



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título en:
Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios.**

TEMA: “Creación de un restaurante para personas diabéticas en la ciudad de Ambato”

AUTORA: María Joaquina Villacís Guamán

TUTOR: Ing. Mg. Juan Enrique Ramos Guevara

AMBATO –ECUADOR

Abril 2017



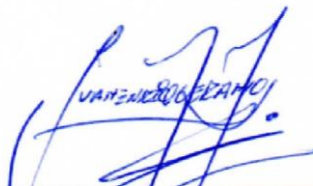
APROBACIÓN DEL AUTOR

Ing. Mg. Juan Enrique Ramos Guevara

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor de Trabajo de titulación “Creación de un restaurante para personas diabéticas en la ciudad de Ambato”, presentado por María Joaquina Villacís Guamán para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios modalidad Semi-presencial, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 29 de Septiembre de 2016.



Ing. Mg. Juan Enrique Ramos Guevara

C.I. 1803084209

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo María Joaquina Villacís Guamán, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



María Joaquina Villacís Guamán
C.I:1802833242

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Raúl Francisco Villalba Miranda
0500972369



Eco. Mg. Luis Fabricio Lascano Pérez
1803521945

Ambato, 22 de noviembre de 2016

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realiza respetando mis derechos de autor.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'María Joaquina Villacís Guamán', enclosed within a blue oval scribble.

María Joaquina Villacís Guamán
C.I:1802833242

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi más profundo agradecimiento a Dios ya que me brindo la fortaleza para seguir el camino sin desmayar.

Un agradecimiento fraterno a mis padres y hermanos quienes han sido pilares fundamentales para el inicio y culminación de todas las actividades propuestas.

A la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, ya que me abrió las puertas, y por medio de sus docentes obtuve información necesaria para las actividades de mi vida académica

A mi director del proyecto de emprendimiento Ing. Mg. Juan Ramos, ya que me brindó los conocimientos necesarios durante todo el proceso de realización del presente proyecto.

A todos los docentes que he tenido la oportunidad de conocer en las aulas, y han brindado a sus alumnos sus conocimientos.

A todos y cada uno de ellos mis más sinceros agradecimientos.

María Joaquina

DEDICATORIA

Este triunfo en mi vida que es fruto de dedicación y esfuerzo constante se lo dedico a mis padres, hermanos, y a mi hijo Martin Emilio; quienes han sido mis principales cimientos para la construcción de mi vida profesional, brindándome de la manera más sutil consejos y deseos de superación. Ayudándome a realizar mis metas trazadas en la vida.

María Joaquina

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA	i
APROBACION DEL AUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DEL AUTOR.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
ABSTRACT	xviii
CAPÍTULO I.....	1
Planteamiento del Problema	1
1.1. Árbol de problemas.....	1
CAPÍTULO II.....	5
2.1. Descripción del emprendimiento	5
2.2. Localización geográfica	5
2.3. Justificación	5
2.4. Objetivos.....	6
2.5. Beneficiarios	6
2.6. Resultados alcanzados	7
CAPÍTULO III	8

ESTUDIO DE MERCADO	8
3.1. Descripción del producto, características y usos	8
3.2 Estudio de la demanda	12
3.2.1. Resultados de las encuestas aplicadas	13
3.2.2. Cálculo de la demanda	30
3.3. Estudio de la Oferta	31
3.4. Cálculo de la Oferta proyectada.....	33
3.5. Mercado potencial para el proyecto	33
3.6. Precios.....	34
3.7. Canales de comercialización.....	35
3.8. Canales de distribución	36
3.8.1 Función de los canales de distribución.....	36
3.9. Estrategias de Comercialización	37
CAPITULO IV	39
ESTUDIO TECNICO.....	39
4.1. Tamaño del emprendimiento	39
4.1.1. Factores determinantes del tamaño	39
4.1.2. Tamaño óptimo	40
4.2. Localización.....	40
4.2.1. Macro - localización.....	40
4.2.2. Micro – localización	40
4.3. Ingeniería del proyecto	42
4.3.1. Producto-proceso.....	43
4.3.3 Diagrama de flujo del proceso de producción de los almuerzos.....	56
4.3.4. Balance de materiales	57
4.3.5. Periodo operacional estimado de la planta	60

4.3.6. Capacidad de producción	60
4.3.7. Distribución de máquinas y equipo (Lay out)	61
CAPITULO V.....	62
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	62
5.1. Aspectos Generales	62
5.1.1. Aspecto legal	62
5.1.2 Nombre del restaurante	64
5.1.3. Logotipo	64
5.1.4. Misión.....	65
5.1.5. Visión	65
5.1.6. Valores	65
5.2. Diseño Organizacional.....	66
5.3. Estructura Organizativa	66
5.3.1. Organigrama Estructural de Vida Sana	66
5.4 Estructura funcional	67
5.4.1. Organigrama funcional.....	67
5.4.2. Organigrama de posición de Vida Sana	68
5.5. Manual de Funciones	69
CAPITULO VI.....	72
ESTUDIO FINANCIERO	72
6.1. Inversiones en Activos Fijos Tangibles	72
6.2. Inversiones en Activos Fijos Intangibles	73
6.3. Inversiones en Activos Circulantes o Capital de Trabajo.....	73
6.4. Resumen de las Inversiones	75
6.5. Financiamiento.....	75
6.6. Plan de Inversiones	76

6.7. Presupuestos de Gastos e Ingresos.....	77
6.7.1. Situación financiera actual	78
6.7.2. Situación Financiera Proyectada	79
6.7.3. Presupuestos de Ingresos.....	80
6.7.4. Estado de Resultados Proyectados	80
6.7.5. Flujo de Caja	81
6.8. Punto de equilibrio.....	82
69. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos	84
6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)	84
6.11 . Indicadores financieros	85
6.12 Tasa beneficio – costo.....	86
6.13 Periodo de recuperación de inversión	87
6.14 Tasa interna de retorno.....	88
6.15. Análisis de sensibilidad.....	89
CAPITULO VII.....	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
7.1. Conclusiones.....	90
7.2. Recomendaciones	91
CAPITULO VIII.....	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Usos de la pirámide alimenticia para los diabéticos	11
Tabla N° 2. Grupos de edad.....	12
Tabla N° 3. Género.....	14
Tabla N° 4. Edad	15
Tabla N° 5. Grupo al que pertenece	16
Tabla N° 6. Ingreso mensual	17
Tabla N° 7. Número de veces que consume alimentos fuera del hogar	18
Tabla N° 8. Momento del día de consumo de alimentos.....	19
Tabla N° 9. Tipo de comida que ordena.....	20
Tabla N° 10. Acompañantes a degustar alimentación.....	21
Tabla N° 11. Presencia de diabetes	22
Tabla N° 12. Presencia de enfermedades en familiares.....	23
Tabla N° 13. Tipo de negocio que acude.....	24
Tabla N° 14. Motivo de consumo fuera del hogar	25
Tabla N° 15. Disposición de consumir alimentos para personas diabéticas	26
Tabla N° 16. Aceptación del restaurante “VIDA SANA”.....	28
Tabla N° 17. Razones de la aceptación Si/No	29
Tabla N° 18. Cálculo de la demanda anual	30
Tabla N° 19. Cálculo de la Demanda histórica	31
Tabla N° 20. Cálculo de la demanda proyectada.....	31
Tabla N° 21. Oferta anual.....	32
Tabla N° 22. Cálculo de la Oferta histórica	33
Tabla N° 23. Cálculo de la Oferta anual.....	33
Tabla N° 24. Demanda insatisfecha	34
Tabla N° 25. Matriz FODA	37
Tabla N° 26. Factores internos	38
Tabla N° 27. Factores externos.....	38

Tabla N° 28. Vulnerabilidad.....	38
Tabla N° 29. Micro– localización.....	41
Tabla N° 30. Planificación del menú (lunes).....	43
Tabla N° 31. Planificación del menú (martes)	45
Tabla N° 32. Planificación del menú (miércoles).....	47
Tabla N° 33. Planificación del menú (jueves).....	49
Tabla N° 34. Planificación del menú (viernes).....	50
Tabla N° 35. Planificación del menú (sábado)	52
Tabla N° 36. Tabla de herramientas y equipos.....	55
Tabla N° 37. Manual de funciones del Gerente.....	69
Tabla N° 38. Manual de funciones del Chef	70
Tabla N° 39. Manual de funciones del mesero.....	71
Tabla N° 40. Activos Fijos Tangibles	72
Tabla N° 41. Depreciación de Activos Fijos Tangibles	72
Tabla N° 42. Activos Fijos Intangibles	73
Tabla N° 43. Costos materia prima	73
Tabla N° 44. Rol de pagos.....	74
Tabla N° 45. Capital de Trabajo.....	74
Tabla N° 46. Resumen de las Inversiones	75
Tabla N° 47. Tabla de Amortización del Préstamo	75
Tabla N° 48. Plan de Inversiones	76
Tabla N° 49. Gastos del restaurante Vida Sana.....	77
Tabla N° 50. Balance General	78
Tabla N° 51. Balance General Proyectado	79
Tabla N° 52. Presupuesto de Ingresos	80
Tabla N° 53. Estado de Resultados Proyectado	80
Tabla N° 54. Flujo de caja.....	81
Tabla N° 55. Costos Fijos y Variables	82
Tabla N° 56. Punto de equilibrio.....	83
Tabla N° 57. TMAR.....	84
Tabla N° 58. TMAR MIXTA.....	84
Tabla N° 59. Indicadores Financieros	85

Tabla N° 60. Beneficio/ Costo.....	87
Tabla N° 61. Recuperación de Inversión.....	87
Tabla N° 62. TIR	88
Tabla N° 63. Tiempo de funcionamiento del establecimiento	102
Tabla N° 64. Horario de atención al público	103
Tabla N° 65. Horario con mayor atención al público.....	104
Tabla N° 66. Clientes que acuden de forma frecuente	105
Tabla N° 67. Menú para personas con diabetes.....	106
Tabla N° 68. Requerimiento de alimento para personas con diabetes	107
Tabla N° 69. Tipo de comida que ordenan los clientes	108
Tabla N° 70. Personas que acompañan a los clientes.....	109
Tabla N° 71. Precio de venta por el menú.....	110
Tabla N° 72. Clientes que atiende diariamente	111
Tabla N° 73. Número de clientes atendidos diariamente	112
Tabla N° 74. Reconocimiento del establecimiento por la alimentación que brinda.	113

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Árbol del problema.	1
Gráfico N° 2. La Pirámide alimenticia del diabético y sus porciones	10
Gráfico N° 3. Género.....	14
Gráfico N° 4. Edad	15
Gráfico N° 5. Grupo al que pertenece	16
Gráfico N° 6. Ingreso mensual	17
Gráfico N° 7. Número de veces que consume alimentos fuera del hogar	18
Gráfico N° 8. Momento del día de consumo de alimentos.....	19
Gráfico N° 9. Tipo de comida que ordena.....	20
Gráfico N° 10. Acompañantes a degustar alimentación.....	21
Gráfico N° 11. Presencia de diabetes	22
Gráfico N° 12. Presencia de enfermedades en familiares	23
Gráfico N° 13. Tipo de negocio que acude	24
Gráfico N° 14. Motivo de consumo fuera del hogar	25
Gráfico N° 15. Disposición de consumir alimentos para personas diabéticas	26
Gráfico N° 16. Aceptación del restaurante “VIDA SANA”	28
Gráfico N° 17. Razones de la aceptación Si/No	29
Gráfico N° 18. Canales de comercialización.....	35
Gráfico N° 19. Función de los canales de distribución	36
Gráfico N° 20. Microlocalización	41
Gráfico N° 21. Diagrama de flujo del proceso de producción de la entrada, del plato principal y postre	56
Gráfico N° 22. Balance de materiales (Entrada)	57
Gráfico N° 23. Balance de materiales (Plato principal)	58
Gráfico N° 24. Balance de materiales (Postre).....	59
Gráfico N° 25. Distribución de máquinas y equipo (Lay out).....	61
Gráfico N° 26. Desarrollo del nombre del Restaurante.....	64
Gráfico N° 27. Logotipo de Vida Sana.....	65
Gráfico N° 28. Organigrama Estructural de Vida Sana.....	66
Gráfico N° 29. Organigrama funcional	67

Gráfico N° 30. Organigrama de posición de Vida Sana.....	68
Gráfico N° 31. Punto de equilibrio.....	83
Gráfico N° 32. Tiempo de funcionamiento del establecimiento	102
Gráfico N° 33. Horario de atención al público.....	103
Gráfico N° 34. Horario de atención al público.....	104
Gráfico N° 35. Clientes que acuden de forma frecuente	105
Gráfico N° 36. Menú para personas con diabetes	106
Gráfico N° 37. Requerimiento de alimento para personas con diabetes	107
Gráfico N° 38. Tipo de comida que ordenan los clientes.....	108
Gráfico N° 39. Personas que acompañan a los clientes.....	109
Gráfico N° 40. Precio de venta por el menú.....	110
Gráfico N° 41. Clientes que atiende diariamente	111
Gráfico N° 42. Número de clientes atendidos diariamente	112
Gráfico N° 43. Reconocimiento del establecimiento la alimentación que brinda....	113

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1. Encuesta 1.....	97
Anexo N° 2. Encuesta 2.....	100
Anexo N° 3. Tabulación de encuestas	102
Anexo N° 4. Proformas	114

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de desarrollar este proyecto surge de la realidad por la que se esta atravesando. En el Ecuador la diabetes constituye la segunda causa de muerte, es una enfermedad que aunque no tiene cura puede ser contralada; aquí es donde se puede intervenir, ayudando a que personas que la padecen puedan encontrar una alternativa saludable para poder seguir una dieta equilibrada aun estando fuera del hogar, al crear el restaurante contribuimos a la sociedad y dinamizamos la economía del país.

Por esta razón el emprendimiento presenta un estudio del mercado, en el cual se determina el nivel de aceptación para la implementación de un restaurante para personas diabéticas en la ciudad de Ambato, al mismo tiempo se descubrirá los gustos y preferencias de dicho mercado en crecimiento, con la finalidad de aplicar las respectivas estrategias de mercado.

Los resultados en el estudio de factibilidad evaluaron de manera técnica, administrativa y organizacional, obteniendo resultados positivos. El conjunto de resultados en las evaluaciones a las que fue sometida la idea de negocio determinan que la creación de un restaurante para diabéticos es factible a nivel técnico y económico con impacto positivo a la sociedad.

Por consecuencia se determina que la creación de un restaurante para personas diabeticas, es rentable, de tal manera que tienen gran aporte a la sociedad, porque presenta ventajas competitivas el negocio. Se destaca además la importancia del recurso humano en un proyecto en donde la atención al cliente es la base para el éxito.

PALABRAS CLAVES:

EMPRENDIMIENTO

EMPRESA DE SERVICIOS

RESTAURANTE PARA DIABÉTICOS

ABSTRACT

The idea of developing this project arises from the reality that is going through. In Ecuador, diabetes is the second cause of death, it is a disease that although it has no cure can be controlled; This is where you can intervene, helping people who suffer from it can find a healthy alternative to follow a balanced diet even while away from home, when creating the restaurant we contribute to society and energize the country's economy.

For this reason the venture presents a market study, which determines the level of acceptance for the implementation of a restaurant for diabetics in the city of Ambato, at the same time will discover the tastes and preferences of the growing market, With the purpose of applying the respective market strategies.

The results in the feasibility study evaluated in a technical, administrative and organizational way, obtaining positive results. The set of results in the evaluations to which the business idea was submitted determines that the creation of a restaurant for diabetics is feasible at a technical and economic level with a positive impact on society. Consequently it is determined that the creation of a restaurant for diabetic people, is profitable, in such a way that they have great contribution to society, because it presents competitive advantages the business. It also highlights the importance of human resources in a project where customer service is the basis for success.

KEYWORDS:

THE COMPANY

SERVICE COMPANY

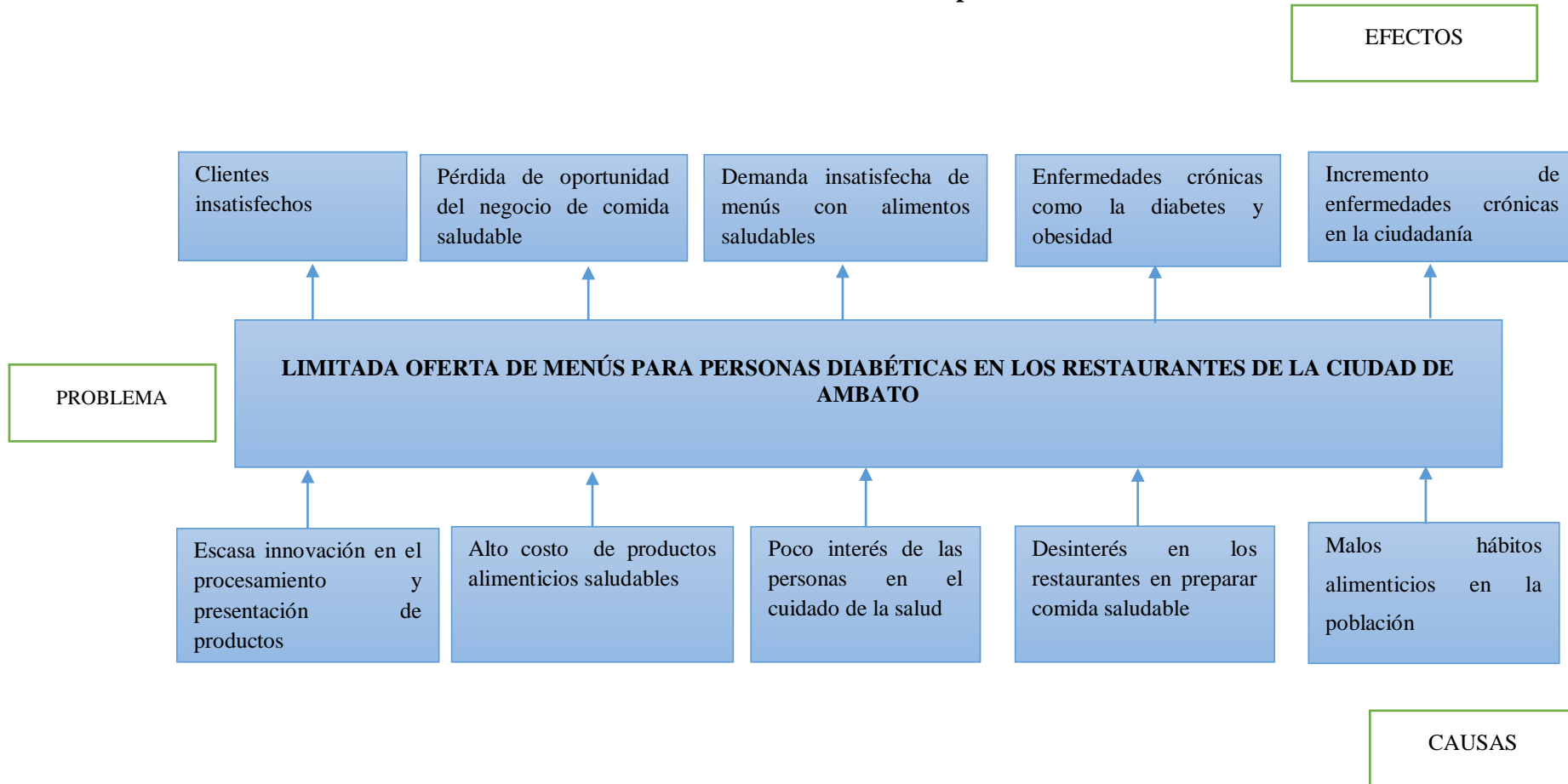
RESTAURANT FOR DIABETICS

CAPÍTULO I

Planteamiento del Problema

1.1.Árbol de problemas

Gráfico N° 1. Árbol del problema.



Elaborado por: María Villacís

Análisis del Problema

Día a día con la evolución de la sociedad y en el cada vez más exigente trabajo que todos los miembros del hogar deben efectuar se hace necesario obtener tiempo para realizar las tareas de cada persona en la sociedad en la que viven. Este tiempo se consigue por medio de la especialización de tareas y parte de ellas se refiere a la alimentación.

Tanto a nivel doméstico como en restaurantes y lugares de preparación de comida se nota la poca innovación en el procesamiento y en la presentación de productos alimenticios, ya que en muchas ocasiones las comidas pueden resultar muy repetitivas, provocando que el comensal se sienta insatisfecho con ellos.

Existen muchas personas que por situaciones de trabajo y de tiempo están en la obligación de comer fuera de casa; en donde en la mayoría de los restaurantes sirven el mismo menú prácticamente todos los días, con muy pocas variaciones y con la misma sazón. Esta oferta limitada a su vez es causada por el alto costo de algunos alimentos o productos alimenticios saludables, y es que como en la mayoría de la industria ecuatoriana se busca obtener los mayores beneficios aún a costa de sacrificar la calidad de los alimentos, y en otros casos inclusive tener poca gama de productos a ofrecer.

La cultura ecuatoriana presenta un escaso cuidado por su salud, especialmente en lo que se refiere a la alimentación; ya que es latente el consumo de comida rápida en las diferentes zonas de la urbe. Por lo tanto los negocios de comida poco saludable proliferan en gran medida y la demanda de productos saludables queda en una arista aislada.

El desconocimiento en el consumo proliferado de alimentos saturados en grasas y carbohidratos conduce a la población a sumergirse en diversas enfermedades crónicas. Hoy en día es común encontrar a personas que poseen enfermedades tales como la diabetes, sobrepeso, obesidad, etc., estas enfermedades son provocadas en la mayoría de las ocasiones por desinterés en los restaurantes en preparar comida

saludable, provocando así una demanda insatisfecha en el mercado.

Los malos hábitos alimenticios como comidas a destiempo y el consumo de productos saturados en lípidos; se han ido constituyendo en la rutina diaria para un gran número de la población ecuatoriana; en donde el gusto se sobrepone por los beneficios de alimentos saludables que conllevan a un mejor estilo de vida, libre de enfermedades cardiovasculares y crónicas como la diabetes.

En el caso de la diabetes, provoca la muerte de una persona en el mundo cada siete segundos en el 2012, traducida en 1,5 millones de muertes, lo cual indica la mortalidad de esta enfermedad. Adicionalmente 371 millones de personas padecían diabetes en este mismo año, de las cuales 187 millones todavía no saben que la tienen.

En América de Sur el 45% de las personas que tienen diabetes no han sido diagnosticadas, 26 millones de adultos la padecen y se espera un aumento del 51% de los casos de esta enfermedad en América del Sur. Han causado 236.328 muertes en el 2012, y esta cifra seguirá subiendo.

La Encuesta de Salud y Bienestar del Adulto Mayor, del año 2011, encontró una prevalencia de diabetes del 12,3% en las personas mayores de 60 años. En el año 2012 en el ámbito económico generó un gasto de 471.000 millones de dólares, de los cuales 21.900 millones corresponden a América Latina. Para hacer un comparativo, de acuerdo a (American Diabetes Association, 2014), el gasto médico de las personas que tienen diabetes es 2.3 veces más altos de las personas que no lo poseen. En Ecuador, al igual que en los países de América Latina, el problema es muy grave.

Según datos entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) durante el año 2015, en Ecuador 4.695 personas con diabetes fallecieron, cabe recordar que esta es la segunda causa de muerte general en el país. La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut) indicó que el 2,7% de la población ecuatoriana entre 10 y 59 años tiene diabetes, esta cifra sube al 10,3% entre las personas de 50 a 59 años.

En general, el 7% de la población ecuatoriana posee diabetes, cifra que se estima llegará al 10% en el año 2030 según el diario El Comercio (2015). La diabetes se presenta en todos los estratos de la sociedad, mayoritariamente en las poblaciones de baja y media clase, en donde se confirma un 80% de los casos. Ligado a la diabetes y demás enfermedades gastrointestinales se encuentra el estrés, ocasionado por la falta de tiempo que tienen las personas para realizar sus actividades diarias

CAPÍTULO II

2.1. Descripción del emprendimiento

Nombre del emprendimiento:

Restaurante “VIDA SANA”

2.2. Localización geográfica

Se indica el área geográfica donde se ubica el restaurante para personas diabéticas.

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Huachi Loreto

2.3. Justificación

En el Plan Nacional del Buen Vivir se busca recuperar la producción nacional de alimentos como base para el desarrollo rural sostenible, pero a la vez para garantizar la calidad de los alimentos en pro de la salud de los habitantes del país. Existen múltiples alimentos en el territorio nacional con propiedades nutritivas muy elevadas que permiten mantener una dieta saludable y equilibrada a costos razonables.

Uno de los problemas de las personas que padecen diabetes es el cambio de dieta debido a que no tienen suficiente conocimiento acerca de lo que pueden consumir e ignoran las recetas para preparar los platos deliciosos y saludables.

Este tema es importante ya que las personas que sobrellevan esta enfermedad de la

diabetes, podrán tener acceso a un restaurante de comida saludable para que puedan deleitar su paladar sin restricción para mejorar su estilo de vida en cuanto a la alimentación. Ya que los pacientes deben tener la precaución de saber que van a consumir, además una buena alimentación ayuda a controlar esta enfermedad.

En específico se busca crear un proyecto sobre un restaurante que oferte comida sana preparada de una manera adecuada con la finalidad de cuidar la salud y bienestar de la sociedad en la que las personas se desenvuelven. De esta manera los clientes beneficiarios podrán disfrutar de una excelente comida variada, deliciosa ajustada a su dieta y en un lugar acogedor.

2.4. Objetivos

Objetivo General

- ✓ Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante para personas diabéticas en la ciudad de Ambato.

Objetivos Específicos

- ✓ Elaborar un estudio de mercado para la creación del restaurante para personas diabéticas.
- ✓ Desarrollar un estudio técnico del proyecto que permita establecer el tamaño óptimo para la creación.
- ✓ Realizar un estudio financiero para conocer la factibilidad del proyecto.

2.5. Beneficiarios

- ✓ Personas que padezcan de diabetes y personas que deseen cuidar su salud.

2.6. Resultados alcanzados

Este trabajo presenta un estudio de mercado que determina el nivel de aceptación de un restaurante para personas diabéticas en la ciudad de Ambato, estudio de la oferta y la demanda así como también establecer precios y estrategias de comercialización.

A través del estudio técnico se busca determinar el tamaño y localización óptima del restaurante, procesamiento de productos, distribución de la maquinaria y equipos.

Con el estudio financiero se determina el presupuesto de gastos e ingresos, los estados de resultados y situación financiera con lo que posteriormente se evalúa la rentabilidad del proyecto.

El resultado del presente estudio es la identificación de la creación del restaurante, la rentabilidad que genera y el análisis de riesgo del negocio.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del producto, características y usos

Es importante establecer que para la creación del restaurante “VIDA SANA”, es necesario describir que una alimentación saludable previene de enfermedades, la cultura e información en lo referente a la alimentación es fundamental.

a) Alimentación

De acuerdo al autor Bueno (2015) “En lo relativo a la alimentación estamos condicionados por la cultura y la presión social, de ahí la dificultad de llevar una dieta saludable” (p.22), por lo descrito con respecto al tema, la educación para conocer como alimentarse es cuestión de dedicación y los resultados se verán en la salud.

Hay necesidad también de que en la creación del restaurante “VIDA SANA”, se considere que el producto tangible que se brinda (alimentos) esté en perfecta concordancia con el servicio, la concepción de servicio como una orientación con bienes intangibles, hace que la empresa también se preocupe por el beneficio que recibirá el consumidor, lo importante es lograr que el servicio para el cliente sea eficiente. Según Hartley (2014) afirma que: “son actividades o beneficios intangibles que una organización proporciona a los consumidores a cambio de dinero u otro valor.” (p.308)

b) Producto

Los productos se establecen en base a una dieta balanceada para las personas

diabéticas, el menú corresponde a los 6 días a la semana.

c) Características de la alimentación para los diabéticos

Uno de los factores más influyentes sobre los niveles de glucosa es la cantidad de hidratos de carbono que se consume en cada comida. Es decir, el nivel de glucosa se modificará, estará muy alto o muy bajo, dependiendo de la cantidad de hidratos de carbono que hayan sido ingeridos. Por eso, si cada día varía esa cantidad, el nivel de glucosa también lo hará.

El principal objetivo al preparar las comidas será mantener la misma cantidad de hidratos de carbono en cada una. Este objetivo debe llevarse a cabo siempre, más allá del tipo de diabetes que se padezca. Para lograrlo, será preciso tener un plan de acción o estrategia, que dé forma al menú diario y logre que se cumpla este objetivo.

Este plan de acción culinario se basa en el concepto de “porción”. Es decir, se trata de saber cuánto se debe comer de cada alimento. Con ese fin, desde el punto de vista de la educación diabetológica, los alimentos se congregan en 6 grupos y a cada uno de ellos les corresponde una determinada cantidad de porciones, que pueden ingerirse por día. Por eso, la pirámide alimenticia del diabético varía en relación con la pirámide que puede utilizar una persona sin este trastorno.

Los seis grupos de alimentos son:

1. Lácteos: ricos con proteínas y calcio. Se incluyen en este grupo la leche y sus derivados, el queso y el yogur.
2. Alimentos proteicos: ricos en proteínas, hierro y algunas vitaminas. Algunos contienen grasas saturadas. Se incluyen en este grupo la carne, los huevos y el pescado.
3. Alimentos hidrocarbonados, cereales y legumbres y tubérculos: es el grupo más conflictivo, se trata de cereales, derivados de azúcares y dulces, bebidas azucaradas, frutos secos, legumbres y tubérculos. Ricos en carbohidratos, aunque también en fibra, minerales y proteínas.

4. Frutas: ricas en vitaminas, minerales y algunas también en azúcar y fibra.
5. Verduras y hortalizas: fuente de vitaminas, minerales y fibra.
6. Grasas: poseen vitaminas, liposolubles y ácidos grasos esenciales. (Casalins, 2010, pág. 5)

Gráfico N° 2. La Pirámide alimenticia del diabético y sus porciones



(*) Raciones recomendadas en adultos (g por porción)

Fuente: (Casalins, 2010, pág. 5)

Las porciones indicadas en la pirámide sugieren la cantidad que, generalizando, puede ingerir una persona diabética para mantener una dieta equilibrada y complementaria con su problema de salud. No obstante, cada paciente deberá adecuarla a su necesidad concreta, con asesoramiento médico.

No se debe seleccionar siempre el mismo alimento de cada grupo sino que es preciso ir variando. Este paso no se relaciona con el deseo de dar forma a una dieta más atractiva y variada, sino que se basa en una realidad que pertenece al ámbito de la nutrición: no se deben tomar sistemáticamente porciones del mismo alimento de cada grupo, sino que se debe variar. La razón de esta regla es que los nutrientes no se encuentran uniformemente distribuidos en cada uno de los alimentos sino que cambian notablemente entre unos y otros, aunque se trate de alimentos de un mismo grupo. Además, cuanto más variada sea la alimentación, menor será la probabilidad de que se alojen toxinas y contaminantes naturales dentro del cuerpo.

Se toma por 1 porción a 10 g de hidratos de carbono, a 10 g de grasa o a 10 g de proteínas. (Casalins, 2010, pág. 5)

d) Usos

Los usos de la pirámide alimenticia para los diabéticos se detallan en dependencia de grupos de alimentos.

Tabla N° 1. Usos de la pirámide alimenticia para los diabéticos

Alimentación diaria permitida					
Número de porciones	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5
1					Verduras y hortalizas
4			Hidrocarbonados		
2		Alimentos proteicos			
2				Fruta	
Total: 9/620g					
Desayuno permitido					
Número de porciones	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5
1	Leche descremada 200ml (lácteos)				
2			Pan integral 40g		
1				Pera 200g	
Total: 4/240g					
Almuerzo permitido					
Número de porciones	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5
1/2					Acelga 100g
1/2					Lechuga y tomate 150g
1			papa 50g		
3			pan 60g		
2		carne magra 100g			
2				manzana 160g	
Total: 9/620g					

Fuente: (Casalins, 2010)

Elaborado por: María Villacís

3.2 Estudio de la demanda

Baca (2013) afirma que: “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (p.28)

La demanda es la cantidad de un bien o servicio que los compradores están dispuestos y tienen la capacidad de comprar.

Para identificar la demanda se procedió a investigar el segmento de la población, al cual se dirige este emprendimiento, para lo cual se consideran los siguientes datos:

Según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut) se expone que “En el Ecuador el 2,7% de la población ecuatoriana entre 10 y 59 años tiene diabetes, las personas de 50 a 59 años tienen un 10,3% más, las personas mayores de 60 años tienen una prevalencia de la enfermedad del 12,3%”. (Ministerio de Salud Pública, 2012).

El mayor porcentaje corresponde a los grupos de edad desde 50 a 59 años y de 60 años en adelante, por lo tanto, se toma en consideración estos grupos de edad para realizar el estudio.

Tabla N° 2. Grupos de edad

Grupo de edad	Ciudad Ambato			Porcentaje (%)		Población		Total
	Área urbana	Área rural	Total población	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
De 50 a 59 años	14.878	1030	15.908	9,7	10,76	7.542	8.366	
De 60 años en adelante	18.330	1.377	19.707	13,19	15,58	9.035	10.672	
Total			35.615			16.577	19.038	35.615

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: María Villacís

a) Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra para la demanda se utiliza la siguiente fórmula:

Dónde:

n= Muestra

N= Universo

Z= nivel de confianza 1.96

P= probabilidad de aceptación 50%

q= probabilidad de rechazo 50%

$$n = \frac{z^2 PqN}{e^2(N - 1) + z^2 Pq}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 35.615}{(0.05)^2 (35.615 - 1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

n= 380

Por lo tanto, en el estudio de la demanda, se realiza las encuestas dirigidas al segmento de los grupos de edad correspondientes de 50 a 59 años y de 60 años en adelante, de acuerdo al cálculo efectuado en la muestra.

3.2.1. Resultados de las encuestas aplicadas

Del cuestionario aplicado para la totalidad de la muestra (380) personas, los siguientes son los resultados obtenidos.

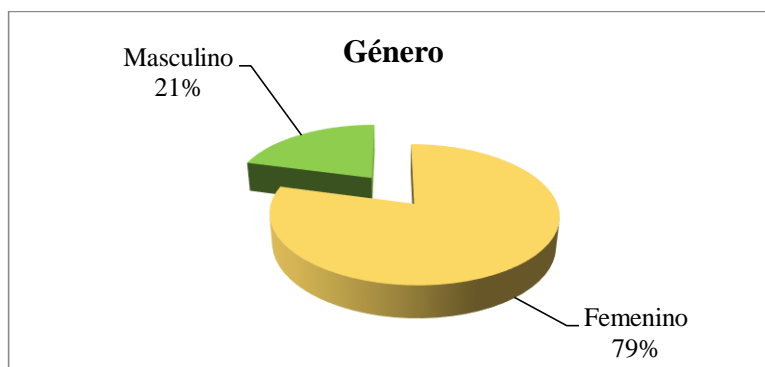
Pregunta N° 1.- Género

Tabla N° 3. Género

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	81	21
Femenino	299	79
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 3. Género



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Con respecto al género se determinó que la mayoría corresponden al género femenino (79%), mientras que la minoría (21%) masculino, el dato es interesante porque más adelante se observan las diferencias con respecto a los gustos en la alimentación de acuerdo al género.

Pregunta N° 2.- Edad

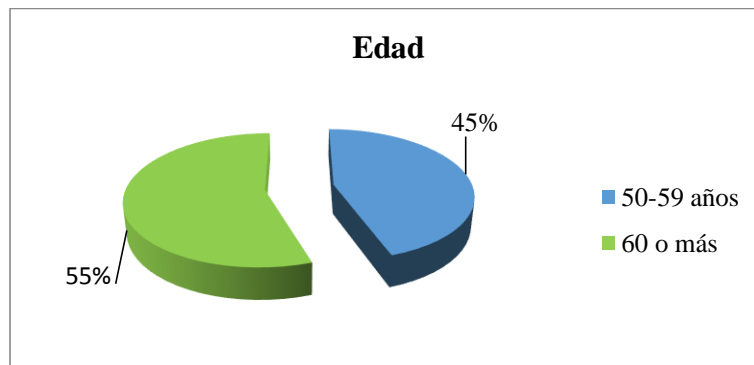
Tabla N° 4. Edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
50-59 años	170	45
60 o más	210	55
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 4. Edad



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Con respecto a la edad, el mayor porcentaje corresponde a las personas de 60 años y más (55%), mientras que el (45%) corresponde a las personas de 50-59 años de edad.

Las edades que se analiza en esta muestra, servirán para realizar conclusiones sobre el segmento de mercado objetivo para el restaurante “VIDA SANA”, puesto que es una variable importante para relacionar también con la capacidad de pago o el comportamiento en el consumo de alimentos.

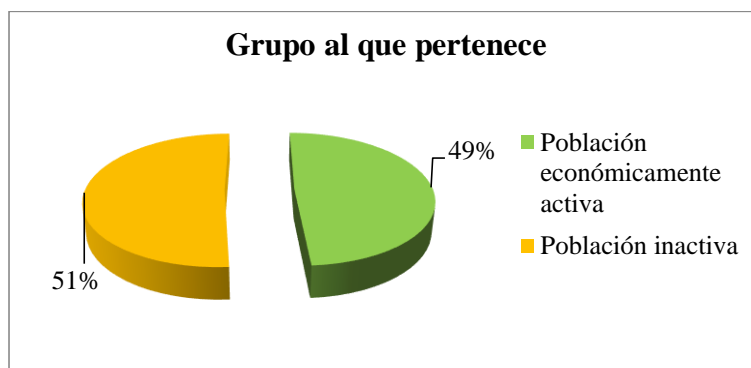
Pregunta N° 3.- Mencione a que grupo pertenece

Tabla N° 5. Grupo al que pertenece

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Población económicamente activa	186	49
Población inactiva	194	51
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 5. Grupo al que pertenece



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Se determina que la mayoría de las personas son inactivas, es decir el 51% no trabaja y el 49% se dedica alguna actividad, la inactividad se refiere a que son amas de casa, rentistas o personas jubiladas, la actividad económica actual de las personas que trabajan sirve para determinar también su capacidad de ingresos y su predisposición de compra en el restaurante “VIDA SANA”.

Pregunta N° 4.- ¿Su ingreso mensual oscila?

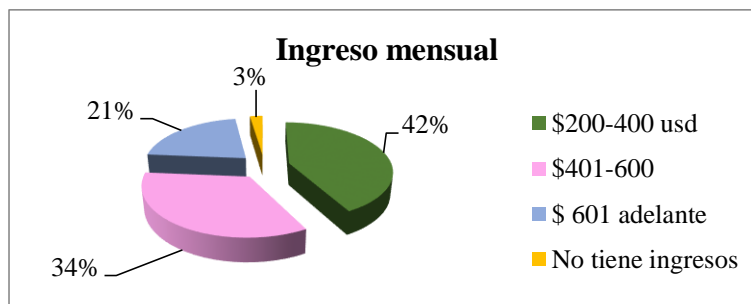
Tabla N° 6. Ingreso mensual

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$200-400	160	42
\$401-600	130	34
\$ 601 adelante	81	21
No tiene ingresos	9	2
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 6. Ingreso mensual



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

El mayor ingreso es de 200 a 400 dólares, (42%) de las personas encuestadas, es decir que tienen un salario básico, su capacidad adquisitiva da la referencia de la estructura de sus ingresos, este aspecto es clave para que se realice cualquier compra en el mercado, las personas que tienen un mayor rango de sueldo se ubican en un porcentaje menor.

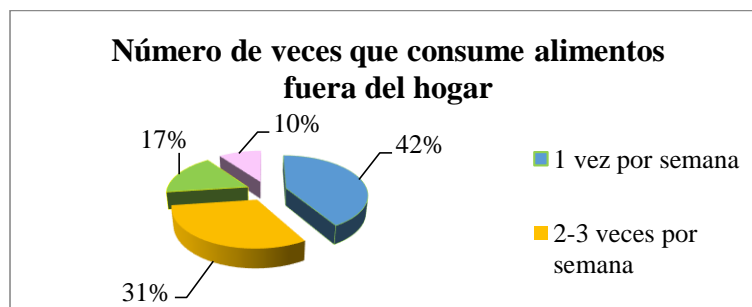
Pregunta N° 5.- ¿Cuántas veces usted sale a consumir alimentos fuera de su hogar?

Tabla N° 7. Número de veces que consume alimentos fuera del hogar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 vez por semana	158	42
2-3 veces por semana	119	31
Todos los días	65	17
Nunca	38	10
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 7. Número de veces que consume alimentos fuera del hogar



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

El porcentaje con mayor relevancia es el que se refiere a una vez por semana (42%), esto significa que hay una recurrencia en acudir a los restaurantes de la ciudad, las veces que las personas consumen alimentos fuera del hogar se considera la frecuencia para el cálculo de la demanda para el restaurante “VIDA SANA”.

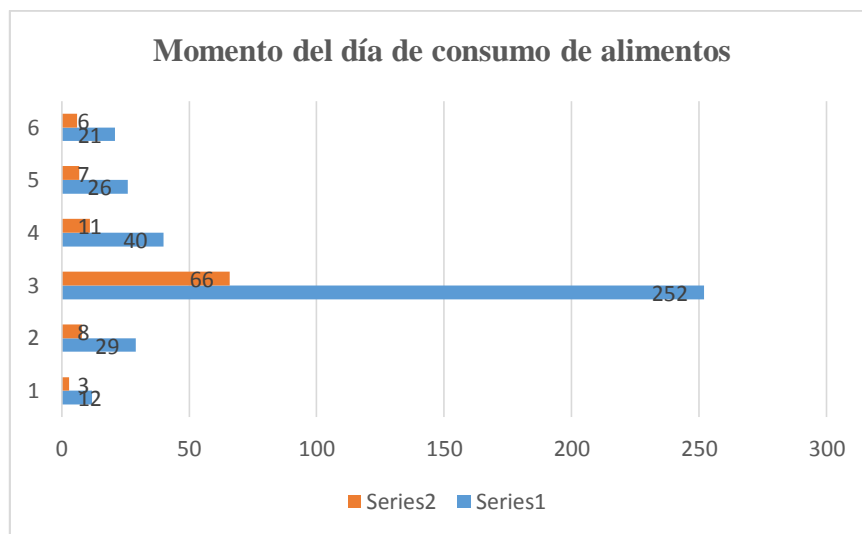
Pregunta N° 6.- ¿En qué momento del día usted consume alimentos fuera de su hogar?

Tabla N° 8. Momento del día de consumo de alimentos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno	12	3
Media mañana	29	8
Almuerzo	252	66
Merienda	40	11
Ninguno	26	7
Desayuno/Almuerzo/merienda	21	6
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 8. Momento del día de consumo de alimentos



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Con respecto al momento del día en que consumen alimentos, se determina que es el periodo del almuerzo, la que mayormente se utiliza por parte de las personas encuestadas, por lo que esta frecuencia se convierte en un referente para el restaurante “VIDA SANA”.

Pregunta N° 7.- ¿Qué tipo de comida normalmente ordena?

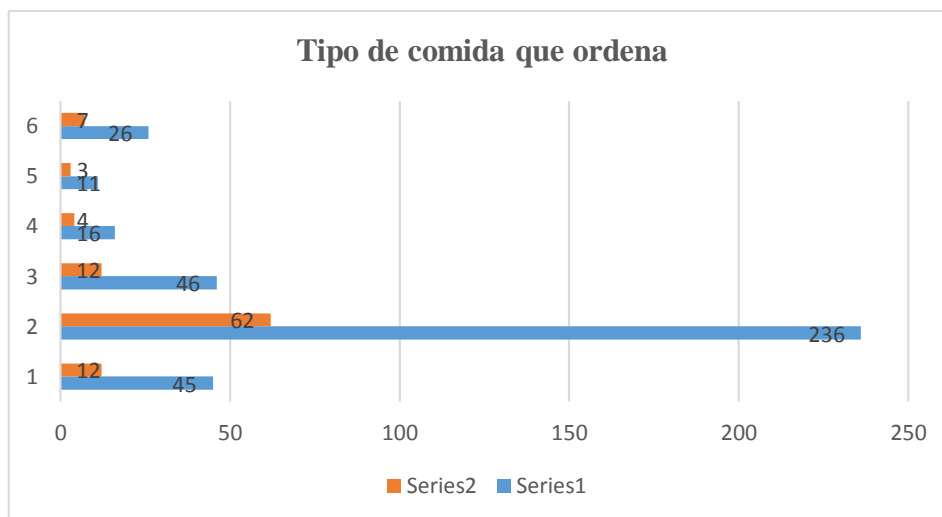
Tabla N° 9. Tipo de comida que ordena

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Rápida	45	12
Casera	236	62
Vegetariana	46	12
Frutas	16	4
Platos fuertes	11	3
Ninguna	26	7
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 9. Tipo de comida que ordena



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Se determina que la comida que más apetecen las personas sin importar el rango de edad es la comida casera (62%), las personas buscan la comida saludable y que tenga una composición muy similar a la que se prepara en el hogar, es interesante observar que el consumo de frutas no es apetecido, siendo la comida rápida de mucha preferencia por las personas encuestadas.

Pregunta N° 8.- ¿Normalmente usted con cuantas personas sale a degustar comida en restaurantes?

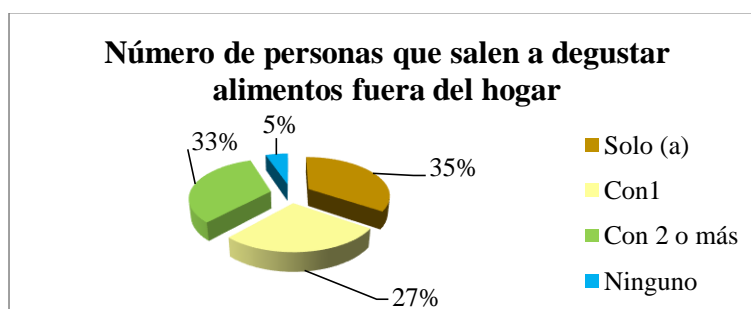
Tabla N° 10. Acompañantes a degustar alimentación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo (a)	131	34
Con 1	104	27
Con 2 o más	125	33
Ninguno	20	5
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 10. Acompañantes a degustar alimentación



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas de las personas encuestadas, se determina que salen a degustar la alimentación frecuentemente solos, (34%), seguidamente las personas que acompañan son dos o más, este aspecto es determinante para analizar más adelante la capacidad de atención del restaurante “VIDA SANA”.

Pregunta N° 9.- ¿Es usted diabético (a)?

Tabla N° 11. Presencia de diabetes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	182	48
No	198	52
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 11. Presencia de diabetes



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

De las personas encuestadas el mayor número y porcentaje no tienen la enfermedad es de 52%, mientras que el 48% si son diabéticos (as), esta muestra es representativa y sirve para analizar la posible aceptación del restaurante “VIDA SANA”.

Una alimentación sana y equilibrada en la vida diaria de las personas diabéticas servirá para mejorar su calidad de vida, este hábito alimenticio repercutirá en llevar la enfermedad de manera menos negativa y con mayor optimismo.

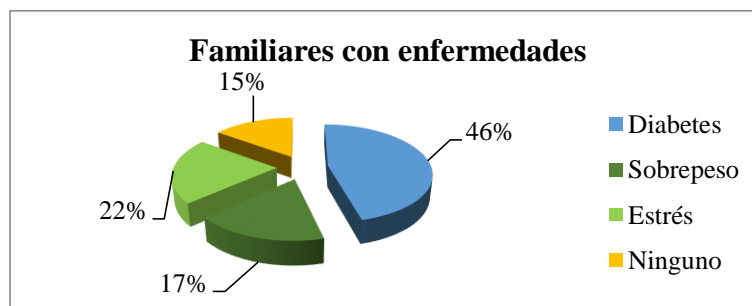
Pregunta N° 10.- ¿Usted o alguien de su familia inmediata (núcleo familiar) sufre de alguna de las siguientes enfermedades?

Tabla N° 12. Presencia de enfermedades en familiares

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diabetes	175	46
Sobrepeso	66	17
Estrés	82	22
Ninguno	57	15
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 12. Presencia de enfermedades en familiares



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Con respecto a la presencia de enfermedades en los familiares, el 46% de las personas encuestadas manifestaron que tienen relación con aquellas, la diabetes y el estrés son las enfermedades más mencionadas, el ritmo acelerado en el trabajo impacta en la salud de las personas.

Pregunta N° 11.- ¿A qué tipo de negocio usted acude cuando consume alimentos fuera de su hogar?

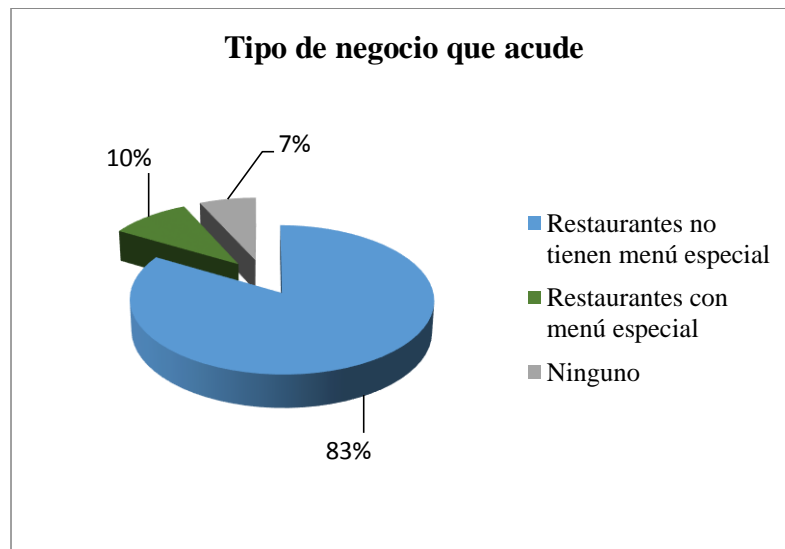
Tabla N° 13. Tipo de negocio que acude

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Restaurantes no tienen menú especial	317	83
Restaurantes con menú especial	37	10
Ninguno	26	7
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 13. Tipo de negocio que acude



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Las personas encuestadas en su mayor parte, recurren a restaurantes que no tienen menú especial para las personas diabéticas, son pocas las personas que se preocupan por su salud al ingerir alimentos sanos, el sabor y la presentación de los alimentos rápidos son aspectos que llaman la atención de los comensales; los restaurantes con menú especial son apetecidos por su diferencia en la combinación de alimentos.

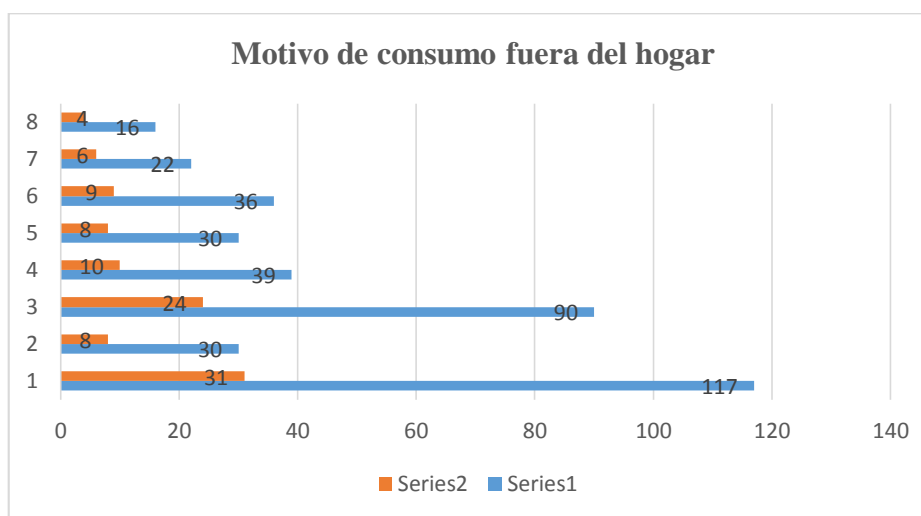
Pregunta N° 12.- ¿Por qué motivo usted consume comida preparada fuera de su domicilio?

Tabla N° 14. Motivo de consumo fuera del hogar

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Obligado por el trabajo	117	31
Precios	30	8
Sabor	90	24
Salud	39	10
Ninguno	30	8
No tiene tiempo	36	9
Por gusto	22	6
Vive solo	16	4
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 14. Motivo de consumo fuera del hogar



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

Las personas que manifiestan que consumen alimentos fuera del hogar, obligados por su trabajo corresponde a un porcentaje medianamente elevado, en comparación a las demás opciones, el sabor de los alimentos es un aspecto que tiene relación con el consumo fuera del hogar, así como la falta de tiempo para preparar los alimentos.

13.- ¿Usted estaría dispuesto a consumir sus alimentos en un restaurante donde se ofrezca alimentación para personas diabéticas?

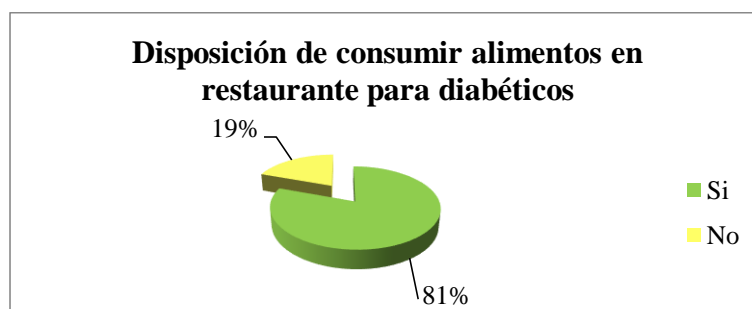
Tabla N° 15. Disposición de consumir alimentos para personas diabéticas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	306	81
No	74	19
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 15. Disposición de consumir alimentos para personas diabéticas



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

La disposición de consumir alimentos en el restaurante “VIDA SANA”, es altamente satisfactoria, por lo que se observa la predisposición de las personas encuestadas a acudir a un sitio donde se ofrezca un menú saludable.

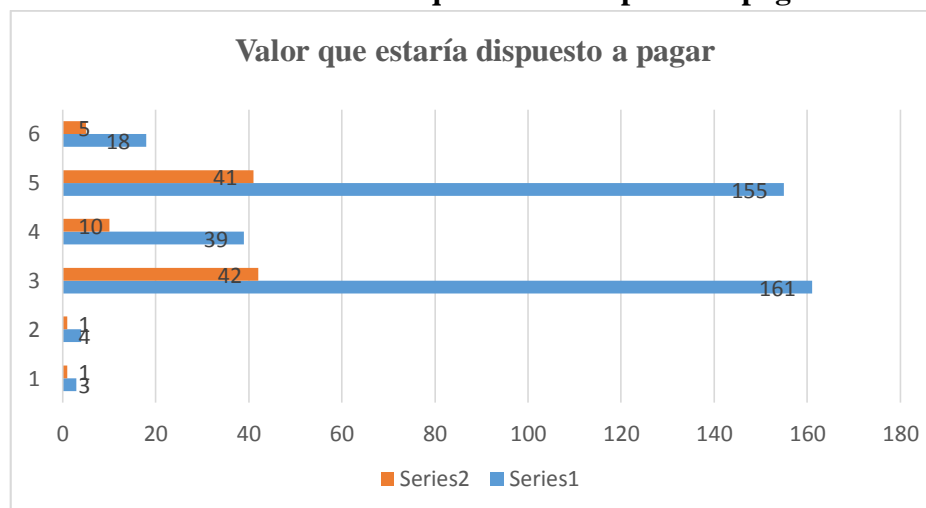
Pregunta N° 14.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un almuerzo nutritivo?

Tabla N° 16. Valor que estaría dispuesto a pagar

Alternativas (\$)	Frecuencia	Porcentaje
2,00	3	1
2,50	4	1
3,00	161	42
4,00	39	10
4,50	155	41
Ningún valor	18	5
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 16. Valor que estaría dispuesto a pagar



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado por: María Villacís

Interpretación

El precio que estarían dispuestos a pagar la mayoría de las personas encuestadas es de \$3,00, seguidamente el valor de \$4,50 es también el de aceptación, valores más altos son minoritarios en la aceptación. La capacidad adquisitiva está en relación directa con esta respuesta, pues en anteriores preguntas se determinó su ingreso mensual.

Pregunta N° 15.- ¿Considera que el crear un restaurante para personas diabéticas en la ciudad de Ambato, tendrá aceptación en el mercado?

Tabla N° 16. Aceptación del restaurante “VIDA SANA”

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	97
No	12	3
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 16. Aceptación del restaurante “VIDA SANA”



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

El porcentaje de aceptación en el mercado sobre el restaurante para personas diabéticas es alto ya que las personas encuestadas respondieron favorablemente (97%), estas personas a pesar de consumir en restaurantes que no tienen un menú especial para diabéticos, preferirían acudir a un restaurante con un menú especial, este aspecto es positivo para la creación del restaurante “VIDA SANA”.

Pregunta N° 15.1. ¿Por qué?

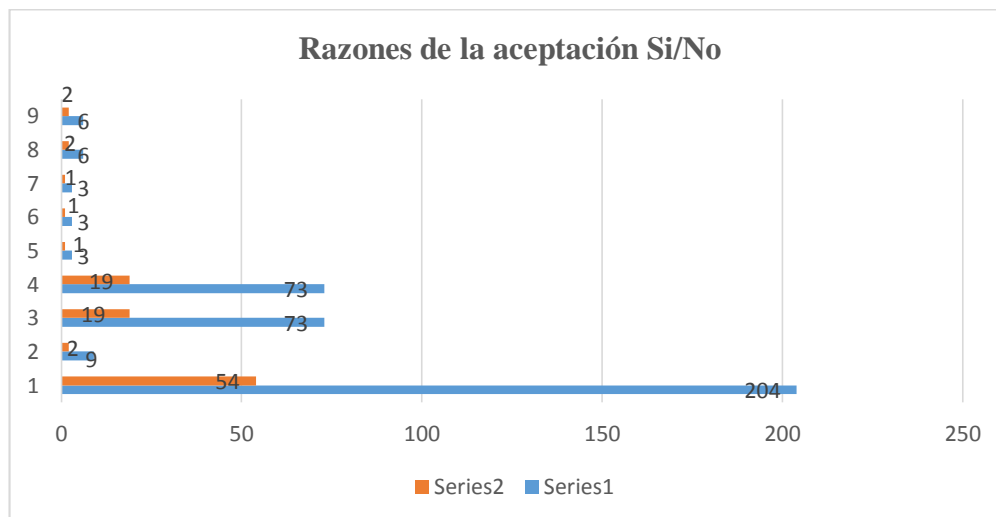
Tabla N° 17. Razones de la aceptación Si/No

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Razón del Si/Por salud	204	54
Razón del Sí/Probar algo diferente/nuevos sabores	9	2
Razón del Si/No hay este servicio en la ciudad	73	19
Razón del Si/Hay muchas personas con esta enfermedad	73	19
Razón del Si/Se está haciendo conciencia de no comer comida chatarra	3	0.8
Razón del Si/Ayudaría a personas que no tienen tiempo de preparar estos alimentos	3	0.8
Razón del Sí/Existe gran acogida	3	0.8
Razón del No/La gente prefiere comidas rápidas	6	2
Razón del No/ Economía baja	6	2
Total	380	100

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 17. Razones de la aceptación Si/No



Fuente: Encuestas aplicadas (2016)

Elaborado por: María Villacís

Interpretación

La mayoría de las personas encuestadas respondieron que acudirían al restaurante “VIDA SANA”, por salud y porque no hay este servicio en la ciudad, aspecto que tiene relación con la aceptación en el mercado de este tipo de emprendimiento.

3.2.2. Cálculo de la demanda

La disponibilidad de adquirir el producto se determina de acuerdo a la preguntas de la encuesta número 5 ¿Cuántas veces usted sale a consumir alimentos fuera de su hogar?, la pregunta 6 ¿En qué momento del día usted consume alimentos fuera de su hogar?, y la pregunta número 9 ¿Es usted diabético?.

Se determina que la cantidad de personas diabéticas consultadas, tienen la predisposición de consumir de acuerdo al número de veces que visitan los restaurantes, el cálculo de la demanda se especifica en el siguiente cuadro. Es decir, la demanda es de 21019 para el año 2016.

Tabla N° 18. Cálculo de la demanda anual

Número de veces que acude	N° personas diabéticas	Cantidad de productos	Cantidad de mensual	Demanda mensual/ almuerzos	Demanda anual/ almuerzos
1 vez por semana	90	Almuerzo	4	360	4320
2-3 veces por semana	56	Almuerzo	8	448	5376
Todos los días	36	Almuerzo	26	936	11323
Nunca	0	Almuerzo	0	0	0
	182			872	21019

Fuente: Encuestas aplicadas a la población (2016)
Elaborado: María Villacís

De acuerdo a las respuestas obtenidas a la encuesta, la compra de este producto con respecto al año 2013 fue de 19.589 almuerzos, para el año 2014 fue de 20.176 almuerzos y para el año 2015 fue de 20.721 almuerzos. La cantidad de demanda para el año 2017 es de 21294,00 almuerzos.

Tabla N° 19. Cálculo de la Demanda histórica

DEMANDA HISTORICA		
Años	Periodo	Demanda de almuerzos
2013	1	19589
2014	2	20176
2015	3	20721
Total	6	60486

Fuente: Encuestas aplicadas (2016)
Elaborado: María Villacís

Para el cálculo de la demanda proyectada se utilizó la fórmula de mínimos cuadrados.

Tabla N° 20. Cálculo de la demanda proyectada

DEMANDA PROYECTADA		
Años	Periodo	Demanda de almuerzos
2017	4	21294
2018	5	21861
2019	6	22427
2020	7	22993
2021	8	23559

Fuente: Bibliográfica
Elaborado: María Villacís

3.3. Estudio de la Oferta

La oferta es la cantidad del bien o servicio que los vendedores pueden y quieren vender.

Según Baca (2013) afirma que: “Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (p. 54)

Es el diseño o configuración del servicio a ofrecer al cliente. La oferta a partir de un claro entendimiento del segmento del mercado al cual se dirige, buscando plasmar el beneficio o beneficios más adecuados a través de unos servicios principales, complementarios y/o suplementarios. (Lescano, 2014, pág. 120)

La oferta del producto alimenticio (almuerzos) aumenta de forma rápida, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos, en la estructura del gasto de consumo de los hogares del área urbana, destinan el 24,4% de los ingresos familiares. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011).

Para el cálculo de la oferta se investigó que de acuerdo a la cifra proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, existen en la ciudad de Ambato, un total de 1.839 establecimientos, de alojamiento y comidas. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010), y existe en la ciudad 4 establecimientos vegetarianos, por sus características similares se procedió a investigar. De igual forma se determina que las personas con diabetes en el Ecuador representan el 2,7% (Ministerio de Salud Pública, 2012), por lo tanto, el número de personas diabéticas es de 9979 en la ciudad.

En la oferta se considera las respuestas de los propietarios de los establecimientos encuestados, especialmente, las que se refieren al precio, número de clientes y tipo de menú que ofrecen.

Tabla N° 21. Oferta anual

Año	Población proyectada de Ambato	Número de personas con diabetes	*Cantidad de venta promedio diario	*Venta anual	Cantidad de oferta anual
2016	369578	9978.606	31	8060	8060
2015	365072	9856.944	30	7800	7800
2014	360544	9734.688	30	7800	7800
2013	356009	9612.243	26	6760	6760

Fuente: Bibliográfica

Elaborado: María Villacís

*Dato proporcionado por la competencia

3.4. Cálculo de la Oferta proyectada

Tabla N° 22. Cálculo de la Oferta histórica

Año	Periodo	Oferta de almuerzos	Periodo por oferta de almuerzos	Periodo al cuadrado
2013	1	6760	6760	1
2014	2	7800	15600	4
2015	3	7800	15600	9
2016	4	8060	32240	16
	10	30420	70200	30

Fuente: Empresas de la competencia
Elaborado: María Villacís

Los datos proporcionados por la competencia (4 restaurantes en la ciudad de Ambato), se refieren a que en el año 2013, vendieron 6760 almuerzos, para el año 2014 vendieron 7800 almuerzos, para el año 2015 fueron 7800 almuerzos y en el año 2016 fueron 8060 almuerzos, con esta oferta histórica se procede a calcular la proyección de la oferta.

Tabla N° 23. Cálculo de la Oferta anual

Año	Periodo	Oferta anual
2017	5	4680
2018	6	3510
2019	7	2340
2020	8	1170

Fuente: Bibliográfica
Elaborado: María Villacís

La cantidad de oferta para el año 2017 es de 4680 almuerzos de venta del producto.

3.5. Mercado potencial para el proyecto

Galindo (2011) afirma que: “Cuando el cliente no adquiere el producto o servicio

esperado se genera la demanda insatisfecha, la cual genera la oportunidad de nuevos oferentes en el mercado.” (p.62)

El mercado es el conjunto de personas que tienen poder adquisitivo, para satisfacer sus múltiples necesidades, adquiriendo bienes y servicios ofrecidos en el mismo. Se determina que la cantidad de demanda para el proyecto se calcula de la oferta y a demanda de la oferta obtenida a través de la proyección realizada anteriormente. Es decir, para el año 2017 se proyecta atender con 15783 almuerzos anuales.

Tabla N° 24. Demanda insatisfecha

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha	Total de Almuerzos
2017	4680	21294,00	16614,00	15783
2018	3510	21861,00	17181,00	16322
2019	2340	22426,20	17746,20	16859
2020	1170	22993,20	18313,20	17398
2021	1015	23560,20	18880,20	17936

Fuente: Encuestas aplicadas y competencia (2016)
Elaborado: María Villacís

3.6. Precios

El precio es el valor monetario de un producto o servicio. En las empresas lucrativas, el precio es una serie de las funciones más importantes, ya que de su correcto establecimiento depende de la aceptación del producto del mercado, así como las utilidades de las empresas. La política de precios y la segmentación se relacionan y deben permitir la recuperación de los costos y la obtención de rendimientos. Los precios están condicionados por diversos factores: la demanda del producto, el tipo de cliente, la competencia y los costos que resultan de su fabricación. Existen tres formas usuales para determinar los precios: maximización de utilidades, liderazgo en el mercado y liderazgo en calidad. Generalmente la determinación del precio depende de las características y recursos de la organización y de su posición en el mercado. (Munch et al, 2012, pág. 171)

La determinación del precio para la venta del producto es referencial, de acuerdo a los valores que la competencia tiene para los almuerzos. De otro lado en las encuestas realizadas a la población, se investigó para determinar el precio. Analizando las frecuencias más altas de las alternativas propuestas se realiza un promedio, dando como resultado de 3,75 dólares.

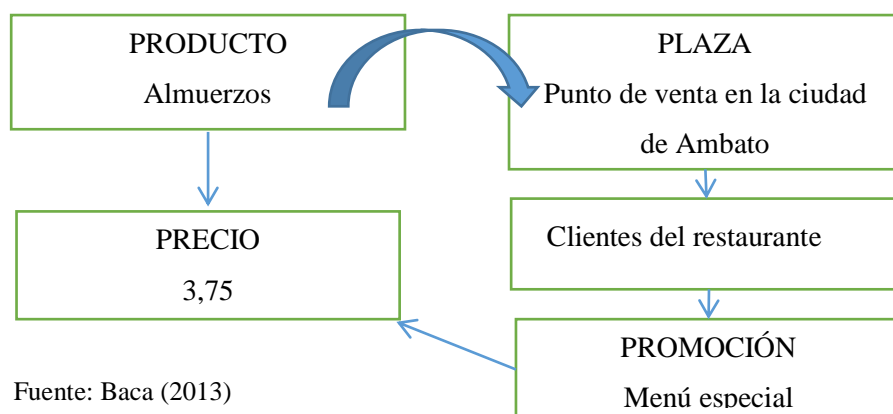
3.7. Canales de comercialización

Baca (2013) afirma que: “Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar el bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”(p.64)

En los canales de comercialización se señalan los principales aspectos y estrategias relacionadas con los cuatro elementos que conforman la mezcla del marketing.

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción

Gráfico N° 18. Canales de comercialización



Fuente: Baca (2013)

Elaborado por: María Villacís

El canal de comercialización es el establecimiento en donde se atenderá a los clientes, en esta cadena de comercialización se considera una relación bidireccional con los clientes.

3.8. Canales de distribución

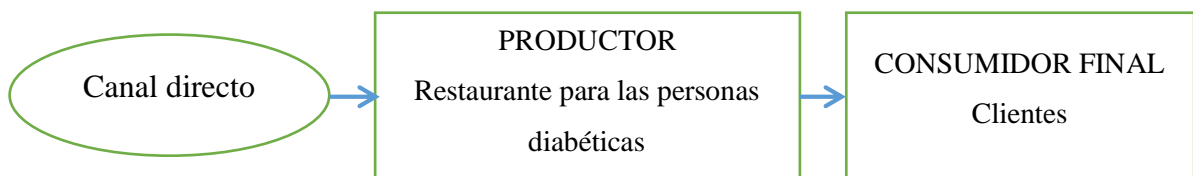
Según Fischer & Espejo (2011) afirma que: “El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que llevan los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.” (p.160)

3.8.1 Función de los canales de distribución

El beneficio del lugar se refiere a llevar un producto cerca del consumidor para que este no recorra grandes distancias para obtenerlo y satisfacer así una necesidad. El beneficio del lugar tiene dos vertientes: la primera favorece la compra de productos al estar muy cerca del consumidor que no está dispuesto a realizar un gran esfuerzo por obtenerlos; la segunda, considera la existencia de productos exclusivos (los cuales deben encontrarse sólo en ciertos lugares), en este caso, el consumidor si está dispuesto a realizar un esfuerzo en mayor o menor grado para obtenerlo. (Kotler & Keller, 2012)

El canal de distribución que utiliza el restaurante es directo siendo una ventaja para el negocio porque se tendrá un contacto inmediato con el cliente donde se podrá escuchar sugerencias, inquietudes y posibles necesidades.

Gráfico N° 19. Función de los canales de distribución



Fuente: Fisher & Espejo (2011)
Elaborado por: María Villacís

3.9. Estrategias de Comercialización

Las estrategias son los caminos de acción de los que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos. En la elaboración del plan de marketing, se establecerán una o varias estrategias a seguir, claramente definidas, que permitan que la empresa se posicione de forma ventajosa en el mercado y frente a la competencia. (Valdivia, 2015)

A través de las estrategias se alcanzan los objetivos, para ello se establece que acciones hay que seguir considerando aspectos relacionados al público objetivo, las variables del marketing y el presupuesto.

Tabla N° 25. Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
Alimentación saludable	Personas diabéticas de la ciudad de Ambato	Imagen desconocida	Productos alimenticios sustitutos
Cantidad de pedidos	Participación en el mercado	Débil reconocimiento en el mercado	Hábitos de consumo individual
Calidad del menú	Captación de nuevos clientes		Inflación del país
Capital propio	Lograr mayor cobertura en la ciudad		
Motivación por el emprendimiento			

Fuente: Valdivia (2015)

Adaptado por: María Villacís

Se procede a identificar los factores internos y externos descritos en la matriz FODA, se considera los factores internos como: factor humano, ventas, tecnológico y financiero. En los factores externos se detalla: Político, económico, leyes.

Tabla N° 26. Factores internos

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Humano	Motivación por el emprendimiento	
Tecnológico	Cantidad de pedidos	
Financiero	Capital propio	
Gestión administrativa	Calidad del menú	Imagen desconocida
	Alimentación saludable	Débil reconocimiento en el mercado

Fuente: Valdivia (2015)

Adaptado por: María Villacís

Tabla N° 27. Factores externos

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aspecto política pública	Personas diabéticas de la ciudad de Ambato	
Legal		Productos alimenticios sustitutos
Económico	Participación en el mercado	
	Captación de nuevos clientes	
	Lograr mayor cobertura en la ciudad	
	Inflación del país	
Sociales		Enfermedades infecto-contagiosas
		Hábitos de consumo individual

Fuente: Valdivia (2015)

Adaptado por: María Villacís

Tabla N° 28. Vulnerabilidad

VULNERABILIDAD	CRUCE DE VARIABLES	ESTRATEGIAS
Amenaza/Debilidad	Hábitos de consumo individual/ Imagen desconocida	Impulsar el reconocimiento de la marca del restaurante
Amenaza/Debilidad	Productos alimenticios sustitutos/ Débil reconocimiento en el mercado	Diseñar un plan de atención al cliente de forma permanente, con menú variado.

Fuente: Valdivia (2015)

Adaptado por: María Villacís

CAPITULO IV

ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico es importante porque se conocerá el tamaño, localización, materia prima, materiales y equipos necesarios para el restaurante.

4.1. Tamaño del emprendimiento

4.1.1. Factores determinantes del tamaño

A continuación se detalla algunos factores que determinaran el tamaño del emprendimiento.

a) Materia Prima

Un factor importante es la adquisición de materia prima la cual no presenta problemas para su adquisición ya que el restaurante se ubica cerca del mercado mayorista, mercado américa donde se podrá obtener toda clase de verduras, frutas, legumbres, lácteos, carnes y más.

b) Tecnología

La tecnología es importante ya que la variedad de equipos y materiales existentes en la industria alimenticia hace que la preparación sea más rápida, eficiente y saludable con esto se logrará minimizar los tiempos de preparación y se obtendrá un mayor rendimiento.

c) Financiamiento

La disponibilidad de los recursos financieros es importante para poner en marcha el restaurante el 64,74% de la inversión inicial es con recursos propios y el restante es financiado con una institución bancaria que otorgue mejores beneficios.

d) Mano de obra

La mano de obra para el restaurante es: chef, mesero y persona administrativa, el personal estará capacitado para la elaboración de los menús saludables que brindará el restaurante.

4.1.2. Tamaño óptimo

El tamaño óptimo es la capacidad instalada mínima que tiene el restaurante, la misma que se obtiene con la demanda insatisfecha, siendo de 16614

4.2. Localización

Para la localización del restaurante Vida Sana tenemos la ventaja de contar con un establecimiento propio, adecuado y con todos los servicios básicos.

4.2.1. Macro - localización

El restaurante estará ubicado en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, se indica dónde estará ubicado el restaurante.

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Huachi Loreto

4.2.2. Micro – localización

Para el estudio de la micro – localización del restaurante se utilizó el método de ponderación que se detalla a continuación.

Tabla N° 29. Micro– localización

Factor (1- 5)	Peso	Isla Seymour		Pichincha		Los Héroes y Letamendi	
		Calificació n	Ponderació n	Calificació n	Ponderació n	Calificació n	Ponderació n
Acceso a vías de comunicación principales	0,15	3	0,45	4	0,6	5	0,75
Transporte público	0,20	4	0,8	5	1	5	1
Servicios básicos	0,20	4	0,8	5	1	5	1
Afluencia de personas	0,20	2	0,4	3	0,6	4	0,8
Local propio	0,20	1	0,2	1	0,2	5	1
Valor del alquiler	0,05	5	0,25	5	0,25	1	0,05
TOTAL	1,00		2,9		3,65		4,6

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: María Villacís

El restaurante se ubica en la calle Los Héroes y Letamendi, de acuerdo a la puntuación obtenida.

Gráfico N° 20. Microlocalización



Fuente: Google Earth
Elaborado por: María Villacís

4.3. Ingeniería del proyecto

El restaurante prepara menús especiales para personas diabéticas o para personas que quieren cuidar su salud para lo cual requiere de algunas etapas.

a) Selección de materia prima

Con respecto a la materia prima la selección se realizara de acuerdo a la elaboración de los diferentes menús, se ubicaran en grupos de alimentos balanceados acorde a lo que pueden comer las personas que sufren de diabetes, para lo cual se subdividen en 6 grupos los cuales son:

- Leche, yogurt y queso
- Pescado, legumbres, carnes y huevos
- Verduras
- Azúcar y aceite de oliva
- Frutas
- Pan, cereales, arroz, pastas y tubérculos

b) Abastecimiento

El abastecimiento de la materia prima para los menús se lo realiza una vez por semana esto requiere de mucha responsabilidad y control para evitar los desperdicios.

c) Producción

La materia prima es procesada de acuerdo al menú de cada día con el control y la calidad de cada menú

d) Comercialización

En esta etapa se lleva el producto terminado a los consumidores para su deguste.

4.3.1. Producto-proceso

Los menús que se realiza en el restaurante son diferentes y variados para cada día de la semana los cuales se detallan a continuación:

Tabla N° 30. Planificación del menú (lunes)

LUNES				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 200				
TIPO	ENTRADA	TIEMPO	15 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Ensalada especial para diabéticos	Lechuga	300	gr.
		Pechuga de pollo	200	gr.
		Vinagre	0,005	gr.
		Aceite de oliva	0,015	gr.
		Limón	10	gr.
		Perejil picado	22,5	gr.
		Sal	7	gr.
		Pimienta	7	gr.
	ELABORACIÓN			
1. Salpimenta la pechuga y se hace a la parrilla				
2. Trocear la lechuga.				
3. Mezclar todos los ingredientes, se aliñar con el vinagre, la sal y la pimienta.				
4. Incorporan los huevos duros cortados en mitades y se adorna con el perejil picado.				
BENEFICIOS				
Este plato es rico en carbohidratos de absorción lenta y en fibra, además de presentar un alto contenido en proteínas de excelente calidad que garantizan una curva de glucemia suave y prolongada.				

PERSONAS 4				
CALORÍAS 200				
TIPO	PLATO PRINCIPAL	TIEMPO	40 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Crema de coliflor y zapallos			
		Coliflor	500	gr.
		Leche	0,01	gr.
		Papas	300	gr.
		Zapallos	300	gr.
		Aceite de oliva	0,01	gr.
		Cebolla	100	gr.
		Sal	7	gr.
		Pimienta	7	gr.
		Limón	10	gr.

ELABORACIÓN	
1. Se pelan, se lavan y se cortan las hortalizas.	
2. Se sofríe la cebolla. Luego, se añade la leche, la coliflor, los calabacines y las patatas troceadas.	
3. Se agrega leche hasta lograr la textura deseada. Después, se rectifica la sal y la pimienta.	
4. Finalmente, se sirve la crema caliente, acompañada de unos trocitos de pan tostado.	
BENEFICIOS	
Este plato está especialmente indicado para aquellas personas que son más reacias al consumo de hortalizas, ya que resulta muy apetitoso. (Dalmau, 2012)	

PERSONAS 4				
TIPO	POSTRE	TIEMPO	45 minutos	
NOMBRE	Crema fría de fresas	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
		Fresas	500	g.
		Yogures naturales	800	g.
		Edulcorante	0,03	g.
ELABORACIÓN				
1. Batir las fresas junto con los yogures y el edulcorante.				
2. Triturar hasta obtener una crema lo más fina y homogénea posible.				
3. Introducir durante una hora en la nevera para servir la crema bastante fría. (Laia, 2015)				
BENEFICIOS				
La fresa es una fruta muy sabrosa y poco calórica. Contiene pectina, que ayuda a disminuir las LDL. Su contenido en vitamina C es elevado y además es diurética.				

NUTRIENTES Y APORTES POR RACIÓN					
Energía (kcal)	144,5	Lípidos(g)	5,3	Vitamina A (ug)	6,125
Proteínas (g)	4,8	AGS (g)	0,85	Retinol (ug)	0,45
Hidratos de carbono (g)	17,95	AGM (g)	3,1	Carotenos (ug)	33,75
Azúcares sencillos (g)	15,65	AGP (g)	0,975	Vitamina E (mg)	0,7
Almidón (g)	0,275	Colesterol (mg)	2,5	Biotina(ug)	6,125
Fibra vegetal (g)	2,875	Vitamina B1 (mg)	0,125	Magnesio (mg)	35,25
Fibra soluble (g)	0,725	Vitamina B12 (ug)	0,125	Cinc (mg)	0,7
Fibra insoluble (g)	2,175	Vitamina C (mg)	66,5	Cromo (ug)	10,25

Tabla N° 31. Planificación del menú (martes)

MARTES				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 200				
TIPO	ENTRADA	TIEMPO	30 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Crema fría de pepinos	Pepino	500	g.
		Cebolla	150	g.
		Ajo	35	g.
		Aceite de oliva	0,015	g.
		Limón	10	g.
ELABORACIÓN				
1. Pelar el pepino, el ajo y la cebolla y cortar todos los ingredientes en trozos				
2. Batir todos los ingredientes, menos el eneldo, triturar por un par de minutos.				
3. Poner la mezcla en la nevera para servir fría y antes de hacerlo espolvorear el eneldo.				
BENEFICIOS				
La fibra de la receta ayuda a contrarlar la asimilación de los carbohidratos. El magnesio potencia el efecto de la insulina. (Laia, 2015)				

PERSONAS		4		
CALORÍAS		200		
TIPO	PLATO PRINCIPAL	TIEMPO	45 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Crema de Hongos			
		Champiñones u hongos	500	g.
		Cebolla	270	g.
		Caldo de pollo	750	g.
		Aceite de oliva	0,015	g.
ELABORACIÓN				
1. Cortar los champiñones (u hongos) y la cebolla.				
2. Sofreír la cebolla añadir el champiñón añadir el caldo de pollo a la mezcla, y cocinar 5 minutos.				
3. Batir toda la mezcla con un poco de nata líquida durante unos segundos. (Laia, 2015)				
BENEFICIOS				
El champiñón (u hongo) es baja en calorías y grasas. Su aporte en minerales es considerable. Por esta característica es muy utilizado en las dietas de control de peso. (Laia, 2015)				

PERSONAS 4				
CALORÍAS 200				
TIPO	POSTRE	TIEMPO	15 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Montadito de piña	Canapés integrales	150	g.
		Piña	1000	g.
		Queso parmesano	30	g.
		Mantequilla	10	g.
		Clavo en polvo	20	g.
ELABORACIÓN				
1. Se untan los canapés con un poco de mantequilla y se gratinan en el horno por las dos caras.				
2. Las tostadas, se cubren con piña. Se espolvorea con el queso rallado y el clavo poner al horno 5 minutos.				
3. Se sirven bien calientes. (Dalmau, 2012)				
BENEFICIOS				
La piña se caracteriza por sus contenidos de vitaminas C, B1,B6, ácido fólico y minerales como el sodio, potasio, calcio, magnesio y hierro, es baja en calorías, hace que sea una fruta ideal para la dieta.(Laia, 2015)ç				

NUTRIENTES Y APORTES POR RACIÓN					
Energía (kcal)	125,75	Lípidos(g)	5,85	Vitamina A (ug)	28
Proteínas (g)	3,4	AGS (g)	1,125	Retinol (ug)	0,45
Hidratos de carbono (g)	14,25	AGM (g)	3,75	Carotenos (ug)	165,5
Azúcares sencillos (g)	14	AGP (g)	0,675	Vitamina E (mg)	1,125
Almidón (g)	0,205	Colesterol (mg)	2,5	Biotina(ug)	3,425
Fibra vegetal (g)	1,3	Vitamina B1 (mg)	0,08	Magnesio (mg)	17,975
Fibra soluble (g)	0,525	Vitamina B12 (ug)	0,125	Cinc (mg)	0,55
Fibra insoluble (g)	0,775	Vitamina C (mg)	9,8	Cromo (ug)	18,25

Tabla N° 32. Planificación del menú (miércoles)

MIERCOLES				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 300				
TIPO	ENTRADA	TIEMPO	90 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Ensalada de lenteja	Lentejas	400	g.
		Papas	300	g.
		Cebolla	100	g.
		Zanahoria	75	g.
		Diente de ajo	35	g.
		Aceite de oliva	0,01	g.
		Sal	7	g.
		Pimienta	7	g.
		ELABORACIÓN		
1. Se ponen las lentejas a remojo unas seis horas en agua fría.				
2. Se pela y se trocea la cebolla; se hace lo mismo con la zanahoria.				
3. Sofríe la cebolla con el ajo, hasta que esté ligeramente dorada. En ese momento, se agrega la zanahoria.				
4. Se incorporan las lentejas escurridas y se cubre con agua se añaden las papas peladas y troceadas.				
BENEFICIOS				
Las lentejas ayudan ante las enfermedades cardiacas ya que disminuyen los niveles de colesterol debido a su contenido en fibra, fitatos y al ser muy pobres en lípidos o grasa. (Dalmau, 2012)				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 300				
TIPO	PLATO PRINCIPAL	TIEMPO	3 horas	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Crema de tomate			
		Tomate	600	g.
		Pepino	150	g.
		Pimiento rojo	270	g.
		Cebolla	60	g.
		Ajo	35	g.
		Aceite de oliva	0,01	g.
		Vinagre	0,005	g.
		Sal	7	g.
ELABORACIÓN				
1. Lavar el tomate, el pepino y el pimiento, después, pelar la cebolla, el pepino, el tomate y el ajo.				
2. En un recipiente poner agua, aceite, vinagre y sal e introducir todos los ingredientes troceados, dejar marinar.				
3. Pasado un tiempo retirar el jugo del marinado y picar los ingredientes en una batidora. (Laia, 2015)				

BENEFICIOS
El aporte de minerales de la receta es elevado, tanto en botina, como magnesio y cromo. Sumados a la fibra, es un plato que ayuda a controlar la concentración de azúcar en sangre. (Laia, 2015)

PERSONAS 4				
CALORÍAS 300				
TIPO	POSTRE	TIEMPO	10 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Manzana y coco	Copos de avena	75	g.
		Coco rallado	20	g.
		Manzana	30	g.
		Limón	5	g.
ELABORACIÓN				
1. Hervir los copos de cereales y el coco rallado a fuego lento durante 2 minutos en 190 ml de agua.				
2. Lavar y cuartear las manzanas, cortar a tiras y sazonar con el zumo de limón. (Szwilius & Fritzsche, 2006)				
BENEFICIOS				
La manzana reduce los niveles de colesterol en la sangre gracias a las sustancias que posee tales como la metionina y pectina. (Szwilius & Fritzsche, 2006)				

NUTRIENTES Y APORTES POR RACIÓN					
Energía (kcal)	256,5	Lípidos(g)	9,2	Vitamina A (ug)	626,25
Proteínas (g)	6,55	AGS (g)	1,55	Retinol (ug)	0
Hidratos de carbono (g)	34,5	AGM (g)	5,5	Carotenos (ug)	3512,75
Azúcares sencillos (g)	86,75	AGP (g)	1,275	Vitamina E (mg)	2,775
Almidón (g)	2,175	Colesterol (mg)	0	Biotina(ug)	3,3
Fibra vegetal (g)	5,025	Vitamina B1 (mg)	0,18	Magnesio (mg)	34,5
Fibra soluble (g)	1,925	Vitamina B12 (ug)	0	Cinc (mg)	0,7
Fibra insoluble (g)	3,075	Vitamina C (mg)	120,75	Cromo (ug)	34,75

Tabla N° 33. Planificación del menú (jueves)

JUEVES				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 230				
TIPO	ENTRADA	TIEMPO	15 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Ensalada huerta y mar	Apio	10	g.
		Atún	160	g.
		Tomates	300	g.
		Aceite de oliva	0,005	g.
		Vinagre	0,005	g.
		Sal	7	g.
		Pimienta	7	g.
	ELABORACIÓN			
1. Lavar el apio, los tomates y corta en trozos pequeños				
3. Se mezcla todo y se aliña al gusto con el aceite y el vinagre.				
3. Al final, se añaden el atún desmenuzado.				
BENEFICIOS				
El tomate es fuente abundante de antioxidantes reduce el colesterol y protege el corazón disminuye los niveles de colesterol LDL y los triglicéridos en la sangre.(Dalmau, 2012)				

PERSONAS 4				
CALORÍAS 230				
TIPO	PLATO PRINCIPAL	TIEMPO	40 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Crema de Alcachofas			
		Alcachofas	1200	g.
		Leche	0,01	g.
		Aceite de oliva	0,005	g.
		Cebolla	100	g.
		Harina	20	g.
		Limón	20	g.
		Ajo	35	g.
		Sal	7	g.
		Pimienta	7	g.
		Limón	5	g.
ELABORACIÓN				
1. Limpiar las alcachofas, cocinar durante 20 minutos en abundante agua con sal.				
2. Sofreír la cebolla añadir la harina y remover.				
3. Verter el puré en la sartén con la cebolla, y cocinar a fuego lento cinco minutos más.				
BENEFICIOS				
Las alcachofas contienen fitonutrientes, cinarina y silimarina, dos antioxidantes que promueven la producción de bilis y fortalecen el hígado. (Dalmau, 2012)				

POSTRE				
TIPO	POSTRE	TIEMPO	10 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Pan con queso y albaricoque	Queso fresco	200	g.
		Albaricoques secos	50	g.
		Pan integral	120	
		Germen de trigo	5	g.
ELABORACIÓN				
1. Endulzar el queso fresco al gusto. Trocear finamente los albaricoques y mezclarlos con el queso fresco.				
2. Hacer bolas con la masa de queso y colocarlas sobre el pan. Cubrir con el germen de trigo y el albaricoque restante.				
BENEFICIOS				
Los albaricoques son ricos en vitamina A, la cual se encarga de proteger nuestra vista. (Szwilius & Fritzsche, 2006)				

VALORES NUTRITIVOS POR RACIÓN					
Energía (kcal)	280	Grasas (g)	3	Fibra (g)	7
Proteínas (g)	23	Carbohidratos (g)	36		

Tabla N° 34. Planificación del menú (viernes)

VIERNES				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 200				
TIPO	ENTRADA	TIEMPO	30 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Ensalada de atún	Lechuga	300	g.
		Aguacate	225	g.
		Tomates	300	g.
		Atún	150	g.
		Aceite de oliva	0,005	g.
		Limón	10	g.
		Sal	7	g.
		Pimienta	7	g.
	ELABORACIÓN			
1. Se lava bien la lechuga el tomate, y trocear.				
2. Cortar el aguacate en rodajas y se incorpora a la ensalada junto con el atún bien escurrido.				

BENEFICIOS				
El aguacate es alto en Beta-sitosterol, un compuesto que ha demostrado mantener los niveles de colesterol bajos, contiene grasa mono insaturada, la cual reduce el colesterol LDL. (Laia, 2015)				

PERSONAS 4				
TIPO	PLATO PRINCIPAL	TIEMPO	1 hora	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Crema de lentejas y zanahoria	Lentejas	200	g.
		Zanahoria	150	g.
		Papas	180	g.
		Apio	10	g.
		Pimiento verde	800	g.
		Laurel	10	g.
		Ajo	35	g.
ELABORACIÓN				
1. Lavar las lentejas y colocar en una olla esta debe cubrir las lentejas por completo.				
2. Pelar las zanahorias y las papas, lavarlas y cortarlas.				
3. Añadir en una olla el apio, pimiento, hoja de laurel, ajo y aceite de oliva.				
BENEFICIOS				
El pimiento es un vegetal muy rico en sustancias antioxidantes, por lo que protege de padecer enfermedades cardíacas, entre otras. (Laia, 2015)				

PERSONAS 4				
TIPO	POSTRE	TIEMPO	15 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Musli de cítricos	Avena integral	700	g.
		Azúcar	0,005	g.
		Mandarinas sin pepitas	170	g.
		Requesón	200	g.
		Edulcorante líquido	0,015	g.
ELABORACIÓN				
1. Tostar ligeramente la avena en una sartén sin grasa. Espolvorearlos con azúcar.				
2. Pelar las mandarinas, cortarlas a gajos y trocear éstos guardando su jugo.				
3. Mezclar el requesón con el jugo de las mandarinas.				
4. Añadir edulcorante al gusto y cubrir con los copos de avena y la fruta. (Szwilius & Fritzsche, 2006)				

BENEFICIOS

La mandarina es un cítrico que tiene una serie de beneficios para la salud, como la prevención del cáncer y el aumento de peso.

NUTRIENTES Y APORTES POR RACIÓN

Energía (kcal)	308	Lípidos(g)	11,95	Vitamina A (ug)	550,75
Proteínas (g)	15,525	AGS (g)	3,1	Retinol (ug)	40,75
Hidratos de carbono (g)	29,25	AGM (g)	6,45	Carotenos (ug)	3,032
Azúcares sencillos (g)	4,275	AGP (g)	1,45	Vitamina E (mg)	2,3
Almidón (g)	24,975	Colesterol (mg)	11,85	Biotina(ug)	2,475
Fibra vegetal (g)	10,775	Vitamina B1 (mg)	0,325	Magnesio (mg)	83,75
Fibra soluble (g)	1,025	Vitamina B12 (ug)	0,18	Cinc (mg)	2,15
Fibra insoluble (g)	1,25	Vitamina C (mg)	32,25	Cromo (ug)	6,15

Tabla N° 35. Planificación del menú (sábado)

SABADO				
PERSONAS 4				
CALORÍAS 290				
TIPO	ENTRADA	TIEMPO	45 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Entremés de papas	Papas	800	g.
		Champiñones	200	g.
		Cebolla	100	g.
		Mantequilla	50	g.
		Limón	20	g.
		Aceite de oliva	0,01	g.
		Vino blanco	50	ml.
		Queso	50	g.
		Sal	7	g.
		Pimienta	7	g.

ELABORACIÓN				
1. Lavar las papas y cocinar con la piel, pelar la cebolla, lavar los tomates y los champiñones.				
2. Se rocían los champiñones con el jugo de limón para que mantengan su color.				
3. En una sartén a fuego medio, se funde la mantequilla y se rehoga el tomate y la cebolla por 5 min.				
4. Se incorporan los champiñones y se riega con el vino blanco. Se agrega el queso blanco troceado.				
5. Se retiran las papas del fuego, se enfrían y se cortan en rodajas.				
6. Se disponen las papas en una fuente previamente regada con el aceite.				
7. Se colocan encima los champiñones en su salsa.				
BENEFICIOS				
El potasio que contiene la cebolla favorece la eliminación del exceso de líquidos, además múltiples minerales y oligoelementos como potasio, fosforo, calcio sodio y azufre. (Dalmau, 2012)				

PERSONAS 4				
CALORÍAS 290				
TIPO	PLATO PRINCIPAL	TIEMPO	30 minutos	
		INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
NOMBRE	Caldo de pescado	Pescado	300	
		Tomates	150	g.
		Ajo	35	g.
		Perejil	22,5	g.
		Margarina	30	g.
		Sal	7	g.
		Pimienta	7	g.
		Vino blanco	100	ml.
ELABORACIÓN				
1. Colocar en una olla el tomate triturado y el pescado. Se riega con el vaso de vino.				
2. Incorporar el agua, y se deja cocer a fuego lento unos 20 minutos.				
3. Antes de retirar el caldo del fuego, se prueba y se rectifica la sal y la pimienta.				
BENEFICIOS				
El pescado e rico en proteínas de muy alto valor nutritivo aportando todos los aminoácidos esenciales necesarios para formar y mantener los órganos, tejidos y el sistema de defensa frente a infecciones y agentes externos. (Dalmau, 2012)				

PERSONAS 4				
TIPO	POSTRE	TIEMPO	45 minutos	
NOMBRE	Crema fría de fresas	INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD
		Fresas	500	g.
		Yogures naturales	800	g.
		Edulcorante	0,03	g.
ELABORACIÓN				
1. Batir las fresas junto con los yogures y el edulcorante.				
2. Triturar hasta obtener una crema lo más fina y homogénea posible.				
3. Introducir durante una hora en la nevera para servir la crema bastante fría. (Laia, 2015)				
BENEFICIOS				
La fresa es una fruta muy sabrosa y poco calórica. Contiene pectina, que ayuda a disminuir las LDL. Su contenido en vitamina C es elevado y además es diurética.				

NUTRIENTES Y APORTES POR RACIÓN					
Energía (kcal)	144,5	Lípidos(g)	5,3	Vitamina A (ug)	6,125
Proteínas (g)	4,8	AGS (g)	0,85	Retinol (ug)	0,45
Hidratos de carbono (g)	17,95	AGM (g)	3,1	Carotenos (ug)	33,75
Azúcares sencillos (g)	15,65	AGP (g)	0,975	Vitamina E (mg)	0,7
Almidón (g)	0,275	Colesterol (mg)	2,5	Biotina(ug)	6,125
Fibra vegetal (g)	2,875	Vitamina B1 (mg)	0,125	Magnesio (mg)	35,25
Fibra soluble (g)	0,725	Vitamina B12 (ug)	0,125	Cinc (mg)	0,7
Fibra insoluble (g)	2,175	Vitamina C (mg)	66,5	Cromo (ug)	10,25

4.3.2. Descripción de equipos y herramientas

Los equipos y herramientas que se utilizan en el restaurante Vida Sana están valorados en 10,364.91 dólares.

Tabla N° 36. Tabla de herramientas y equipos

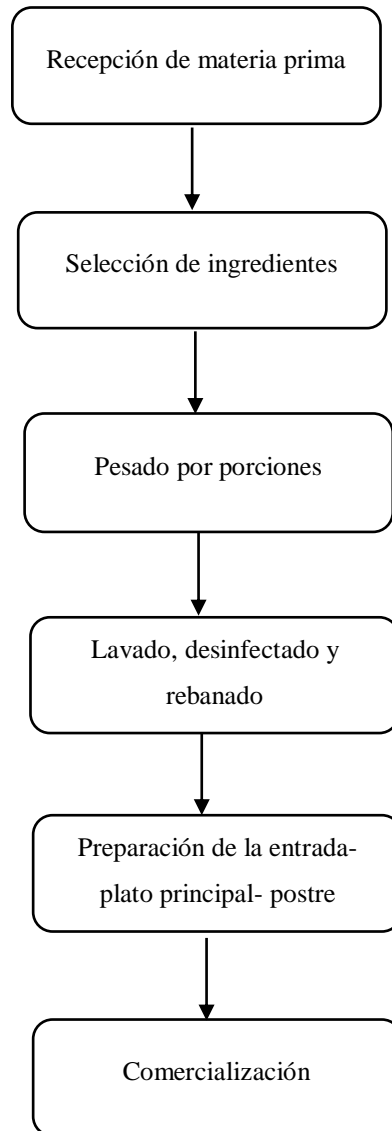
Equipos y Herramientas	Cantidad	Características	Precio unitario	Precio total
Cocina Industrial	1	150 x 50 cm	201,00	201,00
Horno industrial	1	48 x 54 cm	500,00	500,00
Refrigeradora	1	RI-385	1,308.00	1,308.00
Batidora	2	Industrial Oster	108,45	216,89
Congelador	1	CI-200	1,200.00	1,200.00
Balanza	1	ACU-ACS-1	200,00	200,00
Licuadaora	3	Oster	87,21	261,63
Extractor de olores	1	CI 900	392,19	392,19
Cilindros de gas	3	azul	72,67	218,00
Extintor de fuego	3	5 lb	10,83	32,49
Caja mostrador	1	1.60 x 1 m	327,00	327,00
Mesa de madera para la cocina	2	1.60 x 1.00 m	105,00	210,00
Juego de comedor	12	1.60 x1.00 m	218,00	2,616.00
Juego de ollas	5	N° 38	64,44	322,19
Mini componente	1	LG CM 4350 3000 W	503,00	503,00
Total Maquinaria y equipos				8,508.39
1 Juego de cuchillos	3	Tramontina	14,84	44,51
Tablas de picar	8	Unidades	6,27	50,12
Sartenes	4	Unidades	45,13	180,5
Cernidoras	3	Unidades	3,63	10,9
Recipiente ensaladeras	6	Unidades	2,43	14,6
Porta platos	4	Unidades	3,24	12,96
Juego de cubiertos	6	16 piezas	5,59	33,56
Vasos de vidrio	6	Docenas	6,11	36,65
Juego de platos	3	Unidades	16,25	48,76
Bandejas	10	Unidades	6,00	60
Uniformes de cocina	2	Unidades	10,00	20
Uniforme de mesero	1	unidad	10,00	10
Archivador	1	unidad	98,52	98,52
Manteles	14	unidad	5,71	80
Escritorio	1	unidad	89,66	89,66
Silla para gerencia	1	unidad	65,78	65,78
Total muebles y enseres				856,52
Computadora	1	unidad	456,87	456,87
Impresora	1	unidad	543,13	543,13
Total equipo de computo				1,000.00
Total Activo Tangible				10,364.91

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: María Villacís

4.3.3 Diagrama de flujo del proceso de producción de los almuerzos

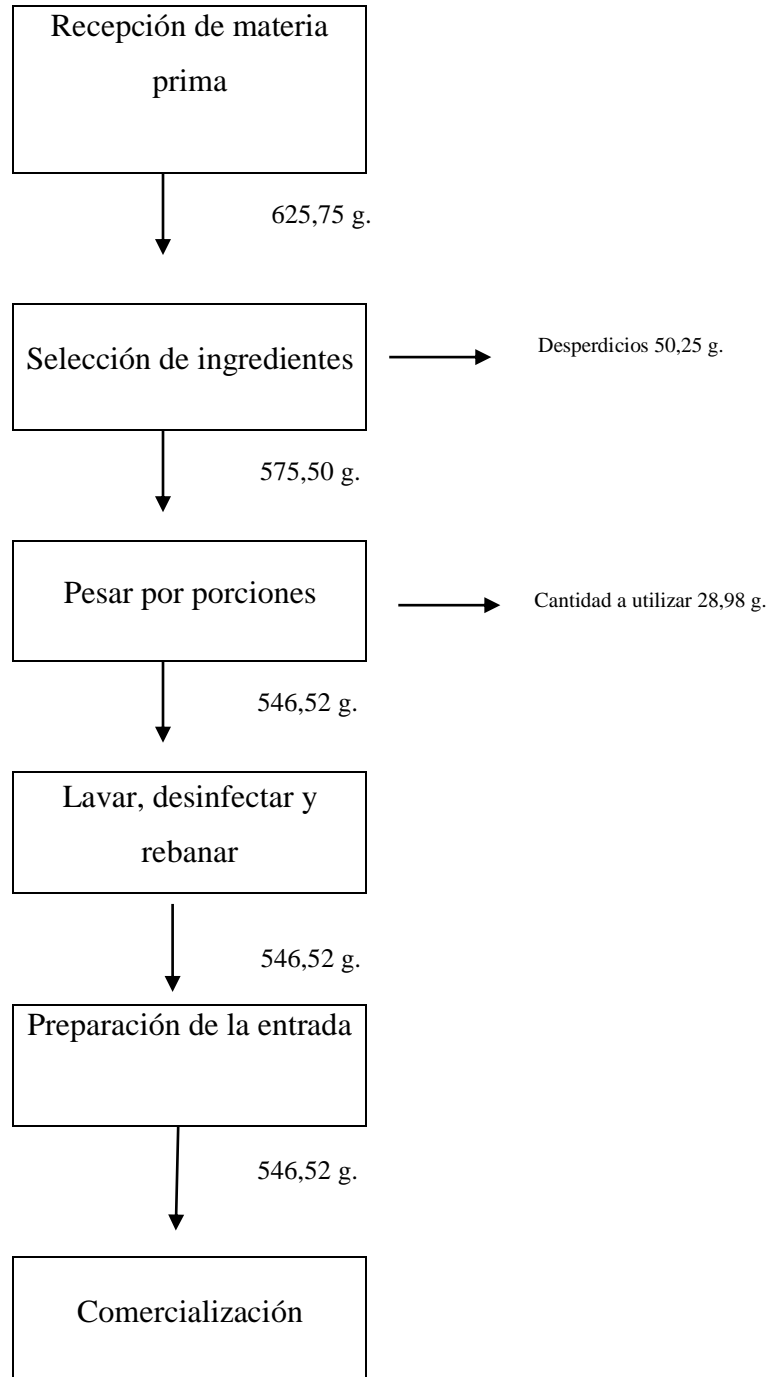
Gráfico N° 21. Diagrama de flujo del proceso de producción de la entrada, plato principal y postre



Elaborado por: María Villacís

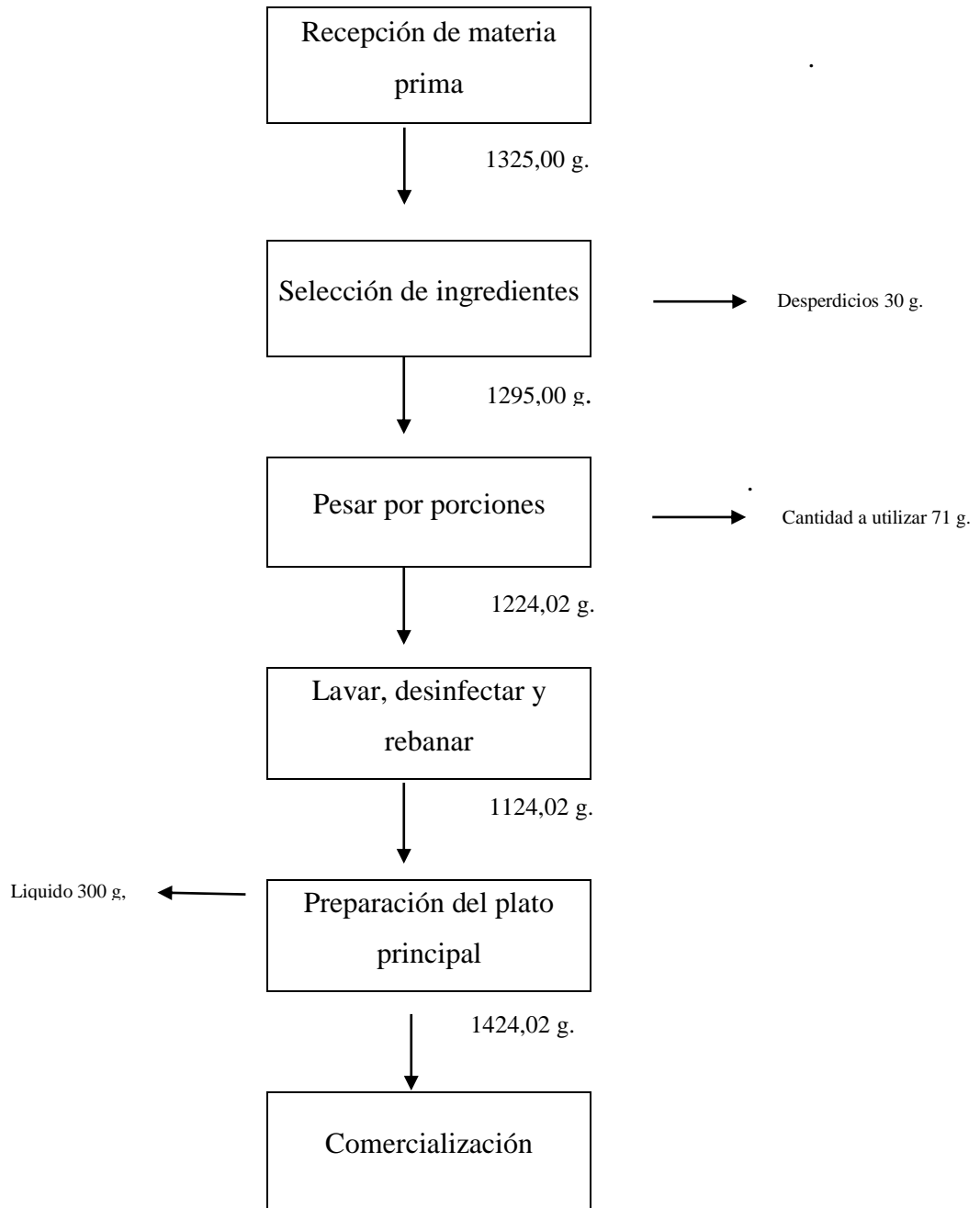
4.3.4. Balance de materiales

Gráfico N° 22. Balance de materiales (Entrada)



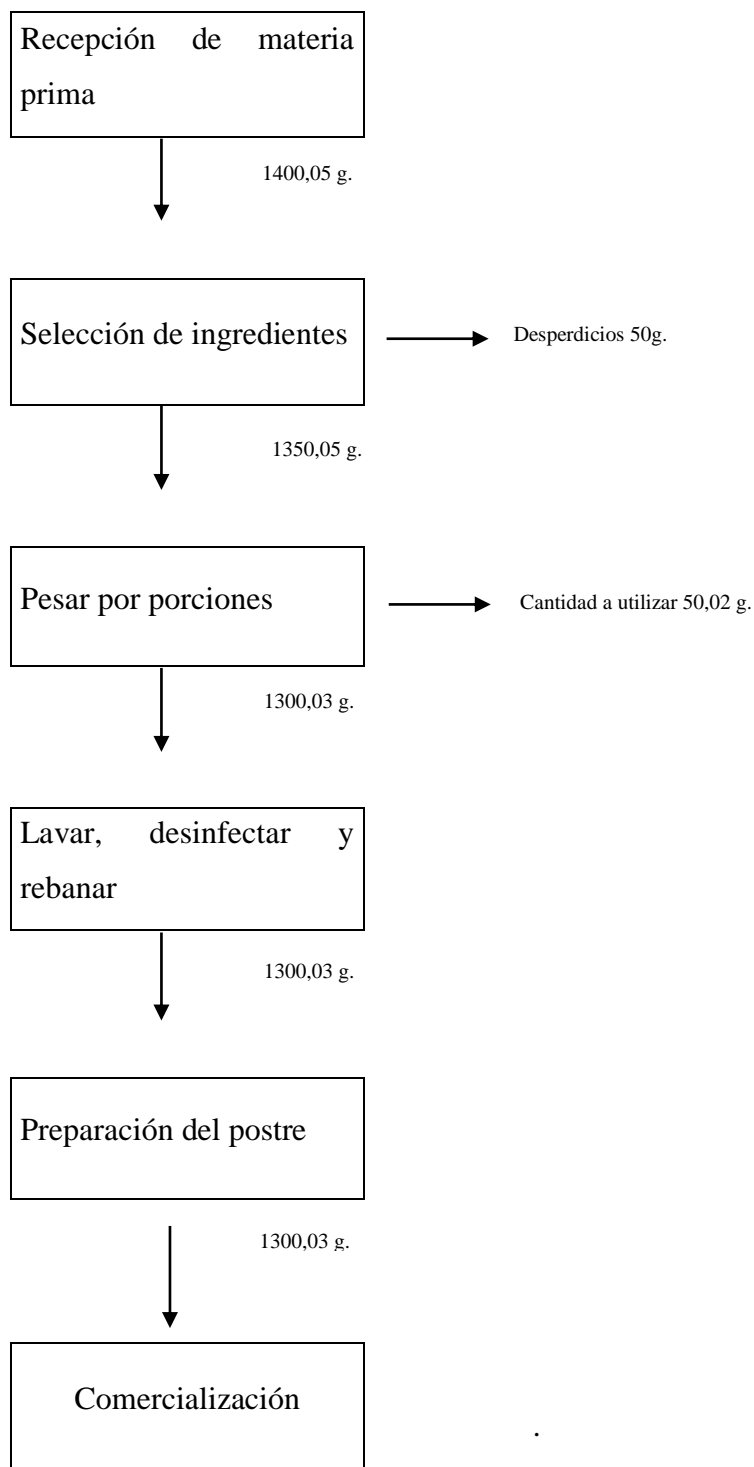
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 23. Balance de materiales (Plato principal)



Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 24. Balance de materiales (Postre)



Elaborado por: María Villacís

4.3.5. Periodo operacional estimado de la planta

Se estipula un periodo operacional del restaurante de cinco años en base a la determinación de la vida útil estimada de las maquinarias, no

4.3.6. Capacidad de producción

Para determinar la capacidad de producción:

$$D = \frac{\text{Capacidad utilizada} - \text{Tiempo asignado}}{\text{Capacidad instalada}} * 100$$

$$D = \frac{48 \text{ hrs/sem} - 4 \text{ hrs/sem}}{144 \text{ hrs/sem}}$$

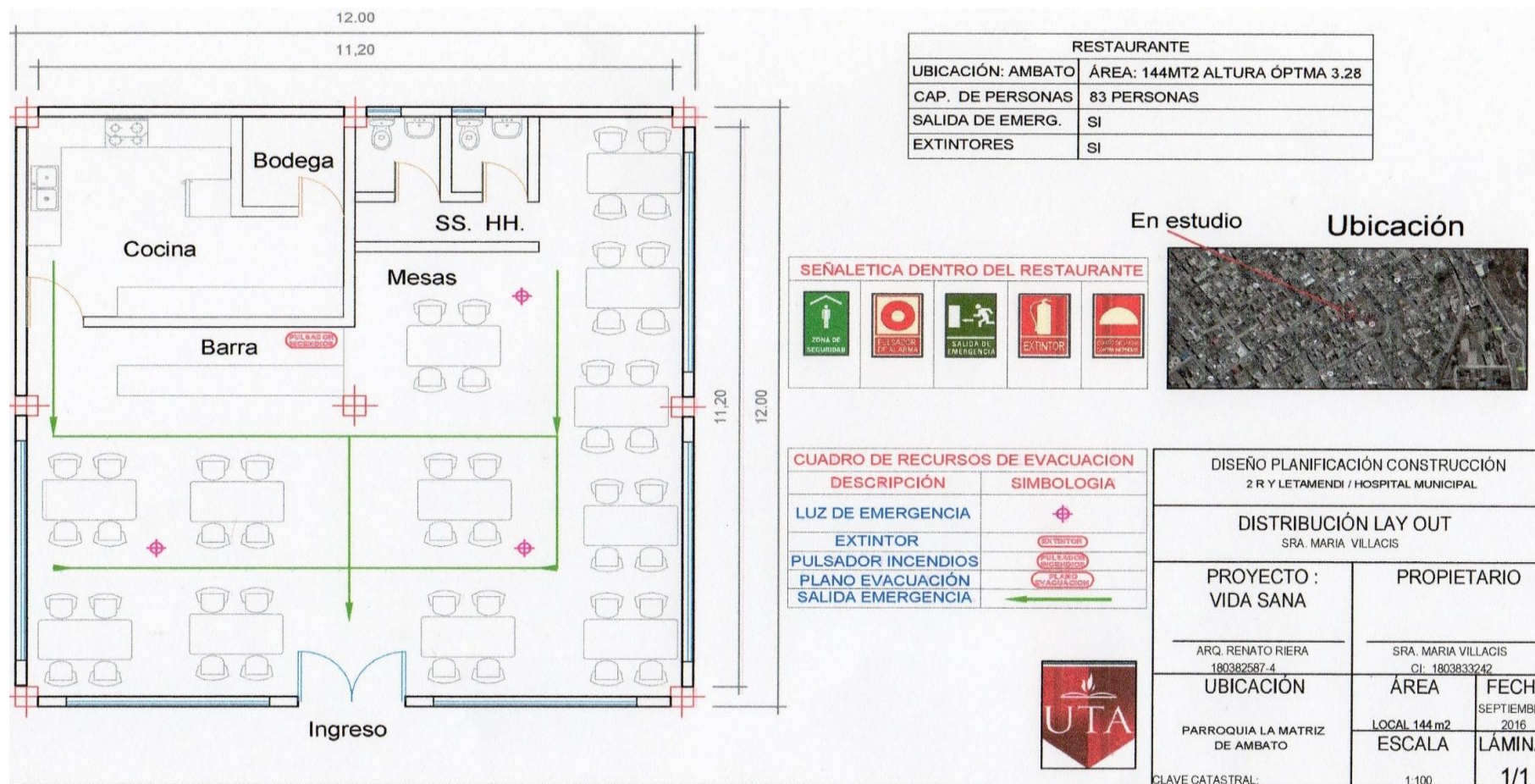
$$D = \frac{44 \text{ hrs/sem}}{144 \text{ hrs/sem}}$$

$$D = 30,55\%$$

El 31% de la capacidad instalada se utiliza para producir, mientras que 69% restante se utiliza para limpieza, mantenimiento, atención al cliente, entre otras.

4.3.7. Distribución de máquinas y equipo (Lay out)

Gráfico N° 25. Distribución de máquinas y equipo (Lay out)



CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1. Aspectos Generales

El estudio organizacional del restaurante debe cumplir una serie de pasos legales para su funcionamiento; así como un nombre que le represente utilizando una cultura organizacional con el fin de que cada proceso sea eficiente.

5.1.1. Aspecto legal

Para la apertura del restaurante se debe cumplir con una serie de permisos que se detallan a continuación:

Numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

LA COMISIÓN LEGISLATIVA Y CODIFICACION

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional (Comisión Legislativa y Codificación, 1999)

Requisitos para obtener Permiso de Funcionamiento (Acuerdos Ministeriales 4712 y 4907)

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.

- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Costos del permiso de funcionamiento: (Descritos en el Ac. Ministerial No 4907)
(Ministerio de Salud Pública, 2016)

Permiso para la patente para persona natural y obligada a llevar contabilidad por primera vez

Requisitos:

- Copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación
- Formulario de declaración inicial actividad económica
- Copia del RUC actualizada

Certificado único de habilitación del Municipio de Ambato

- Solicitud dirigida al señor Alcalde (debe constar dirección, número telefónico celular, nombre del negocio, actividad del negocio, croquis específico con referencias)
- Formulario de solicitud en blanco
- Copia del RUC

Permiso del cuerpo de Bomberos Ambato

- Copia del RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Extintor
- Instalaciones eléctricas en buen estado

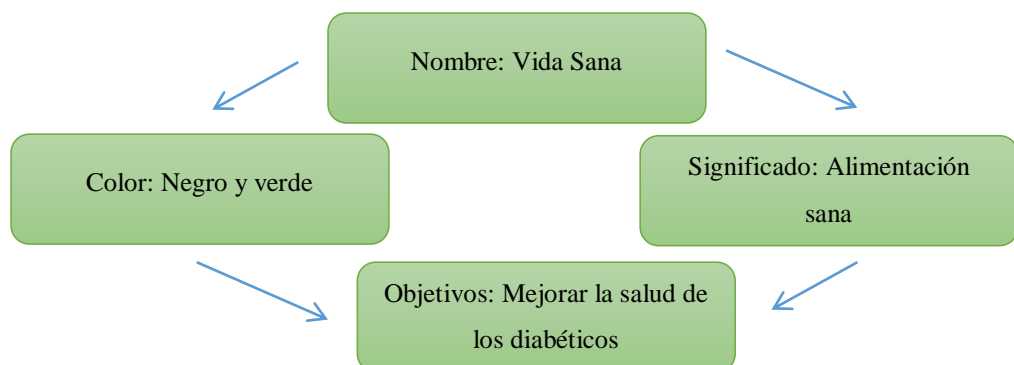
Permiso del funcionamiento del Departamento de Higiene

- Certificado médico otorgado por el Ministerio de Salud Pública
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Pago de patente
- Pago de RUC
- Permiso otorgado por los bomberos
- Fotografías tamaño carnet

5.1.2 Nombre del restaurante

El nombre del restaurante va acorde al objetivo del servicio que ofrece esto es salud y nutrición para los clientes

Gráfico N° 26. Desarrollo del nombre del Restaurante



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

5.1.3. Logotipo

Negro: El negro puede conferir nobleza, distinción y elegancia. Es apropiado para los productos de alta calidad (Dupont & Colobrans, 2012).

Verde: El verde incita a la calma y al reposo. Baja la presión sanguínea y dilata los capilares. Es un símbolo de salud, frescura y de naturaleza (Dupont & Colobrans, 2012).

Gráfico N° 27. Logotipo de Vida Sana



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Por medio de la visualización se atrae al cliente, la psicología de los colores representados en el logo de Vida Sana, negro y verde se utilizan para demostrar al público que se puede comer sano.

5.1.4. Misión

Vida sana es un restaurante creado con la finalidad de brindar alimentos preparados de manera sana libre de componentes que perjudican la salud de las personas con diabetes y personas particulares.

5.1.5. Visión

Para el año 2020 ser un restaurante líder en la alimentación de personas con problemas de diabetes y público en general que le gusta cuidar su salud.

5.1.6. Valores

- ✓ **Honestidad:** Profesionalismo y personalidad en el desarrollo de las labores.
- ✓ **Responsabilidad:** Comprometidos con los compromisos y cumplimiento de las actividades.
- ✓ **Compromiso:** Con las necesidades de cada cliente interno y externo.
- ✓ **Fidelidad:** Pará con los clientes internos y externos.
- ✓ **Respeto:** A todas las personas y a l medio ambiente.
- ✓ **Voluntad:** Superación diaria.

5.2. Diseño Organizacional

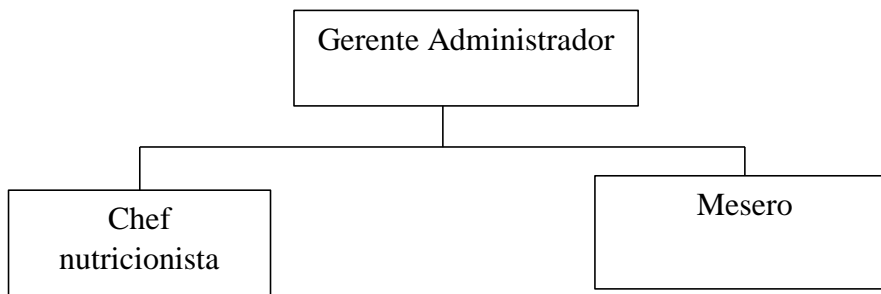
Entre las dependencias del restaurante Vida Sana se generaran estrategias y planes que permite alcanzar las metas planteadas por el negocio. Existen estrategias de producción y comercialización que incrementan las utilidades.

5.3. Estructura Organizativa



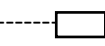
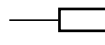

El organigrama desarrollado se compone por tres dependencias y generalmente agrupa al personal de las áreas de Gerente- Administrador, Chef nutricionista y mesero.

5.3.1. Organigrama Estructural de Vida Sana

Gráfico N° 28. Organigrama Estructural de Vida Sana



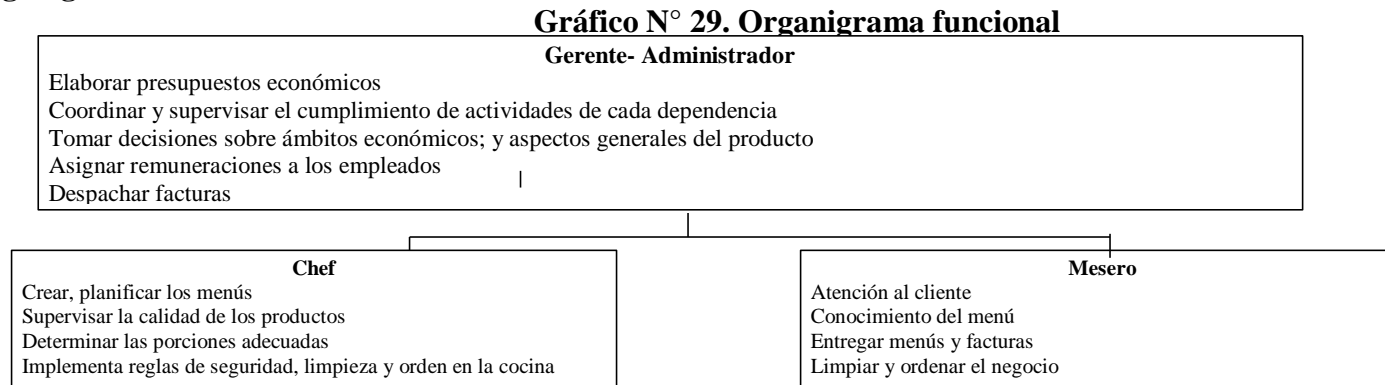
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Referencia	Elaborado	Aprobado	Fecha
    	 	 	
Administrativo-auxiliar o apoyo Operativa Asesoramiento temporal Consultoría Línea de mando	 	 	






5.4 Estructura funcional

En el siguiente organigrama se detalla las funciones de cada persona de los distintos departamentos.

5.4.1. Organigrama funcional

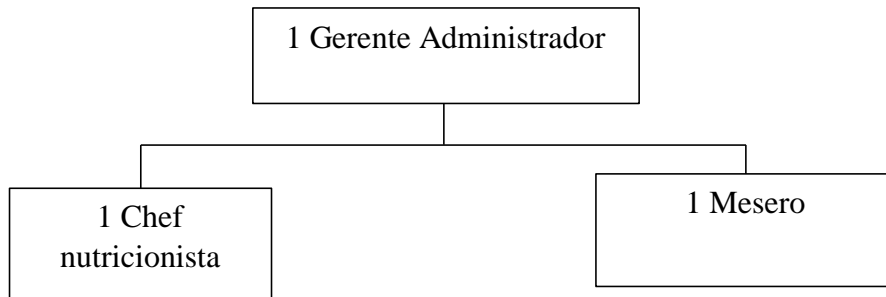


Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Referencia	Elaborado	Aprobado	Fecha
 Administrativo-auxiliar o apoyo  Operativa  Asesoramiento temporal  Consultoría  Línea de mando	María Villacís	Ing. Juan Ramos	20/09/ 2016

5.4.2. Organigrama de posición de Vida Sana

Gráfico N° 30. Organigrama de posición de Vida Sana



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Referencia	Elaborado	Aprobado	Fecha
	María Villacís	Ing. Juan Ramos	20/09/ 2016


5.5. Manual de Funciones

Tabla N° 37. Manual de funciones del Gerente

	<p style="text-align: center;">MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>CARGO: Gerente- Administrador</p>	
<p>DETALLE DEL CARGO: Aplicar las funciones administrativas y llevar al éxito la empresa.</p>	
<p>NOMBRE DEL CARGO: Gerente- Administrador</p>	
<p>FUNCIONES:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar presupuestos económicos • Coordinar y supervisar el cumplimiento de actividades de cada departamento • Tomar decisiones sobre ámbitos económicos; y aspectos generales del producto • Asignar remuneraciones a los empleados • Despachar facturas 	
<p>REQUISITOS:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel afín al área comercial • Experiencia en el puesto 	

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: María Villacís

Tabla N° 38. Manual de funciones del Chef

	MANUAL DE FUNCIONES
CARGO: Chef – Nutricionista	
DETALLE DEL CARGO: Controlar el departamento de producción y preparar alimentos de calidad	
NOMBRE DEL CARGO: Chef - Nutricionista	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear, planificar los menús • Supervisar la calidad de los productos • Determinar las porciones adecuadas • Implementa reglas de seguridad, limpieza y orden en la cocina 	
REQUISITOS:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de gastronomía • Experiencia en el puesto • Conocimientos en nutrición 	

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: María Villacís

Tabla N° 39. Manual de funciones del mesero

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>CARGO: Mesero</p>	
<p>DETALLE DEL CARGO: Brindar atención al cliente, y mantener arreglado el negocio</p>	
<p>NOMBRE DEL CARGO: Mesero</p>	
<p>FUNCIONES:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Conocimiento del menú • Entregar menús y facturas • Limpiar y ordenar el negocio 	
<p>REQUISITOS:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller • Experiencia en el puesto • Conocimientos en atención al cliente 	

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: María Villacís

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Inversiones en Activos Fijos Tangibles

La inversión en activos fijos tangibles para el restaurante Vida Sana es de \$10,364.91.

Tabla N° 40. Activos Fijos Tangibles

ACTIVOS FIJOS	VIDA UTIL (años)	MONTO (\$)
Maquinaria y Equipos	10	8,508.39
Muebles y Enseres	10	856,52
Equipo de computo	3	1,000.00
TOTAL		10,364.91

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

La depreciación de activos fijos tangibles se determina por depreciación de línea recta, tomando en cuenta la siguiente fórmula. Correspondiente a un valor de 1,066.18 dólares.

Tabla N° 41. Depreciación de Activos Fijos Tangibles

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	MONTO (\$)	VIDA UTIL (años)	PORCENTAJE (%)	VALOR RESIDUAL (\$)	DEPRECIACIÓN (\$)
Maquinaria y Equipos	8,508.39	10	10	850,839	765,75
Muebles y Enseres	856,52	10	10	85,652	77,08
Equipo de computo	1,000.00	3	33	330,00	223,33
TOTAL	10,364.91			1,266.491	1,066.18

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

6.2. Inversiones en Activos Fijos Intangibles

Los activos fijos intangibles necesarios para el restaurante tendrá un total de \$300 los cuales se amortizan al 20% anual y una vida útil de 5 años correspondiente a \$60 dólares

Tabla N° 42. Activos Fijos Intangibles

Activos Fijos Intangibles	Valor (\$)	Vida útil (años)	Amortización Anual (\$)
Impuesto predial	50,00	5	10,00
Permiso de bomberos	75,00	5	15,00
Patente municipal	100,00	5	20,00
Permiso de funcionamiento MSP	75,00	5	15,00
TOTAL	300,00		60,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

6.3. Inversiones en Activos Circulantes o Capital de Trabajo

El capital de trabajo son los recursos monetarios que necesita la empresa para poder operar siendo así el restaurante necesita 3,513.56 para el primer mes.

Tabla N° 43. Costos materia prima

COSTOS MATERIA PRIMA			
	Costo semanal	Costo mensual (\$)	Costo anual (\$)
Leche, yogurt y queso	9,86	39,44	2,050.89
Pescado, legumbres, carnes y huevos	14,42	57,69	3,000.08
Verduras	25,06	100,23	5,212.00
Azúcar y aceite de oliva	9,52	38,09	1,980.87
Frutas	9,65	38,62	2,008,14
Pan, cereales, arroz, pastas y tubérculos	6,54	26,17	1,360.98
TOTAL	75,06	300,25	15,612.96

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Tabla N° 44. Rol de pagos

Cargo	Clasificación	Sueldo	Aporte personal 9,45%	Líquido a recibir	Aporte patronal	XIII sueldo	XIV sueldo	Costo total	Total anual
Gerente	Gasto administrativo	600	56,70	543,30	72,90	50,00	30,50	753,40	9,040.80
Chef	Mano de obra directa	450	42,53	407,48	54,68	37,50	30,50	572,68	6,872.10
Mesero	Mano de obra directa	366	34,59	331,41	44,47	30,50	30,50	471,47	5,657.63
TOTAL		1,416.00	133,81	1,282.18	172,04	118	91,5	1,797.54	21,570.53

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Tabla N° 45. Capital de Trabajo

Descripción	Costo mensual (\$)	Costo anual (\$)
Materia prima	1,301.08	15,612.96
Subtotal materia prima	1,301.08	15,612.96
Sueldos	1,797.54	21,570.53
Subtotal de sueldos		21,570.53
Servicios básicos	150,00	1,800.00
Subtotal de servicios básicos		1,800.00
Suministros y materiales de oficina	50,00	600,00
Publicidad y propaganda	50,00	600,00
Imprevistos		
Subtotal	3,348.62	40,183.49
Imprevistos 5%	164,93	1,979.17
Total	3,513.56	42,162.66

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

6.4. Resumen de las Inversiones

La inversión para el desarrollo del restaurante es la suma de los activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y el capital de trabajo siendo la cantidad de \$14,178.47.

Tabla N° 46. Resumen de las Inversiones

RESUMEN DE LAS INVERSIONES	
Descripción	Valor total (\$)
Activos fijos tangibles	10,364.91
Activos fijos intangibles	300,00
Capital de trabajo	3,513.56
TOTAL	14,178.47

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

6.5. Financiamiento

Para la implementación del restaurante se financiara el 35,26% de la inversión inicial la cual asciende a \$5,000.00 y se lo realizara en la Cooperativa El Sagrario considerando una tasa de interés del 12,70%.

Tabla N° 47. Tabla de Amortización del Préstamo

Tabla de Amortización del Préstamo				
Años	Interés (\$)	Dividendo (\$)	Capital (\$)	Deuda después del pago (\$)
0				5,000.00
1	635,00	2,106.83	1,471.83	3,528.17
2	448,08	2,106.83	1,658.75	1,869.42
3	237,42	2,106.83	1,869.42	0,00
Total	1,320.49	6,320.49	5,000.00	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

6.6. Plan de Inversiones

Para el funcionamiento del negocio es necesario el plan de inversiones el cual se fundamenta en activos fijos tangibles, activos fijos intangibles y el capital de trabajo.

Tabla N° 48. Plan de Inversiones

Rubro	Inversión Total	Capital propio 64,74%	Financiamiento 35,26%
Activos fijos tangibles			
Maquinaria y Equipos	8,508.39	5,507.93	3,000.46
Muebles y Enseres	856,52	554,47	302,05
Equipo de oficina	1,000.00	647,35	352,65
Total activos fijos tangibles	10,364.91	6,709.75	3,655.16
Activos fijos intangibles			
Impuesto predial	50,00	32,37	17,63
Permiso de bomberos	75,00	48,55	26,45
Patente municipal	100,00	64,74	35,26
Permiso de funcionamiento MSP	75,00	48,55	26,45
Total de activos fijos intangibles	300,00	194,21	105,79
Capital de Trabajo			
Capital de Trabajo	3,513.56	2,274.51	1,239.05
Total capital de trabajo	3,513.56	2,274.51	1,239.05
INVERSIÓN TOTAL	14,178.47	9,178.47	5,000.00

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.7. Presupuestos de Gastos e Ingresos

El presupuesto de gastos del restaurante Vida Sana en cuanto a gastos operacionales, administrativos, de ventas y financieros los mismos que se los realizara con una proyección a 5 años.

Tabla N° 49. Gastos del restaurante Vida Sana

Gastos operacionales	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	15,612.96	16,140.68	16,686.23	17,250.23	17,833.29
Mano de obra directa	12,529.73	12,953.23	13,391.05	13,843.67	14,311.59
SUMAN	28,142.69	29,093.91	30,077.29	31,093.90	32,144.87
Gastos administrativos					
Sueldos administrativos	9,040.80	9,346.38	9,662.29	9,988.87	10,326.50
Depreciaciones Activos Fijos	1,066.18	1,066.18	1,066.18	1,066.18	1,066.18
Amortización Activo Diferido	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Suministros de oficina	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Servicios básicos	1,800.00	1,860.84	1,923.74	1,988.76	2,055.98
SUMAN	12,566.98	12,953.67	13,353.44	13,766.73	14,193.98
Gasto de ventas					
Publicidad y propaganda	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
SUMAN	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Gastos financieros					
Interés por préstamo	635,00	448,08	237,42	0,00	0,00
SUMAN	635,00	448,08	237,42	0,00	0,00
TOTAL	41,944.66	43,115.94	44,309.39	45,523.54	47,024.17

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.7.1. Situación financiera actual

El balance general es el inicio de las operaciones del restaurante donde constan todos los activos que corresponde a la inversión inicial así como también el pasivo que es el financiamiento y el capital propio.

Tabla N° 50. Balance General

RESTAURANTE VIDA SANA	
BALANCE GENERAL AL 2016	
ACTIVO	
CORRIENTE	
Caja-Bancos	\$ 3,513.56
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 3,513.56
ACTIVO NO CORRIENTE	
Maquinaria y Equipo	\$ 8,508.39
Muebles y enseres	\$ 856,52
Equipo de computo	\$ 1,000.00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTE	\$ 10,364.91
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
Gastos de constitución	\$ 300,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	\$ 300,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 14,178,47
PASIVO	
Pasivo Circulante	
Pasivo Circulante	\$ 1,471.83
LARGO PLAZO	
Obligación Financiera	\$ 3,528.17
TOTAL PASIVO	\$ 5,000.00
PATRIMONIO	
Capital	\$ 9,178.47
TOTAL CAPITAL	\$ 9,178.47
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 14,178.47

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.7.2. Situación Financiera Proyectada

La situación financiera proyectada será a 5 años con una inflación del 3,38% anual establecida por el Banco Central, estos valores permitirán tener una visión futura del desarrollo económico del restaurante.

Tabla N° 51. Balance General Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO					
CORRIENTE					
Caja-Bancos	20,409.49	3,4816.12	5,0883.20	7,0764.02	92,380.03
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	20,409.49	34,816.12	50,883.20	70,764.02	92,380.03
ACTIVO NO CORRIENTE					
Maquinaria y Equipo	8,508.39	8,508.39	8,508.39	8,508.39	8,508.39
(-) Depreciación acumulada maquinaria	-765.76	-1,531.51	-2,297.27	-3,063.02	-3,828.78
Muebles y enseres	856.52	856.52	856.52	856.52	856.52
(-) Depreciación muebles y enseres	-77.09	-154.17	-231.26	-308.35	-385.43
Equipo de oficina	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
(-) Depreciación equipo de oficina	-223.33	-446.67	-670.00	-893.33	-1116.67
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	9,298.73	8,232.56	7,166.38	6,100.21	5,034.03
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES					
Gastos de constitución	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
(-) Amortización acumulada impuesto predial	-60.00	-120.00	-180.00	-240.00	-300.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	240.00	180.00	120.00	60.00	0.00
TOTAL ACTIVOS	2,9948.22	4,3228.68	5,8169.59	7,6924.23	9,7414.06
PASIVO					20,409.49
PASIVO CORRIENTE					
Documentos por pagar	1,658.75	1,869.42			-
15% Participación Trabajadores	2,586.24	2,958.56	3,342.55	3,740.75	4,111.53
15% Impuesto a la Renta	2,198.30	2,514.78	2,841.17	3,179.64	3,494.80
TOTAL PASIVO CORRIENTE	6,443.29	7,342.76	6,183.72	6,920.39	7,606.34
PASIVO NO CORRIENTE					
Bancos	1,869.42			-	-
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	1,869.42				
TOTAL PASIVO	8,312.71	7,342.76	6,183.72	6,920.39	7,606.34
PATRIMONIO					
Capital Social	9,178.47	9,178.47	9,178.47	9,178.47	9,178.47
Utilidad del ejercicio anteriores		12,457.05	26,707.46	42,807.41	60,825.37
Utilidad ejercicio	12,457.05	14,250.41	16,099.94	18,017.96	19,803.89
TOTAL PATRIMONIO	21,635.51	35,885.93	51,985.87	70,003.83	89,807.72
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	29,948.22	43,228.68	58,169.59	76,924.23	97,414.06

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.7.3. Presupuestos de Ingresos

Son pronósticos de ingresos y gastos de ventas del restaurante, estableciendo los adecuados medios financieros para llevar las operaciones, para producir un beneficio y desarrollar el restaurante.

Tabla N° 52. Presupuesto de Ingresos

INGRESOS TOTALES/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Almuerzo (unidades)	15783	16322	16859	17398	17936
Precio (\$)	3,75	3,85	3,95	4,05	4,15
TOTAL INGRESOS (\$)	59,186.25	62,839.70	66,593.05	70,461.90	74,434.40

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.7.4. Estado de Resultados Proyectados

El estado de resultados proyectado es un informe financiero que indica los ingresos, los gastos, y la utilidad o pérdida que ha obtenido el restaurante. Además este presenta los ingresos y gastos en el momento que se produzcan durante un tiempo determinado. Se proyecta en los 5 años siguientes.

Tabla N° 53. Estado de Resultados Proyectado

CONCEPTO/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	59,186.25	62,839.70	66,593.05	70,461.90	74,434.40
(-) Costo Total	41,944.66	43,115.94	44,309.39	45,523.54	47,024.17
(=) Utilidad Bruta en Ventas	17,241.59	19,723.76	22,283.66	24,938.36	27,410.23
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2,586.24	2,958.56	3,342.55	3,740.75	4,111.53
(=) Utilidad antes de Impuesto a la Renta	14,655.35	16,765.19	18,941.11	21,197.60	23,298.69
(-) 15% Impuesto a la Renta	2,198.30	2,514.78	2,841.17	3,179.64	3,494.80
(=) Utilidad líquida	12,457.05	14,250.41	16,099.94	18,017.96	19,803.89

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.7.5. Flujo de Caja

Es un informe financiero que detalla las variaciones de ingresos y egresos de efectivo y proporciona información relevante en un tiempo dado. También se obtendrá los resultados que permita visualizar la situación del restaurante.

Tabla N° 54. Flujo de caja

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS	59,186.25	62,839.70	66,593.05	70,461.90	74,434.40
Ingresos recibidos por el servicio	59,186.25	62,839.70	62,839.70	70,461.90	74,434.40
2. EGRESOS	42,290.32	48433,06	50525,97	50581,08	52818,39
Costo de la materia prima	15,612.96	16,140.68	16,686.23	17,250.23	17,833.29
Mano de obra directa	12,529.73	12,953.23	13,391.05	13,843.67	14,311.59
Sueldos administración	9,040.80	9,346.38	9,662.29	9,988.87	10,326.50
Suministros de oficina	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Servicios Básicos	1,800.00	1,860.84	1,923.74	1,988.76	2,055.98
Publicidad y propaganda	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Gastos financieros	635,00	448,08	237,42		
(-) 15% Participación Trabajadores		2,586.24	2,958.56	3,342.55	3,740.75
(-) 15% Impuesto a la renta		2,198.30	2,514.78	2,841.17	3,179.64
(-) Pago Capital del Préstamos	1,471.83	1,658.75	1,869.42		
3. FLUJO CAJA (1-2)	16,895.93	14,406.64	16,067.08	19,880.82	21,616.01
4. SALDO INICIAL EN CAJA	3,513.56	20,409.49	3,4816.12	50,883.20	70,764.02
5. SALDO FINAL EN CAJA	20,409.49	34,816.12	50,883.20	70,764.02	92.380.03

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el punto de actividad, donde los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados a la producción del producto.

Es un punto neutro donde no se encuentra ni utilidad ni pérdida.

Tabla N° 55. Costos Fijos y Variables

			COSTOS TOTALES				
Gastos operacionales	Costos fijos	Costos variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima		15,612.96	15,612.96	16,140.68	16,686.23	17,250.23	17,833.29
Mano de obra directa		12,529.73	12,529.73	12,953.23	13,391.05	13,843.67	14,311.59
Suman		28,142.69	28,142.69	29,093.91	30,077.29	31,093.90	32,144.87
Gastos administrativos							
Sueldos administrativos	9,040.80		9,040.80	9,346.38	9,662.29	9,988.87	10,326.50
Depreciaciones Activos Fijos	1,066.18		1,066.18	1,066.18	1,066.18	1,066.18	1,066.18
Amortización Activo Diferido	60,00		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Suministros de oficina	600,00		600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Servicios básicos	1,800.00		1,800.00	1,860.84	1,923.74	1,988.76	2,055.98
Suman			12,566.98	12,953.67	13,353.44	13,766.73	14,193.98
Gasto de ventas							
Publicidad y propaganda	600,00		600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Suman	600,00		600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Gastos financieros							
Interés por préstamo	635,00		635,00	448,08	237,42	0,00	0,00
Suman	635,00		635,00	448,08	237,42	0,00	0,00
Total	13,801.98	28,142.69	41,944.66	43,115.94	44,309.39	45,523.54	47,024.17

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

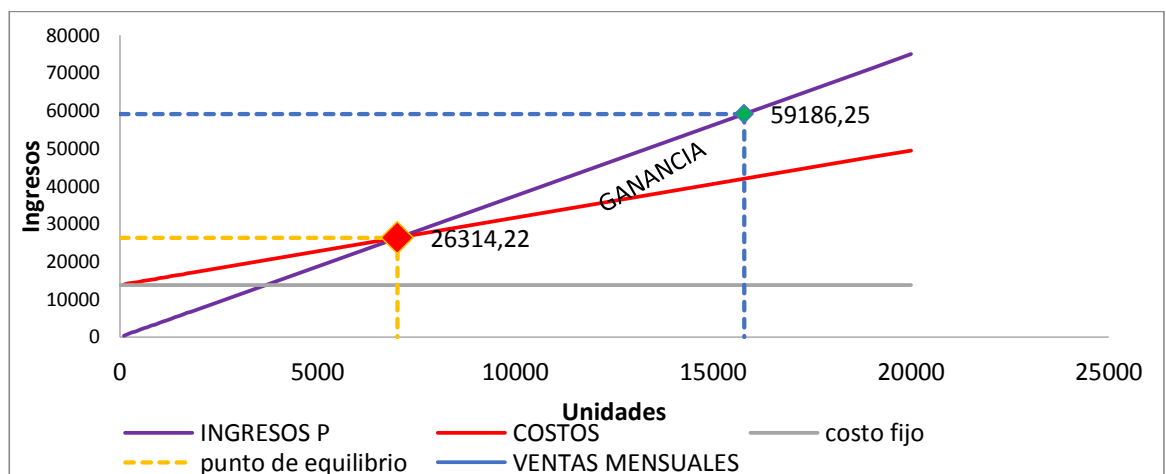
El punto de equilibrio del restaurante indica que los ingresos por ventas son de \$26,314.22 y que se debe vender 7.017,12 unidades anuales para cubrir los costos.

Tabla N° 56. Punto de equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos fijos	13,801.98	14,022.03	14,232.10	14,429.64	14,879.30
Costos variables	28,142.69	29,093.91	30,077.29	31,093.90	32,144.87
Costos totales	41,944.66	43,115.94	44,309.39	45,523.54	47,024.17
Ingresos	59,186.25	62,839.70	66,593.05	70,461.90	74,434.40
Punto de equilibrio (\$)	26,314.22	26,111.12	25,954.80	25,826.56	26,189.27
Punto de equilibrio (q)	7,017.13	6,962.96	6,741.51	6,538.37	6,466.49

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 31. Punto de equilibrio



Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

El punto de equilibrio en ingresos es:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}} = \frac{13,801.97}{1 - \frac{28,142.68}{59,186.25}} = \$ 26,314.22$$

El punto de equilibrio en cantidad es:

$$PE \text{ cantidad} = \frac{\text{Punto de equilibrio en ingresos}}{\text{Precio Venta Unitario}} \quad PE \text{ cantidad} = \frac{26314,22}{3,75} = 7017,12 \text{ unidades}$$

69. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación de proyectos

Para el desarrollo de la tasa de descuento y los criterios alternativos se emplea el cálculo de la TMAR siendo la tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, la TMAR es igual a la suma del riesgo país (14,72%) más la inflación de (3,38%), para el desarrollo del proyecto se emplea una TMAR de 18,60%.

Tabla N° 57. TMAR

CÁLCULO TMAR	
Tasa de inflación	3,38%
Riesgo país	14,72%
Tasa de inflación * riesgo país	0,50%
TMAR	18,60%

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

Tabla N° 58. TMAR MIXTA

CÁLCULO TMAR MIXTA				
Concepto	Inversión (\$)	Participación (%)	Riesgo	TMAR (%)
Propio	9178,47	64,74	18,60	12,04
Financiamiento	5000	35,26	12,70	4,48
TOTAL	14178,47	100,00		16,52

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

6.10. Valor presente neto o valor actual neto (VAN)

La fórmula matemática para calcular el VAN es:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE 5 + VS}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -14178,47 + \frac{16,895.93}{(1+0,1652)^1} + \frac{14,369.64}{(1+0,1652)^2} + \frac{16,030.08}{(1+0,1652)^3} + \frac{19,843.82}{(1+0,1652)^4} + \frac{21,616.01+1,266.49}{(1+0,1652)^5}$$

$$VAN = -14178,47 + 14500,46 + 10611,13 + 10156,30 + 10785,30 + 10653,71$$

$$VAN = 42,528.44$$

Criterios de decisión

Si $VAN = 0$ El proyecto es indiferente.

Si $VAN > 0$ El proyecto es aceptable.

Si $VAN < 0$ El proyecto debe rechazarse.

Luego de los cálculos realizados de los 5 años se llegó a determinar que el proyecto es rentable con un VAN \$42,528.44

6.11. Indicadores financieros

Los indicadores financieros miden la capacidad que tiene el negocio para poder para cancelar sus obligaciones.

Tabla N° 59. Indicadores Financieros

Formula	Respuesta
Liquidez = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	Liquidez = $\frac{20,409.49}{6,443.29} = 3,17$
Solvencia = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	Solvencia = $\frac{8,312.71}{29,948.22} = 0,28$
Endeudamiento = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$	Endeudamiento = $\frac{21,635.51}{29,948.22} = 0,72$
Apalancamiento = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	Apalancamiento = $\frac{8,312.71}{21,635.51} = 0,38$
Rentabilidad sobre el patrimonio = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$	Rentabilidad sobre el patrimonio = $\frac{12,457.05}{21,635.51} * 100 = 57,58\%$

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

Indicador de Liquidez

Mide la capacidad que tendrá el restaurante para cancelar las obligaciones a corto plazo, es decir que por cada dólar que el restaurante debe tiene 3,17 para cancelar la deuda.

Indicador de Solvencia

Determina el nivel de autonomía financiera del negocio, determinando que solo el 28% del restaurante corresponde a los acreedores.

Indicador de Endeudamiento

Determina que el 72% del restaurante corresponde al dueño.

Indicador de Apalancamiento

Mide el nivel de responsabilidad del patrimonio del restaurante, es decir que por cada dólar que tiene el restaurante debe \$0,38 centavos.

Indicador de Rentabilidad

El restaurante tiene la rentabilidad del 57,58% con respecto al patrimonio que posee, es decir el restaurante usa este porcentaje de su patrimonio para generar utilidades.

6.12 Tasa beneficio – costo

Van (2010) afirma que: “La relación beneficio – costo es el valor actual neto que genera el proyecto por unidad monetaria invertida, cuándo la relación costo – beneficio es mayor a 1 se acepta el proyecto.”

El análisis beneficio – costo es un indicador que mide la rentabilidad del negocio.

Tabla N° 60. Beneficio/ Costo

PERIODO	INGRESOS (\$)	COSTOS (\$)
1	59,186.25	41,944.66
2	62,839.70	43,115.94
3	66,593.05	44,309.39
4	70,461.90	45,523.54
5	74,434.40	47,024.17
TOTAL	333,3515.30	221,917.7

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizado}}{\sum \text{Egresos Actualizado}}$$

$$B/C = \frac{333515,30}{221917,71} = 1,50$$

Como la relación beneficio – costo es mayor a 1, podemos decir que el restaurante es rentable, se interpreta que por cada dólar que se invierte en el negocio se obtiene 0,50 centavos.

6.13 Periodo de recuperación de inversión

Es importante conocer el periodo de recuperación de la inversión ya que de esto dependerá cuan rentable es y qué tan riesgoso será el negocio.

Tabla N° 61. Recuperación de Inversión

Periodo	Flujo de caja
1	16,895.93
2	14,406.64
3	16,067.08
4	19,880.82
5	21,616.01
Total	88,866.48 ÷ 5 = 17,773.29

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

$$PRI = \frac{14,178.47}{17,773.29} = 0,80$$

PRI= 0 año

PRI= 0,80*12= 9,6 9 meses

PRI= 0,6*30= 18 días

Básicamente la inversión del restaurante se recupera en 9 meses y 18 días.

6.14 Tasa interna de retorno

Montoya (2011) afirma que: “la TIR es la tasa que garantiza que la inversión se recupera a través del tiempo. Es un índice que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión.”

Tabla N° 62. TIR

		Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Inversión Inicial	- 14178,47					
Valor de Salvamento						1266,49
Flujo Neto de Caja		16895,93	14406,64	16067,08	19843,82	21616,01
TOTAL		7907,73	3155,75	1647,2	953,92	513,87
TIR	114%					
VAN	0					

Fuente: Cálculos desarrollados en base al proyecto
Elaborado por: María Villacís

La TIR para el restaurante Vida Sana alcanzada sobre la inversión inicial es de 114% este valor supera la tasa de descuento 16,52% lo cual indica que financieramente el negocio es rentable.

6.15. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad evalúa la rentabilidad en contraste a una posible variación en los ingresos y gastos.

$$AS = \frac{\text{Ingresos} - \text{Gastos}}{\text{Inversión}}$$

$$AS = \frac{59186,25 - 41944,66}{14178,47} = 1,21$$

El restaurante Vida Sana no es sensible, dedido que el valor obtenido es positivo y nos indica que el negocio sigue siendo rentable a pesar de la variación en el factor crítico considerado de ingresos y gastos.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- El análisis de los resultados obtenido en el estudio de mercado, determina que las personas encuestadas están dispuestas a consumir en el restaurante llegando a considerar un mercado potencial vigente para las personas diabéticas y todas las personas que quieren conservar su salud; y de esta manera constituirse en un restaurante competitivo y rentable.
- En el estudio técnico se determinó que el restaurante “Vida Sana” estará ubicado en el Barrio Letamendi Calles Los Héroes y Letamendi; por contar con todos los servicios básicos con un área de 144,00 m² donde se atenderá en promedio a 50 personas diarias.
- En el estudio financiero se determinó que el Restaurante “Vida Sana” tendrá una inversión de 14,178.47 dólares de lo cual 9,178.47 dólares pertenecen a capital propio y 5,000.00 dólares pertenece a financiamiento, el cual será adquirido en una institución financiera a una tasa de interés en función de su destino.
- Los valores de los criterios de evaluación financiera como el valor actual neto (42,528.44 dólares), costo beneficio (1,50), periodo de recuperación de la inversión (9 meses y 18 días.) y la tasa interna de retorno del 114% determinan que el restaurante “Vida Sana” es viable y factible.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda tener un apoyo logístico, a fin de que exista una excelente atención a los clientes; garantizando la satisfacción en el paladar y en los beneficios que presenta ingerir comida saludable, ya que se puede comer sano y delicioso.
- Después del análisis realizado se recomienda la ejecución e implementación del restaurante “Vida Sana”, ya que se demostró su factibilidad, viabilidad y rentabilidad.
- Aplicar el conocimiento de marketing, para el desarrollo del restaurante utilizando estrategias de comercialización, publicidad, desarrollo de la marca entre otras es recomendable ya que promoverá el crecimiento del negocio sin importar su tamaño y alcanzará el posicionamiento temprano abarcando cada vez más alto segmento de mercado.
- Se recomienda desarrollar productos que permitan al cliente poder alimentarse de una manera sana y sin privaciones, tomando en cuenta las necesidades, las normas sanitarias y técnicas.

CAPITULO VIII

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Diabetes Association. (10 de junio de 2014). Datos sobre la diabetes. Obtenido de Números en general, diabetes y prediabetes: <http://www.diabetes.org/es/informacion-basica-de-la-diabetes/datos-sobre-la-diabetes/>
- Abell, D., & Hamond, J. (2008). Planeación estratégica de mercado problemas y enfoques analíticos. Mexico: Continental.
- Arévalo, L. S. (2011). Marketing de Servicios. Colombia: McGRAW-HILL.
- Asociación Latinoamericana de Diabetes (ALAD), (15 de Enero 2016). Tom Robertson investigador de la salud, y especialista en Diabetes <http://reviertasudiabetes.com/>
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos (Séptima ed.). México: McGRAW HILL.
- Banco Central del Ecuador. (2016). Tasa de Interes Julio . Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Casalins, E. (2010). Cocina para diabéticos.100 recetas exquisitas dulces y saladas. Argentina: LEA S.A.
- Córdoba Padilla, M. (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Dalmau, J. (2012). Cocina Rica y Sabrosa para Diabéticos. Barcelona: De Vecchi.
- Díaz, M. y Parra, R. (2012) Presupuesto. Primera Edición. Colombia.: Editorial Pearson.
- Diez, I., Castro, G., & Montoro, M. (20014). Economía de la empresa. España: Paraninfo.

- Dupont, L., & Colobrans, J. (2012). 1001 trucos publicitarios - Luc Dupont, Jordi Colobrans Delgado - Google Libros. España: Letorum.
- El Comercio. (13 de noviembre de 2015). El Día Mundial de la Diabetes se conmemora en Quito. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/diabetes-enfermedad-quito-salud-oms.html>
- Expreso. (01 de Septiembre de 2012). En Ecuador, el 10% de la población tiene estrés. Obtenido de http://expreso.ec/actualidad/en-ecuador-el-10-de-la-poblacion-tiene-estr-FEGR_3645226
- Family Doctor. (4 de Marzo de 2016). Family Doctor.org. Obtenido de Diabetes: <http://es.familydoctor.org/familydoctor/es/diseases-conditions/diabetes.printerview.all.html>
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). Mercadotecnia. México: McGraw-Hill.
- Galindo, C. (2011). Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Bogotá: Ediciones de la U.
- García, G. (2010). Guía para elaborar plan de negocios. Primera Edición. Quito, Ecuador. Editorial Gráficas Paola.
- Grande, I. (2012). Marketing de los Servicios. México: ESIC
- Gil , M., & Gine, F. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. España: Esic, Novena edición.
- Griffin, R. (2011). Administración. España: Learnig, Decima edición.
- Hartley, K. (2014). Marketing. México: Mc-GRAW- HILL
- Ildelfonso, E. (2012) Marketing de los servicios. Cuarta Edición. México D.F.: Editorial ESIC.
- Instituto Nacional de la Diabetes y las Enfermedades Digestiva y Renales. (5 de Marzo de 2016). NIH. Obtenido de Diabetes: <https://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/diabetes.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (Enero 2016) Datos estadísticos. www.ecuadorencifras.gob.ec
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Dirección de Marketing. México: Pearson
- Laia, B. (2015). Cocina para Diabéticos. Madrid: LIBSA
- Lescano, L. (2014). La disciplina del servicio. Bogotá : Ediciones de la U

- Limas, S. (2011) Marketing empresarial. Primera Edición. Bogotá, Colombia.: Editorial Ediciones de la U.
- Meza, J. (2013). Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel. Colombia: Ecoe-Tercera edición.
- Ministerio del Trabajo. (2014). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/340-dolares-es-el-salario-basico-para-el-2014/>
- Ministerio de Salud Pública. (2012). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/MSP_ENSANUT-ECU_06-10-2014.pdf
- Munch et al. (2012). Nuevos Fundamentos de Mercadotecnia. México: Trillas
- NIH. (5 de Marzo de 2016). Instituto Nacional de la Diabetes y las Enfermedades Digestiva y Renales. Obtenido de Diabetes: <https://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/diabetes.html>
- Organización Mundial de la Salud. (2014). Paho. Obtenido de http://www.paho.org/ecu/index.php?option=com_content&view=article&id=1400:la-diabetes-un-problema-prioritario-de-salud-publica-en-el-ecuador-y-la-region-de-las-americas&Itemid=360
- Pérez et al. (2013). Mercadotecnia Fundamentos de Dirección Comercial y Marketing. Riobamba: EDITEX
- Prieto, J. (2012) Gestión estratégica organizacional. Cuarta Edición. Bogotá, Colombia.: Editorial Ecos ediciones.
- Puchol, L. (2012). Libro del emprendedor, El. 4a edic.: cómo crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe. España: Dias de Santos,Cuarta edición.
- Redondo, R., & González, J. (2013). Teoría de la financiación. España: Uned.
- Rocha, H. (2012) Empresario: Construye tu negocio. Segunda Edición. México D.F.: Editorial McGraw-Hill.
- Sagap. (2014). Preparación y Evaluación de Proyectos. México: Graw Hill.
- Servicio de Rentas Internas. (2016). Reglamento de aplicación de la Ley de Regimen Tributario Interno. Ecuador.
- Solano, L. (2011). Marketing de Servicios. Colombia: Mc-GRAW-HILL.

- Szwillus, M., & Fritzsche, D. (2006). Recetas sabrosas para diabéticos. Hispano Europea.
- Torres, L. (2011) Manual de formación. Primera Edición. Bogotá.: Editorial Ediciones de la U.
- Valdivia, J. (2015). Comercialización de Productos y servicios en pequeños negocios. IC Editorial.

ANEXOS

Anexo N° 2. Encuesta 2



GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Marketing y Gestión de Negocios
Semipresencial



FORMULARIO DE ENCUESTA

Dirigida a: Propietarios de los establecimientos de alimentación en la ciudad de Ambato

Objetivo de la Encuesta: Investigar el tipo de alimentación que comercializan con el fin de conocer si tiene aceptación en el mercado local

1.- ¿Su establecimiento cuánto tiempo de funcionamiento tiene?

1 año 3 años 4 y más

2.- ¿Cuál es su horario de atención al público?

- a) Lunes a Viernes
- b) Lunes a Sábado
- c) Lunes a Domingo
- d) Otro

3.- ¿Cuál es horario que más atención requiere por parte de sus clientes?

- a) Desayuno
- b) Almuerzo
- c) Merienda
- d) Entre comidas

4.- ¿Sus clientes acuden de forma frecuente?

- a) Si
- b) No

Anexo N° 3. Tabulación de encuestas

Encuesta dirigida a los Propietarios de los establecimientos de alimentación en la ciudad de Ambato

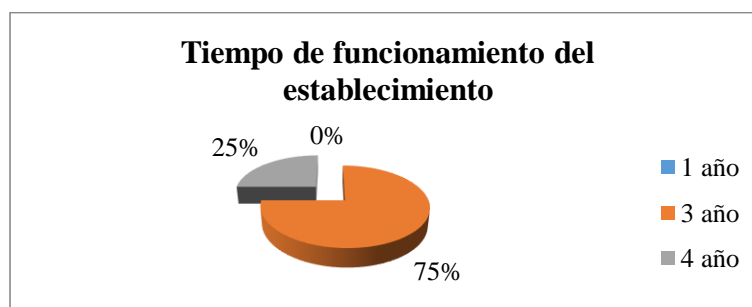
1. ¿Su establecimiento cuánto tiempo de funcionamiento tiene?

Tabla N° 63. Tiempo de funcionamiento del establecimiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1 año	0	0
3 año	3	75
4 año	1	25
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 32. Tiempo de funcionamiento del establecimiento



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Tal como se muestra con referencia a las encuestas dirigido a los propietarios de restaurantes, la mayoría (75%) de ellos supieron manifestar que el tiempo que llevan laborando en el restaurante es de 3 años, mientras que el resto (25%) supieron manifestar que laboran hace cuatro años. Son pocos los restaurantes en funcionamiento y si tienen gran persistencia llegan a laborar por largos años ya que toman renombre por el producto que venden.

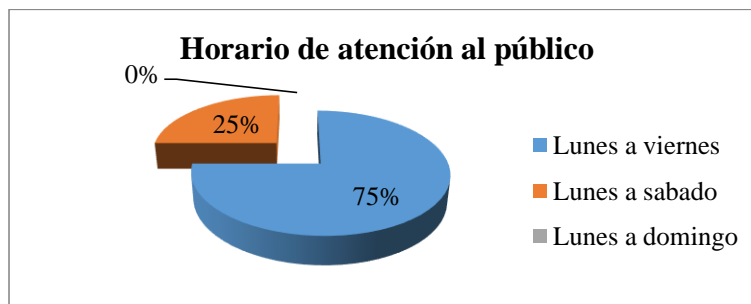
2. ¿Cuál es su horario de atención al público?

Tabla N° 64. Horario de atención al público

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a viernes	3	75
Lunes a sábado	1	25
Lunes a domingo	0	0
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 33. Horario de atención al público



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Como se puede observar se verifica que la mayoría de los dueños de los restaurantes encuestados es decir un 75% manifestaron que laboran de lunes a viernes, mientras que el resto de dueños encuestados laboran en su negocio de lunes a sábado. Los horarios son establecidos en base al interés por parte del dueño y al movimiento económico existente. Generalmente los fines de semana son los días con mayor ventas ya que las personas que les gusta cuidar su salud y comer sano acude a estos restaurantes.

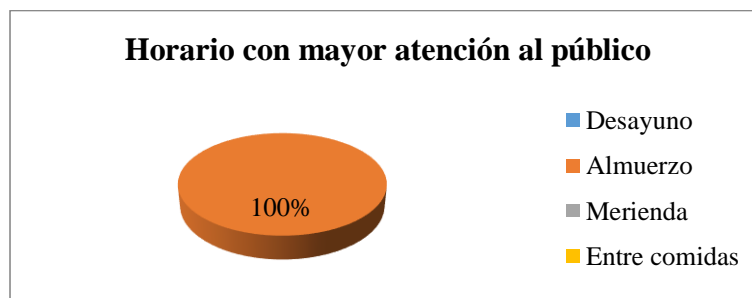
3. ¿Cuál es horario que más atención requiere por parte de sus clientes?

Tabla N° 65. Horario con mayor atención al público

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno	0	0
Almuerzo	4	100
Merienda	0	0
Entre comidas	0	0
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 34. Horario de atención al público



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Con relación a todos los encuestados, es decir a los dueños de los diferentes restaurantes manifestaron que el horario con mayor requerimiento y que sus clientes acuden con mayor frecuencia es al medio día, especialmente a la hora de almuerzo.

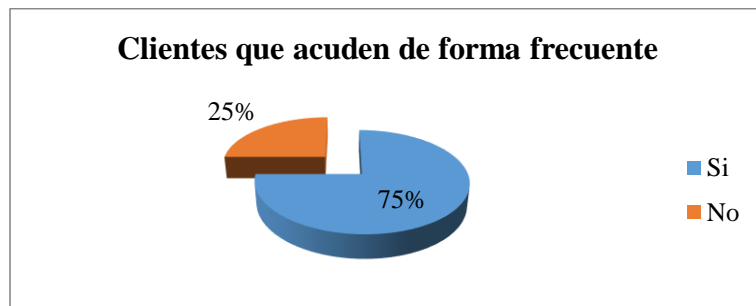
4. ¿Sus clientes acuden de forma frecuente?

Tabla N° 66. Clientes que acuden de forma frecuente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75
No	1	25
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 35. Clientes que acuden de forma frecuente



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Con referencia a las encuestas aplicadas a los dueños de los diferentes restaurantes, se verifica que la mayoría de ellos es decir el 75% manifestaron que los clientes si acuden de manera frecuente a sus locales, mientras que el resto de encuestados es decir el 25% supieron decir que lo hace pero no de manera recurrente.

5. ¿El menú que ofrece en su establecimiento es para personas con diabetes?

Tabla N° 67. Menú para personas con diabetes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75
No	1	25
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 36. Menú para personas con diabetes



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

En base a las encuestas aplicadas a los dueños de varios restaurantes, la mayoría de los dueños manifestaron que no tienen menú para las personas que sufren de diabetes, mientras que el resto de encuestados manifestaron que tienen comida sana. Existen pocos locales que ofrezcan comida sana, ya que debido a la preparación el costo de los menús es alto, sin embargo las personas que cuidan su salud como las personas con problemas de diabetes van al sitio debido a la preparación de las mismas.

6. ¿Sus clientes en alguna ocasión le han requerido alimentación para personas con diabetes?

Tabla N° 68. Requerimiento de alimento para personas con diabetes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75
No	1	25
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 37. Requerimiento de alimento para personas con diabetes



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

De acuerdo a las encuestas que se realizó a los dueños de diferentes restaurantes, la mayoría es decir el 75% supieron manifestar que parte de los clientes que acuden de manera regular piden alimentación para diabéticos, mientras que el resto de encuestados dijeron que no.

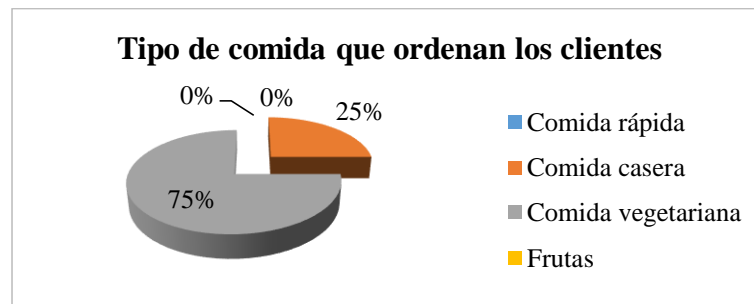
7. ¿Qué tipo de comida normalmente ordenan sus clientes?

Tabla N° 69. Tipo de comida que ordenan los clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Comida rápida	0	0
Comida casera	1	25
Comida vegetariana	3	75
Frutas	0	0
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 38. Tipo de comida que ordenan los clientes



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Con respecto a esta pregunta los dueños de los restaurantes, en donde la mayoría de ellos es decir el 75% manifiestan que sus clientes por lo general ordenan comida vegetariana, mientras que el resto de encuestados opinaron que sus clientes piden comida casera.

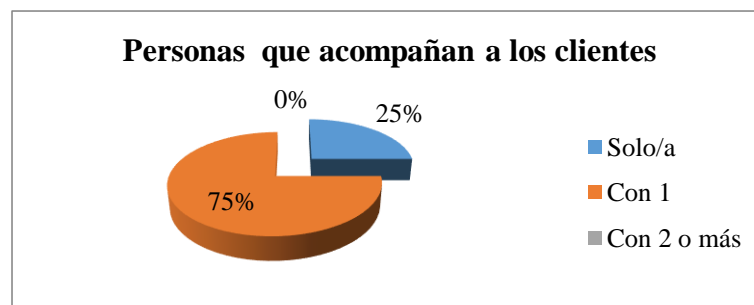
8. ¿Normalmente con cuantas personas llegan sus clientes a degustar comida en restaurantes?

Tabla N° 70. Personas que acompañan a los clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo/a	1	25
Con 1	3	75
Con 2 o más	0	0
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 39. Personas que acompañan a los clientes



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

En base a las encuestas aplicadas a los dueños de los diferentes restaurantes, gran parte de ellos es decir un 75% manifestaron que los clientes regulares por lo general visitan el restaurante acompañado de una persona, mientras que en los otros restaurantes sus clientes visitan solos.

9. ¿Cuál es el precio de venta por el menú que ofrece?

Tabla N° 71. Precio de venta por el menú

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
3 dólares	3	75
4 dólares	1	25
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 40. Precio de venta por el menú



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

De acuerdo a las encuestas que se aplicó a los dueños de los diferentes restaurantes, el 75% de ellos manifestaron que el precio regular por el que ofertan los menús es de \$3.00, mientras que el resto de restaurantes distribuyen su producto a un coste de \$4.00.

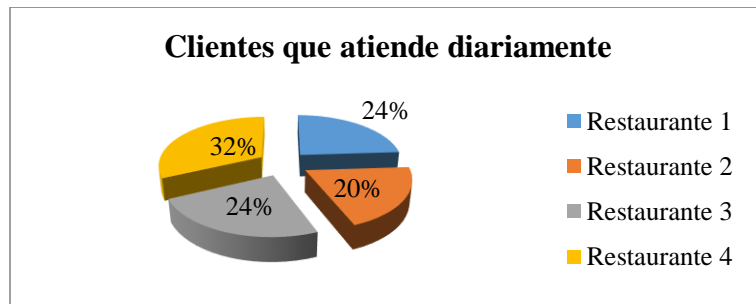
10. ¿Cuántos clientes atiende diariamente?

Tabla N° 72. Clientes que atiende diariamente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante 1	30	24
Restaurante 2	25	20
Restaurante 3	30	24
Restaurante 4	40	32
Total	125	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 41. Clientes que atiende diariamente



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Con relación a las encuestas aplicadas, los dueños del restaurante 1 al que se les aplicó las encuestas manifestaron que la cantidad promedio de personas que acuden a su negocio son 30, en el restaurante 2 acuden 25 personas promedio, restaurante 3 un promedio de 30 personas y en el restaurante 4 por lo general acuden 40 personas diarias a la hora del almuerzo.

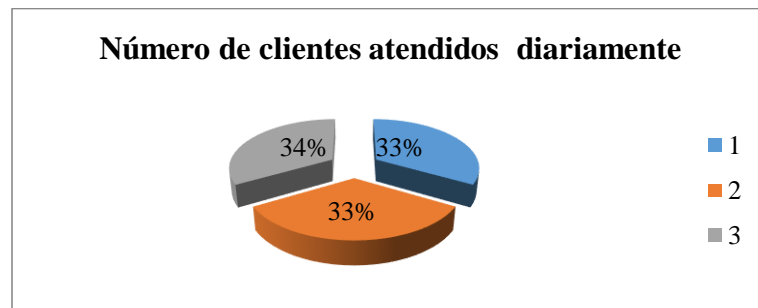
11. ¿Podría especificar el número de clientes en los siguientes años, atendidos diariamente?

Tabla N° 73. Número de clientes atendidos diariamente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
2013	104	30
2014	120	35
2015	120	35
Total	344	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 42. Número de clientes atendidos diariamente



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Como se puede observar con relación a las encuestas aplicadas a los dueños de los diferentes restaurantes, se establece que en el restaurante 1, 2,3 y 4 para el año 2013 se atendieron un promedio de 26 clientes diarios, para el año 2014 y 2015 se atendieron 30 clientes diarios.

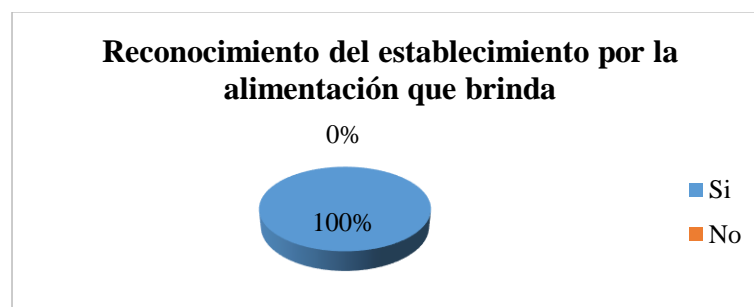
12. ¿Considera que su establecimiento es reconocido por el tipo de alimentación que brinda?

Tabla N° 74. Reconocimiento del establecimiento por la alimentación que brinda

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Gráfico N° 43. Reconocimiento del establecimiento por la alimentación que brinda



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: María Villacís

Análisis:

Con referencia a las encuestas que se aplicó a los dueños de los diferentes restaurantes, todos supieron manifestar que su restaurante es reconocido debido a la alimentación que brindan ya que la preparación de los alimentos lo hacen con calidad y siguiendo los protocolos requeridos.

Anexo N° 4. Proformas

para toda la vida

MONTERO Shopping

Blanca Elena Vásquez

03-2422151 03-2422743
0998887603 - 0989943090
montero.sb@hotmail.com
AV. CEVALLOS #1225 Y MARIANO EGUEZ

LG SONY Whitepool
SAMSUNG Acer TRAMONTINA

MONTERO SHOPPING

Av. Cevallos #1225 y Mariano Eguez
Ambato 15 de Julio 2016

Proforma

Señores
María Villacís
Presente.-

Pongo a su consideración el precio de las mercaderías por Ud. solicitadas:

CANTIDAD	DESCRIPCION	V.UNITARIO	V. TOTAL
05	Juego de ollas	56,53	282,65
03	Juego de cuchillos tramontina	13,02	39,06
04	Sartenes Neo flam	39,59	158,36
06	Ensaladeras Easa	2,13	12,78
06	Juego de cubiertos tramontina	4,9	29,40
06	Vasos de vidrio Criss	5,36	32,16
		Subtotal	554,41
		IVA	77,62
		TOTAL	632,03

Atentamente,



RESPONSABLE

PRO FORMA

Luis Lema
1801002765001
METAL MECANICA LEMA
Dirección: Isidro Viteri/ Gertrudiz Esparza



Ambato, 14 de junio del 2016

CLIENTE:

Maria Villacis
RUC 1802833242
Dirección: Ambato

CONCEPTO:

Trabajo: renovación del sistema de calefacción

	Precio Unitario	Nº de unidades	Precio total
Mesa de madera	92,10	2,00	184,20
Escritorio	78,64	1,00	78,64
Juego de comedor	191,23	12,00	2.294,76
		Total	2.557,60

IMPORTE:

Base imponible \$ 2.557,60
IVA (14%) \$ 358,06
TOTAL PRO FORMA \$ 2.915,66

Modo de pago: 50% al inicio del encargo y el resto a su finalización






MEZA PAREDES BOLIVAR MARCELO
PRIMERA IMPRENTA 18-99 Y VARGAS TORRES

Telf: 032827182

RUC.: 1800670752001

Cliente: 99

Fecha: 14/07/2016

Elaborado por: EDITHG

Destino: S/N

Estimados Señores:

Por la presente nos es grato cotizar y actualizar lo siguiente:

Descripción Marca	Cantidad	Precio	Total
Congelador Indurama CI-200 tapa vidrio	1	1200	1200
Minicomponente LG CM4350 3000w 2 USB	1	503	503
Refrigeradora Indurama RI- 285 Avant	1	1308	1308
Campana extractora de olores Indurama	1	392,19	392,19
Batidora Industrial Oster	2	108,45	216,89
Licuada Oster	3	87,21	261,63
		Subtotal	3405,01
		Descuento	0
		I.V.A	476,70
		Valor a pagar	3881,71

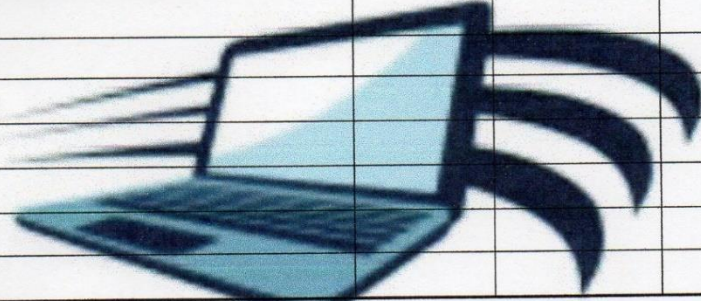
Atentamente

MARCELO MEZA

PROFORMA LE-ONTECH

Dirección: Mera y Juan Benigno Vela
 Fecha: 14/ 07/ 2016
 Teléfonos: 2424970
 RUC: 1803467255001

Detalle	Cantidad	Precio	Total
---------	----------	--------	-------

Computadora Hacer aspire one 725-0495	1	400,76	400,76
Impresora L355 Epson	1	476,43	476,43
			

LE- ONTECH

Subtotal	877,19
IVA	122,81
Total	1000



Gerente



Cliente

Sarango Salinas Magdalena Mariana de Jesús
COMERCIAL MARY E HIJOS
 R.U.C. 1101626461001
 Matriz: Primera Imprenta 07-29 y Manuela Cañizares
 Telf.: 2425829 - Cel.: 0992629289 / Ambato - Ecuador

PROFORMA

Nº 000021

Cliente: Mario Villavic

DIA	MES	AÑO
14	7	2016

R.U.C.: 180283364-2

Telf.:

Dirección: Isidro Veloz y Georgetina Espinoza

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Docenas 3 Cde Buro Pasta Auro		201
1	Horro 3 latas Auro	500	
1	Saga Mastardler	327	
2	Volandas Industrial	7	14
5	Met Negro Industrial	1:90	9:50

01 AL 200, ORIG. Y COPIA / Mayo - 2016

Sub Total \$

I.V.A. %5

I.V.A. 0%\$

Importe I.V.A. \$

Total Factura \$

Vendedor

Cliente

1051.50