de aporte de los socios y el crédito con terceros.

Tabla 5.16 Cuadro de fuentes y usos

Concepto	Valor total	Accionistas 30%	Crédito 70%
Activo Fijo Tangible	9,248.93	-	9,248.93
Activo Fijo Intangible	1,522.09	1,522.09	-
Capital de Trabajo	6,971.61	3,800.70	3,170.91
Inversión total	17,742.63	5,322.79	12,419.84

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

CAPÍTULO 6

COSTOS E INGRESOS

En este capítulo se define cuánto va a costar producir lo planificado y también cuál será la cantidad de ingresos que el inversionista recibirá.

6.1 Clasificación de los costos

6.1.1 Costos de producción

Tabla 6.1 Costos de producción

Costos de producción	Total mensual	Total anual
1.1 Materia Prima	2,427.48	29,129.76
1.2 Mercadería para la venta	260.32	3,123.84
1.3 Mano de obra		
Jefe de cocina	389.40	4,672.75
Ayudantes de cocina (2)	776.62	9,319.47
Meseros (2)	776.62	9,319.47
1.4.1 Gastos directos de fabricación (GDF)		
Consumo de gas	100.00	1,200.00
Consumo de agua	21.00	252.00
Consumo de luz	21.00	252.00
1.4.2 Gastos indirectos de fabricación(GIF)		
Vajilla desechable	33.12	397.44
Uniformes	19.74	236.90
Suministros de limpieza	34.82	417.84
Alimentación	150.00	1,800.00
Gasto mantenimiento equipos de cocina	14.66	175.96
Parcial	5,024.79	60,297.43
Imprevistos	2%	
Subtotal costos de producción	5,125.28	61,503.38
Depreciación equipos de cocina	29.91	358.95
Depreciación suministros de cocina	41.06	492.75
Total costos de producción	5,196.26	62,355.08

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.1 Materia prima

En el siguiente cuadro se detallan todos los requerimientos de materia prima semanal, mensual y anual necesarios para la preparación de los alimentos que se ofrecerán en el restaurante.

El inventario de materia prima se hará mensual, pero la compra de los ingredientes será semanal, ya que estos podrían dañarse, por lo tanto se realizarán cuatro compras al mes.

Tabla 6.2 Inventario total

Inventario total	Semanal	Mensual
Inventario de materia prima platos	598.87	2395.48
Inventario de materia prima bebidas	8.00	32.00
Subtotal	606.87	2427.48
Imprevistos	2%	
Total	619.01	2476.03

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.3 Inventario de materia prima platos

Inventario de materia prima platos (semanal)					
Componentes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total de compra	Promedio mensual
Arroz	1.5	Quintal	58.00	87.00	348
Sal	3	Fundas de 2 kilos	0.64	1.92	7.68
Aceite	1	Cartón (12 u.)	23.00	23.00	92
Pescado	20	Libras	4.40	88.00	352
Pescado albacora	5	Libras	2.00	10.00	40
Filete de pescado	3	Libras	4.00	12.00	48
Camarón grande	20	Libras	3.50	70.00	280
Camarón mediano	15	Libras	2.50	37.50	150
Concha	3	Cientos	14.00	42.00	168
Cangrejo	1	Sarta	12.00	12.00	48
Pulpo	15	Libras	0.80	12.00	48

Calamar	15	Libras	0.80	12.00	48
Almejas con concha	7	Libras	1.50	10.50	42
Ostiones	7	Libras	2.00	14.00	56
Plátano verde	1/2	cabeza	6.00	3.00	12
Plátano maduro	1	cabeza	6.00	6.00	24
Tomate	1	Caja de 70 libras	10.00	10.00	40
Limón	400	Unidades	0.03	12.00	48
Cebolla paiteña	1/2	Quintal	18.00	9.00	36
Cebolla blanca	4	atados	0.50	2.00	8
Pimiento	1	Caja	6.00	6.00	24
Pepinillo	30	Libras	1.00	30.00	120
Yuca	1/2	Quintal	14.00	7.00	28
Culantro	3	Atados	1.00	3.00	12
Perejil	2	Atado	1.00	2.00	8
Pimienta	2	libras	2.00	4.00	16
Ajo	5	Libras	1.00	5.00	20
Achote	1	Frasco de 1 l.	3.25	3.25	13
Comino	1	Funda de 500 g.	4.20	4.20	16.8
Salsa de tomate	2	Galones	2.50	5.00	20
Mostaza	1	Balde	8.00	8.00	32
Mayonesa	1	Galón	11.00	11.00	44
Huevos	2.5	Cubetas	3.40	8.50	34
Mantequilla Bonella	2		1.25	2.50	10
Ají peruano	3	Libras	0.50	1.50	6
Naranjas	50	Unidades	0.10	5.00	20
Pan rallado	3	Libras	0.60	1.80	7.2
Harina	3	Libras	0.40	1.20	4.8
Maíz	10	Libras	1.00	10.00	40
Canguil	10	Libras	0.60	6.00	24
Subtotal				598.87	2395.48
Imprevistos				2%	
Total				610.85	2443.39

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.4 Inventario de materia prima bebidas

Inventario de materia prima bebidas (semanal)					
Componentes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total	Promedio mensual
Limón	100	Unidades	0.03	3	12
Azúcar	2	2 kilos	2.50	5	20
Subtotal				8	32
Imprevistos				2%	
Total				8.16	32.64

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.2 Mercadería para la venta

Son bienes finales que no sufren el proceso de transformación, pero se ponen a disposición del cliente para consumirlos.

Tabla 6.5 Mercadería para la venta (bebidas)

Mercadería para la venta bebidas (semanal)				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo mensual
Colas personales pequeñas (24 u.)	3	4.70	14.1	56.4
Colas personales medianas (24 u.)	3	7.50	22.5	90
Paquetes de Fuze tea (12 u.)	2	5.74	11.48	45.92
Cerveza (12 u.)	2	8.50	17	68
Subtotal			48.08	260.32
Imprevistos			2%	
Total			49.04	265.53

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.3 Mano de obra

6.1.1.3.1 Análisis salarial

En la siguiente tabla de análisis salarial se detallará todo lo correspondiente a los pagos que se deberán realizar.

Tabla 6.6 Análisis salarial

ANÁLISIS SALARIAL ANUAL												
DETALLE	N° de personas	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte less	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total por persona año 1	TOTAL AÑO 1	Total por persona año 2	TOTAL AÑO 2
Sueldos y salarios. OPERACIONES										23,311.69		24,772.56
Jefe de Cocina	1	292.87	3,514.44	292.87	292.00	427.00	292.87	146.44	4,672.75	4,672.75	4,965.62	4,965.62
Ayudante de cocina	2	292.00	3,504.00	292.00	292.00	425.74	292.00	146.00	4,659.74	9,319.47	4,951.74	9,903.47
Mesero	2	292.00	3,504.00	292.00	292.00	425.74	292.00	146.00	4,659.74	9,319.47	4,951.74	9,903.47
Sueldos y salarios. ADMINISTRACIÓN										9,266.80	-	9,866.80
Gerente General	1	600.00	7,200.00	600.00	292.00	874.80	600.00	300.00	9,266.80	9,266.80	9,866.80	9,866.80
Sueldos y salarios. VENTAS										4,666.32	-	4,958.76
Cajero	1	292.44	3,509.28	292.44	292.00	426.38	292.44	146.22	4,666.32	4,666.32	4,958.76	4,958.76
										37,244.81		39,598.12

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.4 Gastos directos e indirectos de fabricación

6.1.1.4.1 Consumo de servicios básicos

Aquellos que se requieren para el funcionamiento del negocio. Los servicios básicos se han dividido para la producción, administración y ventas.

Tabla 6.7 Servicios básicos (producción)

Servicios básicos (suministros)	Costo mensual	Costo anual	Producción	
Luz	30	360	70%	21.00
Agua	30	360	70%	21.00
Teléfono	30	360	0%	0.00
Internet	20.16	241.92	0%	0.00
Gas industrial (4 tanques)	100	1200	100%	100.00
Subtotal	210.16	2521.92		142.00
Imprevistos	2%	2%		2%
Total	214.36	2572.36		144.84

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.4.2 Vajilla desechable

Todos aquellos elementos necesarios para la venta del producto final.

Tabla 6.8 Vajilla desechable

Vajilla desechable	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual
Tarinas (100 unidades)	3	4.80	14.40
Contenedores (100 unidades)	1.5	9.50	14.25
Cartón de servilletas (20 paquetes)	1	5.33	5.33
Fundas plásticas grandes (100 unidades)	1	1.80	1.80
Fundas plásticas medianas (100 unidades)	1	1.00	1.00
Fundas plásticas pequeñas (100 unidades)	1	0.60	0.60
Subtotal			33.12
Imprevistos			2%
Total			33.78

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.4.3 Uniformes

Es la vestimenta que deberá usar el personal del restaurante.

Tabla 6.9 Uniformes (producción)

Uniformes (gasto)	Cantidad	Costo unitario	Costo total anual	Producción
Camisetas polo (cinco por persona)	30	5.00	150.00	125.00
Gorras (uno por persona)	6	4.00	24.00	16.00
Mandiles (dos por persona)	15	5.00	75.00	75.00
Mallas para el cabello (cuatro u.)	10	2.09	20.90	20.90
Subtotal			269.90	236.90
Imprevistos			2%	2%
Total			275.30	241.64

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.4.4 Suministros de limpieza

Todos aquellos elementos que se utilizarán para la limpieza en general.

Tabla 6.10 Suministros de limpieza

Suministros de limpieza	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual
Jabón Rexona (tres unidades)	2	2.00	4.00	48.00
Papel higiénico (cuatro unidades)	1	1.35	1.35	16.20
Guantes	2	1.68	3.36	40.32
Esponjas	4	1.62	6.48	77.76
Fundas de basura grande (10 unidades)	1	1.72	1.72	20.64
Fundas de basura pequeña (10 unidades)	1	0.54	0.54	6.48
Limpión para chef	4	1.53	6.12	73.44
Desinfectante Pinoklin	1	0.75	0.75	23.40
Cloro (1 litro)	1	1.25	1.25	15.00
Paquete de lustres (seis unidades)	3	0.35	1.05	12.60
Balde de lava (1 kilo)	1	2.50	2.50	30.00
Escobas	1	2.50	2.50	30.00
Trapeadores	1	2.00	2.00	24.00
Subtotal			34.82	417.84
Imprevistos			2%	2%
Total			35.52	426.20

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.4.5 Alimentación

Es un rubro que se ha tomado en cuenta, ya que el personal laborará las ocho horas, por lo tanto se dará el almuerzo, que en promedio es un costo de \$1.50.

Tabla 6.11 Alimentación (producción)

Alimentación	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual
Producción	5	1.50	150.00
Administración	1	1.50	30.00
Ventas	1	1.50	30.00
Subtotal			210.00
Imprevistos			2%
Total			214.20

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.1.4.6 Mantenimiento equipos de cocina

Se procederá a realizar un mantenimiento preventivo anualmente, para evitar percances que no permitan el normal funcionamiento del negocio.

Tabla 6.12 Mantenimiento equipos de cocina

Mantenimiento equipo de cocina	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Mantenimiento
Frigorífico vertical mixto una puerta	1	1280.00	1280.00	64.00
Congelador Indurama horizontal	1	890.00	890.00	44.50
Cocina industrial tres quemadores	1	890.00	890.00	44.50
Cocina industrial dos quemadores	1	165.00	165.00	8.25
Horno	1	60.00	60.00	3.00
Batidor 30 cm	1	7.14	7.14	0.36
Licuada Oster	1	87.00	87.00	4.35
Microondas	1	140.00	140.00	7.00
Subtotal			3519.14	175.96
Imprevistos				2%
Total				179.48

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2 Gastos de administración

Son todos los egresos financieros destinados al proceso administrativo del proyecto, este tipo de gastos son fijos.

Tabla 6.13 Gastos de administración

Gastos de administración	Total mensual	Total anual
Sueldo Gerente General	772.23	9266.80
Honorarios profesionales Contador	150.00	1800.00
Gasto arriendo	300.00	3600.00
Consumo de luz	4.50	54.00
Consumo de agua	4.50	54.00
Consumo teléfono	10.00	120.00
Internet	10.00	120.00
Suministros de oficina	4.29	51.45
Alimentación	30.00	360.00
Extintor de incendios	2.33	28.00
Adecuaciones	10.12	121.43
Otros gastos de administración	16.67	200.00
Parcial	1,314.64	15,775.68
Imprevistos	2%	
Subtotal gastos de administración	1,340.93	16,091.19
Gasto depreciación equipo de computo	12.93	155.21
Gasto depreciación equipo musical y audiovisual	4.93	59.16
Gasto depreciación equipo de oficina	2.43	29.17
Gasto amortización gastos de constitución	25.37	304.42
Total gastos de administración	1,386.60	16,639.15

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2.1 Sueldo Gerente General

Este gasto representa el pago que se deberá hacer al personal administrativo de la empresa, en este caso al gerente general. El detalle de los sueldos se observará en la Tabla 6.6 del Análisis Salarial Anual.

6.1.2.2 Honorarios profesionales del Contador

Se ha determinado que se va a contratar el servicio de un Contador por horas, el cual llevará la contabilidad, el mismo que visitará el negocio una vez por semana para vigilar que las cosas se realicen correctamente. Por sus servicios se le cancelará \$150 mensuales.

6.1.2.3 Gasto arriendo

Este concepto corresponde al pago que se deberá realizar mensualmente para pagar la renta del local donde se encuentra ubicado el negocio. Se ha determinado un pago por renta aproximado de \$300 mensuales.

6.1.2.4 Consumo de servicios básicos

Tabla 6.14 Servicios básicos (administración)

Servicios básicos (suministros)	Costo mensual	Costo anual	Administración	
Luz	30.00	360.00	15%	4.50
Agua	30.00	360.00	15%	4.50
Teléfono	25.00	300.00	40%	10.00
Internet	20.00	240.00	50%	10.00
Gas industrial (cuatro tanques)	100.00	1200.00	0%	0.00
Subtotal	205.00	2460.00		29.00
Imprevistos	2%	2%		2%
Total	209.10	2509.20		29.58

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2.5 Suministros de oficina

Todos los elementos necesarios para llevar un adecuada administración del negocio.

Tabla 6.15 Suministros de oficina

Suministros de oficina	Cantidad	Costo unitario	Costo total anual
Cuaderno	2	1.50	3.00
Caja de bolígrafos	1	2.80	2.80
Papel de impresión (400 unidades)	1	30	30.00
Carpetas	3	0.35	1.05
Perforadora	1	2.50	2.50
Grapadora	1	2.50	2.50
Caja de grapas	2	0.30	0.60
Papel para registradora (rollo grande)	12	0.75	9.00
Subtotal			51.45
Imprevistos			2%
Total			52.48

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2.6 Alimentación

Un rubro estimado por alimentación del personal administrativo.

Tabla 6.16 Alimentación (administración)

Alimentación (gasto)	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual
Producción	5	1.50	150.00
Administración	1	1.50	30.00
Ventas	1	1.50	30.00
Subtotal			210.00
Imprevistos			0.02
Total			214.20

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2.7 Extintor de incendios

Es un elemento necesario para obtener los permisos de funcionamiento del local, el mismo que se deberá adquirir anualmente.

6.1.2.8 Gasto adecuaciones

Es un gasto en el cual se incurre por realizar pequeñas remodelaciones en el local.

Tabla 6.17 Adecuaciones

Adecuaciones	Cantidad	Unidad de medida	Costo unitario	Costo total anual
Baño (Inodoro y lavabo)	1	m2	71.43	71.43
Cemento	1	quintal	7.50	7.50
Pintura	1/2	galón	25.00	12.50
Manteniendo de puertas	3	unidades	10.00	30.00
Subtotal				121.43
Imprevistos				2%
Total				123.86

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2.9 Uniformes

Es la vestimenta que deberá usar el área de administración, pero en este caso el Gerente general no estará obligado a llevar uniforme.

6.1.2.10 Otros gastos de administración

Este rubro se ha determinado para cubrir gastos anuales que se deban realizar, ya sea por permisos u otros. Para cubrir este tipo de obligaciones anuales o imprevistos se ha determinado un valor de \$ 200 anuales.

6.1.2.11 Amortizaciones

Los gastos de Inversión intangible se pueden amortizar en 5 años.

Tabla 6.18 Amortizaciones

Amortizaciones		
Concepto	Valor	Tiempo (cinco años)
Depósito de garantía por arrendamiento	357.00	71.40
Estudios y promoción	204.00	40.80
Escritura de Constitución (honorarios abogado)	306.00	61.20
Escritura Pública (Notaría)	2.04	0.41
Registro en la Superintendencia de Compañías	54.29	10.86
Registro Mercantil	13.06	2.61
Patente	102.00	20.40
RUC	-	-
Permiso de Funcionamiento y Bomberos	-	-
Permiso de Uso de Suelos (IRM)	-	-
Permiso del Min. de Salud	71.48	14.30
Licencia otorgada por el Min. de Turismo	218.01	43.60
Permiso Dirección del Medio Ambiente	59.57	11.91
Registro de marca	134.64	26.93
Total	1,522.09	304.42

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.2.12 Depreciaciones

Es la pérdida de valor de un bien por la utilización del mismo, por lo tanto todos los activos fijos se someterán al proceso de depreciación, ya que van perdiendo su valor por la utilización que se les dará en el restaurante.

Tabla 6.19 Depreciaciones

Depreciaciones				
Inversión fija	Valor	Vida útil	Depreciación anual	Reemplazo
Equipos de cocina	3,589.52	10	358.95	-
Suministros de cocina	2,463.74	5	492.75	2017
Muebles y enseres	1,654.96	10	165.50	-
Equipo de computo	465.63	3	155.21	2015
Equipo de oficina	291.72	10	29.17	-
Equipo musical y audiovisual	591.60	10	59.16	-
Decoración	171.36	10	19.18	-
			1,279.91	

Tabla 6.20 Valor residual

Valor residual						
Inversión fija	Valor	Vida útil	Depreciación anual	Reemplazo		Valor residual
Equipos de cocina	3589.52	10	358.95	10 años-6años	358.95*4	1435.81
Suministros de cocina	2463.74	5	492.75	5 años -1año	492.75*4	1970.99
Muebles y enseres	1654.96	10	165.50	10 años-6 años	165.50*4	661.98
Equipo de computo	465.63	3	155.21	3 años -3 años	155.21*0	0.00
Equipo de oficina	291.72	10	29.17	10 años -6 años	29.17*4	116.69
Equipo musical y audiovisual	591.60	10	59.16	10 años-6 años	59.16*4	236.64
Decoración	191.76	10	19.18	10 años -6 años	19.18*4	76.70
			1,279.91			4,498.82

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.3 Gastos de ventas

Tabla 6.21 Gastos de ventas

Gastos de ventas	Total mensual	Total anual
Sueldo Cajero	388.86	4,666.32
Publicidad	38.83	466.00
Uniformes (camiseta y gorra cajero/a)	2.75	33.00
Internet	10.00	120.00
Consumo de teléfono	15.00	180.00
Consumo de luz	4.50	54.00
Consumo de agua	4.50	54.00
Alimentación	30.00	360.00
Gasto mantenimiento (Valla)	1.04	12.50
Parcial	495.48	5,945.82
Imprevistos	2%	
Subtotal gastos de ventas	505.39	6,064.73
Gasto depreciación muebles y enseres	13.79	165.50
Gasto depreciación decoración	1.60	19.18
Total gastos de ventas	520.78	6,249.41

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.3.1 Sueldo cajero

Este gasto representa el pago que se deberá hacer al personal de ventas de la empresa, en este caso al cajero. El detalle de los sueldos se observará en la Tabla 6.6 del Análisis Salarial Anual.

6.1.3.2 Publicidad

Este rubro se ha destinado para una adecuada comercialización del producto.

Tabla 6.22 Publicidad

Publicidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual
Volantes	40	0.10	4.00	48.00
Tarjetas de presentación	40	0.10	4.00	48.00
Infograma del restaurante	1	25.00	20.00	20.00
Valla en caja iluminada	1	72.00	250.00	250.00
Artículos publicitarios	100	1.00	8.33	100.00
Subtotal			38.83	466
Imprevistos			2%	
Total			39.61	475.32

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.3.3 Uniformes

Es la vestimenta que deberá usar el área de ventas.

Tabla 6.23 Uniformes (ventas)

Uniformes (gasto)	Cantidad	Costo unitario	Costo total anual	Ventas
Camisetas polo (cinco por persona)	30	5.00	150.00	25.00
Gorras (uno por persona)	6	4.00	24.00	8.00
Mandiles (dos por persona)	15	5.00	75.00	0.00
Mallas para el cabello (cuatro unidades)	10	2.09	20.90	0.00
Subtotal			269.90	33.00
Imprevistos			2%	2%
Total			275.30	33.66

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.3.4 Consumo de servicios básicos

Tabla 6.24 Servicios básicos (ventas)

Servicios básicos (suministros)	Costo mensual	Costo anual	Ventas	
Luz	30.00	360.00	15%	4.50
Agua	30.00	360.00	15%	4.50
Teléfono	25.00	300.00	60%	15.00
Internet	20.00	240.00	50%	10.00
Gas industrial (cuatro tanques)	100	1200.00	0%	0.00
Subtotal	210.16	2460.00		34.00
Imprevistos	2%	2%		2%
Total	214.36	2509.20		34.68

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.3.5 Alimentación

Rubro estimado para la alimentación del personal de ventas.

Tabla 6.25 Alimentación (ventas)

Alimentación (gasto)	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual
Producción	5	1.50	150.00
Administración	1	1.50	30.00
Ventas	1	1.50	30.00
Subtotal			210.00
Imprevistos			2%
Total			214.20

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.1.4 Gastos financieros

6.1.4.1 Tabla de amortización

Se realiza una tabla de amortización de cuotas constantes, ya que esta es la tabla que normalmente manejan los bancos.

Cuota = préstamo * factor de recuperación del capital

$$C = p * frk = 12419.84 * 0.023884518 = 296.64$$

$$frk = \frac{(1+i)^n \times i}{(1+i)^n - 1}$$

$$frk = \frac{(1+0.01265)^{60} \times 0.01265}{(1+0.01265)^{60} - 1}$$

$$frk = 0.023884518$$

Tabla 6.26 Tabla de amortización

Tabla de amortización				
Monto	12419.84			
Tasa de interés anual	15.18%			
Tasa de interés mensual	1.27%			
Plazo	5			
Frecuencia de pago	Mensual			
Tiempo (n)	Saldo	Interés	Amortización	Cuota
0	12,419.84	-	-	-
1	12,280.31	157.11	139.53	296.64
2	12,139.01	155.35	141.30	296.64
3	11,995.93	153.56	143.08	296.64
4	11,851.04	151.75	144.89	296.64
5	11,704.31	149.92	146.73	296.64
6	11,555.73	148.06	148.58	296.64
7	11,405.26	146.18	150.46	296.64
8	11,252.90	144.28	152.37	296.64
9	11,098.61	142.35	154.29	296.64
10	10,942.36	140.40	156.24	296.64
11	10,784.14	138.42	158.22	296.64
12	10,623.92	136.42	160.22	296.64
13	10,461.67	134.39	162.25	296.64
14	10,297.37	132.34	164.30	296.64
15	10,130.99	130.26	166.38	296.64
16	9,962.50	128.16	168.48	296.64
17	9,791.89	126.03	170.62	296.64

18	9,619.11	123.87	172.77	296.64
19	9,444.15	121.68	174.96	296.64
20	9,266.98	119.47	177.17	296.64
21	9,087.56	117.23	179.41	296.64
22	8,905.88	114.96	181.68	296.64
23	8,721.90	112.66	183.98	296.64
24	8,535.59	110.33	186.31	296.64
25	8,346.92	107.98	188.67	296.64
26	8,155.87	105.59	191.05	296.64
27	7,962.40	103.17	193.47	296.64
28	7,766.48	100.72	195.92	296.64
29	7,568.08	98.25	198.40	296.64
30	7,367.18	95.74	200.91	296.64
31	7,163.73	93.19	203.45	296.64
32	6,957.71	90.62	206.02	296.64
33	6,749.08	88.02	208.63	296.64
34	6,537.82	85.38	211.27	296.64
35	6,323.88	82.70	213.94	296.64
36	6,107.23	80.00	216.64	296.64
37	5,887.85	77.26	219.39	296.64
38	5,665.69	74.48	222.16	296.64
39	5,440.72	71.67	224.97	296.64
40	5,212.90	68.83	227.82	296.64
41	4,982.20	65.94	230.70	296.64
42	4,748.59	63.02	233.62	296.64
43	4,512.01	60.07	236.57	296.64
44	4,272.45	57.08	239.56	296.64
45	4,029.85	54.05	242.60	296.64
46	3,784.19	50.98	245.66	296.64
47	3,535.42	47.87	248.77	296.64
48	3,283.50	44.72	251.92	296.64
49	3,028.39	41.54	255.11	296.64
50	2,770.06	38.31	258.33	296.64
51	2,508.46	35.04	261.60	296.64
52	2,243.55	31.73	264.91	296.64
53	1,975.29	28.38	268.26	296.64
54	1,703.63	24.99	271.65	296.64
55	1,428.54	21.55	275.09	296.64
56	1,149.97	18.07	278.57	296.64
57	867.88	14.55	282.09	296.64
58	582.21	10.98	285.66	296.64
59	292.94	7.37	289.28	296.64
60	0.00	3.71	292.94	296.64

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.27 Resumen de la tabla de amortización

Tabla de amortización (anual)				
Tiempo (n)	Saldo	Amortización	Interés	Cuota
0	12,419.84	-	-	-
1	10,623.92	1,795.92	1,763.78	3,559.70
2	8,535.59	2,088.33	1,471.37	3,559.70
3	6,107.23	2,428.35	1,131.35	3,559.70
4	3,283.50	2,823.74	735.97	3,559.70
5	0.00	3,283.50	276.21	3,559.70
Total		12,419.84	5,378.67	17,798.51

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.2 Costos proyectados

Para la proyección de los costos se toma en cuenta la tasa de inflación del país.

6.2.1 Costos de producción

Para la proyección de los costos de producción se toma en cuenta la inflación, y es de gran importancia mencionar que a la materia prima, mercadería para la venta, y gastos directos de fabricación también se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de Guayllabamba que es el 3,14 % anual, es decir para la proyección se hizo en base a esto.

Tabla 6.28 Costos de producción proyectados

Costos de producción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
1.1 Materia Prima	29,129.76	31,501.59	34,066.54	36,840.34	39,839.98	43,083.87
1.2 Mercadería para la venta	3,123.84	3,378.19	3,653.25	3,950.71	4,272.39	4,620.26
1.3 Mano de obra						
Jefe de cocina	4,672.75	5,206.45	5,458.96	5,723.72	6,001.33	6,292.39
Ayudantes de cocina (2)	9,319.47	10,383.79	10,887.40	11,415.44	11,969.09	12,549.59
Meseros (2)	9,319.47	10,383.79	10,887.40	11,415.44	11,969.09	12,549.59
1.4 Gastos de fabricación						
1.4.1 Gastos directos de fabricación (GDF)						
Consumo de gas	1,200.00	1,297.71	1,403.37	1,517.64	1,641.21	1,774.84
Consumo de agua	252.00	272.52	294.71	318.70	344.65	372.72
Consumo de luz	252.00	272.52	294.71	318.70	344.65	372.72
1.4.2 Gastos indirectos de fabricación (GIF)						
Vajilla desechable	397.44	416.72	436.93	458.12	480.34	503.63
Uniformes	236.90	248.39	260.44	273.07	286.31	300.20
Suministros de limpieza	417.84	438.11	459.35	481.63	504.99	529.48
Alimentación	1,800.00	1,887.30	1,978.83	2,074.81	2,175.44	2,280.94
Gasto mantenimiento equipos de cocina	175.96	184.49	193.44	202.82	212.66	222.97
Parcial	60,297.43	65,871.56	70,275.34	74,991.15	80,042.13	85,453.21
Imprevistos						
Subtotal costos de producción	61,503.38	67,188.99	71,680.85	76,490.97	81,642.97	87,162.27
Depreciación equipos de cocina	358.95	358.95	358.95	358.95	358.95	358.95
Depreciación suministros de cocina	492.75	492.75	492.75	492.75	492.75	492.75
Total costos de producción	62,355.08	68,040.69	72,532.55	77,342.67	82,494.67	88,013.97

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.2.2 Gastos de administración

Para la proyección de los gastos de administración se toma en cuenta la inflación.

Tabla 6.29 Gastos de administración proyectados

Gastos de administración	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Sueldo Gerente General	9266.80	10,345.34	10,847.09	11,373.17	11,924.77	12,503.12
Honorarios profesionales Contador	1800.00	1,887.30	1,978.83	2,074.81	2,175.44	2,280.94
Gasto arriendo	3600.00	3,774.60	3,957.67	4,149.62	4,350.87	4,561.89
Consumo de luz	54.00	56.62	59.37	62.24	65.26	68.43
Consumo de agua	54.00	56.62	59.37	62.24	65.26	68.43
Consumo teléfono	120.00	125.82	131.92	138.32	145.03	152.06
Internet	120.00	125.82	131.92	138.32	145.03	152.06
Suministros de oficina	51.45	53.95	56.56	59.30	62.18	65.20
Alimentación	360.00	377.46	395.77	414.96	435.09	456.19
Extintor de incendios	28.00	29.36	30.78	32.27	33.84	35.48
Adecuaciones	121.43	-	-	-	-	-
Otros gastos de administración	200.00	209.70	219.87	230.53	241.72	253.44
Parcial	15775.68	17,042.58	17,869.15	18,735.80	19,644.49	20,597.24
Imprevistos						
Subtotal gastos de administración	16091.19	17,383.43	18,226.53	19,110.52	20,037.38	21,009.19
Gasto depreciación equipo de computo	155.21	155.21	155.21	155.21	155.21	155.21
Gasto depreciación equipo musical y audiov.	59.16	59.16	59.16	59.16	59.16	59.16
Gasto depreciación equipo de oficina	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17	29.17
Gasto amortización gastos de constitución	304.42	304.42	304.42	304.42	304.42	304.42
Total gastos administración	16639.15	17,931.39	18,774.49	19,658.48	20,585.34	21,557.15

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.2.3 Gastos de ventas

Para la proyección de los gastos de ventas se toma en cuenta la inflación.

Tabla 6.30 Gastos de ventas proyectados

Gastos de ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Sueldo Cajero	4,666.32	5,199.26	5,451.42	5,715.82	5,993.03	6,283.69
Volantes	48.00	50.33	52.77	55.33	58.01	60.83
Tarjetas de presentación	48.00	50.33	52.77	55.33	58.01	60.83
Infograma del restaurante (diseño)	20.00	20.97	21.99	23.05	24.17	25.34
Valla en caja iluminada (letrero)	250.00	-	-	-	-	-
Artículos publicitarios	100.00	104.85	109.94	115.27	120.86	126.72
Uniformes	33.00	34.60	36.28	38.04	39.88	41.82
Internet	120.00	125.82	131.92	138.32	145.03	152.06
Consumo de teléfono	180.00	188.73	197.88	207.48	217.54	228.09
Consumo de luz	54.00	56.62	59.37	62.24	65.26	68.43
Consumo de agua	54.00	56.62	59.37	62.24	65.26	68.43
Alimentación	360.00	377.46	395.77	414.96	435.09	456.19
Gasto mantenimiento (valla)	12.50	13.11	13.74	14.41	15.11	15.84
Parcial	5,945.82	6,278.69	6,583.20	6,902.49	7,237.26	7,588.27
Imprevistos						
Subtotal gastos de ventas	6,064.73	6,404.26	6,714.87	7,040.54	7,382.01	7,740.03
Gasto depreciación muebles y enseres	165.50	165.50	165.50	165.50	165.50	165.50
Gasto depreciación decoración	19.18	19.18	19.18	19.18	19.18	19.18
Total gastos de ventas	6,249.41	6,588.93	6,899.54	7,225.21	7,566.68	7,924.71

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.2.4 Resumen de costos y gastos proyectados

Tabla 6.31 Resumen de costos y gastos proyectados

Resumen de costos y gastos						
Detalle	Año 1	Año 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Costos de producción	62,355.08	68,040.69	72,532.55	77,342.67	82,494.67	88,013.97
Gastos de administración	16,639.15	17,931.39	18,774.49	19,658.48	20,585.34	21,557.15
Gastos de ventas	6,249.41	6,588.93	6,899.54	7,225.21	7,566.68	7,924.71
Gastos financieros	1,763.78	1,471.37	1,131.35	735.97	276.21	-
Total de costos y gastos	87,007.42	94,032.39	99,337.93	104,962.33	110,922.89	117,495.83

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.3 Clasificación de costos fijos y variables

Tabla 6.32 Clasificación de costos fijos y variables

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Costos fijos (costos indirectos)						
Gastos indirectos de fabricación	3,088.70	3,238.50	3,395.57	3,560.25	3,732.93	3,913.97
Deprec. equipos de cocina y suministros de cocina	851.70	851.70	851.70	851.70	851.70	851.70
Gastos de administración	16,639.15	17,931.39	18,774.49	19,658.48	20,585.34	21,557.15
Gastos de ventas	6,249.41	6,588.93	6,899.54	7,225.21	7,566.68	7,924.71
Gastos financieros	1,763.78	1,471.37	1,131.35	735.97	276.21	-
Total costos Fijos	28,592.74	30,081.90	31,052.65	32,031.61	33,012.84	34,247.53
Costos variables (costos directos)						
Materia prima	29,712.36	32,131.62	34,747.87	37,577.14	40,636.78	43,945.55
Mercadería para la venta	3,186.32	3,445.76	3,726.32	4,029.73	4,357.84	4,712.67
Mano de obra	23,777.93	26,493.51	27,778.45	29,125.70	30,538.30	32,019.41
Gastos directos de fabricación	1,738.08	1,879.60	2,032.64	2,198.15	2,377.12	2,570.68
Total costos variables	58,414.68	63,950.49	68,285.28	72,930.72	77,910.05	83,248.30
Costos totales	87,007.42	94,032.39	99,337.93	104,962.33	110,922.89	117,495.83

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.4 Establecimiento de los ingresos

Los ingresos se obtendrán de la venta de los platos y bebidas que se ofrecerán en el restaurante.

Para establecer la cantidad de platos a producirse se tuvo en cuenta los resultados de la pregunta N° 10 de las encuestas, es decir las preferencias por los diferentes tipos de platos, esto con el fin de satisfacer los gustos de los clientes. Y en cuanto a las bebidas se tiene en cuenta que en promedio el 80 % de las personas piden bebidas, esto se determinó de acuerdo a la observación realizada en la competencia.

Los precios de los platos se establecieron en función de la competencia existente esto con el fin de tener precios competitivos. Por lo que se realizó una observación en los diferentes establecimientos existentes.

También para la proyección de los ingresos, se tuvo en cuenta la tasa de crecimiento poblacional esto para el volumen de producción de los platos. Y los precios se incrementarán anualmente, ya que se tuvo en cuenta la inflación.

Tabla 6.33 Ingresos año 1

Ingresos año 1				
Ingresos por platos				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Conchas asadas	77	7.00	538.67	6,464.05
Sopa marinera	120	5.50	660.26	7,923.08
Camarones apanados	271	5.50	1,489.81	17,877.72
Arroz con camarón	243	5.50	1,337.44	16,049.32
Ceviche de camarón	222	5.00	1,108.12	13,297.48
Ceviche mixto	237	5.50	1,303.58	15,643.01
Ceviche de concha	132	5.00	661.80	7,941.55
Encebollado	68	2.50	169.30	2,031.56
Pescado apanado	52	5.50	287.80	3,453.65
Total			7,556.79	90,681.43
Ingresos por bebidas				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Jarra de limonada	40	2.00	80.00	960
Vaso de limonada	120	0.50	60.00	720
Colas personales	288	0.40	115.20	1,382.40
Colas medianas	288	0.50	144.00	1,728.00
Fuze tea	96	0.85	81.60	979.20
Cerveza	96	1.25	120.00	1,440.00
Total			600.80	7,209.60
Total de ingresos			8,157.59	97,891.03

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.34 Ingresos año 2

Ingresos año 2				
Ingresos por platos				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Conchas asadas	79	7.34	582.53	6,990.37
Sopa marinera	124	5.77	714.02	8,568.20
Camarones apanados	279	5.77	1,611.11	19,333.38
Arroz con camarón	251	5.77	1,446.34	17,356.10
Ceviche de camarón	229	5.24	1,198.35	14,380.20
Ceviche mixto	244	5.77	1,409.73	16,916.71
Ceviche de concha	137	5.24	715.68	8,588.17
Encebollado	70	2.62	183.08	2,196.97
Pescado apanado	54	5.77	311.24	3,734.86
Total			8,172.08	98,064.97
Ingresos por bebidas				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Jarra de limonada	41	2.10	86.51	1,038.17
Vaso de limonada	124	0.52	64.89	778.62
Colas personales	297	0.42	124.58	1,494.96
Colas medianas	297	0.52	155.72	1,868.70
Fuze tea	99	0.89	88.24	1,058.93
Cerveza	99	1.31	129.77	1,557.25
Total			649.72	7,796.63
Total de ingresos			8,821.80	105,861.60

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.35 Ingresos año 3

Ingresos año 3				
Ingresos por platos				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Conchas asadas	82	7.70	629.96	7,559.55
Sopa marinera	128	6.05	772.15	9,265.85
Camarones apanados	288	6.05	1,742.30	20,907.56
Arroz con camarón	259	6.05	1,564.11	18,769.29
Ceviche de camarón	236	5.50	1,295.92	15,551.08
Ceviche mixto	252	6.05	1,524.51	18,294.11
Ceviche de concha	141	5.50	773.95	9,287.45
Encebollado	72	2.75	197.99	2,375.86
Pescado apanado	56	6.05	336.58	4,038.96
Total			8,837.48	106,049.71
Ingresos por bebidas				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Jarra de limonada	43	2.20	93.56	1,122.70
Vaso de limonada	128	0.55	70.17	842.02
Colas personales	306	0.44	134.72	1,616.68
Colas medianas	306	0.55	168.40	2,020.85
Fuze tea	102	0.93	95.43	1,145.15
Cerveza	102	1.37	140.34	1,684.04
Total			702.62	8,431.45
Total de ingresos			9,540.10	114,481.16

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.36 Ingresos año 4

Ingresos año 4				
Ingresos por platos				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Conchas asadas	84	8.07	681.26	8,175.07
Sopa marinera	132	6.34	835.03	10,020.30
Camarones apanados	297	6.34	1,884.16	22,609.91
Arroz con camarón	267	6.34	1,691.46	20,297.54
Ceviche de camarón	243	5.76	1,401.44	16,817.29
Ceviche mixto	260	6.34	1,648.64	19,783.67
Ceviche de concha	145	5.76	836.97	10,043.66
Encebollado	74	2.88	214.11	2,569.31
Pescado apanado	57	6.34	363.99	4,367.82
Total			9,557.05	114,684.58
Ingresos por bebidas				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Jarra de limonada	44	2.31	101.18	1,214.11
Vaso de limonada	132	0.58	75.88	910.58
Colas personales	316	0.46	145.69	1,748.32
Colas medianas	316	0.58	182.12	2,185.40
Fuze tea	105	0.98	103.20	1,238.39
Cerveza	105	1.44	151.76	1,821.16
Total			759.83	9,117.96
Total de ingresos			10,316.88	123,802.55

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.37 Ingresos año 5

Ingresos año 5				
Ingresos por platos				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Conchas asadas	87	8.46	736.73	8,840.71
Sopa marinera	136	6.65	903.02	10,836.18
Camarones apanados	307	6.65	2,037.57	24,450.88
Arroz con camarón	275	6.65	1,829.19	21,950.22
Ceviche de camarón	251	6.04	1,515.55	18,186.60
Ceviche mixto	268	6.65	1,782.88	21,394.52
Ceviche de concha	150	6.04	905.12	10,861.44
Encebollado	77	3.02	231.54	2,778.51
Pescado apanado	59	6.65	393.62	4,723.47
Total			10,335.21	124,022.54
Ingresos por bebidas				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Jarra de limonada	45	2.42	109.41	1,312.97
Vaso de limonada	136	0.60	82.06	984.72
Colas personales	326	0.48	157.56	1,890.67
Colas medianas	326	0.60	196.94	2,363.34
Fuze tea	109	1.03	111.60	1,339.23
Cerveza	109	1.51	164.12	1,969.45
Total			821.70	9,860.37
Total de ingresos			11,156.91	133,882.91

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Tabla 6.38 Ingresos año 6

Ingresos año 6				
Ingresos por platos				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Conchas asadas	90	8.87	796.71	9,560.55
Sopa marinera	140	6.97	976.54	11,718.50
Camarones apanados	316	6.97	2,203.48	26,441.74
Arroz con camarón	284	6.97	1,978.12	23,737.47
Ceviche de camarón	259	6.34	1,638.95	19,667.41
Ceviche mixto	277	6.97	1,928.04	23,136.52
Ceviche de concha	154	6.34	978.82	11,745.81
Encebollado	79	3.17	250.40	3,004.74
Pescado apanado	61	6.97	425.67	5,108.06
Total			11,176.73	134,120.81
Ingresos por bebidas				
	Cantidad mensual	Precio de venta	Ingreso mensual	Ingreso anual
Jarra de limonada	47	2.53	118.32	1,419.87
Vaso de limonada	140	0.63	88.74	1,064.90
Colas personales	336	0.51	170.38	2,044.61
Colas medianas	336	0.63	212.98	2,555.77
Fuze tea	112	1.08	120.69	1,448.27
Cerveza	112	1.58	177.48	2,129.81
Total			888.60	10,663.23
Total de ingresos			12,065.34	144,784.05

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6.4.1 Resumen de ingresos

Tabla 6.39 Resumen de ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
INGRESOS PLATOS	90,681.43	98,064.97	106,049.71	114,684.58	124,022.54	134,120.81
INGRESOS BEBIDAS	7,209.60	7,796.63	8,431.45	9,117.96	9,860.37	10,663.23
SUBTOTAL	97,891.03	105,861.60	114,481.16	123,802.55	133,882.91	144,784.05

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

CAPÍTULO 7

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Este capítulo se determina la viabilidad financiera del proyecto, se determinó si el proyecto es rentable, para esto se utilizó técnicas de evaluación financiera como son: VAN, TIR, PRI, se estableció el balance de situación inicial, estado de resultados y el flujo de caja, y así finalmente se analizó y determinó cuan rentable es el proyecto.

7.1 Balance de situación inicial

En este balance se puede observar cómo está la empresa al momento de iniciar sus operaciones. Básicamente se puede encontrar cuentas del activo, pasivo y patrimonio. Se puede ver en qué condiciones empieza a operar la empresa, es decir con que cuenta y cuáles son las obligaciones con terceros.

Tabla 7.1 Estado de situación inicial

Estado de situación inicial		
Activos		
Corrientes		<u>6,971.61</u>
Caja- Bancos	6,971.61	
Fijos		<u>9,248.93</u>
Equipo de cocina	3,589.52	
Equipo de oficina	291.72	
Equipo de computo	465.63	
Muebles y enseres	1,654.96	
Suministros de cocina	2,463.74	
Equipo musical y audiovisual	591.60	
Decoración	191.76	
Diferidos e intangibles		<u>1,522.09</u>
Amortizables		
Déposito de garantía por arrendamiento	357.00	
Estudios y promoción	204.00	
Escritura de constitución (honorario abogado)	306.00	
Escritura Pública (Notaría)	2.04	
Registro en la Sup. de Compañías	54.29	
Registro Mercantil	13.06	
Patente	102.00	
RUC	-	
Permiso de Funcionamiento y Bomberos	-	
Permiso de Uso de Suelos (IRM)	-	
Permiso de el Min. de Salud	71.48	
Licencia otorgada por el Min. de Turismo	218.01	
Permiso Dirección del Medio Ambiente	59.57	
Registro de marca	134.64	
Total Activos		17,742.63
Pasivo		
A corto Plazo		0.00
	0.00	
A largo plazo		12,419.84
Préstamo por pagar	12,419.84	
Patrimonio		<u>5,322.79</u>
Capital Social	5,322.79	
Total Pasivo + Patrimonio		17,742.63

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

7.2 Estado de resultados

Aquí se encuentran los ingresos y los egresos en que se incurren para llevar a cabo el proyecto.

Tabla 7.2 Estado de resultados

Estado de resultados						
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Ventas	97,891.03	105,861.60	114,481.16	123,802.55	133,882.91	144,784.05
(-) Costo de ventas	-62,355.08	-68,040.69	-72,532.55	-77,342.67	-82,494.67	-88,013.97
(=) Utilidad bruta en venta	35,535.95	37,820.91	41,948.61	46,459.87	51,388.24	56,770.07
(-) Gasto administrativo	-16,639.15	-17,931.39	-18,774.49	-19,658.48	-20,585.34	-21,557.15
(-) Gasto de ventas	-6,249.41	-6,588.93	-6,899.54	-7,225.21	-7,566.68	-7,924.71
(=) Utilidad operacional	12,647.39	13,300.58	16,274.58	19,576.19	23,236.22	27,288.22
(-) Gastos financieros	-1,763.78	-1,471.37	-1,131.35	-735.97	-276.21	-
(=) Utilidad antes de participaciones e impuestos	10,883.61	11,829.21	15,143.23	18,840.22	22,960.02	27,288.22
(-) 15% participación trabajadores	-1,632.54	-1,774.38	-2,271.48	-2,826.03	-3,444.00	-4,093.23
(=) Utilidad antes de impuestos	9,251.07	10,054.83	12,871.75	16,014.19	19,516.01	23,194.99
(-) 25% Impuesto a la renta	-2,312.77	-2,513.71	-3,217.94	-4,003.55	-4,879.00	-5,798.75
(=) Utilidad del ejercicio (NETA)	6,938.30	7,541.12	9,653.81	12,010.64	14,637.01	17,396.24

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

7.3 Flujo de caja

Es uno de los elementos más importantes al momento de evaluar el proyecto, ya que posteriormente los indicadores de evaluación dependerán de los resultados que se obtenga del flujo de caja, ya que los flujos netos de caja obtenidos de cada año serán utilizados para poder calcular el VAN, TIR, PRI.

Tabla 7.3 Flujo de caja

Detalle	Preoperacional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Utilidad Neta		6,938.30	7,541.12	9,653.81	12,010.64	14,637.01	17,396.24
(+) Depreciaciones		1,279.91	1,279.91	1,279.91	1,279.91	1,279.91	1,279.91
(+) Amortizaciones		304.42	304.42	304.42	304.42	304.42	0
Flujos netos operacionales		8,522.63	9,125.45	11,238.14	13,594.97	16,221.34	18,676.15
(+) Valor residual		-	-	-	-	-	4,498.82
(-) Reemplazo de activos fijos		-	-	-	465.63	-	2,463.74
(+) Recuperación de capital de trabajo		-	-	-	-	-	6,971.61
(-) Inversiones	17,742.63	-	-	-	-	-	-
(+) Préstamo	12,419.84						
(-) Pago de deuda (amortización)		1,795.92	2,088.33	2,428.35	2,823.74	3,283.50	-
Flujo de Caja Neto	-5,322.79	6,726.71	7,037.12	8,809.79	10,305.61	12,937.85	27,682.84

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

7.3.1 Tasa de oportunidad

Tasa Pasiva	= 4.53%
Recursos propios	= 30%
Tasa activa	= 15.18%
Préstamo	= 70%
Tasa de riesgo	= 5%
Inflación	= 4.85%
T (tasa de impuestos)	= 36.25%
1-T	= 63.75%

$$k = (\text{Tasa Pasiva}) * (\% \text{ Recursos Propios}) + (\text{Tasa Activa}) * (\% \text{ Préstamo}) * (1-T) + (\text{Tasa de riesgo})$$

$$K = 12.98 \%$$

Tabla 7.4 Costo de oportunidad

Costo de oportunidad			
4.53%	30%		0.0136
15.18%	70%	63.75%	0.0677
4.85%			0.0485
			0.1298
			12.98%

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

7.4 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros, a una tasa de actualización (tasa de descuento) y luego restarle la inversión.

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Tabla 7.5 Valor actual neto

Detalle	Preoperacional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Flujos de caja netos generados	-17,742.63	6,726.71	7,037.12	8,809.79	10,305.61	12,937.85	27,682.84
(1+i) ⁿ	1.00	1.13	1.28	1.44	1.63	1.84	2.08
Flujos de caja netos actualizados	-17,742.63	5,953.73	5,512.75	6,108.37	6,324.41	7,027.41	13,308.54
VAN	-17,742.63	44,235.21					
VAN	26,492.58						

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

Se puede ver un VAN positivo, ya que en primer lugar, dentro de seis años se tendría \$73,499.91, y traídos a valor presente equivale a \$ 44,235.21, es decir se invierte \$ 17,742.63 y se recupera \$ 44,235.21, por lo tanto se tiene una ganancia de \$26,492.58.

7.5 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la tasa de rendimiento de la inversión, es decir que el inversionista va a recuperar la inversión con esa tasa.

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) [VAN_{T_m} / (VAN_{T_m} - VAN_{T_M})]$$

VAN con tasa menor

Tabla 7.6 VAN con tasa menor

Detalle	Preoperacional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Flujos de caja netos generados	-17742.63	6,726.71	7,037.12	8,809.79	10,305.61	12,937.85	27,682.84
(1+i) ⁿ	1.00	1.44	2.07	2.99	4.30	6.19	8.92
Flujos de caja netos actualizados	-17742.63	4,671.33	3,393.67	2,950.38	2,396.75	2,089.53	3,104.81
VAN	863.86						

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

VAN con tasa mayor

Tabla 7.7 VAN con tasa mayor

DETALLE	Preoperacional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Flujos de caja netos generados	-17742.63	6,726.71	7,037.12	8,809.79	10,305.61	12,937.85	27,682.84
(1+i) ⁿ	1.00	1.49	2.22	3.31	4.93	7.34	10.94
Flujos de caja netos actualizados	-17742.63	4,514.57	3,169.73	2,663.22	2,090.88	1,761.69	2,529.84
VAN	-1012.69						

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) [VAN_{T_m} / (VAN_{T_m} - VAN_{T_M})]$$

$$TIR = 0.44 + (0.49 - 0.44) [863.86 / (863.86 - (-1012.69))]$$

$$TIR = 46,30 \%$$

Se obtuvo una TIR del 46.30 %, lo cual muestra que es conveniente la realización del proyecto, ya que la TIR es muy superior al costo de oportunidad, es decir supera la expectativa mínima del inversionista.

7.6 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Esta alternativa permite al inversionista conocer el tiempo en el cual el inversionista va a recuperar la inversión.

$$PRI = \text{Ultimo año con saldo negativo} + \frac{|\text{Ultimo flujo acumulado negativo}|}{\text{Flujo Neto Actualizado del año positivo}}$$

Tabla 7.8 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

n	Flujos netos	Flujos netos actualizados	Flujos netos acumulados
0	17,742.63	-17,742.63	-17,742.63
1	6,726.71	5,953.73	-11,788.89
2	7,037.12	5,512.75	-6,276.14
3	8,809.79	6,108.37	-167.77
4	10,305.61	6,324.41	6,156.64
5	12,937.85	7,027.41	13,184.04
6	27,682.84	13,308.54	26,492.58

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

$$PRI = 3 + (167.77 / 6,324.41)$$

$$PRI = 3.03$$

PRI = 3 años y 10 días

Según el PRI, se puede ver que se va a recuperar la inversión en tres años y 10 días, por lo tanto es positiva la realización del proyecto, ya que una inversión se considera aceptable si el periodo de recuperación está en la mitad de la vida útil de la misma.

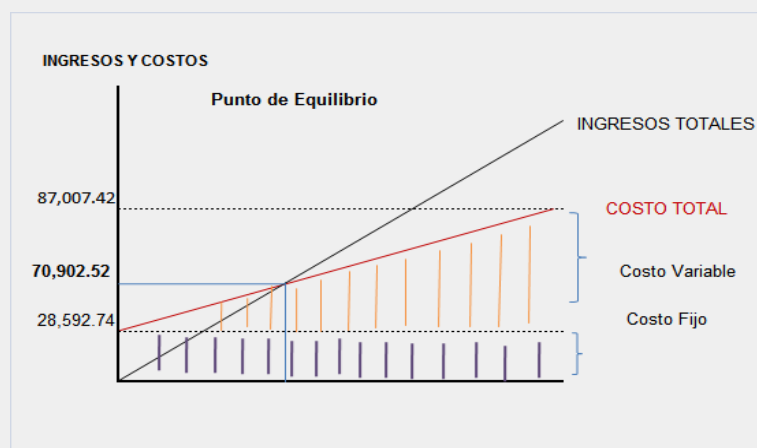
7.7 Punto de equilibrio

PE (\$)	=		Costo fijos
		1_	Costos variables
			Ingresos

$$PE (\$) = \frac{28,592.74}{1 - \frac{58,414.68}{97,891.03}}$$

$$PE(\$) = 70,902.52$$

Figura 7.1 Punto de equilibrio



Elaborado por: Alexandra Rodríguez

El punto de equilibrio se logra cuando la empresa tiene ingresos por ventas igual a \$ 70.902,52 anuales, es el punto en el cual la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias.

Tabla 7.9 Punto de equilibrio proyectado

Punto de equilibrio proyectado						
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Costo fijo	28,592.74	30,081.90	31,052.65	32,031.61	33,012.84	34,247.53
Costo variable	58,414.68	63,950.49	68,285.28	72,930.72	77,910.05	83,248.30
Ingresos	97,891.03	105,861.60	114,481.16	123,802.55	133,882.91	144,784.05
Punto de equilibrio en \$	70,902.52	75,982.67	76,953.69	77,952.66	78,964.26	80,579.11

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

7.8 Índices financieros

7.8.1 Índices de rentabilidad

7.8.1.1 Rentabilidad sobre los activos (ROA)

Es un indicador que mide la rentabilidad en relación con la totalidad de sus activos, es decir los ingresos que fueron generados con el capital invertido (activos). Da una idea de cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para generar utilidades

$$\text{Rentabilidad sobre los activos (ROA)} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre los activos (ROA)} = 6,938.30 / 17,742.63$$

$$\text{Rentabilidad sobre los activos (ROA)} = 39.11\%$$

La empresa tiene una rentabilidad del 39,11 % en relación a los activos que posee, es decir la empresa utiliza el 39,11 % de sus activos para generar utilidades.

Resulta vital mencionar que mientras más alto es el ROA, la empresa está ganando más dinero con menos inversión.

7.8.1.2 Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE)

Es un indicador que mide la rentabilidad de la empresa en relación con el patrimonio que posee. Da una idea de la capacidad de la empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido.

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) } = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) } = 6,938.30 / 5,322.79$$

$$\text{Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) } = 130.35\%$$

La empresa tiene una rentabilidad del 130,35 % con respecto al patrimonio que posee, es decir la empresa utiliza el 130,35 % de su patrimonio para generar utilidades.

7.8.1.3 Rentabilidad sobre ventas

Es un indicador que mide la rentabilidad de una empresa con respecto a las ventas que genera.

$$\text{Rentabilidad sobre ventas } = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas } = 6,938.30 / 97,891.03$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas } = 7.09 \%$$

La empresa tiene una rentabilidad del 7,09 % en relación a las ventas, es decir las utilidades representan el 7,09 % de las ventas.

7.8.2 Índices de solvencia y liquidez

7.8.2.1 Capital de trabajo neto (CTN)

Es un indicador que se obtiene de descontar las obligaciones corrientes.

$$\text{Capital de trabajo neto} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo neto} = 6,971.61 - 0.00$$

$$\text{Capital de trabajo neto} = 6,971.61$$

Total de gastos anuales / 360 = Gasto

$$87,007.42 / 360 = 241.69$$

CTN / Gasto = Días de trabajo

$$= 28,85 \text{ días}$$

La empresa cuenta con un capital de trabajo neto de \$ 6,971.61, los mismos que sirven para cubrir 29 días de trabajo.

7.8.3 Índices de endeudamiento

7.8.3.1 Índice de endeudamiento

Este índice muestra la proporción de activos financiados con recursos de terceros.

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 12,419.84 / 17,742.63$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 70\%$$

El 70 % de los activos han sido financiados con recursos de terceros.

7.8.3.2 Participación del patrimonio en el financiamiento

Este índice muestra la proporción de activos financiados con recursos propios.

$$\text{Participación del patrimonio en el financiamiento} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Participación del patrimonio en el financiamiento} = 5,322.79 / 17,742.63$$

$$\text{Participación del patrimonio en el financiamiento} = 30\%$$

El 30 % de los activos fueron financiados con recursos propios.

CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- En general se puede concluir que la realización del proyecto es viable y factible, esto según los resultados obtenidos.
- Se pudo concluir que si existe competencia, pero en cuanto a restaurantes que ofrezcan comida del mar son reducidos, y los pocos que hay en el sector no cubren las expectativas de los clientes, esto según los resultados de las encuestas realizadas, se pudo ver que existe una demanda insatisfecha del 66%, por ende un mercado potencial por cubrir.
- También se pudo concluir según el estudio técnico, la localización óptima del proyecto, se realizó la distribución del lugar y proceso de venta, para operar lo mejor posible. Y finalmente se estableció los requisitos para constituir a la empresa y operar legalmente.
- La inversión total para llevar a cabo el proyecto es de \$ 17,742.63, entre bienes tangibles, intangibles y capital de trabajo, el cual se financió 30% recursos propios y 70 % recursos ajenos. Y se estableció el capital de trabajo para un mes.
- Se pudo concluir en relación a los ingresos y los costos, que también es positiva la realización del proyecto, ya que los ingresos superan a los costos, y todos los años se obtiene ganancia.
- Según el VAN también se puede establecer que es factible la realización del proyecto, ya que dentro de 6 años se tendría \$73,499.91, y traídos a valor presente equivale a \$ 44,235.21, es decir se invierte \$ 17,742.63 y se recupera \$ 44,235.21, por lo tanto se tiene una ganancia de \$26,492.58.

- Según la TIR también es conveniente invertir en el proyecto, ya que esta es igual a 46.30 %, y es muy superior al costo de oportunidad (12.98%), en conclusión supera la expectativa mínima del inversionista.
- Y finalmente según el PRI se recupera la inversión dentro de 3 años y 10 días, es decir se encuentra casi en la mitad de la vida útil del proyecto, por lo tanto se considera aceptable la realización del mismo.

8.2 Recomendaciones

- Se recomienda invertir en el proyecto para la realización del mismo, ya que según el estudio realizado se pudo concluir que el proyecto es técnicamente factible y económicamente rentable.
- Para que el proyecto tenga éxito se debe ofrecer un producto y servicio de calidad, para así lograr el posicionamiento en las mentes de los clientes.
- Enfocarse siempre en la satisfacción del cliente, para así poder cubrir sus expectativas.
- Contar con el personal adecuado y que se encuentre bien capacitado para la realización de sus funciones.
- Capacitar constantemente a los empleados que tengan contacto directo con los clientes, esto con el fin de brindar un servicio de calidad.
- Mostrar un establecimiento con una higiene total.
- Tener estrategias adecuadas de marketing, ya que esto es fundamental a la hora de comercializar el servicio.
- Realizar publicidad constantemente, esto con el fin de dar a conocer el restaurante a los potenciales clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- BARRENO, Luis. (2004). *“Manual de formulación y evaluación de proyectos”*, Primera edición. UTE, Quito.
- BERNAL, César. (2010). *“Metodología de la investigación”*. Tercera edición. Editorial Pearson. Colombia.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. (2003). *“Mercadotecnia”*. Tercera edición
- MALHOTRA, Naresh K. (1997). *“Investigación de mercados”*. Segunda edición; Editorial PPH.
- LUZURIAGA, Jorge. (2003). *“Metodología de la investigación, guía para la elaboración de trabajos de investigación”*. Editorial CODEU
- PORTER, Michael. (2006). *“Estrategia y ventaja competitiva”*. Editorial Deusto. España.
- PÉREZ, Avellaneda Alba. (2008). *“Estadística básica aplicada a las ciencias sociales”*. Primera edición. Editorial CODEU.
- CHIAVENATO, Idalberto. (2001). *“Administración”*. Tercera edición. Editorial Mc Graw Hill.
- GUAJARDO CANTÚ, Gerardo. (2005). *“Fundamentos de contabilidad”*. Primera edición. Editorial Mc Graw Hill.
- Alcaldía Metropolitana Quito. (2009) *“Patrimonio y Vida Obra Fonsal 2001-2008”*. Editorial Imprenta Mariscal.
- HARGADON, Bernard Jr. y MÚNERA CÁRDENAS, Armando. (1974) *“Contabilidad de costos”*. Editorial Norma.
- CADENA, José. (1986). *“Contabilidad general”*. Primera edición. Editorial Productora de Publicaciones.
- ROJAS A. Vicente y ÑACATO C. José. (1980). *“Técnica de flujogramas”*. Cuarta edición.

PÁGINAS VIRTUALES

Instituto Nacional de Estadística y Censo: www.inec.gob.ec/

Municipio Del Distrito Metropolitano de Quito: www.quito.gob.ec/

Servicio de Rentas Internas: www.sri.gov.ec/

Ministerio de Turismo: www.turismo.gob.ec/

Quito Turismo: www.quito-turismo.gov.ec/

Superintendencia de Compañías: www.supercias.gov.ec/

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social: www.iess.gob.ec/

Ministerio de Relaciones Laborales: www.mrl.gob.ec/

Google imágenes

Wikipedia

ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA

Universidad Tecnológica Equinoccial

ENCUESTA

La presente encuesta tiene por objetivo conocer los gustos y preferencias de los consumidores para la creación de un restaurante de mariscos en Guayllabamba. Le solicitamos contestar las siguientes preguntas con la mayor sinceridad, anticipamos nuestros agradecimientos

Sexo: F M Edad

1. ¿Acostumbra usted visitar restaurantes de mariscos?

Si

No (Si su respuesta fue negativa, fin de la encuesta)

2. ¿En caso de abrirse un nuevo restaurante de mariscos en Guayllabamba, acudiría al lugar?

Si

No

3. ¿Con qué frecuencia usted asiste a un restaurante de mariscos?

Diaria

Semanal

Quincenal

Mensual

4. ¿Cómo considera usted el servicio de restaurantes que ofrecen mariscos en Guayllabamba?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

5. ¿Qué días consume usted estos productos?

Lunes y martes

Miércoles, jueves y viernes

Fines de semana y feriados

6. ¿Cuándo acude a un restaurante de mariscos normalmente usted va?

Solo

Acompañado

De 3 en adelante

7. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?

Cantidad

Precio

Servicio

Calidad

Presentación

8. Dentro de los siguientes rangos, escoja usted la cantidad aproximada que gasta en un restaurante de mariscos.

De 5 a 9.99 dólares

De 10 a 14.99 dólares

De 15 a 19.99 dólares

De 20 dólares en adelante

9. ¿De qué forma cancela usted lo consumido en un restaurante de mariscos?

Efectivo

Tarjeta

Cheque

10. De los productos que están enunciados abajo, escoja los de su mayor preferencia:

Conchas asadas

Sopa marinera

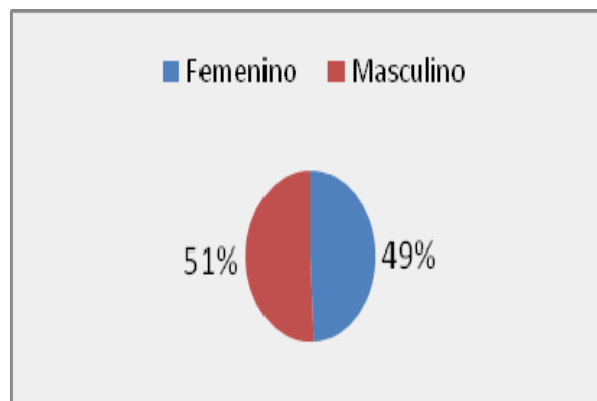
Camarones apanados

Arroz con camarón
Ceviche de camarón
Ceviche mixto
Ceviche de concha
Encebollado
Pescado apanado

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

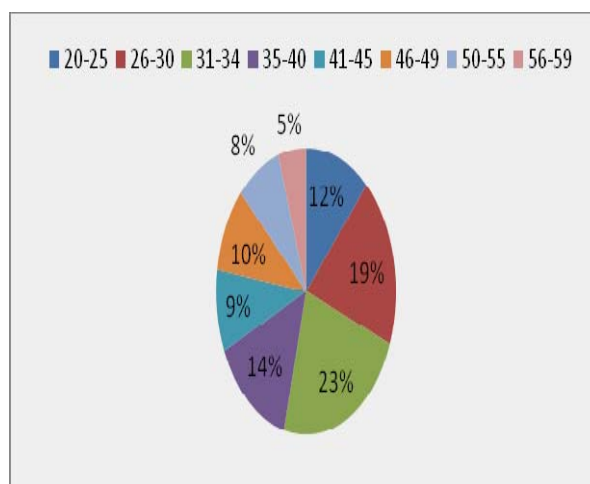
ANEXO 2 GRÁFICOS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

Datos identificación, género de los encuestados



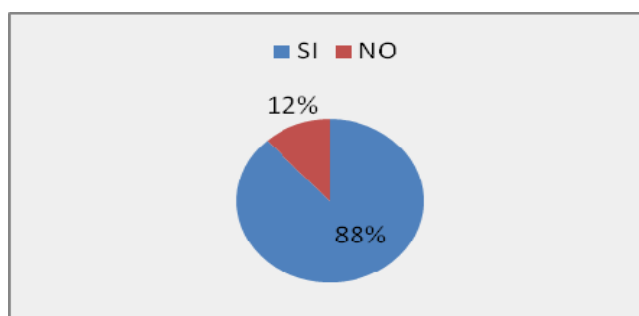
*Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez*

Datos identificación, edad de los encuestados



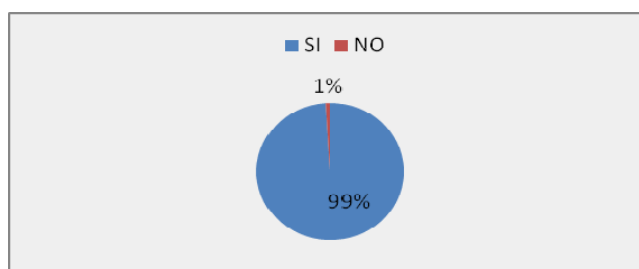
*Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez*

1. ¿Acostumbra usted visitar restaurantes de mariscos?



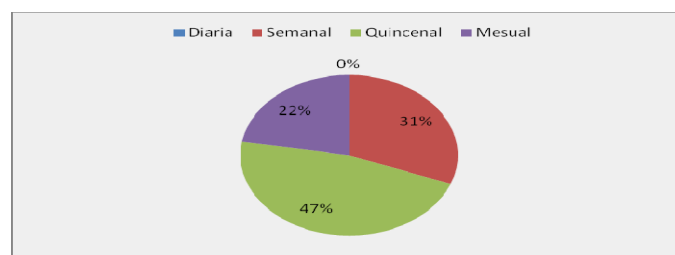
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

2. ¿En caso de abrirse un nuevo restaurante de mariscos en Guayllabamba, acudiría al lugar?



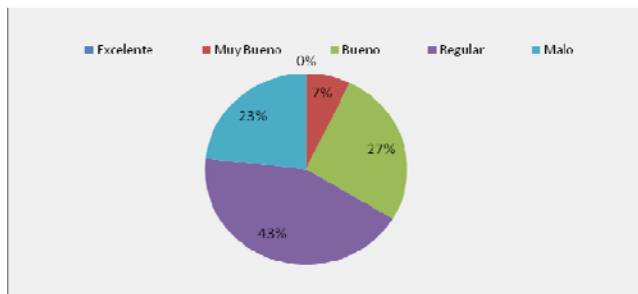
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

3. ¿Con qué frecuencia usted asiste a un restaurante de mariscos?



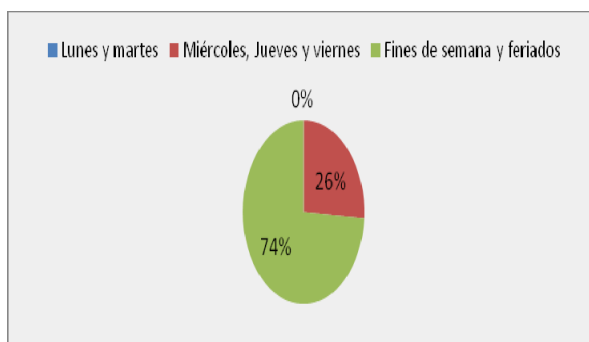
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

4. ¿Cómo considera usted el servicio de restaurantes que ofrecen mariscos en Guayllabamba?



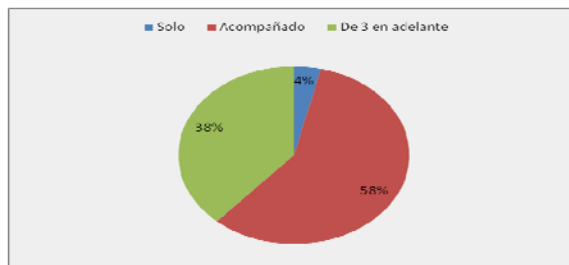
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

5. ¿Qué días consume usted estos productos?



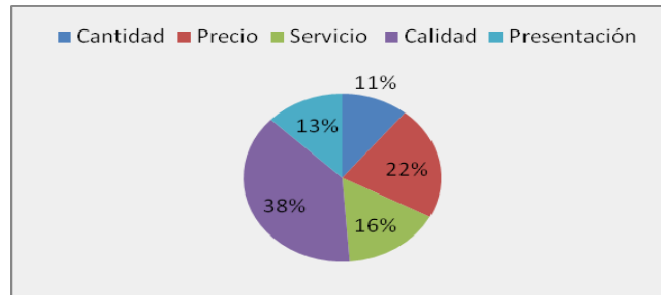
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

6. ¿Cuándo acude a un restaurante de mariscos normalmente usted va?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

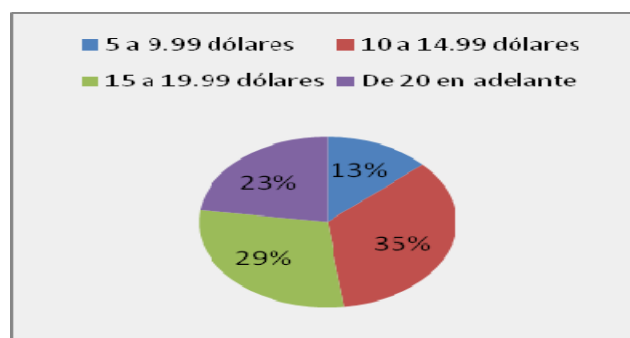
7. ¿Qué aspectos toma en cuenta al momento de elegir un restaurante?



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

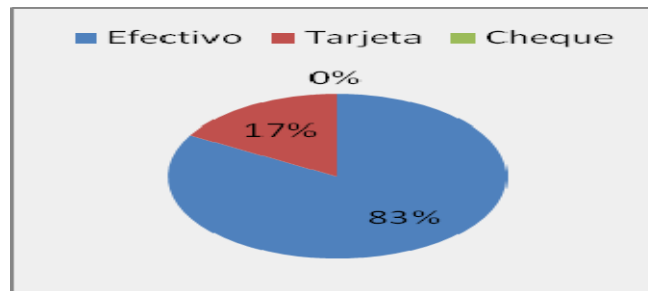
8. Dentro de los siguientes rangos, escoja usted la cantidad aproximada que gasta en un restaurante de mariscos.



Fuente: Investigación de campo

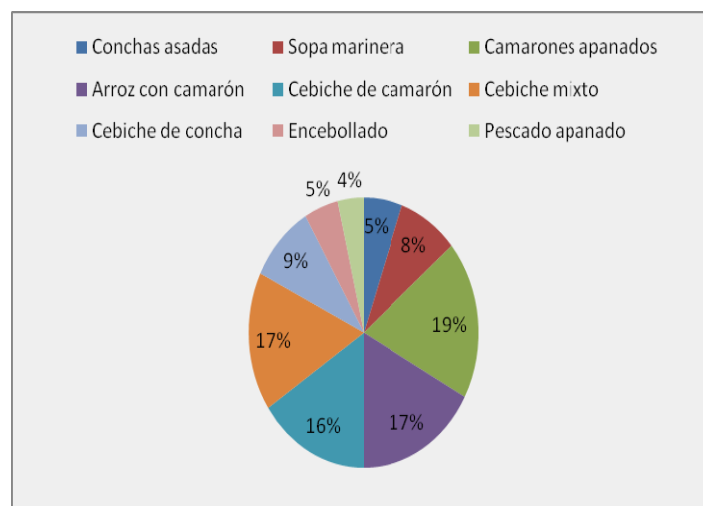
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

9. ¿De qué forma cancela usted lo consumido en un restaurante de mariscos?



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

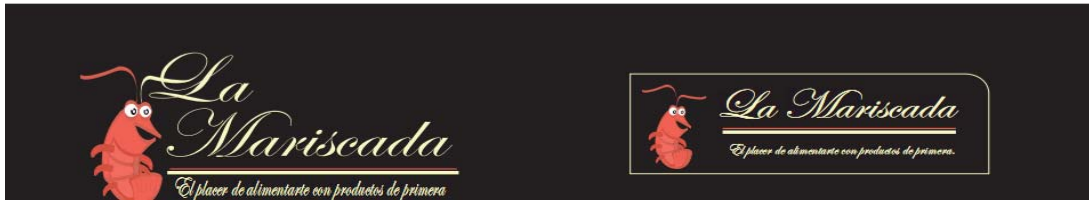
10. De los productos que están enunciados abajo, escoja los de su mayor preferencia:



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Alexandra Rodríguez

ANEXO 3 LOGOTIPO RESTAURANTE

Las siguientes figuras fueron los posibles logos del restaurante, se buscó un nombre que llame la atención de la gente.



Elaborado por: César Azcanta

La siguiente figura se escogió como logotipo de la empresa, con su respectivo slogan.



Elaborado por: César Azcanta

ANEXO 4 INFOGRAMA DEL RESTAURANTE “LA MARISCADA”

El placer de alimentarse con productos de primera.



Visión

Llegar a ser un restaurante de éxito en nuestra especialidad en la parroquia de Guayllabamba, que ofrece un servicio y productos de calidad. Para así lograr una empresa altamente competitiva, innovadora y rentable, dedicada a la satisfacción plena de nuestros clientes.

<i>Encebollado</i>  <i>La Mariscada</i>	<i>ceviche</i> <i>Mixto</i>  <i>La Mariscada</i>	<i>ajpa</i> <i>Marinera</i>  <i>La Mariscada</i>
<i>peiscado</i> <i>Apanado</i>  <i>La Mariscada</i>	<i>cama rones</i> <i>Apanados</i>  <i>La Mariscada</i>	<i>ceviche</i> <i>Concha</i>  <i>La Mariscada</i>
<i>arroz con</i> <i>Camarón</i>  <i>La Mariscada</i>	<i>conchas</i> <i>Ajadas</i>  <i>La Mariscada</i>	<i>ceviche de</i> <i>Camarón</i>  <i>La Mariscada</i>

Misión

Ser uno de los restaurantes de mayor prestigio, con un excelente servicio y calidad en nuestros productos, para lograr la preferencia de nuestros clientes.

Ubicación Geográfica

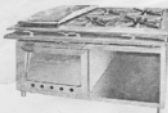


Legend:
 ● Puntos referenciados
 ● Puyo
 ● Quito
 ● Puyo
 ● Puyo
 ● Puyo
 ● La Mariscada

Elaborado por: César Azcanta

Fuente: Imágenes de Google

ANEXO 5 PROFORMA TECMY EQUIPOS



TECMY EQUIPOS

PAZMIÑO VITERI GERARDO RAUL

Direc. Fábrica: Quito-Conocoto Psje. Club de Abogados No. 228 y J. R. Aguilera
Dir.: Ulloa 555 y Marchena (Detrás del Mercado Sta. Clara)
Telf.: 3216-734 • Quito-Ecuador


PROFORMA No.
0007399

RUC. 1801226638001


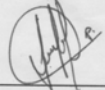
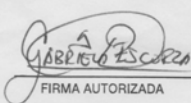
www.tecmyequiposec.com

e-mail:
ventas@tecmyequiposec.com


Asadero de Pollos a Gas, Carbón y Leña, Cocinas Industriales, Self Service, Baños de María, Planchas para Carnes y Hamburguesas
Freidoras de Papas, Hornos para Panadería y Amasadoras, Cortadoras de Hueso y todo Trabajo sobre medida en Acero Inoxidable
para Hoteles y Restaurantes.



Fecha:	BONO 07 DE MARZO 2012	Guía de Remisión:	
Cliente:	ALEXANDRA RODRIGUEZ	RUC./C.I.:	
Dirección:			
		Telf.:	084981187


CANT.	CONCEPTO	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	VERTICAL MIXTO DE 1 PUERTA PINTADO		1280
1	VERTICAL MIXTO 2 PUERTAS PINTADO		1990
1	COCINA DE 4 QUEMADORES ACERO		1230
1	COCINA DE 3 QUEMADORES ACERO INOXI		890
1	COCINA 2 QUEMADORES NACIONAL		165
SON:		SUBTOTAL	5555
 <small>GRAPHICOLOR Telf. 6036-284 • del 7201 al 7700 • Imp. 01-2012</small>		DESCUENTO	
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  FIRMA CLIENTE </div> <div style="text-align: center;">  FIRMA AUTORIZADA </div> </div>		IVA %	2760
		IVA 0 %	
		VALOR TOTAL	6276

ANEXO 6 PROFORMAS MARCIMEX



MARCIMEX
piensa en ti

COPIA
AGENCIA



Fecha: 08/03/2012 e-mail: _____

Cliente: ALEXANDRA RODRIGUEZ


Dirección / Trabajo: _____ Telf: 084901187

ARTÍCULO / MODELO	PVP.	CRÉDITO		
		ENTRADA	MESES	CUOTA
<u>CVI - 520 CROMADO</u>	<u>1275.</u>	<u>Vertical.</u>		
<u>Congelador / CI 400. Indiviso</u>	<u>890</u>			
PRECIO FINAL:				
TARJETA DE CRÉDITO:		PLAN:		

VENDEDOR: _____


TELF ALMACEN: _____

Precios sujetos a cambios sin previo aviso. Nuestros precios incluyen IVA.



MARCIMEX
piensa en ti

COPIA
AGENCIA



Fecha: 30-05-2012 e-mail: _____

Cliente: _____

Dirección / Trabajo: _____ Telf: _____

ARTÍCULO / MODELO	PVP.	CRÉDITO		
		ENTRADA	MESES	CUOTA
<u>Microondas + Hornos Cromado Indiviso</u>	<u>150</u>	<u>2</u>	<u>70</u>	
<u>Microondas + Hornos Blanco Indiviso</u>	<u>140</u>	<u>60</u>		
<u>Hornos componente LG 8300 W.</u>	<u>190</u>	<u>=</u>		
<u>LED GLOBAL 24"</u>	<u>390</u>	<u>=</u>		
PRECIO FINAL: Telefono Powersonic 1311		<u>35</u>	<u>18</u>	
TARJETA DE CRÉDITO:		PLAN:		


VENDEDOR: Alexandra Zambino.


TELF ALMACEN: 2530601


Precios sujetos a cambios sin previo aviso. Nuestros precios incluyen IVA.

ANEXO 7 PROFORMAS CONGRESA

	
Producto	<u>Microondas</u>
Marca	<u>Habe</u>
Modelo	<u>XO-1410</u>
Entrada	\$ _____
Cuotas	_____
Cuotas de	\$ _____
Precio Total	\$ _____
CONTADO	\$ <u>194.60</u>
<small>CONGRESA COLON : 2-522-270</small>	

	
Producto	<u>MICROONDAS</u>
Marca	<u>Electadux</u>
Modelo	<u>171 PM</u>
Entrada	\$ _____
Cuotas	_____
Cuotas de	\$ _____
Precio Total	\$ _____
CONTADO	\$ <u>95.80</u>
<small>CONGRESA COLON : 2-522-270</small>	

	
Producto	<u>Impresora</u>
Marca	<u>Canon</u>
Modelo	<u>MP 250</u>
Entrada	\$ _____
Cuotas	_____
Cuotas de	\$ _____
Precio Total	\$ _____
CONTADO	\$ <u>65.20</u>
<small>CONGRESA COLON : 2-522-270</small>	

	
Producto	<u>Lap Top</u>
Marca	<u>ACER</u>
Modelo	<u>1884</u>
Entrada	\$ _____
Cuotas	_____
Cuotas de	\$ _____
Precio Total	\$ _____
CONTADO	\$ <u>456.50</u>
<small>CONGRESA COLON : 2-522-270</small>	

ANEXO 8 PROFORMA ALMACENES MONTERO

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO

SUCURSAL SANTA CLARA
Camion OE3 61 y Antonio de Ulloa
Una cuadra al Sur del Mercado Santa Clara
Teléfonos: 02222-436
Ruc: 1792144566001

PROFORMA

005-001-000001891

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolucion No.826
del 22/12/2009

FECHA:	15/MAR/2012	PEDIDO No:	005-001-000001891
CLIENTE:	CONSUMIDOR FINAL	PAGO:	CONTADO
RUC:	999999999	VENDEDOR:	SAC SUCURSAL ST
DIRECCION:			
CIUDAD:	PICHINCHA - QUITO		
TELEFONO:	.		
OBSERV.:			

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
1,00	4891342823312	SUNNE BATIDOR A-GRUESO 30cm.	7,14	0,00	7,14
1,00	7895707199828	SKYM LICUADORA INDUSTRIAL 4L COD.199826-	367,45	0,00	367,45
2,00	7861141340638	MONTE DETON VENTILADOR DE PEDESTAL 20 PO	152,71	0,00	305,42
1,00	7702561230003	UNIVE OLLA DE PRESION SEGURO INTERNO 13L	69,69	0,00	69,69
2,00		UM.EC CALDERO R260693ECORTADO 60CM. 164.	230,32	0,00	460,64
2,00	7861026910628	UM.EC CALDERO RECORTADO 50CM.	129,65	0,00	259,30
2,00	7861080610755	INDAL CALDERO INDUSTRIAL 45CM.	79,48	0,00	158,96
2,00	7862109420096	SANTI CALDERO ALUMINIO FUNDIDO ALTO CON	13,13	0,00	26,25
2,00	7862109420119	SANTI CALDERO ALUMINIO FUNDIDO ALTO CON	9,21	0,00	18,43
12,00	7861080620686	INDAL BOWLS BORDEADO 4 LTS.	5,89	0,00	70,70
12,00	7861080620693	INDAL BOWLS BORDEADO 5 LTS.	6,84	0,00	82,07
4,00	7891116026090	TRAMO UTILY CUHARETA PARA ARROZ ACERO I	8,07	0,00	32,28
6,00	7861032814194	KITCH CUCHARA MEDIANA DE ENSALADA	2,13	0,00	12,80
4,00	4891342468223	SUNNE CUCHARON DE ACERO INOXIDABLE 300CC	11,91	0,00	47,62
4,00	7861103803034	GENER CERNIDERA PLASTICA PEQUENA	1,81	0,00	7,25
3,00	4891342225840	SUNNE COLADERA CON ASA - DE ACERO INOXID	38,69	0,00	116,07
6,00	7891112077522	TRAMO STARF SARTEN PROFESIONAL- ESPESOR	38,38	0,00	230,28

ANEXO 9 PROFORMA ALMACENES MONTERO

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
SUCURSAL SANTA CLARA
Carron OE3 61 y Antonio de Ulloa
Una cuadra al Sur del Mercado Santa Clara
Teléfonos: 022222-436
Ruc: 1792144566001

PROFORMA

005-001-000001892

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolución No.826
del 22/12/2009

FECHA:	15/MAR/2012	PEDIDO No:	005-001-000001892
CLIENTE:	CONSUMIDOR FINAL	PAGO:	CONTADO
RUC:	9999999999	VENDEDOR:	SAC SUCURSAL ST
DIRECCION:			
CIUDAD:	PICHINCHA - QUITO		
TELEFONO:	.		
OBSERV.:			

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
6,00	7891112077515	TRAMO STARF SARTEN PROFESIONAL- ESPESOR	27,58	0,00	165,48
8,00	7891112053052	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLERO PROF	12,82	0,00	102,56
8,00	8004360015935	BO.RO JARRA ROLLY 2.5 LITROS	6,48	0,00	51,85
70,00	026102511626	ARCOP PLATO TENDIDO 23.5 CM	4,15	0,00	290,26
50,00	026102433188	ARCOP BOWL 14 CM RESTAURANTE	4,43	0,00	221,33
30,00	026102511640	ARCOP PLATO BASE 25.4 CM RESTAURAN	4,84	0,00	145,20
25,00	8411712218515	BO.RO PLATO BASE 29CM. 1UNI TOLEDO	4,62	0,00	115,55
70,00	7891116002322	TRAMO COSMO CUCHARA DE MESA SOPERA - 1 U	1,15	0,00	80,50
5,00	7466254269892	CATER CUCHARA DE POSTRE X 12un.	7,25	0,00	36,27
70,00	7891116000168	TRAMO COSMO TENEDOR DE MESA -LINEA HOTEL	1,28	0,00	89,29
70,00	7891116001029	TRAMO COSMO CUCHILLO DE MESA -LINEA HOTE	2,47	0,00	172,90
100,00	7702147200406	CRIST VASO AV LISO LEXINGTON WHI 11OZ.	0,56	0,00	56,37
20,00	4891342621598	SUNNE TABLA PICAR VERDE 50X38CM	21,91	0,00	438,11
10,00	874050546739	L.CHE LIMPION PARA CHEF 50X40CM	1,53	0,00	15,29
1,00	7806810223003	ILKO RALLADOR 4 LADOS ACERO INOX DESIGN	5,06	0,00	5,06

ANEXO 10 PROFORMA MEGAPLASTEC

MEGAPLÁSTEC		MEGAPLÁSTEC	
2520819		Mega Pica	
Oficina		Oficina	
Tacho Supremo 3++	17.49	tazon grande c/t	3.28
Tacho Icato	8.05	Mantel plástico x metros	2.28.
Salero multicolor	1.62	Espozza	1.62
Frasco para salsas	0.96.	Jgo. de baño 4 pz	14.02
Exprimidor de Limon	2.15	Nacetro Zabiado Mo	4.86
Guantes	1.68	Plata moscas	0.76.
Tazon balon grande	2.14	Silla Perugia	12.77.
Jarra Maxi x 2l	3.00	Mesa Sevilla	62.22
Vaso 7 oz transp. x 50	0.86	✓ Funda de Basota Induxio	1.72.
tarrina 1/2 P x 25	1.95	✓ Funda de Basota Poq. x 10	0.54
tarrina 1/2 P x 25	2.05	- Funda Dina 4 Neg 19x10	1.55
Sorbete x 100	0.54	- Funda Pina 5 Neg 19x10	2.04
✓ Porta wberzos	2.13	✓ Paño Limpiador x 3.	3.78.
cubeta Andico	2.35.	✓ Mantel PVC	4.28.
Alicata.	2.70.	Cuchara Sopera x 50.	1.29.
✓ Cerridor	1.62	Banko Sicilia	3.02.
Servillatero Artiz	1.62.	Silla Pekes Colores	8.99.
tabla de pica	8.45	Mesa Pekes	18.25.
Jarra Jumbo 4l	4.48	Nutristan Kc Ppilable	3.78
Subero chlof	1.78		
Exprimidor de Naranja.	2.14.		
MEGAPLÁSTEC			

ANEXO 11 PROFORMA ALMACENES JUAN EL JURI

Proforma Online Grupo Eljuri.

http://10.10.3.7:2006/form/ASPPROFORM.ASPX

Almacenes **Juan Eljuri** Soporte y Desarrollo: Patricio Tenezaca >>Sugerencias User: PRENSA6 Ref1:
 Establecido 1925 C.A. Ltda. Web: DIGITAR PROFORMA Ref2:
 Nuevo Editar Grabar Eliminar Imprimir Procesar Criterios Ejecutar < < > > Help ? Atras

Referen. 0 Fecha 20120530 Documento NPED-AJQZQ ..Cupo asig.
 Cliente
 Agente 2049 ACHOTE GUANOTASIG FREDDY MARCELO
 LisPrecio 100 LISTA DE PRECIOS MINORISTAS RETAL ForPago CON - CONTADO EFECTIVO All
 Almacen 183 AJE LA PRENSA QUITO Estado F

Código	Descripcion	Cantidad	Precio	Stock
--------	-------------	----------	--------	-------

(Registros) Seleccionado(s)

Quitar	Código	Descripción	Cant.	Precio	TotBru	Descto	Tot-Descto	Iva	TotNeto
<input type="checkbox"/>	1083655	VPCEK20ALIB COMPUTADOR PORTATIL NEGRA	1	957.88	957.88	273.87	684.21	82.11	766.32
<input type="checkbox"/>	1079812	N-GD568 SRPH HORNO MICROONDAS	1	255.33	255.33	72.95	182.38	21.89	204.27

ImpBruto	<input type="text"/>	1213.21
Descto	26.57	<input type="text"/>
Neto	<input type="text"/>	868.59
12 %Iva	<input type="text"/>	104.00
Total	<input type="text"/>	970.59
Entrada ==>	<input type="text"/>	0
Financiam.	0	<input type="text"/>
0 Cuotas de:	<input type="text"/>	0

DisFin 1 IntFin

ANEXO 12 PROFORMA FERROSTAL GUAYLLABAMBA

FERROSTAL GUAYLLABAMBA

Panamericana Norte s/n Ba

rrio Santa Ana

Telefonos: 022369377

R.U.C.: 1791806433001


CONTIZACION: 00003139

Cliente:0	FECHA	VENCE	CLIENTE
Nombre:CONSUMIDOR FINAL			
Telefono:			
Ciudad :	31/07/12		10

CODIGO	P R O D U C T O	CANT.	UNITARIO	DCTO.	T O T A L
100415	INOD+LAVABO EDESA BLANCO	1	71.428	0.00	71.430
2304142	INOD.MILAN BLANCO FV E116-S	1	68.727	0.00	68.730
2305023	LAV.FERRARA BLANCO C/P E211	1	32.896	0.00	32.900

ANEXO 13 FORMULARIO PARA SACAR LA PATENTE


Formulario para sacar la Patente otorgado por el Municipio

	Dirección Metropolitana Tributaria Administración General	<h3>DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE</h3> Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad
Quito, <input style="width: 40px;" type="text"/> de <input style="width: 40px;" type="text"/> de 20 <input style="width: 40px;" type="text"/>		
En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que estableció la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:		
Apellidos y Nombres completos del Contribuyente: <input style="width: 90%;" type="text"/>		Cédula de Identidad <input style="width: 100%;" type="text"/>
Nombre Comercial <input style="width: 90%;" type="text"/>		Número de RUC <input style="width: 100%;" type="text"/>
Dirección Principal <input style="width: 90%;" type="text"/>		Número de Predio <input style="width: 100%;" type="text"/>
Actividad Económica Principal <input style="width: 90%;" type="text"/>		Teléfono <input style="width: 100%;" type="text"/>
Actividad Económica Principal <input style="width: 90%;" type="text"/>		Fecha de inicio de actividad <input style="width: 100%;" type="text"/>
¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica?		
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Fecha de apertura <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Fecha de Nacimiento <input style="width: 100%;" type="text"/>		Porcentaje de Discapacidad <input style="width: 100%;" type="text"/>
		No. Carnet <input style="width: 100%;" type="text"/>
ARTESANOS CALIFICADOS		
Acuerdo Ministerial No.: <input style="width: 100%;" type="text"/>		Fecha de Resolución: <input style="width: 100%;" type="text"/>
J.N.D Artesano No.: <input style="width: 100%;" type="text"/>		Fecha de Calificación: <input style="width: 100%;" type="text"/>
SUCURSALES (en el caso de poseer)		
Dirección 1: <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Actividad Económica: <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Dirección 2: <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Actividad Económica: <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Dirección 3: <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Actividad Económica: <input style="width: 100%;" type="text"/>		
Contribuyente		Funcionario Receptor de la Declaración
Nombre: <input style="width: 100%;" type="text"/>		Nombre: <input style="width: 100%;" type="text"/>
Cédula: <input style="width: 100%;" type="text"/>		Cédula: <input style="width: 100%;" type="text"/>
Firma: <input style="width: 100%;" type="text"/>		Firma: <input style="width: 100%;" type="text"/>
Fecha de Inscripción <input style="width: 100%;" type="text"/>		NÚMERO DE REGISTRO DE COMERCIANTE <input style="width: 100%;" type="text"/>

ANEXO 14 FORMULARIOS PARA SACAR RUC (01A Y 01B)

Formularios para sacar el RUC otorgado por el SRI (Servicio de Rentas Internas)

Formulario 01A

 REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <small>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</small> <small>Resolución No. NAC-03880013-00077</small>		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL SRI www.sri.gob.ec	
				01	RUC
A.- IDENTIFICACION Y UBICACION DE LA SOCIEDAD					
02 RAZON O DENOMINACION SOCIAL					
03 NOMBRE COMERCIAL					
04 PROVINCIA		05 CANTON		06 PARRQUIA	
07 CIUDAD/ELA		08 BARRIO		09 CALLE	
11 INTERSECCION / MANZANA		12 COLONIA		13 NUMERO	
14 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL		15 NO. DE OFICINA		16 MUNICIPIO	
18 CAMINO		19 REFERENCIA UBICACION		20	
22 TELEFONO 1		21 TELEFONO 2		23 TELEFONO 3	
24 CELULAR		25 APARTADO POSTAL		26 CORREO ELECTRONICO	
				27 SITIO WEB	
B.- IDENTIFICACION DEL DOMICILIO ESPECIAL					
28 PROVINCIA		29 CANTON			
C.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD					
ORIGEN (Escriba una opción)		RAZON SOCIAL SOCIEDADES FUSIONADAS / ESCONDIRAS		RUC	
30 CONSTITUCION		31 FUSION		32 ESCONDIRAS	
33		34		35	
36		37		38	
D.- DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD					
39 FECHA DE CONSTITUCION		40 TIPO DE SOCIEDAD		41 AL ESTABLECER SUPL. IVA	
42 ORGANISMO REGULADOR		43 N° REG. MERCANTIL		44 N° PATRONAL	
45 CAPITAL SUSCRITO		46 NOMBRE DEL CONTADOR		47	
E.- IDENTIFICACION Y UBICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL					
48 APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACION		49 NACIONALIDAD		50 C.I. RUC O PASAPORTE	
51 PROVINCIA		52 CANTON		53 DIRECCION Y FECHA ESTABLECIMIENTO	
54 PARRQUIA		55 CALLE		56 FECHA DE NOMBRAMIENTO	
57 NUMERO		58 INTERSECCION		59	
60 REFERENCIA		61 TELEFONO 1		62	
63 TELEFONO 2		64 CELULAR		65 APARTADO POSTAL	
				66 CORREO ELECTRONICO	
F.- ACCIONISTAS Y SOCIOS					
COSA A REALIZAR (PASAPORTE)		TIPO DE VISA		APELLIDOS Y NOMBRES O DENOMINACION	
NACIONALIDAD		DOMICILIO FISCAL (CALLE O COLONIA)		% P. PAT.	
70					
71					
72					
73					
74					
75					
G.- ACTIVIDADES ECONOMICAS ADICIONALES (DOMICILIO TRIBUTARIO)					
76					
77					
78					
79					
80					
81					
H.- ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL (Seleccione una de las actividades ingresadas en la Sección G)					
82 DESCRIPCION ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL					
I.- INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD					
83 ES PRODUCTOR DE BIENES GRAVADOS DE ICEY		SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
84 ES IMPORTADOR DE BIENES GRAVADOS DE ICEY		SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>	
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos. Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.					
85		FECHA DE PRESENTACION		FIRMA REPRESENTANTE LEGAL	
04		04		04	

Formulario 01B

<p>SRI SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <small>Resolución No. NAC-DSERD/03-2007</small></p>	<p>REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01-B</p>	<p>INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO</p>	ORIGINAL – SRI																					
			<p>www.sri.gob.ec</p>																					
			01																					
02 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL																								
DATOS DEL ESTABLECIMIENTO																								
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">03 NOMBRE COMERCIAL</td> <td style="width: 10%; border: none;">04 APERTURA <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%; border: none;">05 CIERRE <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%; border: none;">06 ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/></td> <td style="width: 10%; border: none;">07 NÚM. ESTABLECIMIENTO</td> </tr> </table>					03 NOMBRE COMERCIAL	04 APERTURA <input type="checkbox"/>	05 CIERRE <input type="checkbox"/>	06 ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/>	07 NÚM. ESTABLECIMIENTO															
03 NOMBRE COMERCIAL	04 APERTURA <input type="checkbox"/>	05 CIERRE <input type="checkbox"/>	06 ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/>	07 NÚM. ESTABLECIMIENTO																				
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">08 PROVINCIA</td> <td style="width: 10%; border: none;">09 BARRIO</td> <td style="width: 10%; border: none;">10 CANTÓN</td> <td style="width: 10%; border: none;">11 CALLE</td> <td style="width: 10%; border: none;">12 PARROQUIA</td> </tr> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">13 CIUDADELA</td> <td style="width: 10%; border: none;">14 INTERSECCIÓN / MANZANA</td> <td style="width: 10%; border: none;">15 CONJUNTO</td> <td style="width: 10%; border: none;">16 NÚM. DE OFICINA</td> <td style="width: 10%; border: none;">17 NÚM. DE PUERTA</td> </tr> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">18 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL</td> <td style="width: 10%; border: none;">19 CAMINO</td> <td style="width: 10%; border: none;">20 REFERENCIA</td> <td style="width: 10%; border: none;">21 TELÉFONO 1</td> <td style="width: 10%; border: none;">22 TELÉFONO 2</td> </tr> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">23 CELULAR</td> <td style="width: 10%; border: none;">24 APARTADO POSTAL</td> <td style="width: 10%; border: none;">25 REFERENCIA</td> <td style="width: 10%; border: none;">26 TELÉFONO 3</td> <td style="width: 10%; border: none;">27 CORREO ELECTRÓNICO</td> </tr> </table>					08 PROVINCIA	09 BARRIO	10 CANTÓN	11 CALLE	12 PARROQUIA	13 CIUDADELA	14 INTERSECCIÓN / MANZANA	15 CONJUNTO	16 NÚM. DE OFICINA	17 NÚM. DE PUERTA	18 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL	19 CAMINO	20 REFERENCIA	21 TELÉFONO 1	22 TELÉFONO 2	23 CELULAR	24 APARTADO POSTAL	25 REFERENCIA	26 TELÉFONO 3	27 CORREO ELECTRÓNICO
08 PROVINCIA	09 BARRIO	10 CANTÓN	11 CALLE	12 PARROQUIA																				
13 CIUDADELA	14 INTERSECCIÓN / MANZANA	15 CONJUNTO	16 NÚM. DE OFICINA	17 NÚM. DE PUERTA																				
18 EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL	19 CAMINO	20 REFERENCIA	21 TELÉFONO 1	22 TELÉFONO 2																				
23 CELULAR	24 APARTADO POSTAL	25 REFERENCIA	26 TELÉFONO 3	27 CORREO ELECTRÓNICO																				
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">28 DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES ECONÓMICAS</td> <td style="width: 10%; border: none;">29</td> <td style="width: 10%; border: none;">30</td> <td style="width: 10%; border: none;">31</td> <td style="width: 10%; border: none;">32</td> </tr> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">33</td> <td style="width: 10%; border: none;">34</td> <td style="width: 10%; border: none;">35</td> <td style="width: 10%; border: none;">36</td> <td style="width: 10%; border: none;">37</td> </tr> </table>					28 DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES ECONÓMICAS	29	30	31	32	33	34	35	36	37										
28 DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES ECONÓMICAS	29	30	31	32																				
33	34	35	36	37																				
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">38 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</td> <td style="width: 10%; border: none;">39</td> <td style="width: 10%; border: none;">40</td> <td style="width: 10%; border: none;">41</td> <td style="width: 10%; border: none;">42</td> </tr> <tr> <td style="width: 30%; border: none;">43</td> <td style="width: 10%; border: none;">44</td> <td style="width: 10%; border: none;">45</td> <td style="width: 10%; border: none;">46</td> <td style="width: 10%; border: none;">47</td> </tr> </table>					38 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS	39	40	41	42	43	44	45	46	47										
38 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS	39	40	41	42																				
43	44	45	46	47																				


Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son verdaderos. Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.

FECHA DE PRESENTACIÓN		
37		
Día	Mes	Año

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL

ANEXO 15 FORMULARIO PERMISO DE FUNCIONAMIENTO (MUNICIPIO)



Formulario para obtener el Permiso de Funcionamiento otorgado por el Municipio

 MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO																																									
Nombre o Razón Social: _____ No. RUC: _____																																									
Denominación o Nombre Comercial: _____ No. de Patente actual: _____																																									
No. Licencia Metropolitana de Funcionamiento (renovación): _____ No. Predio: _____																																									
PERSONA NATURAL	PERSONA JURÍDICA U OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD																																								
Nombre completo: _____	Nombre completo del Representante Legal: _____																																								
No. C.I.: _____	No. C.I. Representante Legal: _____																																								
PARA ARTESANDOS:	No. Resolución: _____																																								
Acuerdo Ministerial No.: _____	Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)																																								
Calificación Artesanal No.: _____	Capital Suscrito: _____																																								
Fecha de Resolución: _____ (dd/mm/aa)																																									
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA																																									
Actividad Económica: _____																																									
Marque con una X en el material que utiliza: <table style="width: 100%; margin-top: 5px;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">Pequeña</th> <th style="text-align: center;">CANTIDAD Mediana</th> <th style="text-align: center;">Grande</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares</td> <td style="width: 40px;"></td> <td style="width: 40px;"></td> <td style="width: 40px;"></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Pequeña	CANTIDAD Mediana	Grande	<input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares				<input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables				<input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado				<input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado				<input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:																			
	Pequeña	CANTIDAD Mediana	Grande																																						
<input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares																																									
<input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables																																									
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o en cartón corrugado																																									
<input type="checkbox"/> Productos almacenados en canastas de madera o envolturas de cartón corrugado																																									
<input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación:																																									
Dimensiones del local (m2): _____																																									
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO																																									
Calle Principal: _____	Calle Secundaria: _____ Letra - Número: _____																																								
Edificio: _____	Piso: _____ Oficina / Departamento No.: _____																																								
Parroquia: _____	Sector o Referencia para ubicación: _____																																								
Teléfono 1: _____	Teléfono 2: _____ E-mail: _____																																								
INFORMACIÓN PARA PUBLICIDAD EXTERIOR																																									
En caso de requerir permiso para publicidad exterior (rótulo) por favor completar la siguiente información:																																									
Leyenda	Largo Ancho																																								
Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de Material																																								
Local propio <input type="checkbox"/> Local arrendado <input type="checkbox"/>																																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">UBICACIÓN DEL RÓTULO</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Adosado a la fachada frontal</th> <th style="text-align: center;">Adosado a la pared medianera</th> <th style="text-align: center;">Adosado a la pared lateral</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	UBICACIÓN DEL RÓTULO			Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral							<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="7" style="text-align: center;">TIPO DE RÓTULO</th> </tr> <tr> <th style="text-align: center;">Rótulo</th> <th style="text-align: center;">Mural</th> <th style="text-align: center;">Vallas</th> <th style="text-align: center;">Bandera</th> <th style="text-align: center;">Paneles Estáticos</th> <th style="text-align: center;">Módulos</th> <th style="text-align: center;">Otro (especificar)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	TIPO DE RÓTULO							Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especificar)														
UBICACIÓN DEL RÓTULO																																									
Adosado a la fachada frontal	Adosado a la pared medianera	Adosado a la pared lateral																																							
TIPO DE RÓTULO																																									
Rótulo	Mural	Vallas	Bandera	Paneles Estáticos	Módulos	Otro (especificar)																																			
CROQUIS DE UBICACIÓN																																									
N																																									
S																																									
Sres. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Por medio de la presente, el suscrito afirma conocer la obligatoriedad de cumplir con la normativa legal vigente para Licencia Metropolitana de Funcionamiento; así como las Ordenanzas correspondientes a Ambiente, Publicidad Exterior, Patentes, Control y Prevención de Incendios y Salud.																																									
FIRMA: _____	FUNCIONARIO RESPONSABLE: _____																																								
NOMBRE: _____	FECHA: _____																																								
C.I.: _____	No. TRÁMITE: _____																																								

ANEXO 16 SOLICITUD DE REGISTRO EN EL MIN. DE TURISMO

SOLICITUD DE REGISTRO			
Alimentos y Bebidas / Alojamiento / Recreación diversión y esparcimiento			 Quito Turismo
Fecha: _____			
Yo, _____, en calidad de propietario o representante legal, solicito a la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, clasificar, tipificar y registrar al establecimiento turístico, cuyas características son las siguientes:			
Propietario (Persona jurídica):			
Nombre del establecimiento: _____			
Registro Único de Contribuyentes (RUC): _____		N° Patente Municipal: _____	
Cédula de Ciudadanía / Pasaporte: _____			
UBICACIÓN			
Ciudad: _____	Parroquia: _____	Sector: _____	
Adm. Zonal: _____		Calle: _____	
No. _____		Transversal: _____	
Referencias ubicación: _____		Teléfono: _____	Fax: _____
Celular: _____	Pág. Web: _____	E-mail: _____	
HORARIO DE ATENCIÓN: _____			
REFERENCIAS			
Contacto: _____		Teléfono contacto: _____	
ACTIVIDAD TURÍSTICA		CROQUIS	
<input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento, Parques de atracciones estables (Discotecas, peñas, salas de baile, salas de recepciones y banquetes, pistas de patinaje, boleras, termas y balnearios, centros de recreación turística) <input type="checkbox"/> Intermediación (Centros de convenciones, organizadores de eventos, congresos y convenciones)			
DECLARACIÓN JURAMENTADA			
Yo, _____, por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica, identificada líneas arriba) solicito que la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico y la Administración Municipal competente, procedan con las inspecciones respectivas a la normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.			
f) _____			
DECLARANTE			
Céd./ Pasaporte No. _____			
<i>Este campo debe ser llenado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico</i>			
Tiempo de funcionamiento: Nuevo: <input type="checkbox"/> Cambio de propietario <input type="checkbox"/> En funcionamiento años anteriores: <input type="checkbox"/>			

ANEXO 17 FORMULARIO DE DECLARACIÓN DEL UNO POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS

FORMULARIO DE DECLARACION DEL UNO POR MIL SOBRE ACTIVOS FIJOS RGNT-006				
	Ministerio de Turismo	FONDO MIXTO DE PROMOCION TURISTICA		
FORMULARIO PARA APLICACIÓN DE LA CONTRIBUCIÓN DEL UNO POR MIL DE LOS ACTIVOS FIJOS BASE LEGAL: Art. 40 Literal "a" Ley de Turismo, Registro oficial 733-Suplemento de 27 de diciembre de 2002 Art. 78 del Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, Registro Oficial de 5 de enero del 2004				
IDENTIFICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE		100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN		
		AÑO	SERIE	
201	RUC: _____	202	RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN: _____	
		DIRECCION : _____		
ESTADO DE SITUACIÓN				
340 ACTIVO FIJO				
ACTIVO FIJO TANGIBLE		ACTIVO FIJO INTANGIBLE		
TERRENOS	341		MARCAS, PATENTES, DERECHOS DE LLAVE Y OTROS SIMILARES	361
EDIFICIOS E INSTALACIONES	343		(4) AMORTIZACIONES ACUMULADAS	363
MAQUINARIA, MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS	345		TOTAL ACTIVO FIJO INTANGIBLE	365
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	347		TOTAL ACTIVO FIJO	369
VEHÍCULOS	349		CONTRIBUCIÓN CAUSADA 1 X MIL	
OTROS ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	351		RECARGOS POR MORA	
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVOS FIJO	353		MULTAS	
(-) DEPRECIACION ACUMULADA ACELERADA ACTIVOS FIJO	355		TOTAL A PAGAR	
TOTAL ACTIVO FIJO TANGIBLE	359		ESPACIO PARA SELLOS	
		<p><i>Declaro bajo juramento que los datos consignados en el presente formulario reflejan la realidad y autorizo al Ministerio de Turismo a verificar el contenido de esta declaración en cualquier momento, al tiempo que me sujeto, a las sanciones previstas en la ley en caso de falsedad o perjurio.</i></p>		
Nombre del Declarante		_____		
CI:		_____		
Firma:		_____		

ANEXO 18 SOLICITUD PERMISO DE FUNCIONAMIENTO (MIN. DE SALUD)

Solicitud para el permiso de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Salud



Ministerio de Salud Pública
Dirección Provincial de Salud Pichincha

PROCESO DE CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

SOLICITUD PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Año.....

SEÑOR DIRECTOR PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA:

Yo,, Solicito a usted, se sirva concederme el correspondiente **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO** para el establecimiento:

Ubicado en.....Teléfono No.....

Lugar Calle

He recibido el listado correspondiente a los requisitos previos y dejo expresa constancia de que me comprometo a lo siguiente:

1. No admitir empleado alguno sin previa, obtención del Certificado de Salud
2. Proporcionar a todos mis empleados, prendas reglamentarias de trabajo y cuidar de que éstas se encuentren limpias.
3. Tener todos los útiles de manejo que obligan los Reglamentos Sanitarios
4. Participar inmediatamente en caso de cambio de local

De usted muy atentamente,

PARA USO DEL PROCESO DE VIGILANCIA SANITARIA

El local cumple con los requisitos reglamentarios para funcionar como:

CLASIFICACION DEL LOCAL.....

CATEGORIA:.....

DERECHOS POR PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.....

ZONA:.....

Urbana ()
Rural ()

VISTO BUENO

SUPERVISOR


Proceso de Funcionamiento Anterior No.....

Número de Certificado de Salud:.....

Cédula de Ciudadanía del Responsable No.....

Otros:.....

ANEXO 19 SOLICITUD DE REGISTRO DE CONTRATOS INDIVIDUALES (MIN. DE RELACIONES LABORALES)



**Ministerio
de Relaciones
Laborales**

SOLICITUD DE REGISTRO DE CONTRATOS INDIVIDUALES
(En caso de llenarlo a mano se debería escribir con letra impresa)

DATOS DEL EMPLEADOR

* Nombre o razón social (empresa, entidad o patrono):

* RUC / CL / Pasaporte:

01 Dirección:

Calle principal Número Intersección

Provincia: Cantón: Parroquia:

Teléfono: Celular:

Extensión: Email:

DATOS DE LA PERSONA QUE REALIZA EL TRAMITE

* Nombres completos:

* RUC / CL / Pasaporte:

NUMERO DE CONTRATOS A REGISTRAR

DATOS DEL /LOS CONTRATADO/S

Número	CL / Pasaporte	Apellidos	Nombres	Fecha de contrato: W. Día W. Mes W. Año W
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	Ejemplo: W. 29 W. 10 W. 2008 W
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ANEXO 20 COSTO DETALLADO DE CADA UNO DE LOS PLATOS

CONCHAS ASADAS (para 1 persona)	
	Precio de Costo
20 conchas prietas	2.80
2 limones	0.06
1/2 cebolla paiteña	0.05
1/2 verde para patacones	0.04
1/4 taza de aceite	0.12
1 atado de yerbas (cilantro)	0.05
1 diente de ajo machacado	0.03
1/2 pimiento	0.05
Pimienta en polvo	0.05
Sal	0.05
TOTAL	3.30

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

SOPA MARINERA (para 1 persona)	
	Precio de Costo
1/4 libra de almejas con concha	0.38
6 camarones grandes	0.42
1/4 de libra de pescado	1.10
1/4 libra de ostiones	0.50
2 patas de cangrejo	0.20
1 cucharada cebolla paiteña	0.05
1/2 cucharada perejil	0.01
1 diente de ajo	0.03
1 cucharada de aceite	0.10
1/2 tomate picado	0.05
Comino, pimienta, sal y achiote.	0.10
TOTAL	2.94

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

CAMARONES APANADOS (para 1 persona)	
	Precio de Costo
17 camarones (grandes)	1.17
1/2 taza de arroz	0.10
1 huevo	0.11
1/2 tomate	0.05
1/2 cebolla	0.05
1/2 pimiento	0.05
1/2 pepinillo	0.12
1/2 taza de Pan Rallado	0.10
1/4 taza de harina	0.08
1/2 cucharada de ajo molido	0.05
1/2 cucharadita de mostaza	0.05
1/2 plátano maduro	0.04
1/2 taza de aceite para freír	0.25
Sal	0.05
Pimienta	0.02
TOTAL	2.29

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

ARROZ CON CAMARÓN (para 1 persona)	
	Precio de Costo
16 camarones (medianos)	0.50
Media cucharadita de comino molido	0.05
1 diente de ajo, machacado	0.03
1 diente de ajo, picadito	0.03
1 cucharada de aceite	0.10
1/2 taza de arroz	0.10
1 cucharada de mantequilla	0.05
1/2 cebolla paiteña	0.05
1/2 pimiento, picado en cuadritos	0.05
1/2 tomate, pelado y picado en cuadritos	0.05
1/2 plátano maduro	0.04
1 cucharada de perejil picado	0.01
1/2 cucharadita de achiote molido	0.03
Sal y pimienta al gusto	0.10
TOTAL	1.19

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

CEVICHE DE CAMARÓN (para 1 persona)	
	Precio de Costo
16 camarones (grandes)	1.12
1/2 cebolla paiteña	0.05
1/2 tomate riñón grande	0.05
1/2 limón grande	0.05
1/2 naranja	0.05
1 cucharada de aceite	0.10
1 tomate cocinado	0.10
1/2 pimiento	0.05
1 cucharadita de cilantro	0.02
1/2 cucharada de salsa de tomate	0.05
1/2 cucharada de mostaza	0.05
TOTAL	1.69

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

CEVICHE MIXTO (para 1 persona)	
	Precio de Costo
1/4 libra de pescado	1.10
1/4 libra de calamar	0.20
1/4 libra de pulpo	0.20
7 camarones grandes	0.49
7 conchas	0.98
1 limón	0.03
1/2 cebolla	0.05
1/2 pimiento	0.05
Sal, cilantro, perejil y culantro	0.15
1/2 cucharada de mostaza	0.05
1/2 cucharada de salsa de tomate	0.05
1/2 tomate	0.05
TOTAL	3.40

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

ENCEBOLLADO (1 persona)	
	Precio de Costo
ENCEBOLLADO	
1/4 libra de pescado albacora	0.50
1/2 atado de hierba buena	0.05
1/2 cebolla blanca	0.05
1/2 tomate licuado	0.05

1/2 yuca grande	0.04
1/2 cebolla paiteña	0.05
1 diente de ajo, pimienta y sal	0.05
1/2 tomate	0.05
1 cucharada de aceite	0.10
Sal	0.05
Cilantro	0.05
1 limón	0.03
TOTAL	1.04

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

CEVICHE DE CONCHA (1 persona)	
	Precio de Costo
15 conchas	2.10
1 limón	0.03
1/2 cebolla paiteña	0.05
1 cucharada de aceite	0.10
1/2 cucharada de mostaza	0.05
1/2 cucharada de salsa de tomate	0.05
Sal, pimienta y culantro al gusto.	0.15
TOTAL	2.53

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

PESCADO APANADO	
	Precio de Costo
1/4 libra de filete de pescado	1.00
1/2 cebolla	0.05
1/2 tomate	0.05
1/2 cucharadita de sal	0.05
1/4 cucharadita de pimienta	0.05
1/4 cucharadita de mostaza	0.05
1 cucharada de jugo de limón	0.05
1/2 taza de arroz	0.10
1 huevo	0.11
Galleta molida y harina	0.10
1/2 taza de aceite	0.25
Sal	0.05
TOTAL	1.91

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

JARRA DE LIMONADA	
	Precio de Costo
6 cucharas de azúcar	0.30
5 Limones	0.15
TOTAL	0.45

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

VASO DE LIMONADA	
	Precio de Costo
2 cucharas de azúcar	0.10
1 Limón	0.03
TOTAL	0.13

Elaborado por: Alexandra Rodríguez

ANEXO 21 ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE “LA MARISCADA”

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN LA MARISCADA S.A.

En la Ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, Capital de la República del Ecuador, a los.....días del mes de..... del año....., ante el Dr/a..... Notario....., comparecen los Señores:.....; con la finalidad de celebrar el Contrato de Constitución de la Compañía.....

En dicha comparecencia, se da lugar a la Constitución de la mencionada compañía, y en consecuencia con esta manifestación de voluntad, hecha libremente y con pleno conocimiento de los efectos llamados a producir se establece la escritura de.....,tomando en consideración los siguientes aspectos:

DOMICILIO.- La Compañía tendrá su domicilio principal en la Parroquia....., Ciudad....., Provincia....., República del Ecuador, pero podrá establecer sucursales en uno o varios lugares del país, previa resolución de la Junta General, adoptado con sujeción a la Ley y a los estatutos de la organización.

OBJETO.- La Compañía tiene como objeto la actividad.....

MEDIOS.- Para el cumplimiento de su objeto, la Compañía podrá efectuar toda clase de actos y contratos cualquiera que sea su naturaleza, permitidos por la Ley ecuatoriana.

PLAZO Y DURACIÓN.- El plazo por el cual se forma la Compañía es de..... años a contarse desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil de la Escritura Pública de Constitución de la misma. Vencido este plazo, la Compañía se extinguirá de pleno derecho, a menos que los accionistas, reunidos en Junta General Ordinaria o Extraordinaria en forma expresa y antes de su expiración decidieren prolongar.

DISOLUCIÓN ANTICIPADA Y LIQUIDACIÓN.-La Junta General de Accionistas podrá acordar, en forma prevista por la Ley, la disolución de la Compañía antes de que venza el plazo establecido en los presentes estatutos.

Para la liquidación de la Compañía por disolución voluntaria o forzosa, se procederá de acuerdo a la Ley.

CAPITAL SOCIAL, los..... socios que comparecieron ante la notaría para celebrar la mencionada escritura de la constitución aportaron como capital inicial

La constitución de la Compañía..... se halla inscrita en el Registro Mercantil bajo el número..... con fecha, con lo cual adquiere la sociedad anónima su persona jurídica y entra en funcionamiento.