



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

**ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

ESPAE

MAESTRÍA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IX PROMOCION

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA: “EL RINCÓN LIFE”

SUSTENTADO POR: *JOHANNA ANDREA ORDOÑEZ GONZÁLEZ*
MARLENE JULIA RAMÍREZ DÍAZ
JUAN CARLOS GARCÉS PÉREZ

TUTOR: *RAUL CARPIO F.*

GUAYAQUIL - ECUADOR

NOVIEMBRE 2007

MAESTRIA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IX PROMOCIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

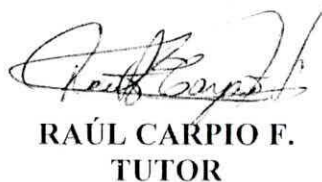
En la ciudad de Guayaquil, a los trece días del mes de noviembre de 2007, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **"EL RINCÓN LITE"** la Srta. **JOHANNA ANDREA ORDÓÑEZ GONZÁLEZ**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable
ORDÓÑEZ GONZÁLEZ JOHANNA ANDREA	96	98	97	Ing. Ana Jaramillo

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Ana Jaramillo, Pilar Panchana y Raúl Carpio quienes firman a continuación:


ANA JARAMILLO Z.


PILAR PANCHANA CH.


RAÚL CARPIO F.
TUTOR

Daniela A.

MAESTRIA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
IX PROMOCIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

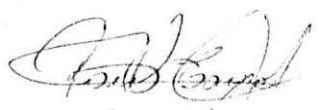
En la ciudad de Guayaquil, a los trece días del mes de noviembre de 2007, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **"EL RINCÓN LITE"** la Srta. **MARLENE JULIA RAMÍREZ DIAZ**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable
RAMÍREZ DIAZ MARLENE JULIA	95	98	97	Ing. Ana Jaramillo

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Ana Jaramillo, Pilar Panchana y Raúl Carpio quienes firman a continuación:


ANA JARAMILLO Z.


PILAR PANCHANA CH.


RAÚL CARPIO F.
TUTOR

Daniela A.

MAESTRIA EJECUTIVA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
IX PROMOCIÓN

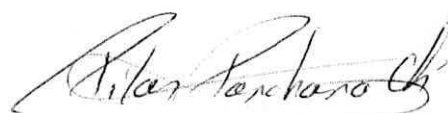
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los trece días del mes de noviembre de 2007, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: "**EL RINCÓN LITE**" el Sr. **JUAN CARLOS GARCÉS PÉREZ**, obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable
GARCÉS PÉREZ JUAN CARLOS	96	98	97	Ing. Ana Jaramillo

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Ana Jaramillo, Pilar Panchana y Raúl Carpio quienes firman a continuación:


ANA JARAMILLO Z.


PILAR PANCHANA CH.


RAÚL CARPIO F.
TUTOR

Daniela A.

ÍNDICE

Pág.

PARTE 1	1
Análisis de la Empresa y su entorno	
1.1 Nombre y Descripción del Negocio	2
1.2 Definición de los alimentos Light	
1.3 Valores filosóficos de la empresa	
1.3.1 Visión	4
1.3.2 Misión	
1.4 Objetivos	
1.4.1 Objetivo General	
1.4.2 Objetivos Específicos	5
1.4.3 Objetivos de los Clientes	
1.4.3.1 Objetivos Financieros	
1.5 Valores Empresariales	6
1.6 Entorno Internacional	
1.7 Entorno Nacional	7
1.8 Tendencias de la Industria	
1.8.1. Antecedentes en el Ecuador	8
1.8.1.1 Los Gimnasios	9
1.8.1.2 Los productos alimenticios light	
1.8.1.3 Planes de Reducción de peso y medidas corporales	
1.8.1.4 Tendencia Actual	10
Parte 2	11
ANÁLISIS DE MERCADO	
2.1 Objetivo de Mercadotecnia	12
2.2 Descripción del Servicio	
2.3 Competidores	13
2.4 Análisis FODA	14
2.5 Ventaja Diferencial del Servicio	
2.6 Segmentación del Mercado	15
2.7 Tamaño del Mercado	16
2.7.1 Tamaño de la Muestra	19
2.8 Plan de Mercadeo	
2.8.1 Producto/Servicio	22
2.8.2 Precio	24
2.8-3 Plaza	
2.8.4 Promoción	
2.8.4.1 Publicidad	25
2.8.4.2 Mix de Medios	26
Planificación de Medios Publicitarios	27
PARTE 3	28
ANÁLISIS TÉCNICO Y DE PRODUCCIÓN	
3.1 Elección del Menú	
3.1.1 Elaboración de el Menú	29
3.2 Equipos Adecuados	30
3-2-1 Características de las instalaciones	32
3.2.2. Ubicación de las instalaciones	33

PARTE 4	34
ANÁLISIS ADMINISTRATIVOS	
4.1 El Grupo Empresarial	35
4.2 Estructura Organizacional	36
4.2.1 Descripción de los cargos	37
4.3 Políticas de la empresa	39
PARTE 5	41
ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL	
5.1 Aspectos Legales de la empresa	42
5.1.1 Constitución de la Compañía	
5.1.2 Costos Estimados	
5.1.3 Junta de Accionistas	
5.1.4 Liquidación	43
5.1.5 Administración	44
5.2 Análisis Social	
PARTE 6	46
ANÁLISIS ECONÓMICO	
6.1 Inversiones en Activos Fijos y en Capital de Trabajo	47
6.2 Presupuesto de Ingresos	48
6.3 Presupuesto de Personal	49
6.4 Presupuesto de Gastos operacionales	50
6.4.1 Gastos Fijos	
6.4.2 Costos Directos	50
6.5 Análisis de Costos y Punto de Equilibrio	51
PARTE 7	53
ANÁLISIS FINANCIERO Y RIESGOS DEL NEGOCIO	
7.1 Proyecciones	54
7.1.1 Estado de Resultados	55
7.1.2 Balance General	56
7.2 Análisis de Riesgos	57
7.2.1 Riesgos de Mercado	57
7.2.2 Riesgos Técnicos	58
7.2.3 Riesgos Económicos	
7.2.4 Riesgos Financieros	
PARTE 8	60
EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO	
8.1 Evaluaciones del Proyecto	61
8.1.1 Proyecto Financiado con recurso propios	
8.2 Análisis de Estructura Financiera	62
8.2.2 Razones de Solvencia	
8.2.3 Razones de Rentabilidad	
8.3 Evaluación Integral	63
8.3.1 Proyecto sin financiamiento sin deuda	
8.3.2 Análisis de Recuperación de la Inversión	64
8.3.3 Análisis de Sensibilidad	66
OBSERVACIONES	68
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	

ANEXOS	69
Anexo 1	70
Anexo 2	86
Tríptico	87
Hoja Volante	88
Anexo 3	89
Anexo 4	90
Anexo 5	91
Anexo 6	92
Anexo 7	93
Anexo 8	94
Anexo 9	95
Anexo 10	96
Anexo 11	97
Anexo 12	98
Anexo 13	99
Anexo 14	100
Anexo 15	101
Anexo 16	102
Anexo 17	103
Anexo 18	104
Anexo 19	105
Anexo 20	106
Anexo 21	107
Anexo 22	108
Anexo 23	109
Anexo 24	110
	111
Anexo 25	112
	113
	114
Anexo 26	115
Anexo 27	116
Anexo 28	117
BIBLIOGRAFÍA	118
	119

Parte 1

Análisis de la Empresa y su Entorno

1.1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Nuestra propuesta de negocio está basada en crear un restaurante para la zona Kennedy Norte, ofreciendo platos a la carta y almuerzos con un alto valor nutritivo y saludable para los clientes que deseen conservar su figura y mantener el peso adecuado.

El nombre será "Rincón Lite". En su inicio el restaurante tendría el asesoramiento de un nutricionista para ofrecer productos bajos en calorías, no saturados en grasas con alto valor nutricional.

1.2. DEFINICIÓN DE LOS ALIMENTOS LIGHT

La palabra light viene del inglés que significa ligero y a la vez sinónimo de los alimentos bajos en calorías, es decir un alimento bajo en contenido de grasas y carbohidratos. En la actualidad se ha adoptado al español el término para referirse a los productos, en su mayoría alimenticios, que poseen comúnmente menores calorías que sus pares o que son suplementos de otros. Es así como en la actualidad existen productos que suplen el azúcar, edulcorantes de bajo contenido calórico, hechos a base de sacarinas y aspartame. Sin embargo, todavía no hay una definición exacta o parámetro para definir lo light. Por dar un ejemplo:

En una pizzería se expende diversos tipos de pizzas con embutidos, quesos, salsas y carnes que lo hace altamente calórico, teniendo una porción de pizza 500 calorías. En ese mismo lugar se expende una "pizza light" que contiene queso bajo en grasa, embutidos magros (visualmente), aceite light, masa de harina integral y vegetales. La

porción de pizza posee 400 calorías. Esta pizza seguramente es light en comparación con las regulares, pero si comparamos con otros alimentos sigue siendo de alto contenido calórico por porción. Es así como nacen los aceites light, mayonesas light, etc. Si la porción de pizza pesa unos 200 gramos y usted decide ingerir 200 gramos de ensalada de lechuga con tomate estará ingiriendo 80 calorías vs. las 400 calorías de la "pizza light".

Otro sinónimo es Lite, que se usa para definir a la comida Light, seguramente hay una confusión con otros términos, comida vegetariana y comida orgánica. La comida vegetariana es simplemente aquella que es preparada sin ningún ingrediente de origen animal, lo que no significa necesariamente que sea baja en calorías o que sea nutritiva; usted puede encontrar comida vegetariana de alto contenido calórico, grasas y carbohidratos así como, de pobre contenido nutricional e inclusive de alto contenido de aditivos y preservantes de origen químico. La comida orgánica es aquella que no contiene ningún preservante o aditivo químico, por lo tanto, puede haber carnes orgánicas, grasas orgánicas, carbohidratos orgánicos, se puede ingerir una ensalada de lechuga orgánica, lo que garantiza que ingiera vegetales con ausencia de químicos, pero el contenido nutricional de la misma es pobre.

1.3. VALORES FILOSÓFICOS DE LA EMPRESA

1.3.1. Visión

Liderar el mercado de restaurantes de comida LIGHT en la ciudad de Guayaquil, mediante una constante actualización en la variedad de platillos a ofrecer, de alto valor nutricional, y excelente sabor, incorporando las técnicas actualizadas del arte culinario, que nos permita perfeccionar y ampliar nuestros servicios y productos, a fin de satisfacer nuevas necesidades y alcanzar a más clientes.

1.3.2. Misión

“Ofrecer servicios alimenticios de comida LIGHT, bajos en calorías; en carbohidratos y grasas saturadas, de alto valor nutricional y máxima calidad para personas que desean mantener la línea consumiendo alimentos nutritivos y de excelente gusto, a un precio razonable, que les permita satisfacer sus necesidades y alcanzar niveles de vitalidad, tranquilidad y bienestar para una mejor calidad de vida”.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

El objetivo primordial de “Rincón Lite” es lograr el reconocimiento de nuestros clientes por brindarles un servicio único y exclusivo de restaurante Light, donde puedan encontrar una variada oferta de entradas, platos a la carta, menús de almuerzo, postres y sopas light.

1.4.2. Objetivos específicos

1.4.3. Objetivos de los clientes

- Satisfacer su necesidad de ingerir una opción de alimentación baja en calorías.
- Encontrar un ambiente agradable y de excelente servicio para departir la hora del almuerzo.
- Encontrar un lugar donde el dinero que pague sea compensado con un servicio acorde a las expectativas.

1.4.3.1. Objetivos Financieros

- Obtener los ingresos que cubran costos, gastos y generen utilidades.
- Recuperar la inversión inicial máximo al tercer año de funcionamiento.
- Cubrir los costos de financiamiento.
- Generar la rentabilidad de las inversiones en el flujo de caja.

1.5. VALORES EMPRESARIALES

1. **Ética profesional.-** Este valor compromete a "Rincón Lite" a brindar el mejor servicio, manteniendo el adecuado nivel de calidad en los platos ofrecidos en su menú.
2. **Espíritu de servicio.-** Es importante cultivar este valor en "Rincón Lite", ya que éste ayudará a cumplir con el objetivo de lograr el reconocimiento de nuestros clientes por un servicio único y exclusivo.
3. **Perseverancia.-** Para "Rincón Lite" este valor es muy importante, ya que nos ayudará a alcanzar los objetivos deseados, a pesar de las circunstancias adversas.

1.6. ENTORNO INTERNACIONAL

La Organización Mundial de la Salud (OMS), está muy preocupada ante la obesidad y el sobrepeso y las enfermedades relacionadas con ellas, ya que considera que son en gran medida evitables. Éstas han alcanzado carácter de epidemia a nivel mundial y se calcula que más de 20 mil millones de personas adultas tienen sobrepeso y de ellas al menos 300 millones son obesos.

El sobrepeso y la obesidad están asociados con las principales enfermedades crónicas como las cardiovasculares, diabetes, hipertensión arterial y ciertos tipos de cánceres.

Entre las causas del sobrepeso y la obesidad están el mayor consumo de alimentos hipercalórico (con alto contenido de grasa y azúcares) y a la menor actividad física.

La promoción de la salud es parte de la responsabilidad social. Actualmente los países con más alto índice de masa corporal es Estados Unidos con el 31% de la población, México con el 24%, España con el 14.5%.

Los Restaurantes y Patios de comidas rápidas se han desarrollado en un porcentaje elevado entre los negocios de rápido ingreso económico en los Estados Unidos, México, España, Italia considerados los países de altos ingresos.

El acelerado ritmo de trabajo y los horarios impuestos trajo consigo innovadores negocios de alimentación con poca garantía de dietas saludables.

La iniciativa de la industria alimenticia para reducir el tamaño de la ración y el contenido de grasas, azúcares y sal de los alimentos procesados, incrementa la introducción de alternativas innovadoras, saludable y nutritiva, reformulada las actuaciones prácticas de mercado podría acelerar los beneficios sanitarios en todo el mundo. De no tomarse medidas, cinco millones de personas morirán en el 2020 por la mala nutrición y obesidad.

Con la globalización se ha expandido las franquicias de comidas rápidas en todo el mundo así como los gimnasios que se consideran una ayuda para que la gente mantenga su figura.

Actualmente los gobiernos, las asociaciones internacionales, la sociedad civil, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado tienen funciones fundamentales que desempeñar en la creación de ambientes sanos y en hacer asequibles y accesibles alternativas dietéticas más saludables.

1.7. ENTORNO NACIONAL

Las exportaciones nacionales se han mantenido casi constantes, aunque hay casos salvables como la recuperación del camarón, aunque las flores no tuvieron igual suerte. Nuevamente las remesas de los migrantes y los altos precios del petróleo han permitido mantener tranquilidad en las arcas fiscales.

Para el año que termina se estima que el PIB estará por 40 mil millones de dólares, ha existido una leve mejora en los niveles de consumo, el PIB per cápita se ubicará alrededor de USD\$ 2800, sin embargo el problema de la redistribución de la riqueza y la pobreza siguen siendo grave, junto con el desempleo y la corrupción. Hay una importante reactivación económica obvia en el sector de la construcción, reflejada en el aumento de la oferta de vivienda para clases media baja y media, gracias a mejores tasa de interés y mayores plazos y reforzadas por las remesas.

La política de Correa se centra en el fortalecimiento del estado, y las instituciones, proteccionismo a la industria y agro nacional, aumento de subsidios, moratoria de la deuda, etc.

1.8. TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA

1.8.1. Antecedentes en el Ecuador

Se podría decir que la industria Light ya está en una etapa de crecimiento, debido a las diferentes razones sociales y de salud, es un acuerdo general que la obesidad, el sobrepeso es algo malo.

La industria que en la actualidad está fragmentada en diferentes niveles, podemos nombrar entre ellos:

1.8.1.1. Los Gimnasios

Quizá los más antiguos dentro de las industrias de bajar de peso, la proliferación de gimnasios en la ciudad de Guayaquil se dio a partir de los 90's, ya que si bien desde hace mucho tiempo existían éstos, se relacionaban a actividades de personas que practicaban algún deporte, pero luego el gimnasio ofreció a una gama más amplia de clientes las facilidades de usar sus servicios para bajar de peso. Hoy existen muchos gimnasios en la ciudad, para todos los presupuestos, e inclusive, franquicias internacionales como Gold's Gym.

1.8.1.2. Los productos alimenticios Light

Inicialmente, el primer producto bajo en calorías eran los edulcorantes, sus iniciales usuarios eran los individuos que por motivos de salud, como diabéticos, no podían consumir azúcar, sin embargo, al ser éstos bajos en calorías también fueron derivados a personas que deseaban ingerir menos calorías, ya que el azúcar es un carbohidrato muy calórico, el suplemento se agregó a las dietas y regímenes de los que deseaban bajar de peso con dietas alimentarias. Luego se fue ampliando la gama de los alimentos light a las bebidas, y en la actualidad hay muchos productos, inclusive aceites, leches, mayonesas y margarinas que aducen ser "Light", sin embargo, esto ha iniciado una polémica por falsa publicidad y por los compuestos químicos que poseen al reemplazar grasas y azúcares. El aspartame es uno de ellos que se conoce produce efectos nocivos en la salud.

1.8.1.3. Planes de Reducción de pesos y medidas corporales

El plan consiste en reducción de peso en base a un tratamiento de control nutricional, se provee una dieta y se controla el peso y la evolución del paciente a través de consulta con el médico nutricionista 3 veces por semana, donde se toma el peso y cada dos semanas se toma medidas, en la última parte del tratamiento se aplican masajes reductores con los geles y se aplican vendas para reafirmar y tonificar los tejidos que han sufrido pérdida traumática de grasa y ayudar a recuperar el tono y la elasticidad. En la actualidad lo ofrecen empresas como LAIN y KORPER en la ciudad de Guayaquil.

1.8.1.4. Tendencias actuales

La tendencia actual es concientizar a la población sobre la importancia de saber elegir los alimentos para conservar la figura o el peso ideal, debido a esto existen restaurantes que están ofreciendo almuerzos, platos a la carta con la leyenda de ser bajos en calorías, pero no tienen un adecuado control de las mismas o de las grasas, lo cual crea una inferencia hacia los métodos de controles de dietas, vivir sano es comer sano.

Parte 2

Análisis de Mercado

2.1. OBJETIVOS DE MERCADOTECNIA

- Ser el primer restaurante de la ciudad de Guayaquil que presta servicios de comidas light, bajas en calorías, que cuenta con la asesoría de un nutricionista para la elaboración de sus menús.
- Alcanzar el posicionamiento de mercado durante los primeros 8 meses de funcionamiento, por la calidad de servicio y ambiente confortable y el reconocimiento de nuestro eslogan "Con Rincón Light, Naturalmente bien".
- Ser reconocidos por nuestros clientes por nuestro servicio.
- Obtener niveles de utilidad neta sobre el 8% e incrementarlo sobre el 20% por lo menos en 5 años.
- Incrementar la participación de mercado al menos en un 5% cada año, a través de la publicidad.
- Lograr la fidelidad de los clientes.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

"Rincón Lite" brindará un excelente servicio de restaurante a sus clientes, poniendo a disposición de ellos alimentos de excelente calidad y bajos en calorías, lo que contribuirá para mejorar o conservar su salud y figura.

Diferentes platillos y recetas ofrecidas con frecuentes variaciones en el menú para las personas que deseen ingerir alimentos nutritivos bajos en calorías por motivos de salud y/o estética.

Entre los cuales ofrecerá:

- Platos a La Carta
- Combos (almuerzos)
- Entradas: Sopas y Ensaladas
- Postres
- Bebidas: Jugos y gaseosas bajas en calorías

2.3. COMPETIDORES

En el mercado de Guayaquil existen unos 4 locales aproximadamente que brindan el servicio de comidas dietéticas. Por lo que se tiene una gran ventaja en el ingreso y explotación del mercado.

En la zona propuesta, Kennedy Norte, no existen competidores directos, sin embargo en los patios de comida de los centros comerciales, se ha identificado solo 2 franquicias: GOLD'S LIGHT y LITE TO GO, teniendo el primero un local en el Centro Comercial San Marino; el segundo cuenta con dos locales: uno en Río Centro Los Ceibos y el otro en Río Centro Entre Ríos, de los cuales podemos asumir por un conteo efectuado por observación directa, que realizan alrededor de 120 ventas efectivas, con precios muy elevados.

La competencia indirecta estaría conformada por los restaurantes de la zona de Kennedy Norte, ya que los clientes podrían solicitar platos sin grasa o carbohidratos en medida que haya disponibilidad en restaurantes en general, sin embargo, por el segmento de mercado que busca capturar "Rincón Lite", el impacto de esta competencia indirecta es bajo.

2.4. ANÁLISIS FODA

Mediante la siguiente matriz se presenta el análisis F.O.D.A. de "Rincón Lite":

CUADRO No 1
ANALISIS FODA "Rincón Lite"

FORTALEZAS • Accionistas con formación especializada en Negocios (MBA) • Modelo de negocios repetible para expandir posibles sucursales en el futuro • Equipamiento sencillo.	DEBILIDADES • Sin experiencia en el manejo de restaurantes y negocios de alimentos. • La comida no light puede ser un sustituto en determinado momento • Menores opciones de menú en comparación a la comida no Light (posibilidad de rutina)
OPORTUNIDADES • Muy poca competencia, existe únicamente competencia indirecta pero no restaurantes light en el sector • Turismo, clientes extranjeros, quienes están acostumbrado a ingerir alimentos bajos en calorías. • Propagación y aumento de la cultura Light localmente • Alianzas con productos y marcas Light para promocionar el restaurante	AMENAZAS • Nuevas marcas o franquicias potenciales • Disminución de los hábitos de comida light en el grupo objetivo • Empresas de comida light con entrega a las oficinas y hogares

Elaboración: Los Autores

2.5. VENTAJA DIFERENCIAL DEL SERVICIO

La ventaja competitiva de "Rincón Lite" está definida por la calidad de su servicio, el cliente podrá ingerir alimentos de alto valor nutricional, excelente sabor y especialmente sabrá cuantas calorías ingiere al consumir los platos de "Rincón Lite" y además por contar con un personal altamente capacitado, que estará actualizándose constantemente en modernas, amplias e higiénicas instalaciones, lo que permitirá brindar la mejor atención a los clientes, obteniendo de esta forma una ventaja competitiva, que se convertirá en una barrera de entrada para los futuros competidores.

2.6. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado objetivo o TARGET al cual se apunta con este plan de negocio son las personas que almuerzan fuera del hogar y que trabajen en el sector norte, así como para hombres y mujeres que desean consumir alimentos bajos en calorías, que no contengan azúcar, bajos en carbohidratos y en grasas, alimentos preparados con vegetales, hortalizas, alto contenido en fibras y carnes bajas en grasa, preparados con alimentos de la más alta calidad, fresca y sabor por motivos de salud, para bajar de peso, conservar la línea o por fines deportivos, cuyas edades oscilan entre los 22 y 55 años de edad. Con un nivel socio – económico medio y medio alto, cuyos ingresos promedios van desde los \$400 en adelante.

2.7. TAMAÑO DEL MERCADO

De acuerdo a los resultados del VI Censo de Población y V de Vivienda, realizados por el INEC en el año 2001, en cuanto a la población, se tiene que la zona Kennedy norte posee un número de 12451 habitantes y un porcentaje de participación de 0.62% con respecto al Cantón Guayaquil, como se puede observar cuadro No 1

CUADRO N° 1
PORCENTAJE DE HABITANTES EN EL
CANTÓN GUAYAQUIL

	Nº Hab.	%
GUAYAQUIL	1`985.379	100
Zona Kennedy norte	12451	0.62

Elaboración: Los Autores

Para nuestro estudio definimos como población objetivo a los habitantes de la zona Kennedy norte, empleados de las empresas del sector, visitantes, extranjeros, etc y como población investigada fueron los hogares de esta ciudadela y ejecutivos quienes estuvieron presentes el día de la salida de campo, teniendo como marco maestral la Cartografía de la ciudad de Guayaquil dividida por Zonas Censales según el último censo de Población y el último de Vivienda.

Se realizó también un análisis de campo con respecto a los ejecutivos que laboran por el sector, ya que de éstos, no existe un levantamiento de información por parte del INEC.

Se tomó como eje principal la Av. Francisco de Orellana, en la que varias empresas con sus redes, flujos de información, conocimientos y capitales se encuentran articuladas con el país y el mundo.

Este centro financiero ha ido incorporando paulatinamente nuevos servicios y equipamientos: centros de convenciones (Simón Bolívar), grandes superficies comerciales (Mall del Sol, San Marino), hoteles internacionales (Hilton Colón, Four Points Sheraton), complejos empresariales (Plaza del Sol, Las Cámaras), torres de oficinas y banca (World Trade Center, Edificio Atlas, Centrum, Amazonas), centros de exposiciones (Expo Plaza), centros de entretenimiento (Casino Plaza), entre otros.

Las crecientes inversiones en el entorno de la zona escogida consolidan este sector urbano, como el nuevo centro de negocios internacionales de Guayaquil, y junto a este conjunto inmobiliario, se han desarrollado, megaproyectos que centralizan actividades empresariales, turísticas y comerciales, albergando en un mismo espacio centros de negocios, oficinas corporativas, hoteles, restaurantes, gimnasios, clínicas, estacionamientos y otros.

Parte de las empresas que se encuentran en la Zona escogida de Kennedy Norte tenemos:

En la Calle H. Miguel Alcívar Vásquez tenemos el Edificio las Cámaras, Torres del Norte, Klein Tours, Auto Park, Disautos, Hotel Castell, Dealer Blum, Centro Médico Homeópata hasta la calle donde está ubicado el edificio de Porta.

En las calles aledañas al Edificio de las Cámaras se encuentran las siguientes empresas: Enlace Ecuador, El Capi, Sikona, Tecnifor, Decohogar, Aureli, Flower, Centro Médico Walter Costa, App Tek, Centro de Servicio de Auto, Local de Copiado, Ecante (escuela de conducción).

En las calles aledañas al edificio Torres del Norte tenemos: Restaurante "El Barquito", Autoecuador.com, Chantal Fontaine, Collage Restaurant, American Kinder, Restaurant "Las Tapas", Centro

Educativo Praga. Diagonal tenemos: Auto Market Estudio G, ASIMED (Laboratorio), Homeopata Felipe Barriga, Estudio Fucsia, entre otros.

A lo largo de la Av. Francisco de Orellana y las calles aledañas a ésta encontramos: Hilton Colón, torres Colón, Expoplaza, Autoplaza, Edificio del Gobierno del Litoral, Discoteca-restaurant Alfadomus, Carboquil Ford, Porta, Corporación Nacional de Bananeros, Mi Juguetería, Cía Ecuatoriana de Seguros, Colineal, Banco de Guayaquil, Univisa, Computron, ToyoCosta, Aneta, Banco del Pichincha, Millenium Galery, World trade Center, Gasolinera On the Run, Telerama.

En la calle Luis Orrantia Cornejo tenemos: Gold's Gym, Torre Atlas, Banco de Machala, Cía de Seguros Centro Alianza, Edificio Edime2, Edificio La Cascada, Edificio Arco Iris, Linko, Alfauto, Universal Busines Center entre otros.

En todo el sector analizado no existe un restaurante de Comida Light; los restaurantes El Capi y Red Peppers ofrecen variedad de platos como tacos, embutidos, sandwiches, gaseosas, etc; El barquito y Collage Restaurant ofrecen almuerzos normales; El Chalán ofrece comida gourmet igual que el restaurante del Hotel Hilton Colon y sus precios son excesivos para la mayoría de personas que laboran en ese sector.

A pesar de que en algunos edificios tienen comedores en los últimos pisos como Torres del Norte y el World Trade Center, en el mezanine el Millenium y en el subterráneo o cerca del parqueo en las Cámaras, existen quejas que a partir de la 1:30 a 2:00 p.m. no consiguen almuerzos.

El personal ejecutivo y empleados de los bancos de Machala, Guayaquil y Pichincha tienen ya un proveedor de comidas e incluso familiares que le proporcionan alimentos y se los entrega en sus oficinas.

En su mayoría los pisos de cada edificio tienen un aproximado de entre 3,5 y hasta 10 oficinas por piso.

Poniendo como ejemplo que un edificio tiene 5 pisos y que en cada piso existan 5 oficinas, y que en cada oficina haya un mínimo de 6 personas, tendríamos un aproximado de 150 personas por edificio. Tomando en consideración hasta dos cuadras donde se ubicaría el restaurante "Rincón Lite" tendríamos un aproximado de 20 edificios en la zona dando un resultado de 3000 personas alrededor del negocio. Si sólo tomáramos un pequeño porcentaje del 5% de esas 3000 personas, estaríamos hablando de alrededor de 150 comensales diarios adicional al resultado de personas que se obtuvo en base al análisis estadístico obtenido con los datos del INEC

Por último necesitaremos definir una Variable de interés para obtener el tamaño de la muestra, esta variable será: ¿Si existiera un lugar que ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasas, estaría dispuesto a visitarlo?

La encuesta detallada y la interpretación de la muestra se encuentran en el Anexo No 1.

2.7.1 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para obtener el tamaño de la muestra 'n', se aplicaron 30 formularios de encuesta piloto, lo que nos proporcionó datos sobre la opinión de

las personas con respecto al servicio que se va a ofrecer, y se logró determinar la proporción estimada $\hat{p}=0.83$, En donde $\hat{p}$ es el estimador para la pregunta ¿Si existiera un lugar que ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasas, estaría dispuesto a visitarlo?

Para un error de muestreo E y un coeficiente de confianza $(1-\alpha)100\%$ dado, se determina el tamaño de la muestra a partir de la identidad fundamental del muestreo:

$$\begin{aligned}
 e_{\alpha} &= z_{\alpha} s_{\bar{x}}^2 = z_{\alpha} \sqrt{(1-f) \frac{s^2}{n}} \\
 \Rightarrow e_{\alpha}^2 &= \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right) = \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{n} - \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{N} \\
 \Rightarrow \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{n} &= e_{\alpha}^2 + \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{N} \\
 \Rightarrow n &= \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2 N}{N e_{\alpha}^2 + z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2} = \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{e_{\alpha}^2 + \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{N}} = \frac{\frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{e_{\alpha}^2}}{1 + \frac{e_{\alpha}^2}{N}} \\
 \Rightarrow n &= \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}, \text{ siendo } n_0 = \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{e_{\alpha}^2}
 \end{aligned}$$

Entonces para la determinación del tamaño de la muestra se aplicaron las siguientes expresiones:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \\
 n_0 &= \frac{Z_{\alpha/2}^2 * \hat{p} * (1 - \hat{p})}{E^2}
 \end{aligned}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

$Z_{\alpha/2}$ = El percentil $(1-\alpha)$ 100% de la distribución normal estándar

E = Error de diseño = 0.05 implica un nivel de confianza del 95%

Al aplicar las expresiones obtuvimos que:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 * (0.63) * (0.37)}{(0.05)^2} = 174.22$$

$$n = \frac{174.22}{1 + \frac{173.22}{12451}} = 171.83$$

$$n \cong 172$$

172 es el tamaño de la muestra que se basó para el estudio de mercado y el análisis de los resultados se pueden observar en el anexo 1.

Con respecto a las personas entrevistadas de la ciudadela Kennedy, al transcurrir el mes de julio del año 2006, se puede afirmar, de acuerdo a esta investigación, que:

Son mayoritariamente de género femenino y mayores de 34 años; nueve de cada diez personas por algún motivo han tenido que pedir o salir a buscar comida fuera de su hogar y por lo general concurren a un restaurante

Si existiera un lugar que ofrezca comida baja en grasa, ochenta y nueve de cada cien personas estaría dispuesto a visitarlo, y por lo regular, lo visitaría de uno a tres veces por semana.

Podemos también concluir que seis de cada diez personas estarían dispuestos a pagar dos dólares cincuenta centavos por un almuerzo bajo en grasa, mientras que nueve de cada cien estaría dispuesto a pagar cuatro dólares cincuenta centavos por un almuerzo bajo en grasas. (Ver anexo 1.)

2.8. PLAN DE MERCADEO

2.8.1. Producto / Servicio

A continuación se describe el menú básico disponible en "Rincón Lite" ofrecerá a sus clientes es el siguiente:

CUADRO No 2
MENÚ RINCÓN LITE

MENÚ	CALORIAS APROX
ENSALADA CESAR ESPECIAL	300
ENSALADA CON ATÚN ESPECIAL	300
ENSALADA CON JAMÓN Y QUESO	350
ENSALADA MIXTA	250
SOPA DE POLLO Y VEGETALES	250
SOPA DE CARNE	250
SOPA DE VEGETALES	150
PECHUGA A LA PLANCHA	600
LOMO A LA PLANCHA	600
PESCADO A L PLANCHA	600
GASEOSA LIGHT	5
JUGO DE FRUTAS	20
AGUA	0
TE LIGHT	6
ENSALADA DE FRUTAS	100
PORCIÓN GELATINA LIGHT	50
CEREAL CON FRUTAS Y YOGURT	200
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA POSTRE	1005
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA	920
PLATO FUERTE BEBIDA	620

Elaboración: Los Autores

“Rincón Lite” será un restaurante que ofrecerá comidas saludables y nutritivas basadas en el asesoramiento de un nutricionista, quien dará las mejores opciones de comidas bajas en grasas. Este servicio tendrá acogida entre las personas que buscan mejorar o mantener su figura o salud.

Preliminarmente se ha establecido un menú inicial que se enmarca en los alimentos básicos de acuerdo a los gustos y costumbres de nuestro país en cuanto a: vegetales, carnes, bebidas, entre otros, sin embargo este menú puede variar o mejorar según la acogida de nuestros futuros clientes.

FIGURA No 1
LETRERO DEL MENU DIARIO



MENÚ DEL DÍA

Fecha

SOPA DE VEGETALES Y POLLO
Sopa de verduras y zanahoria con un toque de cebollas y una generosa presa de pollo

LOMO A LA PLANCHA Y HONGO
Lomo fino de res a la plancha con champiñones y ensalada de lechugas con tomate aderezada

ENSALADA DE FRUTAS CON YOGURT NATURAL
Ensalada de frutas al natural con delicioso yogurt dietético de vainilla

JUGO DE FRUTAS LIGTH
400 cc de jugo de frutas naranja o frutilla con edulcorante

250 CAL

600 CAL

200 CAL

20 CAL

TOTAL 1020 CAL

PRECIO USDS 2,50

Elaboración: Los Autores

El menú estará publicado en un letrero de tipo panafléx, en el cual se detalla el plato, el número aproximado de calorías y el precio. Es muy importante que el cliente conozca el contenido calórico que está ingiriendo, con la finalidad de que pueda según su necesidad, bajar de peso o mantener un peso adecuado. Por lo tanto, cada cliente tendrá la opción de controlar el nivel calórico que puede ingerir. Según cada caso en particular deberá optar por el menú o por los platos a la carta. Es importante anotar que cada cliente tendrá un caso distinto en su ingesta de alimentos.

2.8.2. Precio

CUADRO No 3
PRECIOS DE RINCÓN LITE

MENÚ	PRECIOS USD \$
ENTRADAS	
ENSALADA CESAR ESPECIAL CON POLLO	2,9
ENSALADA CON ATÚN ESPECIAL	2,5
ENSALADA CON JAMÓN Y QUESO ESPECIAL	2,9
ENSALADA MIXTA	1,7
SOPA DE POLLO Y VEGETALES	2,5
SOPA DE CARNE	2,5
SOPA DE VEGETALES	1,5
PECHUGA A LA PLANCHA	2,9
LOMO A LA PLANCHA	2,9
PESCADO A L PLANCHA	2,9
GASEOSA LIGHT	0,90
JUGO DE FRUTAS	0,9
AGUA	0,5
TE LIGHT	0,9
ENSALADA DE FRUTAS	1,8
PORCIÓN GELATINA LIGHT	1
CEREAL CON FRUTAS Y YOGURT	2
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA POSTRE	2.5
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA	2
PLATO FUERTE BEBIDA	1.8

Elaboración: Los Autores

Los precios propuestos son menores al promedio del mercado de comidas Light. Como forma de pago, los clientes tendrán las siguientes alternativas: efectivo o tarjetas de crédito.

Se realizarán promociones especiales por:

- Cumpleaños
- Día de la madre
- Día del padre
- Los días martes 2 platos por el precio de uno
- Recepciones para eventos de empresas, entre otros.

2.8.3. Plaza

Se considerará como plaza, inicialmente, el norte de la ciudad de Guayaquil, específicamente el sector de Kennedy norte

2.8.4. Promoción

La venta se efectuará directamente en el local. Para que los clientes conozcan de la apertura de "Rincón Lite", se realizarán estrategias de publicidad mediante anuncios a través de la radio, periódicos, hojas volantes y trípticos. Ver anexo 2.

2.8.4.1. Publicidad

Posicionamiento: se busca obtener el posicionamiento entre los clientes potenciales mediante el slogan:

"Con Rincón Lite Naturalmente bien"

2.8.4.2. Mix de medios

Merchandising.- como merchandising se utilizarán servilletas, individuales y empaques con el logo y el slogan de "Rincón Lite".



Planificación de medios publicitarios.- se realizará campaña de promoción de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO No 4
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

MEDIO	FRECUENCIA	PLAZA
Radio Morena	3 anuncios en la semana en los dos primeros años 5 anuncios semanales del tercer al décimo año	A nivel Guayaquil
Diario Expreso	3 anuncios en la semana en los dos primeros años 5 anuncios semanales del tercer al décimo año	Mercado nacional y Guayaquil
Correo directo (Volantes)	6 entregas de 333 hojas pasando 1 mes en los dos primeros años	Mercado local (Guayaquil)

Elaboración: Los Autores

CUADRO No 5
COSTOS DE PUBLICIDAD

MEDIO	DETALLE	VALOR
HOJAS VOLANTES	2 millares a raón de \$ 50.00 cada millar	100
RADIO	Contrato bimensual o trimestral a razón de \$ 6.50 cada cuña	936
DIARIO EXPRESO	Publicación en blanco y negro en página indeterminada \$80.4 por tres publicaciones en el mes	964
TOTAL		2000

Elaboración: Los Autores

Parte 3

Análisis Técnico y de Producción

3.1 ELECCIÓN DEL MENÚ

Preliminarmente se ha establecido un menú inicial que se enmarca en los alimentos básicos de acuerdo a los gustos y costumbres de nuestro país en cuanto a: vegetales, carnes, bebidas, entre otros, sin embargo, este menú puede variar o mejorar según la acogida de nuestros futuros clientes.

La elección de los menús se hizo en base a las dietas Scardel y Atkins y más el asesoramiento de un nutricionista.

Con ayuda de un nutricionista se podrán realizar variaciones en el menú, siempre y cuando no excedan la cantidad de carbohidratos que se espera tengan los alimentos, y se realizará cuando se desee hacer cambios a los menús iniciales. Es así como se pueden presentar platos típicos de comida nacional bajos en grasa; como secos sin aceite, estofados sin papas, pescados a la plancha, etc. Así también como comidas internacionales en su versión light.

En el Cuadro No 3 se puede apreciar el menú preliminar de Rincón Lite.

3.1.1 ELABORACIÓN DE EL MENÚ

La elaboración de los platos que integran el menú se realizará siempre con el nivel de calidad uniforme de los restaurantes "RINCÓN LITE", es decir que contemplen su higiene, frescura y sabor de los ingredientes involucrados como vegetales, carnes, aderezos, bebidas, siempre de la más alta calidad y la preparación que garantice el sabor adecuado para el cliente, por lo que se contará con un estricto control de calidad y de procesos en las cocinas de los restaurantes.

Se contará al inicio con la asesoría de un nutricionista especializado para la elaboración del menú, así como de cocineros que serán entrenados en la preparación de alimentos con la más alta calidad y excelente sabor.

Los productos serán adquiridos en los supermercados locales, y distribuidores que garanticen vegetales, frutas y hortalizas siempre frescos, carnicol y lácteos con un manejo adecuado de cadena de frío, siempre adquiriendo alimentos donde prime la calidad a la economía.

El anexo # 21 se encuentra el detalle de los ingredientes, cantidades y precios para la preparación de los diferentes platillos (productos o ítems) que ofrecerá el restaurante "RINCÓN LITE".

3.2 EQUIPOS ADECUADOS

CUADRO No 6
EQUIPAMIENTO DEL RESTAURANTE

EQUIPOS	CANTIDAD
Cocina industrial	2
Refrigerador Panorámico	1
Congelador Vertical	2
Microondas Industrial	2
Licuada Industrial	2
Batidora Industrial	1
Repisa	2
Procesador de alimentos Industrial	1
Campana Extractora de olores y vapores	1
Juguera	1
Plancha de acero para asar carnes	1
Samobar contenedor	1
Trampa de grasa	2
Aire Acondicionado	2
Tv	1
Extintores para incendios	2

Elaboración: Los Autores

Para la puesta en marcha de este proyecto se requiere del respectivo equipamiento de cocina y los utensilios para el trabajo a realizarse; existen varios distribuidores en el mercado que proveen equipos y utensilios para cocina industrial, pues como se espera comprar de contado, habrá varias opciones para la compra de los equipos. Se presenta a continuación el detalle del equipo y menaje a comprar:

CUADRO No 7
MENAJES DE COCINA

ITEM	CANTIDAD
Abre latas	1
Juego de salero pimentero y vinagres	30
Diferentes envases de especias	40
Colador Cónico	2
Cucharón	2
Exprimidor de limón	1
Paila industrial	2
Vajillas 10 personas	10
Juegos de Cubiertos	100
Rayador	1
Juego de Tazones	2
Juego de moldes	2
Juego de mangas de repostería	2
Juego de cuchillos	2
Batidores	2
Juego de espátulas	2
Tabla de picar	2
Tacho de basura	2
Juego de Ollas	1

Elaboración: Los Autores

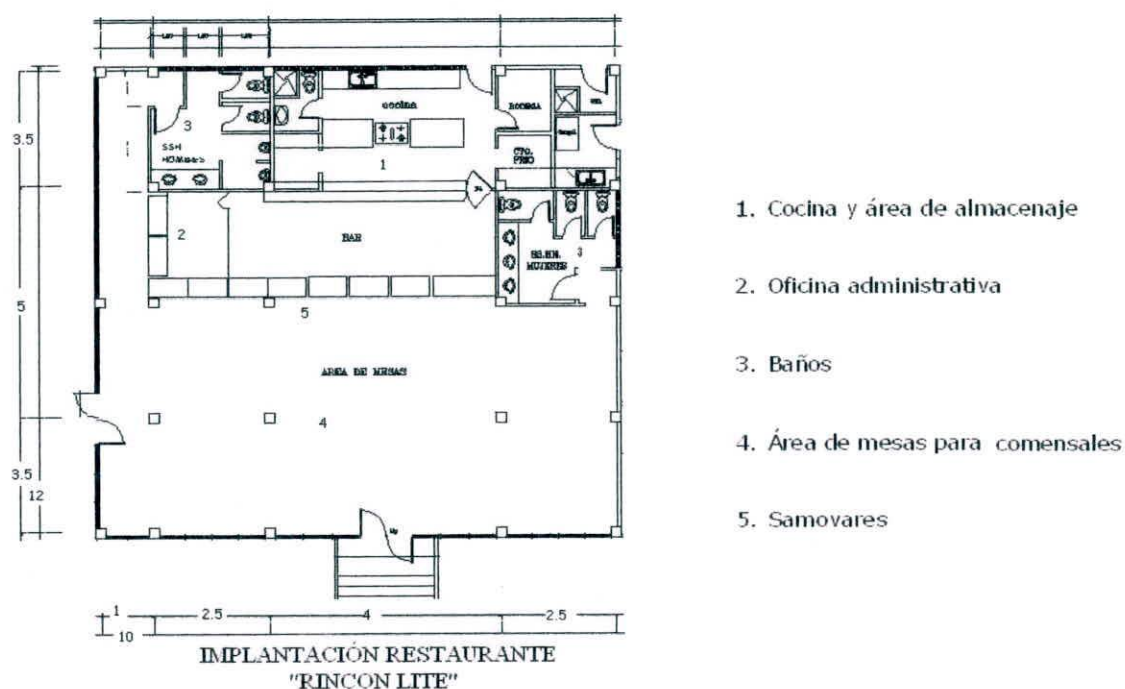
El detalle del valor de los equipos y utensilios de cocina se encuentran en el Anexo # 7 Anexo #8.

3.2 INSTALACIONES

3.2.1 Características de Las Instalaciones

Se espera alquilar 1 local de un área de 120 m² aproximadamente, deben contar con agua ininterrumpidamente, electricidad de 110v y de 220v, al menos 2 baños, lavaderos, mesones, sistema de gas, sistema de evacuación de olores, armarios, bodega, deseable mezanine de servicio, entrada de servicio y buena iluminación.

FIGURA No 2
DISPOCICIÓN OPTATIVA DE LAS INSTALACIONES



Elaboración: Los Autores

En la actualidad se conoce que el valor por alquiler de un local con las características adecuadas se encuentra por USD\$ 6 a 7 el alquiler del metro cuadrado de un local de estas características, por lo cual hemos decidido estimar en USD\$ 800 en promedio el valor de alquiler, se requiere pagar dos meses por adelantado y uno de garantía, estas condiciones son referenciales y pueden variar de un local a otro, la disponibilidad de los mismos tampoco está garantizada.

3.2.2 Ubicación de las Instalaciones

En base a los resultados de la octava variable "¿Dónde le gustaría que esté ubicado el Restaurante?", la cual nos arrojó que el 74% de los encuestados deseaban que haya un restaurante con las características de los servicios que vamos a ofrecer en el sector norte, y dado que decidimos ampliar nuestra encuesta a través de observación directa y con el análisis de campo realizado se determinó que el lugar más conveniente para nuestro negocio podría estar ubicado entre las cuadras de la calle H. Miguel Alcivar entre Victor Hugo Sicouret y Jerónimo Aviles calle 13 B, por cuanto se encuentra el nuevo casco comercial, financiero y empresarial de la ciudad de Guayaquil.

El TARGET definido es de consumidores de clase económica media-alta a clase alta, que corresponde mas o menos a los empleados y residentes que se encuentran en el sector; en el largo plazo se espera ampliar la cobertura y la oferta expandiendo la presencia de los restaurantes "RINCÓN LITE" a otros sectores del norte de la ciudad, y ofrecer el servicio de entrega a domicilio, para esto se deberá realizar un estudio para determinar la factibilidad de ello.

Parte 4

Análisis Administrativo

4.1 EL GRUPO EMPRESARIAL

El grupo empresarial que da la iniciativa para este emprendimiento está conformado por tres profesionales jóvenes que desean ofrecer un servicio innovador en el área de alimentación para la ciudad de Guayaquil. A continuación se muestra una reseña de cada uno de ellos;

4.1.1 Marlene Ramírez Díaz

Psicóloga Industrial, graduada en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, en la especialidad de Psicología Industrial, actualmente egresada de la Maestría en Administración de Empresas de la ESPAE.

Actualmente se desempeña como docente en la ESPOL – EDCOM y en la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

Tiene experiencia en la administración de Recursos Humanos y formación de Secretarías Ejecutivas.

Su área de desempeño en este proyecto será la administración de los recursos humanos.

4.1.2 Juan Carlos Garcés Pérez

Ingeniero Empresarial, Licenciado en Administración y Contador graduado en la Universidad de Cuenca, en Azogues, tiene a su haber varios cursos en el área empresarial, educativa, informática e inglés, actualmente egresado de la Maestría en Administración de Empresas de la ESPAE

La experiencia del Sr. Garcés se centra en el área de educación superior ya que laboró en la extensión de la Universidad Agraria en el Triunfo. Se desempeña como administrador de la Ferretería Ferrollave Cía. Ltda., franquiciado Disensa.

Su aporte en este proyecto será la coordinación logística y operativa del negocio.

4.1.3 Johanna Ordóñez González

Economista, graduada en la Escuela Superior Politécnica del litoral, especialización finanzas, posee un Diplomado en contaduría pública y finanzas, actualmente egresada de la Maestría en Administración de Empresas de la ESPAE. Ha obtenido diversos cursos y capacitaciones en el área empresarial, informática e inglés.

Se desempeña en el cargo de Tesorera General de la Escuela Superior Politécnica del Litoral - ESPOL.

Dará soporte en este proyecto a través del control financiero y administrativo de los recursos del negocio

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El restaurante de comida LIGHT llevará por nombre "RINCÓN LITE" se constituirá como compañía anónima según las reglamentaciones vigentes por la ley de compañías y el municipio de Guayaquil.

Se contratarán los servicios de 10 empleados en total para iniciar operaciones que se distribuirán en el área administrativa, cocina y mantenimiento, el siguiente cuadro muestra la plantilla de empleados con su respectiva remuneración:

CUADRO No 8
PLANTILLA DE PERSONAL

DENOMINACION	MENSUAL	CANT
ADMINISTRADOR	500	1
COCINEROS	200	2
ASISTENTE COCINA	160	2
ANFITRIONES AYUDANTES	160	2
CAJERO	180	1
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	160	2
SUMAN	1,360	10

ELABORACIÓN: Autores del Proyecto

4.2.1 Descripción De Los Cargos

Administrador (1): Es el responsable principal del restaurante, quién reportará a los accionistas y ganará un salario de USD. \$500 mensuales. Perfil: graduado universitario en carreras empresariales o de hotelería y turismo, deseable 2 años de experiencia en actividades de servicios hoteleros o afines, conocimientos de inglés y dominio de utilitarios.

Cajeros (1): Con conocimientos básicos de contabilidad, manejo de utilitarios informáticos, una experiencia deseable, recibirá un salario de USD. 180 mensuales.

Cocineros (2): Se reportarán al administrador y se responsabilizarán de la preparación de los alimentos, cuidado del stock de materiales

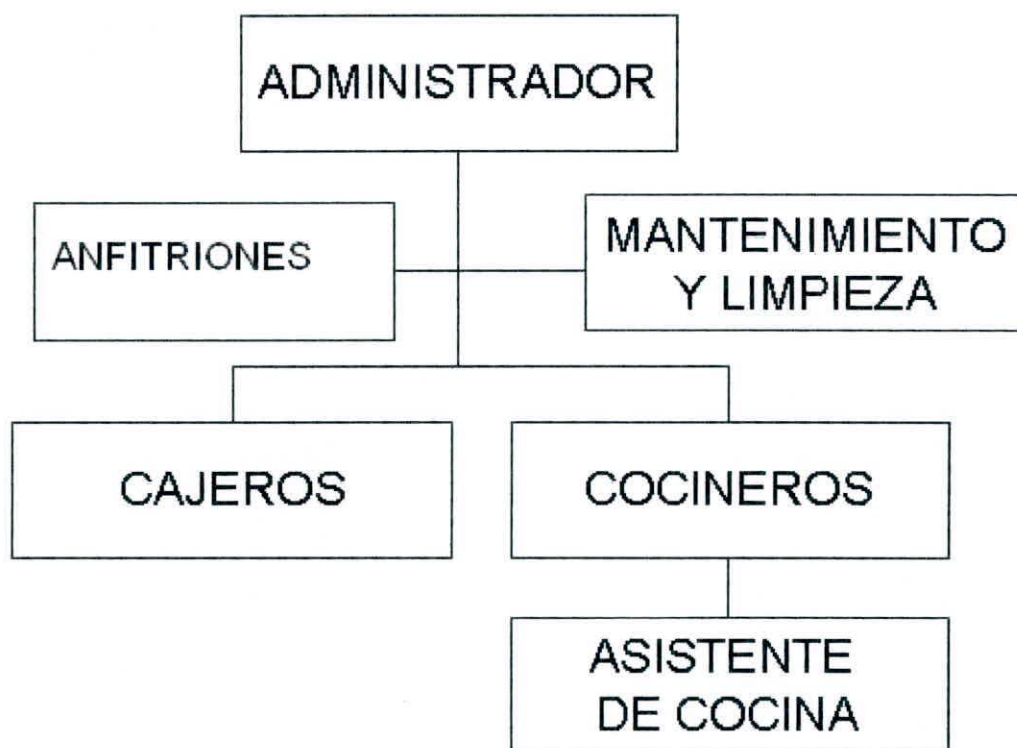
y de su correcto almacenamiento; con experiencia en restaurantes de patio de comida por lo menos de 3 años y recibirá un salario de USD. 200 mensuales.

Asistentes de cocina (2): Se reportan a los cocineros, y asistirán en la preparación de los alimentos, la provisión de materiales, utensilios y equipos de cocina además de su respectiva limpieza, deseable experiencia en restaurantes de patios de comida aunque no es indispensable, la remuneración será de USD 160 mensuales.

Personal de Limpieza y Mantenimiento (2): Reportarán al administrador, tendrán como tarea la limpieza del restaurante los equipos de cocina y tendrán a cargo la provisión de productos de aseo y limpieza, ganarán un sueldo de USD \$160 mensuales.

Anfitriones Ayudantes (2): Reportarán al administrador, tendrán como tarea la asistencia y servida de los alimentos a los clientes en la rampa de los samovares, ganarán un sueldo de USD \$160 mensuales.

GRÁFICO No 1
ORGANIGRAMA RESTAURANTE RINCÓN LITE



ELABORACIÓN: Los Autores.

4.3 POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- El horario de ingreso al restaurante para los empleados es de 9h00 a 17h00. Cualquier actividad fuera de este horario es considerada sobre tiempo. Se atenderá todos los días del año, menos feriados.
- El horario de atención para el público es de 11h00 a 16h00
- Se prohíbe fumar en las instalaciones del restaurante tanto a empleados como a clientes.

- El sistema es de auto servicio, a través de bandejas que avanzan delante del samovar. Por lo cual está estrictamente prohibido solicitar propinas.
- A cada empleado se le asignará equipo y suministros para su trabajo, de los cuales el será el responsable de su cuidado y buen uso.
- Las personas que manipulan alimentos y se encargan de lavar platos deberán respetar estrictamente las normas de limpieza y aseo del restaurante.
- La comida que sobrepase su tiempo de venta será desechada, no se podrá regalar o vender.
- Si un cliente no está satisfecho con el producto se procederá a devolver su dinero.

Parte 5

Análisis Legal y Social

5.1 ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

En los Aspectos legales se trata las regulaciones a las que se encontrará sujeta a la empresa, se analizará lo correspondiente a la constitución de la compañía, el tratamiento tributario de acuerdo con la actividad de la misma.

5.1.1 Constitución de la Compañía

Para la creación de una empresa, es necesario observar los artículos de la Ley de Compañías, que refieren al tema. El Artículo 150 describe la escritura de fundación.

La empresa será constituida como Sociedad Anónima.

También se registrará el nombre de la empresa en la Super Intendencia de Compañías al igual que la patente del mismo en el Instituto de Propiedad Intelectual para evitar futuros litigios por uso del nombre.

La escritura de la fundación consta de lo siguiente:

- Lugar y fecha
- Datos de las personas que constituyen la compañía. (En este caso los integrantes de la misma que serán los accionistas)
- Objeto Social: Prestación de servicios de alimentación y restaurante, atención de eventos y banquetes. Se agregan otros servicios pre-vistos a futuro.
- Nombre de la Empresa: Restaurante Rincón Lite

- Capital social: Inicialmente se inscribirá un capital social de USD\$ 800.00 con un aporte del 25 %, es decir \$200.00.
- Ubicación de la Compañía

5.1.2 Costos Estimados

Se ha realizado una aproximación de los gastos de constitución y de permisos que da un total de USD \$ 361 y de USD\$ 334.50 respectivamente; cuyo detalle lo podemos observar en los anexos 4 y 5.

5.1.3 Junta de Accionistas

Las juntas generales se realizarán en forma trimestral a fin de mes, empezando la primera junta anual en el mes de marzo. El carácter de las Juntas es obligatorio, sin embargo, puede haber Juntas extraordinarias, las mismas que se realizarán previo aviso de uno de los fundadores.

5.1.4 Liquidación

La empresa será liquidada sólo por asuntos financieros o legales que afecten al buen desempeño de la institución.

Para la liquidación se realizarán los pagos respectivos según el orden de preferencia definida por la ley, siendo los accionistas fundadores los últimos en recibir la parte que le corresponda si es que esta existiera.

5.1.5 Administración

La administración de la empresa estará dirigida por un Gerente General quien a su vez representará legalmente a la compañía. Será elegido entre los 3 fundadores de la empresa por un periodo de 5 años con la posibilidad de ser reelegido para seguir desempeñando las mismas funciones.

El Representante Legal, tendrá todas las obligaciones y derechos que rige en la Ley de Compañías. Dentro de la Escritura de Constitución, existen también puntos relacionados a los administradores y a los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.

Como apoyo las responsabilidades del representante legal se encuentran en los artículos 256-261-263 de la misma Ley de Compañías.

5.2 ANALISIS SOCIAL

La actividades empresariales de servicios son las que han tenido mayor crecimiento, aún en tiempos de crisis, los emprendimientos en el mercado de servicios de alimentos han tenido un auge especialmente en la ciudad de Guayaquil. Esto lo podemos observar frente a la aparición de diversas franquicias nuevas y el fortalecimiento de otras. Nuevas como jugos de coco, vetas de mango con sal, helados en bolitas, y otras mayores como yogurt y comidas rápidas.

En el mercado de la comida preparada, nuevos establecimientos cada día abren sus puertas, y la opción de comidas se amplía cada vez más en la urbe, es por esto que para mantenerse en un mercado tan competitivo, lo importante es la diferenciación del servicio, aunque, está más que demostrado, lo exitoso suele copiarse, y aun así, su éxito es importante.

En el caso de la restaurantes, y en este en particular podemos afirmar que el impacto, aunque es mínimo, es positivo sobre el empleo, dará empleo directo a 10 personas inicialmente, y contribuirá a un número quizá mayor de empleos indirectos.

Un negocio de este tipo, siempre y cuando presente altos estándares de calidad, contribuirá con el desarrollo económico del sector y aumentará la plusvalía, residencial y comercial del sector en donde sea ubicado.

En el caso del impacto ambiental, este será mínimo, ya que el restaurantes mantendrá un estricto control sobre el manejo de desechos, pues éstos serán clasificados, y de emisión de olores, pues contará con campanas extractoras y filtros de carbón activado. A pesar de que el uso de grasas es mínimo, tendrá trampas de grasa en los fregaderos y no se pondrá música en alto volumen.

Parte 6

Análisis Económico

6.1 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS Y EN CAPITAL DE TRABAJO

Dentro de las inversiones de activos fijos se consideran los artículos de oficina, los equipos de cocina, los menajes de servicio y los muebles en general.

Dentro de los activos diferidos están considerados los valores de la puesta en marcha del negocio, los costos legales y los valores de promociones y publicidad iniciales.

El capital de trabajo corresponde al dinero mínimo a utilizarse para el arranque de las actividades del negocio. En el siguiente cuadro se puede apreciar las inversiones totales. Ver Anexo 3 para más detalle.

CUADRO No 9
INVERSIONES TOTALES

Inversiones	Valor en US\$
Total Inversión Fija	14.464
Total Inversión Diferida	8.096
Total Capital de Operación	8.841
Inversión Total	31.401

Elaboración: Los Autores

Se ha decidido realizar la inversión con capital propio de los accionistas y no incurrir en deuda debido a las tasas tan elevadas que actualmente se maneja en el mercado. En el capítulo 7 se realiza una comparación de balance y estado de resultados con deuda.

6.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Se espera que en el primer año de operación del proyecto, se vendan 150 ítems del menú diariamente en el restaurante, lo que llevado a días, luego a meses y finalmente a años serán 54.000 ítems del menú vendidos anualmente en el restaurante; además se espera que las ventas aumenten anualmente con el supuesto crecimiento del 5% anual, y que si se toma como referencia el estudio de mercado, esta cifra de ventas es muy conservadora.

CUADRO No 10
VENTAS PROYECTADAS EN UNIDADES AL AÑO

MENÚ	VENTAS
ENSALADA CESAR	608
ENSALADA DE ATÚN	608
ENSALADA DE JAMÓN Y QUESO	608
ENSALADA MIXTA	608
SOPA DE POLLO Y VEGETALES	810
SOPA DE CARNE	810
SOPA DE VEGETALES	810
PECHUGA A LA PLANCHA	5.940
LOMO A LA PLANCHA	5.940
PESCADO A L PLANCHA	5.940
GASEOSA LIGHT	1.620
JUGO DE FRUTAS	1.620
AGUA	1.620
TE LIGHT	1.620
ENSALADA DE FRUTAS	1.080
PORCIÓN GELATINA LIGHT	1.080
CEREAL CON FRUTAS Y YOGURT	1.080
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA POSTRE	7.200
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA	7.200
PLATO FUERTE BEBIDA	7.200

Elaborado por: Los Autores

En relación a las ventas se realizó una ponderación del consumo de los menús, platos a la carta y combos y se le dio un peso a cada producto; estimando que los combos son los de mayor demanda. (Ver Anexo 15)

CUADRO No 11
INGRESOS PROYECTADOS POR VENTAS

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
118,746.00	124,683.30	130,917.47	137,463.34	144,336.51

Elaborado por: Los Autores

El detalle de las ventas por respectivo ÍTEM se encuentra detallado en el ANEXO No 15.

6.3 PRESUPUESTO DE PERSONAL

Como carga operacional se incluye la Mano de Obra Indirecta conformada por el administrador del local con un salario anual de USD \$6,660, el cajero USD \$2.500 anuales y personal de mantenimiento USD \$2,160 anual cada uno. Para la Mano de obra directa, cocineros que recibirán USD \$2,680 anual cada uno con sus respectivos ayudantes de cocina que percibirán USD \$2.160 anual cada uno y sus anfitriones con una remuneración de USD \$ 2,160 anual cada uno.

CUADRO No 12
DETALLE DE SUELDOS

DENOMINACION	MENSUAL	CANT	TOTAL MENSUAL	ANUAL
ADMINISTRADOR	500	1	500	6,660
COCINEROS	200	2	400	5,360
ASISTENTE COCINA	160	2	320	4,320
ANFITRIONES AYUDANTES	160	2	320	4,320
CAJERO	180	1	180	2,500
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	160	2	320	4,320
SUMAN	1,360	10	2,040	27,480

ELABORACIÓN: Autores del Proyecto

6.4 PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES

6.4.1 Gastos fijos

Para hacer frente a este rubro se ha presupuestado los gastos de ventas: publicidad y mercadeo, trípticos, promoción, página Web e imprevistos; además de los gastos administrativos como sueldos, alquiler del local, agua potable, teléfono, gas, artículos de limpieza y otros, junto con los de funcionamiento que se detalla en el siguiente cuadro:

CUADRO No 13
DETALLE DE GASTOS FIJOS

Gastos	Detalle	Mensual	Total Anual
Gastos de Ventas	Publicidad y Mercadeo		
	Trípticos informativos		100
	Gastos de promoción		1900
	Actualización Página Web		100
	Imprevistos		105
	Total Gastos de Ventas		2.205
Gastos Administrativos	Sueldos	2.040	27.480
	Alquiler	800	9.600
	Electricidad	135	1.620
	Agua potable	108	1.296
	Teléfono	50	600
	Gas	40	480
	Artículos de limpieza	100	1.200
	Imprevistos 5% GASTOS	164	1.964
	Total Gastos Administrativos		44.240
Gastos por Permisos de Funcionamiento	Pago Afiliación a Cámaras (trimestral)		96
	Pago permisos (anual)		335
	Total Gasto por Permisos de Funcionamiento		431
GASTOS FIJOS TOTALES			46.875

Elaborado por: Los Autores.

6.4.2 Costos Directos

Lo costos directos de producción, básicamente se componen de los costos de los ingredientes y materiales para preparar los platos del menú, éstos son: víveres, condimentos y tarrinas, donde el detalle de los mismos se puede ver en el ANEXO 25.

6.5 ANÁLISIS DE COSTOS Y PUNTO DE EQUILIBRIO

En el análisis de costos y punto de equilibrio se indica el número de ventas mínimas necesarias para mantener una utilidad cero dentro del negocio.

El cálculo del punto de equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos por ventas, que nos indicará el volumen de producción en el que los ingresos se igualarán a los costos, desde el punto de vista económico y no contable, en este nivel no se tendrá ni pérdidas ni ganancias. También se podrá apreciar el nivel de ingresos requerido para cada año y número de ventas de ítems.

CUADRO No 14
PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO	# VENTAS	INGRESOS
1	46.028	101.215
2	46.028	101.215
3	46.028	101.215
4	46.028	101.215
5	46.028	101.215

ELABORACION: Los Autores

AÑO	# VENTAS	INGRESOS
1	46,492	102,235
2	46,492	102,235
3	46,492	102,235
4	46,492	102,235
5	46,492	102,235

ELABORACION: Los Autores

AÑO	# VENTAS	INGRESOS
1	46,492	102,235
2	46,492	102,235
3	46,492	102,235
4	46,492	102,235
5	46,492	102,235

ELABORACION: Los Autores

Parte 7

Análisis Financiero y Riesgos del Negocio

7.1 PROYECCIONES

Dentro de los análisis financieros, se han elaborado los siguientes cuadros:

- Estados de resultados.
- Balance general

Para el caso del análisis mensual del primer año, se pretende presentar la evolución de los ingresos, el manejo de los costos, ingresos/egresos y pérdidas justificadas que el restaurante pudiera obtener en su primer año de funcionamiento a través del Estado de Perdidas y Ganancias mensual que se presenta en el Anexo No 17.

7.1.1 ESTADO DE RESULTADOS

Desde el primer año de operación se obtienen cifras positivas de utilidad neta. Para el año 1 se inicia con utilidad contable de USD. \$5.602 hasta el año 5 en el cual se obtiene una utilidad contable de USD. \$57,554. Como se puede observar, la actividad genera utilidades y en todos sus años de operación se estima que se paga el impuesto a la renta y la participación de utilidades a los trabajadores.

CUADRO No 15
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	118.746	124.683	130.917	137.463	144.337
Egresos	106.097	109.059	112.168	115.432	118.860
Gastos Administrativos	46.875	46.875	46.875	46.875	46.875
Costos Directos	59.222	62.183	65.292	68.557	71.985
Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Margen Operacional (I-II)	12.649	15.625	18.750	22.031	25.476
(-) Amortizaciones	1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(-) Depreciaciones	2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Utilidad Bruta	8.788	11.764	14.889	18.427	21.872
15% Participación trabajadores	1.318	1.765	2.233	2.764	3.281
Utilidad antes de impuesto a la renta	7.470	10.000	12.656	15.663	18.592
25% Impuesto a la Renta	1.867	2.500	3.164	3.916	4.648
Valores de Salvamento des imp renta	0	0	0	0	9.269
UTILIDAD NETA	5.602	7.500	9.492	11.747	23.213
UTILIDAD INICIAL	0	5.602	13.102	22.594	34.341
UTILIDAD ACUMULADA	5.602	13.102	22.594	34.341	57.554

Elaborado por: Los Autores

En el anexo 17 se puede observar un estado de pérdidas y ganancias mensual del primer año.

7.1.2 BALANCE GENERAL

El balance general es el reflejo de la situación patrimonial de la empresa en una fecha determinada, este nos indica en una proyección el estado de los activos y pasivos de la empresa, su diferencia es el patrimonio de la misma.

Según las proyecciones, con una aportación inicial de USD \$31,401.00 en el año cero, la situación patrimonial, luego de cancelar las obligaciones contraídas en la puesta en marcha de este proyecto, asciende a más de USD\$ 88,000 al final del año 5. Anexo No 27.

7.2 ANÁLISIS DE RIESGOS

El riesgo es la posibilidad o la probabilidad de ocurrencia de un hecho que ciertamente ya ha ocurrido antes en la actividad y tiene su posibilidad de darse. Los riesgos a los que se enfrente un negocio son de varios tipos, en este caso, analizaremos los riesgos de mercado, técnicos, económicos y financieros.

7.2.1 Riesgos de Mercado

Los riesgos de mercado se refieren a no poder cumplir o cumplir parcialmente los objetivos del plan de mercadeo establecido. Es decir no poder alcanzar el nivel de ventas requerido, o que finalmente no se venda al precio finalmente estimado en este estudio.

Otro riesgo es que el proyecto enfrente a una competencia nueva, luego de haberse establecido el negocio, es decir, en la actualidad no existe competencia directa, pero estas condiciones pueden cambiar de un periodo a otro.

Únicamente si existe una oferta igual o similar, se pudiera hablar de menores precios, pero es un riesgo si efectivamente se establece un o unos negocios similares a éste, por el momento en los centros comerciales aledaños al sector donde se espera establecer el restaurante los precios de esta competencia son muy superiores al establecido en el menú de nuestros precios.

CUADRO No 16
MATRIZ DE RIESGO DE MERCADO

FACTORES	PESO %	R BAJO (2-4)	R MEDIO (5-7)	R ALTO (8-10)	P DEL FACTOR
MERCADO	0.60				
POTENCIAL	0.15		6		0.9
COMPETENCIA	0.05	2			0.1
CUOTA	0.15	2			0.3
DIFERENCIACION	0.25		5		1.25
VENTAS	0.20				
MARGEN	0.20			8	1.6
SUMINISTROS	0.20				0
				RIESGO	4.15

Elaboración: Los Autores

En el cuadro anterior podemos ver que el proyecto está expuesto a un riesgo de mercado de bajo a medio (4.15) considerando los factores de mercado, ventas y suministros, por ejemplo, en este mercado es importante la diferenciación, por lo que al ser este un proyecto muy diferenciado, su riesgo es medio. En el caso del margen de utilidad por ventas es bajo, por lo cual el riesgo en este caso se ubica en alto (8).

7.2.2 Riesgos Técnicos

Este negocio depende completamente de la calidad de los insumos que utiliza y de la preparación especializada de los mismos, por lo tanto, se debe asegurar que los equipos y el personal que sea contratado, trabajen de manera estrictamente ceñidas a las políticas establecidas, así los productos alimenticios deben ser de los adecuados, guardando la frescura y el sabor que esperan los clientes.

Otro riesgo es que en algún momento no se pueda contar con los insumos adecuados o que estos se vuelvan más caros, por lo cual es importante establecer una relación muy estrecha con nuestros

proveedores a nivel de socios estratégicos para asegurar una ventaja competitiva a nivel de proveedores.

7.2.3 Riesgos económicos

Es la eventual incapacidad de que se puedan cubrir los costos, de operación, es decir que los ingresos sean menores a los necesarios o que los costos se eleven.

No se ha estimado un cambio constante en los precios, ya que se ha observado que los niveles de precios se ha mantenido constantes por que el nivel inflacional es bajo, esto debido a la dolarización de la economía.

Para esto se ha tomado la precaución de incluir un 5% de margen de los costos como imprevistos, sin embargo, es muy poco probable que los precios suban en un porcentaje en conjunto, lo que puede ocurrir es que algún determinado insumo, en algún momento pueda escasear y encarecerse, pero esto no afectaría el funcionamiento del negocio, ya que se podría optar por un sustituto.

7.2.4 Riesgos Financieros

Es la eventual incapacidad de cubrir los costos de haber recurrido a fuentes externas de financiamiento, es decir, la incapacidad de pagar las obligaciones con los acreedores, ya sean los intereses del préstamo, el capital de la deuda o ambos, el riesgo financiero se suma al riesgo económico y este riesgo aumenta a medida que el nivel de endeudamiento crece.

El riesgo de endeudamiento en este negocio es nulo , ya que no hemos incurrido en un préstamo bancario.

Parte 8

Evaluación Integral del Proyecto

8.1 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

8.1.1 Proyecto Financiado con Recursos Propios

Evaluación con recursos propios o de contado es también conocido como flujo de caja puro, que se presenta bajo el supuesto que el proyecto se realiza con capital propio de trabajo, sin deuda por préstamos, esto con la finalidad de observar los beneficios y los costos económicos puros de la actividad. En él podemos observar flujos reales positivos desde el año 1 hasta el año 5 de nuestro horizonte de evaluación.

CUADRO No 17
FLUJO DE CAJA CON RECURSOS PROPIOS

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION TOTAL	31.401					
(I) Ingresos		118.746	124.683	130.917	137.463	144.337
(II) Egresos		106.097	109.059	112.168	115.432	118.860
Gastos Administrativos		46.875	46.875	46.875	46.875	46.875
Materiales Directos		59.222	62.183	65.292	68.557	71.985
Flujo Operacional (I-II)		12.649	15.625	18.750	22.031	25.476
(-) Amortizaciones		1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(-) Depreciaciones		2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Utilidad antes de particip trabajadores		8.788	11.764	14.889	18.427	21.872
15% Participación trabajadores		1.318	1.765	2.233	2.764	3.281
Utilidad antes de impuesto a la renta		7.470	10.000	12.656	15.663	18.592
25% Impuesto a la Renta		1.867	2.500	3.164	3.916	4.648
UTILIDAD DESPUES DE IMP Y TRAB		5.602	7.500	9.492	11.747	13.944
(+) Amortizaciones		1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(+) Depreciaciones		2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Valores de Salvamento		0	0	0	0	9.269
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-31.401	9.463	11.360	13.352	15.351	26.817
FLUJO ACUMULADO DE EFECTIVO						
Saldo Inicial		0	9.463	20.823	34.176	49.527
Saldo Final		9.463	20.823	34.176	49.527	76.344
TASA DE DESCUENTO	16,00%					
VAN	14.999,85					
TIR	31,77%					
VALORACIÓN DE ACTIVOS DE CAPITAL CAMP						
$Ke = Rf + B(E(Rm) - Rf)$	16,00%					
$Rf =$	12,00%					
$B =$	50%					
$E(Rm) =$	20%					

ELABORACIÓN: Autores del Proyecto

Elaborado por: Los Autores

En el caso de solicitar un préstamo, para el año 1 la utilidad contable sería de \$3,920 hasta el año 5 en el cual se obtendría una utilidad contable de USD. \$54,176, como se puede observar en el anexo 19 existe una disminución en las proyecciones de las utilidades si se llegará a financiar con una entidad financiera.

Así también se puede observar que el flujo del efectivo para el inversionista disminuye notablemente desde un flujo neto acumulado de \$9,463 a \$3,938 durante el 1er año y de \$76,344 a \$ 59,953 durante el año 5 con un nivel de endeudamiento a través de una institución financiera con un tasa promedio del 18% como se puede observar en los anexos 18 y 20.

El período de recuperación del capital con deuda es en cuatro años y el de capital propio es a lo largo del tercer año. Ver anexo 21.

Con las comparaciones realizadas entre un nivel de endeudamiento y el uso de capital propio se ratifica la bondad del proyecto con inversión neta de los accionistas, ya que se puede observar la disminución del flujo del efectivo, punto muy importante para el manejo de las actividades del negocio.

8.2 ANÁLISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA

Para realizar el análisis proyectado de la estructura financiera del proyecto, calculamos las razones financieras de liquidez, solvencia y rendimiento.

CUADRO No 18
ANÁLISIS DE ESTRUCTURA FINANCIERA

RAZÓN FINANCIERA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ					
CAPITAL DE TRABAJO	18.304	29.665	58.368	58.368	85.185
RAZONES DE RENTABILIDAD					
MARGEN NETO	4,72%	6,01%	7,25%	8,55%	16,08%
ROA	15,14%	16,85%	13,69%	17,87%	26,10%

ELABORACIÓN: Los Autores

8.2.1 Razones de Liquidez

Permiten determinar la capacidad que tienen eventualmente la empresa para cubrir sus obligaciones en el corto plazo, así que contamos con dos índices importantes, el de capital de trabajo que es la resta de los activos corrientes de los pasivos corrientes, y el otro es el de liquidez que en este caso no aplica porque no hay deudas, se obtiene de dividir los activos corrientes entre los pasivos corrientes. Observamos que siempre va a haber liquidez en la empresa y además; debido a que la deuda se cancela en el tercer año, no se presenta el índice por que hay una división entre cero.

8.2.2 Razones de Solvencia

Tenemos la razón de solvencia, activos divididos entre pasivos y la razón de endeudamiento pasivo para activo, como no hay deuda no aplican.

8.2.3 Razones de Rentabilidad

Nos muestran que tan rentable es nuestro negocio desde el punto de vista contable. En el cuadro se observa la razón de margen neto, es decir la rentabilidad neta sobre ventas está entre el 4.72% al 16.08%

El ROA calcula el rendimiento sobre activos y se lo obtiene dividiendo la utilidad neta sobre los activos, en el cuadro observamos que la utilidad neta representa el 15.14% el primer año, 16.85% el segundo hasta ubicarse en el 26.10% al quinto año.

8.3 EVALUACIÓN INTEGRAL

8.3.1 Proyecto Sin Financiamiento por deuda.

El proyecto tiene una tasa interna de retorno de 31.77% lo cual es mayor a la tasa de descuento o costo de capital de 16%, lo que hace al proyecto factible.

El Valor Actual Neto como resultado de la diferencia de todos los ingresos y egresos expresados en valor actual es igual a USD. \$14,999.85 calculado con una tasa de descuento del 16%, lo cual reitera la factibilidad del proyecto.

8.3.2 Análisis de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la Inversión se presenta durante el tercer año, según se muestra en el siguiente cuadro donde se presentan los flujos acumulados y el porcentaje de recuperación de la inversión realizada por los inversionistas en cada año transcurrido.

CUADRO No 19
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL INVERTIDO

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACUMULADO	INVERSIÓN	RECUPERACIÓN (%)
0	0	0	-31.401	0
1	9.463	9.463	-21.938	30%
2	11.360	20.823	-1.115	66%
3	13.352	34.176	33.061	109%
4	15.351	49.527	82.588	158%
5	26.817	76.344	158.931	243%

ELABORACIÓN: Autores del Proyecto

8.3.3 Análisis de Sensibilidad

Para concluir con el estudio se realiza un análisis de su sensibilidad frente a cambios sobre las variables que más influyan en su rentabilidad. La idea es determinar el comportamiento bajo varios escenarios, considerando diversos impactos que recibe el proyecto, logrando determinar el máximo cambio que pueden registrar estas variables sin afectar la factibilidad del proyecto.

Las variables a sensibilizar son: Precios, Costo de materiales directos y volumen de ventas.

Con los resultados obtenidos junto con su respectivo análisis se concluye que todas las propuestas aceptarían la viabilidad de ejecutar el proyecto, siendo este más sensible a un decremento en el volumen de ventas.

CUADRO No 20
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	5,797.00	22.12%	16.00%
Variación en Precios			
Incremento de 15%	39,925.47	55.77%	12.50%
Decremento de 15%	-36,054.25		12.50%
Decremento Máximo	4.00%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-23,808.40	-9.37%	12.50%
Decremento de 15%	30,166.03	47.34%	12.50%
Incremento máximo	2.55%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	25,711.18	41.50%	12.50%
Decremento de 15%	-16,044.20	-2.05%	16.00%
Decremento Máximo	3.43%		
Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	5,797.00	22.12%	16.00%
Variación en Precios			
Incremento de 15%	39,925.47	55.77%	12.50%
Decremento de 15%	-36,054.25		12.50%
Decremento Máximo	4.00%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-23,808.40	-9.37%	12.50%
Decremento de 15%	30,166.03	47.34%	12.50%
Incremento máximo	2.55%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	25,711.18	41.50%	12.50%
Decremento de 15%	-16,044.20	-2.05%	16.00%
Decremento Máximo	3.43%		
Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	5,797.00	22.12%	16.00%
Variación en Precios			
Incremento de 15%	39,925.47	55.77%	12.50%
Decremento de 15%	-36,054.25		12.50%
Decremento Máximo	4.00%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-23,808.40	-9.37%	12.50%
Decremento de 15%	30,166.03	47.34%	12.50%
Incremento máximo	2.55%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	25,711.18	41.50%	12.50%
Decremento de 15%	-16,044.20	-2.05%	16.00%
Decremento Máximo	3.43%		
Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	5,797.00	22.12%	16.00%
Variación en Precios			

Incremento de 15%	39,925.47	55.77%	12.50%
Decremento de 15%	-36,054.25		12.50%
Decremento Máximo	4.00%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-23,808.40	-9.37%	12.50%
Decremento de 15%	30,166.03	47.34%	12.50%
Incremento máximo	2.55%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	25,711.18	41.50%	12.50%
Decremento de 15%	-16,044.20	-2.05%	16.00%
Decremento Máximo	3.43%		
Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	5,797.00	22.12%	16.00%
Variación en Precios			
Incremento de 15%	39,925.47	55.77%	12.50%
Decremento de 15%	-36,054.25		12.50%
Decremento Máximo	4.00%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-23,808.40	-9.37%	12.50%
Decremento de 15%	30,166.03	47.34%	12.50%
Incremento máximo	2.55%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	25,711.18	41.50%	12.50%
Decremento de 15%	-16,044.20	-2.05%	16.00%
Decremento Máximo	3.43%		
Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	14,999,85	31,77%	16,00%
Variación en Precios			
Incremento de 15%	49.128,32	65,06%	16,00%
Decremento de 15%	-22.534,37		16,00%
Decremento Máximo	6,59%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-11.669,86	3,42%	16,00%
Decremento de 15%	39.368,88	56,95%	16,00%
Incremento máximo	8,79%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	34.914,03	50,65%	16,00%
Decremento de 15%	-4.958,27		16,00%
Decremento Máximo	11,33%		

Elaborado por: Los autores.

OBSERVACIONES

- ❖ Basados en los resultados la tasa interna de retorno sobrepasa con creces el costo del dinero en un 15.77%. $TIR = 31.77\%$ $TMAR=16\%$
- ❖ El combo de: entrada, plato fuerte, bebida y postre tiene una demanda proyectada de 7,200 ítems durante el primer año. (Ver Anexo 15)
- ❖ Las ensaladas son las de menor demanda según la proyección de ventas.

CONCLUSIONES

- ❖ El proyecto es atractivo financieramente.
- ❖ El combo de: entrada, plato fuerte, bebida y postre nos generaría mayores ingresos para nuestro flujo operativo.
- ❖ Las ensaladas son las de más bajos costos, pero sin embargo, son las menos demandadas.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda realizar el proyecto debido a que existe viabilidad financiera.
- ❖ Se debe dar más énfasis en la publicidad del combo de: entrada, plato fuerte, bebida y postre.
- ❖ Dado que la elaboración de ensaladas no genera costos altos y si existe rentabilidad por sus precios bajos, se recomienda promocionarla por medio de combos.

ANEXOS

ANEXO #1

POBLACION

De acuerdo a los resultados del VI Censo de Población y V de Vivienda, realizados por el INEC en el año 2001, en cuanto a la población, se tiene que en la zona Kennedy norte posee un número de 12451 habitantes y un porcentaje de participación de 0.62% con respecto al Cantón Guayaquil como se puede observar en el siguiente en la tabla I

TABLA I
PORCENTAJE DE HABITANTES EN EL
CANTÓN GUAYAQUIL

	Nº Hab.	%
GUAYAQUIL	1`985.379	100
Zona Kennedy norte	12451	0.62

Para nuestro estudio definimos como población objetivo a los habitantes de la zona Kennedy norte, empleados de las empresas del sector, visitantes, extranjeros, etc y como población investigada fueron los hogares de esta ciudadela y ejecutivos quienes estuvieron presentes el día de la salida de campo, teniendo como marco maestral la Cartografía de la ciudad de Guayaquil dividida por Zonas Censales según el último censo de Población y el último de Vivienda.

Por último necesitaremos definir una Variable de interés sobre el tamaño de la muestra, esta variable será: ¿Si existiera un lugar que ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasas, estaría dispuesto a visitarlo?

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para obtener el tamaño de la muestra 'n', se aplicaron 30 formularios de encuesta piloto que nos proporcionó datos sobre la opinión de las

personas con respecto al servicio que se va a ofrecer, y se logró determinar la proporción estimada $\hat{p}=0.83$, En donde $\hat{p}$ es el estimador para la pregunta ¿Si existiera un lugar que ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasas, estaría dispuesto a visitarlo?

Para un error de muestreo E y un coeficiente de confianza $(1-\alpha)100\%$ dado, se determina el tamaño de la muestra a partir de la identidad fundamental del muestreo:

$$\begin{aligned}
 e_{\alpha} &= z_{\alpha} s_{\bar{x}}^2 = z_{\alpha} \sqrt{(1-f) \frac{s^2}{n}} \\
 \Rightarrow e_{\alpha}^2 &= \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{n} \left(1 - \frac{n}{N}\right) = \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{n} - \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{N} \\
 \Rightarrow \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{n} &= e_{\alpha}^2 + \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{N} \\
 \Rightarrow n &= \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2 N}{N e_{\alpha}^2 + z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2} = \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{e_{\alpha}^2 + \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{N}} = \frac{\frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{e_{\alpha}^2}}{1 + \frac{e_{\alpha}^2}{N}} \\
 \Rightarrow n &= \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}, \text{ siendo } n_0 = \frac{z_{\alpha}^2 s_{\bar{x}}^2}{e_{\alpha}^2}
 \end{aligned}$$

Entonces para la determinación del tamaño de la muestra se aplicaron las siguientes expresiones:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \\
 n_0 &= \frac{Z_{\alpha/2}^2 * \hat{p} * (1 - \hat{p})}{E^2}
 \end{aligned}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

$Z_{\alpha/2}$ = El percentil $(1-\alpha)$ 100% de la distribución normal estándar

E = Error de diseño = 0.05

Al aplicar las expresiones obtuvimos que:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 * (0.63) * (0.37)}{(0.05)^2} = 174.22$$

$$n = \frac{174.22}{1 + \frac{173.22}{12451}} = 171.83$$

$$n \cong 172$$

172 es el tamaño de la muestra que se basó para el estudio de mercado.

DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE CAPTURA DE DATOS

Para poder realizar esta investigación, en primer lugar se tuvo que diseñar un cuestionario. El cuestionario elaborado para realizar las correspondientes entrevistas se ha dividido en dos secciones.

- La primera parte contiene datos del entrevistado
- La segunda parte contiene información sobre el

Además el cuestionario consta de 8 proposiciones

De acuerdo a la codificación que se aplicó a cada una de las proposiciones, se obtuvo la matriz de datos que consta de 30 individuos que fueron escogidos aleatoriamente.

DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLES

A continuación realizaremos la descripción de las variables a estudiarse. Las primeras variables a ser descritas son las que forman parte del formulario, y nos proporcionan datos personales de los entrevistados.

Primera variable = Género.- Mediante esta variable cualitativa podemos conocer el sexo de las personas, a la que le realizamos la

entrevista. Esta variable puede tomar dos valores posibles: masculinos y femeninos.

Segunda variable = *Edad*.- En la entrevista que realizamos se pidió la edad exacta de la persona, es así como esta variable cuantitativa y que además es continua, nos proporcionará información sobre la edad hasta 20 de julio del 2006. La variable edad, está expresada en años.

El siguiente grupo de variables nos permitirá conocer a opinión de las personas sobre el producto a investigar

Tercera variable = *¿Usted al pedir o salir a buscar comida fuera de su hogar, ha notado que su alimento está: muy grasoso, medio grasoso o poco grasoso?*- Mediante esta variable pretendemos saber el tipo de comida que ofrecen en el mercado.

Cuarta variable = *¿Quién le proporciona la comida?*- En el cuestionario también deseamos saber quienes le proporcionan la comida cuando las personas compran fuera de su hogar.

Quinta variable = *¿Si existiera un lugar que ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasas estaría dispuesto a visitarlo?*- Mediante esta variable sabremos si las personas estarían dispuestas a visitar un lugar que ofrezca diferente tipos de comida baja en grasas.

Sexta variable = *¿Cuántos dólares estaría dispuesto a pagar por un almuerzo bajo en grasa?*- Aquí pretendemos saber cuanto estarían dispuestos a pagar por un almuerzo bajo en calorías las personas que visiten el lugar

Séptima variable = *¿Cuántas veces por semana consumiría estos alimentos?*- Aquí sabremos el número de veces por semana que las personas estarían dispuestos a visitarnos

Octava variable = *¿Dónde le gustaría que estuviera ubicada el Restaurante?*- La variable nos permitirá conocer el lugar donde le gustaría que este ubicado el restaurante

Novena variable = *¿En qué horario le gustaría que estuviera abierto el restaurante para su atención?*- Mediante esta variable nos indicará el horario de atención que le gustaría que permanezca abierto el restaurante

Décima variable = *Sus ingresos mensuales promedios son de.*- En la entrevista que realizamos pretendemos saber, el promedio

de ingresos mensuales que tienen las personas que viven en la ciudadela Kennedy

CODIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

A continuación se presenta la codificación de las variables cualitativas a utilizarse para el análisis posterior de los datos, la misma que nos permitirá ingresar los datos con mayor rapidez al computador.

Primera variable = GENERO

- 1** = Masculino
- 2** = Femenino

Segunda variable = Edad

- 1** = (20 - 24) años
- 2** = (25 - 29) años
- 3** = (30 - 34) años
- 4** = Más de 34 años

Tercera variable = Usted al pedir o salir a buscar comida fuera de su hogar, ha notado que su alimento está:

- 1** = Muy grasoso
- 2** = Medio grasoso
- 3** = Poco grasoso

Cuarta variable = En donde le proporcionaron la comida

- 1** = Alguna Compañía
- 2** = Personas particulares
- 3** = Restaurantes
- 4** = Otros

Quinta variable = ¿Si algún restaurante con el ambiente le ofreciera diferentes tipos de comida bajo en grasa usted estaría dispuesto a visitarlo?

- 1** = Si
- 2** = No

Sexta variable = ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo nutritivo y saludable?

- 1** = \$2.5 dólares
- 2** = \$3.5 dólares
- 3** = \$4.5 dólares

Séptima variable = ¿Cuántas veces por semana consumirá estos alimentos?

- 1** = (1 - 3) veces
- 2** = 4 o más

Octava variable = ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el restaurante?

- 1 =** Ciudadela Norte
- 2 =** Ciudadela Sur
- 3 =** Centro
- 4 =** Fuera de la ciudad

Novena variable = ¿En qué horario le gustaría que estuviera abierto el restaurante para su atención?

- 1 =** 9 am – 4 pm
- 2 =** 12 pm – 7 pm

Décima variable = Sus ingresos mensuales promedio son de:

- 1 =** (100 – 400) dólares
- 2 =** (401 - 700) dólares
- 3 =** Más de 700 dólares

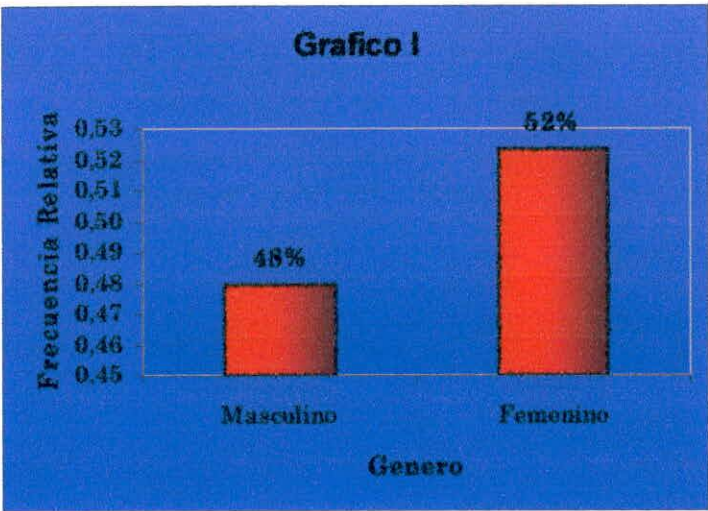
ANÁLISIS UNIVARIADO

Introducción

A continuación realizaremos el estudio de cada una de las variables por separado presentadas anteriormente, el mismo que consiste en un análisis estadístico detallado. Analizaremos cada una de las variables con la ayuda de los paquetes de software estadístico SPSS versión 12.0 y Excel. Los datos tomados para el análisis se obtuvieron de la entrevista que realizamos a las personas que habitan en la ciudadela Kennedy.

Primera variable = GENERO

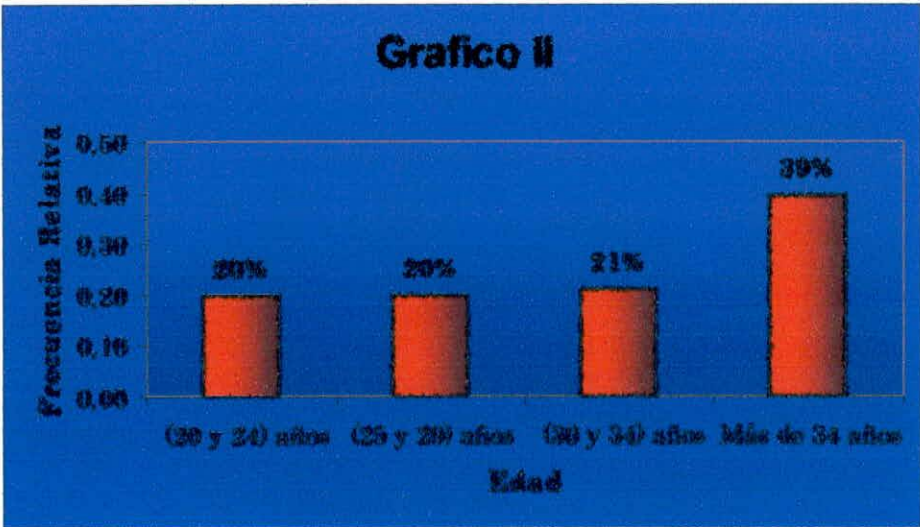
Genero	
Clase	Frecuencia Relativa
Masculino	0,48
Femenino	0,52



Como podemos observar en el Gráfico 1, la mayor parte de los entrevistados a los que se le aplicó el cuestionario fueron del Género Femenino, para ser más específicos el 52% de los 172 entrevistados fueron mujeres y el 48% hombres

Segunda variable = EDAD

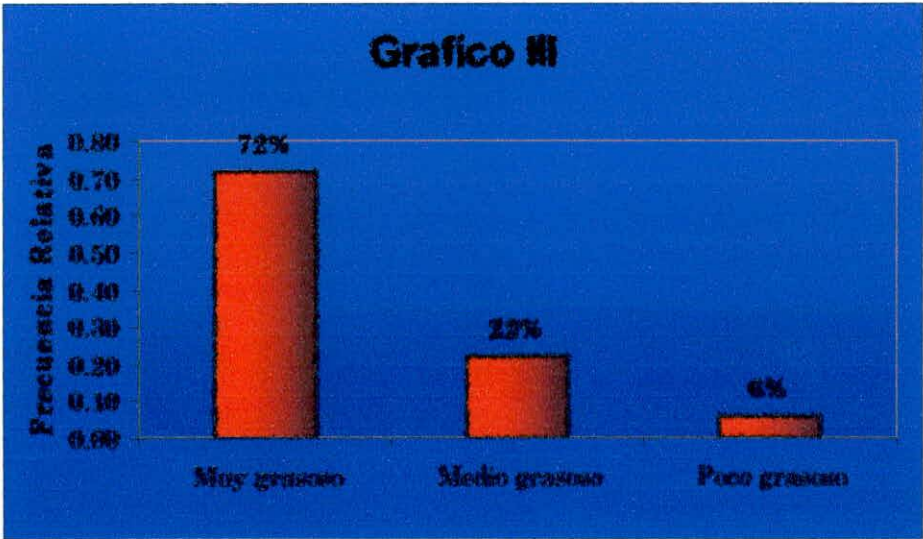
Edad	
Clase	Frecuencia Relativa
(20 y 24) años	0,20
(25 y 29) años	0,20
(30 y 34) años	0,21
Más de 34 años	0,39



En el Gráfico II, muestra la variable edad en años de las personas al momento en que se les hizo la entrevista. La mayor edad de los entrevistados fue de 56 años y la mínima de 20. Como podemos observar en el grafico el 39% de las personas entrevistadas son mayores de 34 años

Tercera Variable = ¿USTED AL PEDIR O SALIR A BUSCAR COMIDA FUERA DE SU HOGAR, HA NOTADO QUE SU ALIMENTO ESTÁ: MUY GRASOSO, MEDIO GRASOSO O POCO GRASOSO?

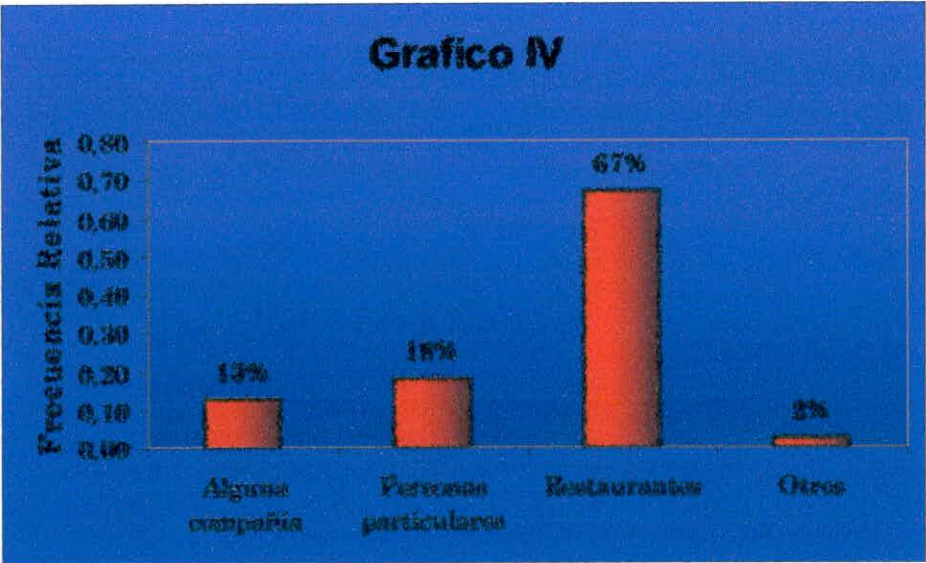
¿Usted al pedir o salir a buscar comida fuera de su hogar, ha notado que su alimento está: muy, medio o poco grasoso?	
Clase	Frecuencia Relativa
Muy grasoso	0.72
Medio grasoso	0.22
Poco grasoso	0.06



Se observa en el Gráfico III que el 72% de los entrevistados han notado que la comida consumida fuera del hogar es muy grasosa, mientras que el 6% opinó que la comida fuera del hogar es poco grasosa.

Cuarta Variable = ¿QUIEN LE PROPORCIONÓ LA COMIDA?

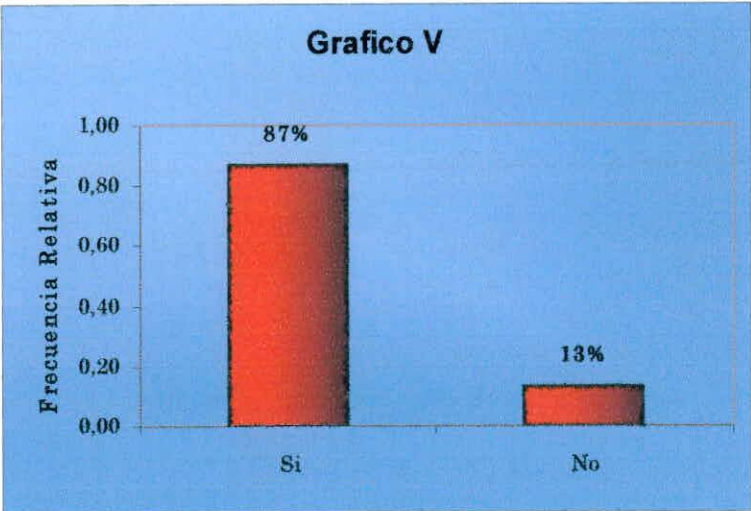
¿Quién le proporcionó la comida?	
Clase	Frecuencia Relativa
Alguna compañía	0,13
Personas particulares	0,18
Restaurantes	0,67
Otros	0,02



En el Gráfico IV vemos que el 67% de las personas entrevistadas han tenido que salir a comprar comida a un restaurante seguido de un 18% que prefiere comprar a personas particulares

Quinta Variable = ¿SI EXISTIERA UN LUGAR QUE OFRECIERA DIFERENTES TIPOS DE COMIDA BAJA EN GRASAS ESTARÍA DISPUESTO A VISITARLO?

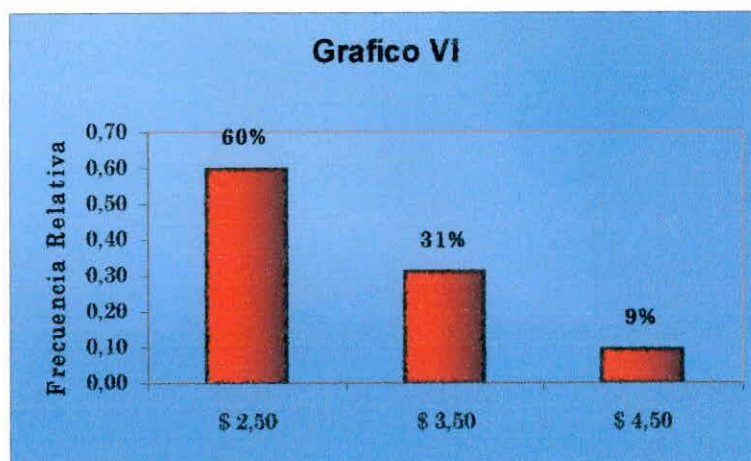
¿Si existiera un lugar que ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasas estaría dispuesto a visitarlo?	
Clase	Frecuencia Relativa
Si	0,89
No	0,12



El Gráfico V, nos indica que de las 172 personas entrevistadas el 87% estarían dispuestos a visitar el restaurante si ofreciera diferentes tipos de comida baja en grasa, mientras que el 13% opinó que no

Sexta Variable = CUÁNTOS DÓLARES ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN ALMUERZO BAJO EN GRASA

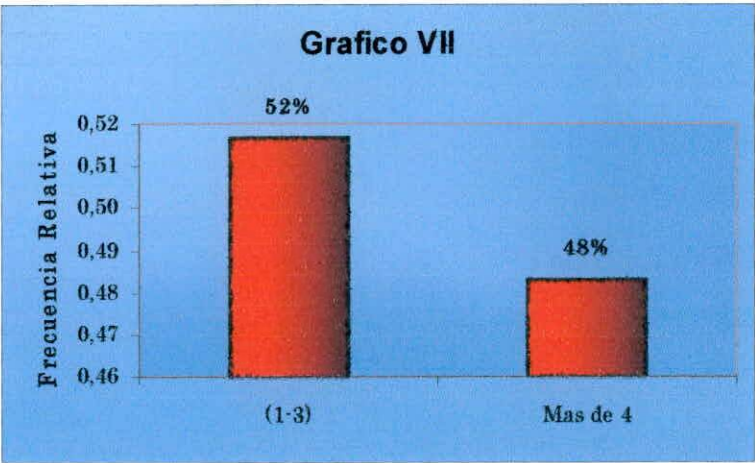
¿Cuántos dólares estaría dispuesto a pagar por un almuerzo bajo en grasa?	
Clase	Frecuencia Relativa
\$ 2,50	0,60
\$ 3,50	0,31
\$ 4,50	0,09



Observamos que en el Grafico VI los datos están sesgados hacia la izquierda ya que el 60% de las personas entrevistadas que opinaron que si están dispuestos a visitar el restaurante están dispuestos a pagar \$2.50 por un almuerzo bajo en grasa, mientras que el 31% está dispuesto a pagar \$3.50 por un almuerzo bajo en grasa, finalmente un 9 % opinó que esta dispuesto a pagar \$4.50 por un almuerzo bajo en grasa

Séptima Variable = ¿CUÁNTAS VECES POR SEMANA CONSUMIRÍA ESTOS ALIMENTOS?

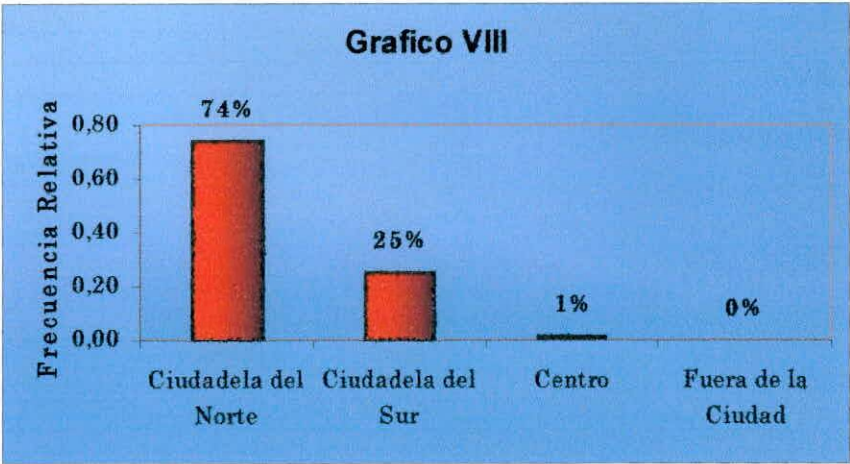
¿Cuántas veces por semana consumiría estos alimentos?	
Clase	Frecuencia Relativa
(1-3)	0,52
Mas de 4	0,48



Se observa en el Gráfico VII que el 52% de las 149 personas que opinaron que sí estarían dispuesto a visitar el restaurante si ofreciera diferentes tipos de comida, lo visitarían de una a tres veces por semana, el 48% opina que lo visitarían mas de cuatro veces por semana, lo que es bueno.

Octava Variable = ¿DONDE LE GUSTARÍA QUE ESTUVIERA UBICADA EL RESTAURANTE?

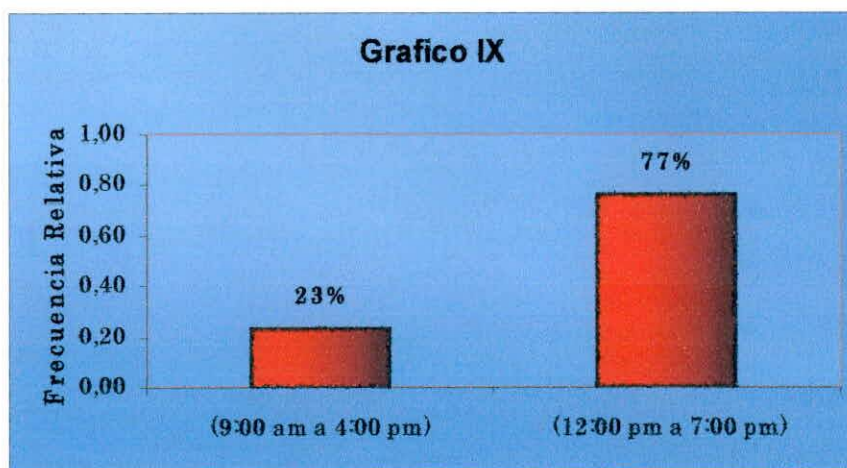
¿Donde le gustaría que estuviera ubicado el Restaurante?	
Clase	Frecuencia Relativa
Ciudadela del Norte	0,74
Ciudadela del Sur	0,25
Centro	0,01
Fuera de la Ciudad	0,00



El Gráfico VIII refleja que un 74% de las personas opinan que el restaurante debe estar ubicado en las ciudadelas del norte, el 25% opina que debería estar ubicado en las ciudadelas del sur, seguido del 1% que opina que debería estar ubicado en el centro

Novena Variable = ¿EN QUE HORARIO LE GUSTARÍA QUE ESTUVIERA ABIERTO EL RESTAURANTE PARA SU ATENCIÓN?

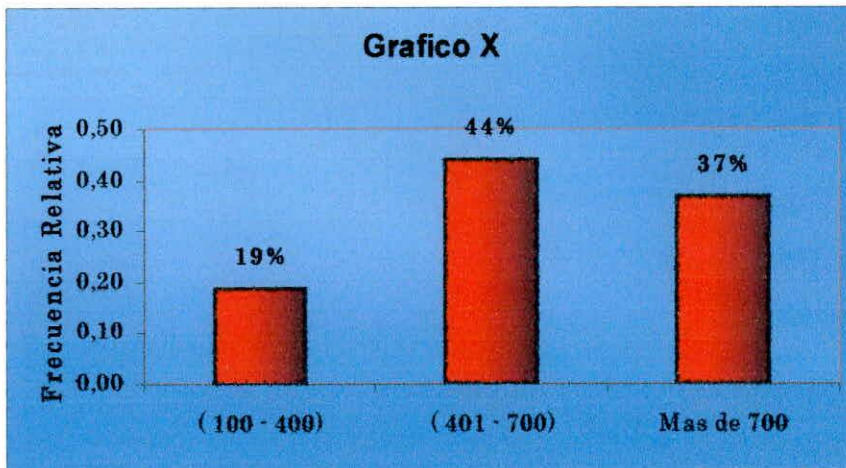
¿En que horario le gustaría que estuviera abierto el restaurante para su atención?	
Clase	Frecuencia Relativa
(9:00 am a 4:00 pm)	0,23
(12:00 pm a 7:00 pm)	0,77



El Gráfico IX, el 77% de las personas opinan que el horario de atención del restaurante debe ser desde las 12:00 pm hasta las 7:00 pm, el 23% opina que el horario de atención debe de ser desde las 9:00 am hasta las 4:00 pm

Décima Variable = SUS INGRESOS MENSUALES PROMEDIOS SON DE:

Sus ingresos mensuales promedios son de:	
Clase	Frecuencia Relativa
(100 - 400) dólares	0,19
(401 - 700) dólares	0,44
Mas de 700 dólares	0,37



En este gráfico el 44% de las personas entrevistadas que opinaron, que si están dispuestos a visitar el restaurante si ofrece diferentes tipos de comida baja en grasa, tienen ingresos mensuales que están entre los 401 dólares a 700 dólares, mientras que el 37% tienen ingresos superiores a 700 dólares.

ANEXO2



Menú del Día

Sopa de Vegetales y Pollo

250 CAL

Sopa de verduras y zanahoria con
un toque de presa de pollo

Lomo a la Plancha y Hongo

600 CAL

Lomo fino de res con champiñones y
ensalada de lechuga con tomate
aderezada

Ensalada de Frutas con Yogurt
Natural

200 CAL

Ensalada de Frutas al natural con
delicioso yogurt dietética de vainilla

Jugo de Frutas Light

400 cc de jugo de frutas naranja o
fuitilla con edulcorante.

20 CAL

Gracias
por
Preferirnos

Calle Kennedy Norte, Calle A Solan No 001.

Teléfono: 2202.020

Restaurant



Pincón
Lite...

Naturalmente Bien

Ensaladas



Ensalada César especial
con Pollo



Ensalada con Atún especial



Ensalada con Jamón y Queso
especial



Ensalada Mixta

Sopas



Sopa de Pollo y Vegetales



Sopa de Carne



Sopa de Vegetales

Lista de precios con sus calorías

Ensaladas	Precios	Calorías Aprox.
Ensalada César Especial con pollo	2.90	300
Ensalada con atún especial	2.50	300
Ensalada con jamón y queso especial	2.90	350
Ensalada Mixta	1.70	350

Sopas

Sopa de pollo y vegetales	2.50	250
Sopa de carne	2.50	250
Sopa de vegetales	1.50	150

Platos a la Plancha

Pechuga a la plancha	2.90	600
Lomo a la plancha	2.90	600
Pescado a la plancha	2.90	600

Bebidas y Postres

Caseosa Light	0.90	5
Jugo de frutas	0.90	20
Aguas	0.50	0
Té Light	0.90	6
Ensalada de frutas	1.80	100
Porción Gelatina Light	1.00	50
Cereal con frutas y yogurt	2.00	200

Combos del Día

Entrada, plato fuerte, bebida y postre	2.50	1 005
Entrada, plato fuerte y bebida	2.00	920
Plato fuerte y bebida	1.80	620

A la Plancha



Pechuga a la Plancha



Lomo a la Plancha



Pescado a la Plancha

Postres y Bebidas



Ensalada de Frutas



Porción de Gelatina



Judo de Frutas



Cereal con Frutas y
Yogurt

TRÍPTICO



*Rincón
Lite...*

Restaurant

*Rincón
Lite...*

"NATURALMENTE BIEN"

Pronto estaremos en el sector Norte de Guayaquil, entre las Avenidas principales del nuevo casco comercial, empresarial y financiero de Kennedy Norte.

Los Funcionarios, Ejecutivos, Empleados y las familias de la zona podrán elegir su almuerzo, platos a la carta, combos, bebidas y ensaladas de acuerdo a sus necesidades de calorías, grasa y carbohidratos para mantener o alcanzar su peso ideal.

Se atenderá de Lunes a Viernes de 09h00 a 16h00



Calle Kennedy Norte, Calle A Solar No 001.

Teléfono: 2202020

ANEXO # 3
INVERSION TOTAL

I. Inversión Fija	Valor en US\$
Equipos	9.482
Enseres (utensilios de cocina)	979
Equipos de oficina	1.303
Muebles y decoración	2.699
Total Inversión Fija	14.464
II. Inversión Diferida	
Gasto de puesta en marcha	7.400
Gasto de permisos	335
Gastos de Constitución	361
Total Inversión Diferida	8.096
III. Capital de Operación	
Gastos Administrativos	3.906
Materiales Directos	4.935
Total Capital de Operación	8.841
Inversión Total	31.400,91

Elaboración: Los Autores

ANEXO # 4

GASTOS PARA CONSTITUCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (COSTOS APROXIMADOS)		
ETAPAS	Tiempo de duración (en	Costo aproximado
1. Contratar un Abogado (Escritura Pública de Constitución de Compañía)	1	\$200,00
2. Aprobación de denominación (nombre de la Compañía debe ser "no igual caligráfica ni fonéticamente")	3	-
3. Aporte en numerario: apertura de Cuenta Integración Capital en banco (Capital mínimo US\$800. 25% al inicio)	2	\$200,00
4. Valuación de bienes muebles e inmuebles que se aportarán como capital	4	\$3,00
5. Elaboración Minuta - Escritura Pública	1	-
6. Solicitud de aprobación dirigida a la Superintendencia de Compañías	1	-
7. Resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías	15	-
8. Publicación de extracto (medios escritos de comunicación)	3	\$80,00
9. Afiliación a las Cámaras de Producción	1	\$58,00
10. Anotaciones marginales	1	-
11. Inscribir Escritura de Const. en Reg. Mercantil	8	\$10,00
12. Inscribir nombramiento en Registro Mercantil	8	\$10,00
13. Obtención de Registro Único de Contribuyente	2	-
14. Retiro de fondos depositados en cuenta de Integración de Capital	1	-
Total	51 días	\$561,00
(- Devolución por integración de Capital)		\$200,00
Total de Gastos de Constitución		\$361,00

Elaboración: Los Autores

ANEXO # 5

GASTOS PARA EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO		
VALORES ANUALES		
DETALLE	Costo aproximado	Observaciones
Inscripción del Negocio en el SRI	-	sin costo
Permisos Municipales	\$170,00	
Registro de Patente Municipal Anual	\$100,00	De acuerdo a la dimensión del local
Pago de Justicia y Vigilancia	\$40,00	
Tasa de habilitación de Establecimiento	\$30,00	
Permiso del Ministerio de Salud	\$27,50	
Permiso de funcionamiento anual	\$15,00	
Certificado Sanitario de los empleados del local	\$12,50	\$2.50 por persona
Pago anual al Benemérito Cuerpo de Bomberos	\$35,00	
Pago anual al Ministerio de Gobierno y Policía	\$8,00	
Registro al Ministerio de Turismo	\$84,00	Depende del local, los pagos pueden ser mensuales
Permiso SAYCE	\$10,00	
Acta de compromiso para limpieza de trampa de grasa	-	sin costo
Total	\$334,50	

Elaboración: Los Autores

ANEXO # 6
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA

Detalle	US\$	CANTIDAD	TOTAL	%
Decoración y adecuación de local	4.000	1	\$4.000	54%
Publicidad	\$1.000	1	\$1.000	14%
Alquiler y Garantía 3 MESES	\$800	3	\$2.400	32%
Total			\$7.400	100%

Elaboración: Los Autores

ANEXO # 7
EQUIPOS DE COCINA

EQUIPOS	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. SIN IVA	PRECIO UNIT. CON IVA	PRECIO TOTAL
Cocina industrial	A gas, 3 quemadores de acero inoxidable, con horno 15 pies, no frost, 2 parrillas regulables de alambre, interior iluminado, 1 cajón para vegetales y frutas, 2 anaqueles en la puerta	2	720	806	1.613
Refrigerador Panorámico	12 pies, No frost	1	508	568	568
Congelador Vertical	potencia 950 watts, 7 funciones de cocción, panel digital, interior de biotérmica, modelo MG1340WA, 13 pies cúbicos	2	600	672	1.344
Microondas Industrial	Capacidad 1 litro	2	120	134	269
Licudadora Industrial	modelo 62509	1	120	134	134
Batidora Industrial	Acero inoxidable	2	365	409	818
Mesón de Trabajo	Acero inoxidable para pared	2	150	168	336
Repisa	Marca Chef Prep 10100 HB	1	160	179	179
Procesador de alimentos Industrial	1,80 de largo ventilares , incluido conductos de evacuación, incluye instalación.	1	200	224	224
Campana Extractora de olores y vapor	De doble compartimiento, marca Gauss	1	300	336	336
Juguera	A gas con mueble en acero inoxidable, 1 metro de diametro	1	340	381	381
Plancha de acero para asar carnes	En acero Inoxidable, 12 compartimientos, comida fria y comida caliente, a gas	1	600	672	672
Samobar contenedor	Acero inoxidable, 3 compartimientos	2	70	78	157
Trampa de grasa	Aires acondicionados 24000 btu	2	500	560	1.120
Aire Acondicionado	29"	1	450	504	504
TV	15 kilos	2	120	134	269
Extintores para incendios	TOTAL				
					9.482

Elaborado por: Los Autores.

ANEXO # 8
ENSERES Y UTENCILIOS DE COCINA

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. SIN IVA	PRECIO UNIT. CON IVA	PRECIO TOTAL
Abre latas	Acero inoxidable	1	3	3	3
Juego de salero pimentero y vinagres	vidrio	30	1	1	34
Diferentes envases de especias	vidrio	40	1	1	45
Cólador Cónico	Plástico	2	1	1	1
Cucharón	Aluminio	2	1	1	1
Exprimidor de limón	Metal	1	1	1	1
Paila industrial	Acero inoxidable	2	18	20	40
Vajillas 10 personas	Loza	10	12	13	134
Juegos de Cubiertos	Acero inoxidable	100	3	3	336
Rayador	Acero inoxidable	1	4	4	4
Juego de Tazones	Acero inoxidable	2	18	20	40
Juego de moldes	Acero inoxidable	2	15	17	34
Juego de mangas de repostería	de plástico	2	11	12	25
Juego de cuchillos	Acero inoxidable	2	10	11	22
Batidores	Acero inoxidable	2	5	6	11
Juego de espátulas	Plástico y madera	2	20	22	44
Tabla de basura	Plástica	2	3	3	7
Tacho de basura	plástico (32 galones)	2	13	15	29
Juego de Ollas	Ollas industriales	1	150	168	168
TOTAL					979

Elaborado por: Los Autores.

ANEXO # 9
EQUIPOS DE OFICINA

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. SIN IVA	PRECIO UNIT. CON IVA	PRECIO TOTAL
Caja Registradora	Electrónica, desglose automático IVA, pantalla para cliente, modelo autorizado por el SRI	1	450	504	504
Teléfono	Digital	2	13	15	29
Computadora	Pentium IV 1.5 Ghz, memoria RAM 256 Mb, disco duro 40Gb, CD ROM, Fax Modem 56000 Kbps, Tarjeta de video AGP 32 bits, sonido 3D, floppy disk drive, Monitor 14", multimedia	1	625	700	700
Impresora	LexMark Z25	1	63	70	70
TOTAL					1.303

Elaborado por: Los Autores.

ANEXO # 10
MUEBLES DE OFICINA Y DECORACIÓN

	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT. SIN IVA	PRECIO UNIT. CON IVA	PRECIO TOTAL
Cartel luminoso con el nombre del local	Luminoso 2 x 0,75	1	250	280	280
Mueble para computador	De madera y metal, rodante	1	58	65	65
Escritorio	De madera y metal, rodante	1	50	56	56
Comedores aluminio con silla (4 personas)	Aluminio	20	100	112	2,240
Silla para computador	Rodante	1	27	30	30
Silla plástica para uso múltiple	Plastico color blanco	5	5	6	28
TOTAL					2,699

Elaborado por: Los Autores.

ANEXO # 11
DEPRECIACIONES

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	%	VALOR DE DESECHO MERCADO	VIDA UTIL CONT	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	V. libros año 5	UTIL O PERD CONT	Impuesto	valor Salvamento
EQUIPOS														
Cocina industrial	2	1.613	10%	161	10	161	161	161	161	161	806	-645	0	0
Refrigerador Panorámico	1	568	10%	57	10	57	57	57	57	57	284	-227	0	0
Congelador Vertical	2	1.344	10%	134	10	134	134	134	134	134	672	-538	0	0
Microondas Industrial	2	559	10%	56	5	112	112	112	112	112	0	56	14	42
Licudadora Industrial	2	269	10%	27	10	27	27	27	27	27	134	-108	0	0
Batidora Industrial	1	134	10%	13	10	13	13	13	13	13	67	-54	0	0
Mesón de Trabajo	2	818	10%	82	10	82	82	82	82	82	409	-327	0	0
Repisa	2	336	10%	34	10	34	34	34	34	34	168	-134	0	0
Procesador de alimentos Industrial	1	179	10%	18	5	36	36	36	36	36	0	36	4	13
Campana Extractora de olores y vapor	1	224	10%	22	5	45	45	45	45	45	0	22	6	17
Juguera	1	336	10%	34	5	67	67	67	67	67	0	34	8	25
Plancha de acero para asar carnes	1	381	10%	38	5	76	76	76	76	76	0	38	10	29
Samobar contenedor	1	672	10%	67	5	134	134	134	134	134	0	67	17	50
Trampa de grasa	2	157	10%	16	5	31	31	31	31	31	0	16	4	12
Aire Acondicionado	2	1.120	10%	112	5	224	224	224	224	224	0	112	28	84
Tv	1	504	10%	50	5	101	101	101	101	101	0	50	13	38
Extintores para incendios	2	269	10%	27	5	54	54	54	54	54	0	27	7	20
ENSERES Y UTENCILIOS DE COCINA														
Abre latas	1	3	0%	0	5	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Juego de salero pimentero y vinagr	30	34	0%	0	5	7	7	7	7	7	0	0	0	0
Diferentes envases de especias	40	45	0%	0	5	9	9	9	9	9	0	0	0	0
Cólador Cónico	2	1	0%	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cucharón	2	1	0%	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Exprimidor de limón	1	1	0%	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Paila industrial	2	40	0%	0	5	8	8	8	8	8	0	0	0	0
Vajillas 10 personas	10	134	0%	0	5	27	27	27	27	27	0	0	0	0
Juegos de Cubiertos	100	336	0%	0	5	67	67	67	67	67	0	0	0	0
Rayador	1	4	0%	0	5	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Juego de Tazones	2	40	0%	0	5	8	8	8	8	8	0	0	0	0
Juego de moldes	2	34	0%	0	5	7	7	7	7	7	0	0	0	0
Juego de mangas de repostería	2	25	0%	0	5	5	5	5	5	5	0	0	0	0
Juego de cuchillos	2	22	0%	0	5	4	4	4	4	4	0	0	0	0
Batidores	2	11	0%	0	5	2	2	2	2	2	0	0	0	0
Juego de espátulas	2	44	0%	0	5	9	9	9	9	9	0	0	0	0
Tabla de picar	2	7	0%	0	5	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Tacho de basura	2	29	0%	0	5	6	6	6	6	6	0	0	0	0
Juego de Ollas	1	150	0%	0	5	30	30	30	30	30	0	0	0	0
EQUIPOS DE OFICINA														
Caja Registradora	1	564	10%	56	5	101	101	101	101	101	0	50	13	38
Teléfono	2	29	10%	3	5	6	6	6	6	6	0	3	1	2
Computadora	1	700	10%	70	3	233	233	233	0	0	0	70	18	53
Impresora	1	70	10%	7	3	23	23	23	0	0	0	7	2	5
MUEBLES DE OFICINA Y DECORACIÓN														
Cartel luminoso con el nombre del local	1	280	0%	0	5	56	56	56	56	56	0	0	0	0
Mueble para computador	1	65	10%	7	10	7	7	7	7	7	33	-24	0	0
Escritorio	1	56	10%	6	10	6	6	6	6	6	28	-22	0	0
Comedores aluminio con silla (4 person	20	2.240	10%	224	10	224	224	224	224	224	1.120	-896	0	0
Silla para computador	1	30	10%	3	10	3	3	3	3	3	15	-12	0	0
Silla plástica para uso múltiple	5	28	10%	3	11	3	3	3	3	3	15	-12	0	0
TOTAL ANUAL						2.241	2.241	2.241	1.985	1.985	3.752	-2.431	143	428
TOTAL ACUMULADA						2.241	4.483	6.724	8.709	10.694				

Elaborado por: Los Autores.

ANEXO 12
AMORTIZACIONES

DESCRIPCION	VALOR	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Decoración de locales	4.000	20%	800	800	800	800	800
Gastos de Puesta en Marcha	7.400	20%	1.480	1.480	1.480	1.480	1.480
Gastos de Permisos anuales	335	20%	67	67	67	67	67
Gastos de Constitución	361	20%	72	72	72	72	72
Total			1.619	1.619	1.619	1.619	1.619

Elaborado por: Los Autores. 1.619 3.238 4.857 6.476 8.096

ANEXO # 13
SUELDO Y SALARIOS

DENOMINACION	MENSUAL	CANT	TOTAL MENSUAL	ANUAL
ADMINISTRADOR	500	1	500	6.660
COCINEROS	200	2	400	5.360
ASISTENTE COCINA	160	2	320	4.320
ANFITRIONES AYUDANTES	160	2	320	4.320
CAJERO	180	1	180	2.500
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	160	2	320	4.320
SUMAN	1.360	10	2.040	27.480

ELABORACION: Autores del Proyecto

ANEXO # 14

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos	Detalle	Mensual	Total Anual
Gastos de Ventas	Publicidad y Mercadeo		
	Tripticos informativos		100
	Gastos de promoción		1.900
	Actualización Página Web		100
	Imprevistos		105
	Total Gastos de Ventas		2.205
Gastos Administrativos	Sueldos	2.040	27.480
	Alquiler	800	9.600
	Electricidad	135	1.620
	Agua potable	108	1.296
	Teléfono	50	600
	Gas	40	480
	Artículos de limpieza	100	1.200
	Imprevistos 5% GASTOS	164	1.964
	Total Gastos Administrativos		44.240
	Pago Afiliación a Cámaras (trimestral)		96
Gastos por Permisos de Funcionamiento	Pago permisos (anual)		335
	Gasto por Permisos de Funcionamiento		431
GASTOS FIJOS TOTALES			46.875

Elaborado por: Los Autores.

[illegible]

ANEXO #16
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	118.746	124.683	130.917	137.463	144.337
Egresos	106.097	109.059	112.168	115.432	118.860
Gastos Administrativos	46.875	46.875	46.875	46.875	46.875
Costos Directos	59.222	62.183	65.292	68.557	71.985
Gastos Financieros	0	0	0	0	0
Margen Operacional (I-II)	12.649	15.625	18.750	22.031	25.476
(-) Amortizaciones	1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(-) Depreciaciones	2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Utilidad Bruta	8.788	11.764	14.889	18.427	21.872
15% Participación trabajadores	1.318	1.765	2.233	2.764	3.281
Utilidad antes de impuesto a la renta	7.470	10.000	12.656	15.663	18.592
25% Impuesto a la Renta	1.867	2.500	3.164	3.916	4.648
Valores de Salvamento des imp renta	0	0	0	0	9.269
UTILIDAD NETA	5.602	7.500	9.492	11.747	23.213
UTILIDAD INICIAL	0	5.602	13.102	22.594	34.341
UTILIDAD ACUMULADA	5.602	13.102	22.594	34.341	57.554

Elaborado por: Los Autores

ANEXO # 17
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS MENSUALES

Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos	6,250	6,751	7,292	7,877	8,509	9,192	9,929	10,725	11,585	12,515	13,518	14,602
Egresos	5,584	6,032	6,516	7,038	7,603	8,213	8,871	9,583	10,351	11,182	12,078	13,047
Costos Administrativos	2,467	2,665	2,879	3,110	3,359	3,628	3,919	4,234	4,573	4,940	5,336	5,764
Costos Directos	3,117	3,367	3,637	3,929	4,244	4,584	4,952	5,349	5,778	6,241	6,742	7,283
Costos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Margen Operacional (I-II)	666	719	777	839	906	979	1,058	1,142	1,234	1,333	1,440	1,555
(-) Amortizaciones	85	92	99	107	116	125	135	146	158	171	184	199
(-) Depreciaciones	118	127	138	149	161	174	187	202	219	236	255	276
Utilidad Bruta	463	500	540	583	630	680	735	794	857	926	1,000	1,081
15% Participación trabajadores	69	75	81	87	94	102	110	119	129	139	150	162
Utilidad antes de impuesto a la renta	393	425	459	496	535	578	625	675	729	787	850	919
25% Impuesto a la Renta	98	106	115	124	134	145	156	169	182	197	213	230
Valores de Salvamento des imp renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA	295	319	344	372	401	434	468	506	547	590	638	689

ANEXO No 18
AMORTIZACION DEL PRESTAMO

AMORTIZACION DE PRESTAMO				
SEMESTRE	CAPITAL	SEMESTRAL	INTERES	AMORTIZACION
0	15,700			
1	13,614	3,500	1,413	2,087
2	11,339	3,500	1,225	2,275
3	8,859	3,500	1,020	2,479
4	6,157	3,500	797	2,703
5	3,211	3,500	554	2,946
6	0	3,500	289	3,211

ELABORACION: Autores del Proyecto

CREDITO MULTISECTORIAL CNF		
MONTO DE PRESTAMO		15,700
PERIODO DE PAGO	SEMESTRAL	
PERIODOS		6
TASA DE INTERES		9.00%
PERIODO DE GRACIA		0.00%
PAGO		-3,500

ELABORACION: Autores del Proyecto

AMORTIZACION ANUAL				
ANO	CAPITAL	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACION
0	15,700			
1	11,339	7,000	2,638	4,362
2	6,157	7,000	1,818	5,182
3	0	7,000	843	6,157

ELABORACION: Autores del Proyecto

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS CON ENDEUDAMIENTO

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	118.746	124.683	130.917	137.463	144.337
Egresos	108.736	110.876	113.011	115.432	118.860
Gastos Administrativos	46.875	46.875	46.875	46.875	46.875
Costos Directos	59.222	62.183	65.292	68.557	71.985
Gastos Financieros	2.638	1.818	843	0	0
Margen Operacional (1-11)	10.010	13.807	17.907	22.031	25.476
(-) Amortizaciones	1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(-) Depreciaciones	2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Utilidad Bruta	6.150	9.946	14.046	18.427	21.872
15% Participación trabajadores	922	1.492	2.107	2.764	3.281
Utilidad antes de impuesto a la renta	5.227	8.454	11.939	15.663	18.592
25% Impuesto a la Renta	1.307	2.114	2.985	3.916	4.648
Valores de Salvamento des imp renta	0	0	0	0	9.269
UTILIDAD NETA	3.920	6.341	8.954	11.747	23.213
UTILIDAD INICIAL	0	3.920	10.261	19.216	30.963
UTILIDAD ACUMULADA	3.920	10.261	19.216	30.963	54.176

Elaborado por: Los Autores

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	118.746	124.683	130.917	137.463	144.337

Elaborado por: Los Autores

Elaborado por: Los Autores

ANEXO # 20
FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA CON ENDEUDAMIENTO

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION TOTAL	31.401					
(I) Ingresos		118.746	124.683	130.917	137.463	144.337
(II) Egresos		108.736	110.876	113.011	115.432	118.860
Gastos Administrativos		46.875	46.875	46.875	46.875	46.875
Materiales Directos		59.222	62.183	65.292	68.557	71.985
Gastos Financieros		2.638	1.818	843	0	0
Flujo Operacional (I-II)		10.010	13.807	17.907	22.031	25.476
(-) Amortizaciones		1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(-) Depreciaciones		2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Utilidad antes de particip trabajadores		6.150	9.946	14.046	18.427	21.872
15% Participación trabajadores		922	1.492	2.107	2.764	3.281
Utilidad antes de impuesto a la renta		5.227	8.454	11.939	15.663	18.592
25% Impuesto a la Renta		1.307	2.114	2.985	3.916	4.648
UTILIDAD DESPUES DE IMP Y TRAB		3.920	6.341	8.954	11.747	13.944
(+) Amortizaciones		1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(+) Depreciaciones		2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
CAPITAL PRESTADO	15.700	3.843	4.318	4.852	0	0
Valores de Salvamento		0	0	0	0	9.269
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-15.700	3.938	5.883	7.963	15.351	26.817
FLUJO ACUMULADO DE EFECTIVO						
Saldo Inicial		0	3.938	9.822	17.785	33.136
Saldo Final		3.938	9.822	17.785	33.136	59.953

Elaborado por: Los Autores

ANEXO # 21

PERIODO DE RECUPERACIÓN CON DEUDA

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACUMULADO	INVERSIÓN	RECUPERACIÓN (%)
0	0	0	-15.700	0
1	3.938	3.938	-11.762	25%
2	5.883	5.883	-5.879	37%
3	7.963	13.847	7.968	88%
4	15.351	23.315	31.283	148%
5	26.817	42.168	73.451	269%

ELABORACION: Autores del Proyecto

ANEXO # 22
FLUJO DE CAJA ECONOMICO

Detalle	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
INVERSION TOTAL	31.401					
(I) Ingresos		118.746	124.683	130.917	137.463	144.337
(II) Egresos		106.097	109.059	112.168	115.432	118.860
Gastos Administrativos		46.875	46.875	46.875	46.875	46.875
Materiales Directos		59.222	62.183	65.292	68.557	71.985
Flujo Operacional (I-II)		12.649	15.625	18.750	22.031	25.476
(-) Amortizaciones		1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(-) Depreciaciones		2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Utilidad antes de particip trabajadores		8.788	11.764	14.889	18.427	21.872
15% Participación trabajadores		1.318	1.765	2.233	2.764	3.281
Utilidad antes de impuesto a la renta		7.470	10.000	12.656	15.663	18.592
25% Impuesto a la Renta		1.867	2.500	3.164	3.916	4.648
UTILIDAD DESPUES DE IMP Y TRAB		5.602	7.500	9.492	11.747	13.944
(+) Amortizaciones		1.619	1.619	1.619	1.619	1.619
(+) Depreciaciones		2.241	2.241	2.241	1.985	1.985
Valores de Salvamento		0	0	0	0	9.269
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-31.401	9.463	11.360	13.352	15.351	26.817
FLUJO ACUMULADO DE EFECTIVO						
Saldo Inicial		0	9.463	20.823	34.176	49.527
Saldo Final		9.463	20.823	34.176	49.527	76.344
TASA DE DESCUENTO	16,00%					
VAN	14.999,85					
TIR	31,77%					
VALORACIÓN DE ACTIVOS DE CAPITAL CAMP						
$Ke = Rf + B (E (Rm) - Rf)$	16,00%					
$Rf =$	12,00%					
$B =$	50%					
$E(Rm) =$	20%					

ELABORACION: Autores del Proyecto

ANEXO # 23
PUNTO DE EQUILIBRIO

ANO#	VENTAS	INGRESOS
1	46.028	101.215
2	46.028	101.215
3	46.028	101.215
4	46.028	101.215
5	46.028	101.215

ELABORACION: Los Autores

ANEXO # 24
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Variaciones	VAN	TIR	TMAR
Valor Original	14.999,85	31,77%	16,00%
Variación en Precios			
Incremento de 15%	49.128,32	65,06%	16,00%
Decremento de 15%	-22.534,37		16,00%
Decremento Máximo	6,59%		
Variación Materiales Directos			
Incremento de 15%	-11.669,86	3,42%	16,00%
Decremento de 15%	39.368,88	56,95%	16,00%
Incremento máximo	8,79%		
Variación en el volumen de ventas			
Incremento de 15%	34.914,03	50,65%	16,00%
Decremento de 15%	-4.958,27		16,00%
Decremento Máximo	11,33%		

Elaborado por: Los Autores.

ANEXO # 25
COSTO DE RECETAS

ENSALADA CESAR

Ingredientes:	unidad	cantida	costo u	costo total
LECHUGA	UNIDAD	0,33	0,30	0,10
FILETE DE PECHUGA	KILO	0,25	4,00	1,00
PAN TOSTADO	PAQUETE	0,13	0,05	0,01
ESPECIAS	PISCA	1,00	0,01	0,01
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				1,14

ENSALADA DE ATUN

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
LECHUGA	UNIDAD	0,33	0,30	0,10
ATUN ENLATADO	LATA	1,00	0,60	0,60
TOMATE	KILO	0,13	0,05	0,01
CEBOLLA PERLA	PISCA	0,13	0,01	0,00
LIMÓN Y VINAGRE	PISCA	0,05	0,10	0,01
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,73

ENSALADA DE JAMÓN Y QUESO

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
LECHUGA	UNIDAD	0,33	0,60	0,20
JAMÓN	KILO	0,10	5,00	0,50
QUESO MOZRELLA	KILO	0,10	4,00	0,40
ALBAHACA	PISCA	1,00	0,05	0,05
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,05
TOTAL				1,21

ENSALADA MIXTA

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
LECHUGA	UNIDAD	0,05	0,30	0,02
TOMATE	KILO	0,05	0,80	0,04
ZANAHORIA	KILO	0,05	0,20	0,01
REMOLACHA	KILO	0,05	0,30	0,02
VAINITA	KILO	0,05	0,80	0,04
CEBOLLA PERLA	KILO	0,05	0,60	0,03
PEPINO	UNIDAD	0,05	0,15	0,01
RABANO	KILO	0,05	0,30	0,02
COLIFLOR	KILO	0,05	0,50	0,03
BROCOLI	KILO	0,05	0,40	0,02
VINAGRE Y LIMÓN	PISCA	1,00	0,05	0,05
ESPECIAS	PISCA	1,00	0,01	0,01
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,30

ANEXO # 25
COSTO DE RECETAS

SOPA DE POLLO Y VEGETALES

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
FILETE DE PECHUGA	KILO	0,20	4,00	0,80
ZANAHORIA	KILO	0,05	0,20	0,01
COLIFLOR	KILO	0,05	0,50	0,03
ACELGA	KILO	0,05	0,40	0,02
VAINITA	KILO	0,05	0,80	0,04
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,92

SOPA DE CARNE

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
CARNE DE RES PARA SOPA	KILO	0,20	2,50	0,50
ZANAHORIA	KILO	0,05	0,20	0,01
COLIFLOR	KILO	0,05	0,50	0,03
ACELGA	KILO	0,05	0,40	0,02
VAINITA	KILO	0,05	0,80	0,04
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,62

SOPA DE VEGETALES

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
BROCOLI	KILO	0,05	0,25	0,01
ZANAHORIA	KILO	0,05	0,20	0,01
COLIFLOR	KILO	0,05	0,50	0,03
ACELGA	KILO	0,05	0,40	0,02
VAINITA	KILO	0,05	0,80	0,04
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,13

PECHUGA A LA PLANCHA

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
FILETE DE PECHUGA	KILO	0,20	4,00	0,80
ALIÑOS	KILO	0,05	0,40	0,02
ESPECIAS	PISCA	1,00	0,01	0,01
PORCION ENSALADA	PORCIÓN	0,50	0,30	0,15
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				1,00

LOMO A LA PLANCHA

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
LOMO	KILO	0,20	2,50	0,50
ALIÑOS	KILO	0,05	0,40	0,02
ESPECIAS	PISCA	1,00	0,01	0,01
PORCION ENSALADA	PORCIÓN	0,50	0,30	0,15
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,70

ANEXO # 25
COSTO DE RECETAS

PESCADO A L PLANCHA

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
CORVINA O SIMILAR	KILO	0,20	3,00	0,60
ALIÑOS	KILO	0,05	0,40	0,02
ESPECIAS	PISCA	1,00	0,01	0,01
PORCION ENSALADA	PORCIÓN	0,50	0,30	0,15
SAL Y PIMIENTA	PISCA	1,00	0,01	0,01
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
TOTAL				0,80

GASEOSA LIGHT

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
BOTELLA 500CC	BOTELLA	1,00	0,45	0,45
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,45

JUGO DE FRUTAS

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
FRUTA VARIADA	KILO	1,00	0,40	0,40
AGUA	LITRO	1,00	0,08	0,08
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
			LITRO	0,49
			1/2 LITRO	0,245

AGUA

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
BOTELLA 500CC	BOTELLA	1,00	0,20	0,20
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,20

TE LIGHT

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
SOBRE DE TE HELADO LIGHT	SOBRE	1,00	0,30	0,30
LITRO DE AGUA PURIFICADA	LITRO	1,00	0,08	0,08
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	
			LITRO	0,38
			1/2 LITRO	0,19

ENSALADA DE FRUTAS

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
FRUTAS VARIADAS	KILO	0,50	0,50	0,25
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
				0,26

PORCION GELATINA LIGHT

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
SOBRE GELATINA LIGHT	SOBRE	1,00	0,40	0,40
LITRO DE AGUA PURIFICADA	KILO	1,00	0,08	0,08
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
			LITRO	0,49
			PORCION	0,1225

ANEXO # 25
COSTO DE RECETAS

CEREAL CON FRUTAS Y YOGURTH

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
FRUTAS VARIADAS	KILO	0,50	0,50	0,25
YOGURTH DIETETICO	LITRO	0,20	2,00	0,40
CONR FLAKES SIN AZUCAR	CAJA	0,05	2,00	0,10
SERVILLETA	JUEGO	1,00	0,01	0,01
				0,76

COMBOS

Ingredientes:	unidad	cantidad	costo u	costo total
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA POSTRE	KILO	0,20	3,00	2,25
ENTRADA PLATO FUERTE BEBIDA	KILO	0,01	0,20	1,87
SERVILLETA	KILO	0,01	0,01	1,15

ANEXO # 26
PERIODO DE RECUPERACIÓN

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACUMULADO	INVERSIÓN	RECUPERACIÓN (%)
0	0	0	-31.401	0
1	9.463	9.463	-21.938	30%
2	11.360	20.823	-1.115	66%
3	13.352	34.176	33.061	109%
4	15.351	49.527	82.588	158%
5	26.817	76.344	158.931	243%

ELABORACION: Autores del Proyecto

ANEXO # 27
BALANCE GENERAL

DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja	9.462,94	20.823,20	49.526,87	49.526,87	76.343,69
Capital de Operación	8.841,45	8.841,45	8.841,45	8.841,45	8.841,45
Total Activos Corrientes	18.304,39	29.664,65	58.368,32	58.368,32	85.185,14
Activos Fijos					
Maquinarias y Equipos	9.482,48	9.482,48	9.482,48	9.482,48	9.482,48
Enseres (utencillos de cocina)	979,27	979,27	979,27	979,27	979,27
Equipos de Oficina	1.303,12	1.303,12	1.303,12	1.303,12	1.303,12
Muebles	2.699,09	2.699,09	2.699,09	2.699,09	2.699,09
Depreciación acumulada	-2.241,50	-4.482,99	-6.724,49	-8.709,31	-10.694,14
Total Activos Fijos	12.222,46	9.980,97	7.739,47	5.754,65	3.769,82
Activos Intangibles					
Gastos de Puesta en Marcha	7.400,00	7.400,00	7.400,00	7.400,00	7.400,00
Gastos de Permisos (anuales)	334,50	334,50	334,50	334,50	334,50
Gastos de Constitución	361,00	361,00	361,00	361,00	361,00
Amortizaciones acumuladas (de Intangibles)	-1.619,10	-3.238,20	-4.857,30	-6.476,40	-8.095,50
Total de Activos Intangibles	6.476,40	4.857,30	3.238,20	1.619,10	0,00
TOTAL ACTIVOS	37.003,25	44.502,92	69.345,99	65.742,06	88.954,95
PASIVO					
Deuda bancaria	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PASIVO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PATRIMONIO					
Capital Social	31.400,91	31.400,91	31.400,91	31.400,91	31.400,91
Utilidad o Pérdida	5.602,34	7.499,67	9.491,86	11.747,28	23.212,89
Utilidad Acumulada		5.602,34	13.102,01	22.593,87	34.341,15
TOTAL PATRIMONIO	37.003,25	44.502,92	53.994,78	65.742,06	88.954,95
TOTAL PATRIMONIO NETO	37.003,25	44.502,92	53.994,78	65.742,06	88.954,95

Elaborador: Los Autores

ANEXO # 28
RAZONES FINANCIERAS

RAZON FINANCIERA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ					
CAPITAL DE TRABAJO	18.304	29.665	58.368	58.368	85.185
RAZONES DE RENTABILIDAD					
MARGEN NETO	4,72%	6,01%	7,25%	8.55%	16.08%
ROA	15,14%	16,85%	13,69%	17.87%	26.10%

ELABORACION: Los Autores

BIBLIOGRAFÍA

OBESIDAD Y SOBREPESO

OMS Nota descriptiva N°311
Septiembre de 2006

EL MUNDO

INFORME SOSTIENE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD
Malnutrición y obesidad entre factores de muerte a nivel mundial

Últimas Noticias Jueves 31 de Octubre de 2002

Current Article

Diagrama de la obesidad mundial

By Dr. Alan Flores on May 6, 2007 in Obesidad

Terra © Derechos Reservados

¿Cuánto debemos comer?

Revista Luna

Cifras 'alarmantes' 10-02-2005

España, entre los países de la UE con mayor obesidad infantil
actualidad.terra.es/articulo/html/av2142820.htm - 14k

Organización Territorial de Sectores

es.wikipedia.org/wiki/Sectores_de_Guayaquil - 23k

Mapa de Guayaquil

www.guayaquil.gov.ec/ - 93k

Portal Oficial de la MI Municipalidad de la Ciudad de Guayaquil

Título: DIETA MEDICA SCARSDALE Y EL PROGRAMA PARA
MANTENERSE EN LINEA

Editorial: Atlántida SA Tema : COCINA
TARNOWER, HERMAN

Título: La Nueva Revolución Dietética, del Dr Atkins

Autor: El doctor Robert C. Atkins

Título: VITAMINAS. CONSIDERACIONES BIOQUÍMICAS,
NUTRICIONALES Y TERAPÉUTICAS

Autor: Rojas Hidalgo, Enrique (Universidad Nacional de Educación a Distancia.
1ª edición (12/1998)

Título: Alimentacion saludable : guia para las familias

Autor: VV.AA.

Editorial: Ministerio De Educacion Y Ciencia C

Año: 2007 **Edición:** 1ª **Plaza:** Madrid

Título: 365 recetas bajas en hidratos de carbono

Autor: Graimes, Nicola

Editorial: Naturart, S.A. **Año:** 2007

Edición: 1ª **Barcelona**

Enciclopedia de cocina Light 2

Temas: COCINA

Autor: CORMILLOT, ALBERTO (DR)

VARELA V. RODRIGO, "Innovación Empresarial:El arte y la ciencia de la creación de Empresas",. Pearson Educación de Colombia, Bogotá, 2000

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA, 11ma EDICIÓN, VAN HOME & WACHOWICZ

PRINCIPIOS DE FINANZAS CORPORATIVAS, 7ma EDICION, RICHARD BREALEY & STEWART MYERS

COCINA LIGHT

<http://www.portaldecocina.com/bodycoclightentradas.php?rubro=Cocina%20Light&tipo=Entrada>

<http://www.msp.gov.ec/>

Indicadores basicos de salud

Estadísticas