



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL:
IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA
ECUATORIANA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del título de Tecnóloga en
Administración Industrial y de la Producción.

Autora: González Bargas Karen Elizabeth

Tutor: Ing. Carlos Guzmán

Quito, 2016

DECLARATORIA

Declaro que la Investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado en las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Karen Elizabeth González Bargas
C.I. 1725580714

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar por haber entrado en mi vida y en la de mi familia para guiarnos, apoyarnos, estar a nuestro lado y caminar de la mano de él para cumplir nuestros objetivos. A mi familia por el apoyo incondicional que siempre me brindan, por estar presentes cada momento de mi vida, a la vez quiero agradecer a mi Tutor el Ing. Carlos Guzmán Chiriboga por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de estos días, por su perseverancia y sobre todo paciencia al instruirme en la realización del presente proyecto que con mucho sacrificio voy a culminar.

Todos son parte fundamental de esta etapa tan importante en mi vida, gracias.

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Karen Elizabeth González Bargas alumna de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

C.I. 1725580714

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a
Dios, a mis padres, esposo e hijo, pilares
fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese
podido conseguir lo que hasta ahora tengo, quienes
dedicaron su tiempo, amor y paciencia,
especialmente a mi madrecita amada Miryan por su
tenacidad y lucha insaciable, a mi abuelita Carmen
quién me apoya desde lejos siempre inculcándome
lo bueno, también a mi abuelito Mario quién desde
el cielo sé que está orgulloso de mi lucha constante
por obtener lo que quiero, a la vez a mi tía Marjorie
y mis primos queridos Valeria y Joel.

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Karen Elizabeth González Bargas portadora de la cédula de ciudadanía signada con el No 1725580714 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“LA MOTIVACIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL: IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA ECUATORIANA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

” Facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE: Karen González

CEDULA: 1725580714

Quito, a los 07 días del mes de Noviembre de 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se crea con la finalidad de dar a conocer al público más sobre los platos típicos del Ecuador es por esto que se implementa el Restaurante “Las Delicias de Ecuador” que cuenta con espacios físicos diseñados acorde a las tradiciones de nuestro país; brinda una gran variedad de platos típicos del Ecuador de todas sus regiones, Costa, Sierra y Oriente, y bajo estándares de calidad busca una satisfacción constante del consumidor, distinguiéndose siempre por su innovación, calidad de productos y servicios y caracterizado por la amabilidad y cordialidad hacia sus clientes.

Nuestros principios y valores son cumplidos día a día tanto con nuestros clientes como con nuestros colaboradores y proveedores.

Tenemos competidores directos e indirectos que influyen en un porcentaje mínimo en nuestra microempresa y esto es una ventaja debido a que la influencia no es mayor.

La investigación realizada en el presente proyecto ha dado como resultado valores aceptables dentro del mercado lo cual es beneficioso.

ABSTRACT

This project is created in order to give to the public more about the typical dishes of Ecuador is why the restaurant "Las Delicias de Ecuador" which has physical spaces designed according to the traditions of our country is implemented; It offers a variety of dishes from all regions of Ecuador, Costa. Sierra and East, and low quality standards seeks constant consumer satisfaction, always distinguished for its innovation, quality products and services and characterized by friendliness and cordiality to its customers.

Our principles and values are met every day with our customers and with our partners and suppliers.

We have direct and indirect competitors that affect a small percentage in our small businesses and this is an advantage because the influence is greater.

The research conducted in this project has resulted in acceptable values in the market which is beneficial.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLA.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1.1 Introducción	1
1.2 Justificación	2
1.1 Antecedentes	4
CAPÍTULO II.....	9
2.1 Ambiente Externo.....	9
2.1.1 Factor Económico.....	9
2.1.2 Factor Social.....	15
2.1.3 Factor Legal.....	19
2.1.4 Factor Tecnológico	23
2.2 Entorno local	24
2.2.1 Clientes	24
2.2.2 Proveedores	25

2.2.3 Competidores.....	26
2.1 Análisis Interno	28
2.1.1 Propuesta estratégica.....	28
2.3.2 Gestión Administrativa	31
2.1.2 Gestión Operativa	42
2.3.4 Gestión Comercial	46
2.4 Análisis FODA.....	52
CAPÍTULO III.....	53
Estudio de Mercado	53
3.1 Análisis del Consumidor.....	53
3.1.2 Determinación de la Población y Muestra	53
3.1.3 Técnicas de Obtención de Información.....	56
3.1.3.3 Encuesta.....	56
3.1.4 Análisis de la Información.	61
3.2 Oferta.....	80
3.2.1 Oferta Histórica	80
3.2. Oferta Actual.....	80
3.2.3 Oferta Proyectada	80
3.3 Productos sustitutos.....	81
3.3.1 Oferta Histórica PIB	81
3.3.2 Oferta Actual.....	81
3.4 Demanda.....	82
3.4.1 Demanda Actual	82
3.4.2 Demanda Proyectada	83
3.5 Balanza oferta – Demanda.....	83
3.5.1 Balance Actual.....	83

3.5.2 Balance Proyectado.....	84
CAPÍTULO IV	85
Estudio Técnico	85
4.1 Tamaño del proyecto	85
4.1.2 Capacidad Óptima	87
4.2 Localización	88
4.2.1 Macro localización.....	88
4.2.2 Micro localización	89
4.2.3 Localización Óptima	90
4.3 Ingeniería del proyecto	91
4.3.1 Definición de Bien y/o Servicio	91
4.3.2. Distribución de Planta.....	91
4.3.4 Maquinaria	94
4.3.5 Equipos	95
CAPITULO V.....	98
5. Estudio financiero	98
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales	98
5.2 Costos	99
5.2.1 Costo directo	99
5.2.2 Gastos de ventas	103
5.2.3 Costos financieros.....	103
5.2.4 Costos fijos y variables	103
5.3 Inversiones	105
5.3.1 Inversión fija	105
5.3.2 Capital de trabajo.....	106
5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	106

5.3.4 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)	107
5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)	109
5.3.6 Estado de situación inicial.....	109
5.3.7 Estado de resultados proyectado.....	110
5.3.8 Flujo neto de efectivo.....	111
5.3.9 Flujo de caja	112
5.4 Evaluación	113
5.4.1 Tasa de descuento	113
5.4.2 VAN.....	113
5.4.3 TIR.....	114
5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	115
5.4.5 RBC (Relación beneficio costo)	115
5.4.6 Punto de equilibrio.....	116
5.4.7 Análisis de índices financieros	121
CAPITULO VI	125
6. Análisis de impactos.....	125
6.1 Impacto ambiental	125
6.2 Impacto social	125
6.3 Impacto productivo.....	126
6.4 Impacto económico	126
CAPÍTULO VII	127
7. Conclusiones y recomendaciones	127
7.1 Conclusiones	127
7.2 Recomendaciones	127
BIBLIOGRAFÍA	129
ANEXOS.....	135

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Porcentaje anual del Pib.....	10
Tabla 2 Tasas de interés activa y pasiva vigente	13
Tabla 3 Porcentajes de Inflación.....	14
Tabla 4 Proveedores básicos de materia prima.....	25
Tabla 5 Competidores directos	26
Tabla 6 Competidores indirectos	27
Tabla 7 Diagrama de flujo.....	43
Tabla 8 Segmentación geográfica	54
Tabla 9 Primera pregunta	62
Tabla 10 Segunda pregunta	63
Tabla 11 Tercera pregunta.....	64
Tabla 12 Cuarta pregunta	65
Tabla 13 Quinta pregunta	66
Tabla 14 Sexta pregunta (opciones platos de la costa).....	67
Tabla 15 Sexta pregunta (opciones platos de la sierra).....	69
Tabla 16 Sexta pregunta (opciones platos del oriente).....	70
Tabla 17 Séptima pregunta (precios platos de la costa)	72
Tabla 18 Séptima pregunta (precios platos de la sierra).....	73
Tabla 19 Séptima pregunta (precios platos del oriente)	74
Tabla 20 Octava pregunta.....	75
Tabla 21 Novena Pregunta	76
Tabla 22 Décima Pregunta.....	77
Tabla 23 Onceava Pregunta.....	78

Tabla 24 Doceava Pregunta	79
Tabla 25 Oferta actual	80
Tabla 26 Oferta proyectada	80
Tabla 27 Pib interanual (Pib por millones de dólares y variación anual servicios de alojamiento y comida)	81
Tabla 28 Oferta actual Pib miles de millones de dólares y variación interanual promedio de servicio de alojamiento y comida (año 2016)	81
Tabla 29 Oferta proyectada	82
Tabla 30 Demanda actual	83
Tabla 31 Demanda proyectada	83
Tabla 32 Balance actual	84
Tabla 33 Balance proyectado.....	84
Tabla 34 Tamaño del proyecto	85
Tabla 35 Capacidad instalada Encebollado de pescado	86
Tabla 36 Capacidad instalada Chugchucaras.....	87
Tabla 37 Capacidad instalada Tilapia con yuca y ensalada.....	87
Tabla 38 Localización Óptima	90
Tabla 39 Distribución de Planta	92
Tabla 40 Código de Cercanía	93
Tabla 41 Código de Razones	93
Tabla 42 Método SLP	94
Tabla 43 Maquinaria	94
Tabla 44 Equipos de computación	95
Tabla 45 Equipos de oficina	95
Tabla 46 Suministros de oficina	96
Tabla 47 Muebles y Enseres	96
Tabla 48 Menajes de cocina	97

Tabla 49 Ingresos operacionales-Ventas Encebollado	98
Tabla 50 Ingresos operacionales-Ventas Chugchucaras	99
Tabla 51 Ingresos operacionales-Ventas Tilapia con yuca y ensalada.....	99
Tabla 52 Costo directo Encebollado (materia prima)	100
Tabla 53 Costo directo Encebollado (mano de obra)	100
Tabla 54 Costo directo Encebollado (CIF)	100
Tabla 55 Costo directo Chugchucaras (materia prima)	101
Tabla 56 Costo directo Chugchucaras (mano de obra)	101
Tabla 57 Costo directo Chugchucaras (CIF)	101
Tabla 58 Costo directo Tilapia con yuca y ensalada (materia prima)	102
Tabla 59 Costo directo Tilapia con yuca y ensalada (mano de obra).....	102
Tabla 60 Costo directo Tilapia con yuca y ensalada (CIF)	102
Tabla 61 Gastos de ventas	103
Tabla 62 Costos financieros	103
Tabla 63 Costos fijos y variables servicios básicos	104
Tabla 64 Costos fijos y variables sueldos y salarios administrativos.....	104
Tabla 65 Costos fijos y variables sueldos y salarios producción	104
Tabla 66 Costos fijos y variables	105
Tabla 67 Inversión fija	105
Tabla 68 Activos fijos	106
Tabla 69 Capital de trabajo.....	106
Tabla 70 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	107
Tabla 71 Amortización de financiamiento	108
Tabla 72 Depreciaciones	109
Tabla 73 Estado de situación inicial.....	110
Tabla 74 Estado de resultados proyectado	111

Tabla 75 Flujo neto de efectivo	112
Tabla 76 Flujo de caja	112
Tabla 77 Tasa de descuento	113
Tabla 78 VAN.....	114
Tabla 79 TIR.....	114
Tabla 80 PRI (Periodo de recuperación de la inversión).....	115
Tabla 81 RCB (Relación costo beneficio).....	115
Tabla 82 Punto de equilibrio Encebollado	116
Tabla 83 Punto de equilibrio Chugchucaras	118
Tabla 84 Punto de equilibrio Tilapia con yuca y ensalada	120
Tabla 85 Análisis de índices financieros - Rentabilidad sobre el patrimonio.....	122
Tabla 86 Análisis de índices financieros – Rentabilidad sobre activos.....	122
Tabla 87 Análisis de índices financieros – Índice de liquidez	122
Tabla 88 Análisis de índices financieros – Índice de endeudamiento.....	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Porcentaje del Pib desde año 2011 hasta año 2015	10
Figura 2 Pib por sectores y por el sector al que pertenece el proyecto.....	11
Figura 3 Tasa Activa Pymes	12
Figura 4 Porcentajes de inflación desde año 2011 hasta año 2015	14
Figura 5 Porcentaje de empleo a nivel nacional, urbano y rural.....	16
Figura 6 Porcentaje de empleo adecuado a nivel nacional, urbano y rural	16
Figura 7 Porcentaje de empleo inadecuado a nivel nacional, urbano y rural.....	17
Figura 8 Porcentaje de subempleo a nivel nacional, urbano y rural.....	18
Figura 9 Porcentaje de desempleo a nivel nacional, urbano y rural.....	19
Figura 10 Organigrama funcional	31
Figura 11 Mapa dirección ubicación restaurante	47
Figura 12 Logotipo de la microempresa "Restaurante Las Delicias de Ecuador" ...	48
Figura 13 Promoción (nombre de la microempresa en vajilla).....	49
Figura 14 Promoción (nombre de la microempresa en jarras y vasos de vidrio).....	50
Figura 15 Promoción (vasos plásticos con nombre del restaurante)	50
Figura 16 Promoción (esferos tricolor)	51
Figura 17 Promoción (hojas volantes doble lado).....	51
Figura 18 Primera pregunta	62
Figura 19 Segunda pregunta	63
Figura 20 Tercera pregunta.....	64
Figura 21 Cuarta pregunta	65
Figura 22 Quinta pregunta.....	66

Figura 23 Sexta pregunta (opciones platos de la costa)	68
Figura 24 Sexta pregunta (opciones platos de la sierra).....	69
Figura 25 Sexta pregunta (opciones platos del oriente)	70
Figura 26 Séptima pregunta (precios platos de la costa)	72
Figura 27 Séptima pregunta (precios platos de la sierra)	73
Figura 28 Séptima pregunta (precios platos del oriente).....	74
Figura 29 Octava pregunta	75
Figura 30 Novena Pregunta	76
Figura 31 Décima Pregunta	77
Figura 32 Onceava Pregunta	78
Figura 33 Doceava Pregunta.....	79
Figura 34 Macro localización.....	88
Figura 35 Micro localización	89
Figura 36 Localización Óptima	90
Figura 37 Planta de distribución	92
Figura 38 Punto de equilibrio Encebollado	117
Figura 39 Punto de equilibrio Chugchucaras.....	119
Figura 40 Punto de equilibrio Tilapia con yuca y ensalada	121

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

Este proyecto se realiza con la finalidad de apoyar a la matriz productiva mediante un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante de comida típica ecuatoriana al norte del Distrito Metropolitano de Quito; con el fin de dar a conocer el mejor servicio de platos típicos, en un ambiente acogedor y con una decoración cómoda, segura y de acuerdo a las regiones que nuestro país contempla, comprometiéndonos a evaluar los resultados y tomar decisiones adecuadas mediante el uso de técnicas de investigación.

Realizando un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda, así como los gustos y preferencias de los clientes.

A la vez se Diseñará un plan de mercado, que permita posicionar el establecimiento mediante una buena estrategia de publicidad, llevando a cabo un estudio técnico que proporcione los requerimientos más adecuados para el diseño y operación del proyecto.

Se determinará también los posibles impactos que pudiera causar al medio ambiente la puesta en marcha de las actividades del restaurante.

Contabilizaremos y Administraremos los recursos de la organización tanto físicos como monetarios, a fin de determinar la rentabilidad futura del negocio.

Generaremos fuentes de empleo con el fin de contratar personas para el correcto desarrollo de las actividades dentro del restaurante.

A la vez también se pretende dar solución a la problemática de la escasa oferta de comida que existe en el sector Empresarial y residencial de la ciudad de Quito, teniendo en cuenta que se tienen datos provisionales de los clientes que no se sienten satisfechos con la oferta actual de restaurantes y servicios de comida o alimentación, dando lugar a una oportunidad de negocio que genere rentabilidad, a la vez cumpliendo con las expectativas de los mismos y superándolas; brindando un servicio y producto de primera calidad como una alternativa diferente y saludable a la hora de comer, consolidándose así como una empresa líder en su campo

1.2 Justificación

Debido a la escasa oferta de Comida Típica que existe en el sector se quiere dar lugar a una oportunidad de negocio que genere rentabilidad, para brindar un servicio y producto de primera calidad como una alternativa diferente y saludable a la hora de comer, a la vez cumpliendo con las expectativas de los clientes y superándolas.

El proyecto se elaborará, pensando en las necesidades del consumidor ecuatoriano y extranjero, especialmente en aquellos que residen en la ciudad de Quito, como también a turistas debido a que en el sector no existen muchos restaurantes especializados en Comida Típica Ecuatoriana, con un ambiente de comodidad y además, con toques tradicionales de nuestro país en espacios

diferenciados por regiones. El proyecto está orientado a satisfacer a aquellas personas que gustan de la comida típica, con un servicio acorde a las costumbres del Ecuador, tanto en sabor, presentación; con un equilibrio nutricional y con un servicio de primera.

Al ser el mercado de los restaurantes y la alimentación un sector de gran crecimiento es inminente el apareamiento de nuevas empresas dedicadas a este giro de negocio, por lo cual es necesaria la aplicación de un estudio de mercado para determinar el segmento hacia el cual se encuentra enfocada la empresa, potenciales clientes y la situación del entorno en el que se desenvolverá la empresa.

En el mercado puede existir una gran ventaja competitiva de diferenciación que radica en la calidad del servicio que se pueda brindar a los clientes y la capacidad de satisfacer las necesidades de los mismos superando sus expectativas; adicional a esto nuestro restaurante se diferencia ya que dentro de éste existirán distintas áreas según las regiones que nuestro país contempla, cada una con adornos y gastronomía propia de cada territorio del Ecuador.

Se pone en conocimiento que para desarrollar e implementar adecuadamente los lineamientos que se debe seguir en la elaboración y preparación del menú, es necesario una capacitación exhaustiva del personal que laborará en el negocio así como la implementación de normas de calidad de manera que los alimentos sean preparados manteniendo las costumbres y tradiciones de cada región del Ecuador.

La facilidad de tener una alimentación sana requiere de la ayuda de un experto en nutrición que será el Chef quien apoyará en la correcta elaboración de platos y el cumplimiento de los ya mencionados estándares de calidad.

1.1 Antecedentes

(Sagarribay, 2007) indica que:

Para poder comprender la evolución de la alimentación en el Mundo Antiguo y ciertas normas que hoy las calificaríamos como conductas de higiene, debiéramos diferenciar, al igual que se hace para el estudio de la Edad Media, la Alta Antigüedad de la Baja Antigüedad.

La primera comienza con la aparición de la escritura, alrededor del año 3.300 a.C, es el caso de Egipto y algunos pueblos de la Mesopotamia, y llega hasta el siglo V a.C., y la Baja Antigüedad, desde esta fecha al siglo VIII de nuestra Era.

Del primer periodo y gran parte del segundo, no existe ningún documento específico en donde se hable de alimentación y mucho menos de higiene. Todo cuanto conocemos viene dado por la arqueología, bien sea por expresión gráfica, monumental o simplemente por los análisis de residuos en recipientes domésticos. Así todo, sabemos mucho más de lo que a simple vista se podríamos imaginar.

Del segundo periodo, el más cercano a nosotros, existe mucha documentación, y cuanto más próximo, mucha más; pero normalmente hay que extraerla de textos generalizados.

Los historiadores dividen las civilizaciones antiguas en dos categorías: las del gato principalmente agrícola (Egipto), y la ganadera o del perro (Asiria). Para los antropólogos, en cambio, estos dos animales representan las civilizaciones de los hidratos y de las proteínas.

Estas dos culturas evidencian, por los análisis de carbono en momias o simplemente huesos encontrados, una diferencia de estatura y longevidad a favor en los individuos ganaderos. Sabemos también que, mientras sí existen civilizaciones netamente agrícolas aún en la actualidad, las ganaderas son mixtas: donde crece el pienso para el ganado, crece el cereal. En la actualidad, queda una tribu en África, y no digo raza porque es una mezcla de etnias, los Batutsi netamente proteínica, se alimentan de sangre, médula y carne.

Cambios lentos

Dado que analizar en estas pocas páginas todo el abanico alimentario del Mundo Antiguo, además de pretencioso sería más que imposible, creo conveniente comenzar por Egipto contemplando un periodo intermedio en el tiempo: la dinastía XIX del Imperio Nuevo, o la de los Ramsés, alrededor del 1310 al 950 a.C. A modo de consolución por los siglos omitidos, nos basta saber que en Egipto, al contrario de otras civilizaciones antiguas, los aspectos sociales cambiaron muy lentamente.

El interés por la Dinastía XIX, además de corresponder a un periodo de gran esplendor en todos sus aspectos está, sobre todo, muy documentado. En el espacio artístico, en estos años se construyeron grandes templos, entre ellos dos muy importantes: Karnak y Abu Simbel.

También es coincidente con la vida Moisés. El Antiguo Testamento narra que Moisés, prohijado por la hermana del Faraón, se educa y vive en la corte hasta los

cuarenta años. Por una serie de problemas se ve obligado a huir, y a los ochenta años es elegido por Yahveh para liberar al pueblo judío cautivo en Egipto.

Durante su peregrinar a través del desierto, Dios, además de entregarle el Decálogo, le dictó un conjunto de normas para la vida cotidiana, reglas que abarcan tanto los apartados legislativos, como la alimentación e higiene y que, en muchos casos, son idénticas o muy similares a las egipcias. Este conjunto de normas conocidas como Leyes Mosaicas se mantendrá, salvo modificaciones propias de sus ritos, en religiones tan importantes y cercanas a nosotros como el judaísmo, el cristianismo y el islamismo.

Durante las primeras dinastías faraónicas, observamos en diferentes papiros abundancia de productos agrícolas, algunas aves, pocos rumiantes, caza como signo de distinción y escaso pescado. Conforme se avanza en el tiempo, vemos que el arco alimentario aumenta considerablemente.

El pan, elemento básico

La base de la alimentación era el pan, pero existía una notable diferencia entre el elaborado con harina de trigo para la clase pudiente, y el amasado con harina de centeno para los menos favorecidos. Conocemos más de 16 clases de panes diferentes entre salados y dulces.

En la época que estamos contemplando el consumo de carne adquiere gran protagonismo. En los festines de los faraones se observa la constante presencia de una especie de buey africano, llamado iwa en los papiros, cebado al máximo y pronto para el banquete. También cordero y cabras y, procedente de la caza: gacelas y antílopes.

Por otra parte las vacas son de pequeño tamaño, flacas y se dedican a la agricultura. De lo que se deduce que su producción de leche, aunque sumamente apreciada, era escasa. Esta escasez se suplía con la proveniente de oveja y cabra, sobre todo para la elaboración de quesos y mantequillas.

Al contrario del resto de los pueblos de la cuenca mediterránea, el consumo de cerdo no era habitual. Con la llegada de la dinastía griega (s.IV a.C) lo encontraremos en la mesa de la población foránea. Esta falta de interés por la ingestión de carne porcina del pueblo egipcio, se convierte según la Ley Mosaica en prohibición total bajo pena de pecado grave y consecuentemente, aún en la actualidad, los practicantes de la religión judía y los fieles del islamismo no comen cerdo.

Creo que debemos detenernos un poco y explicar el proceso del sacrificio de las reses destinado al consumo de las gentes. Las reses se sacrificaban en los templos, bien por un sacerdote o por un matarife autorizado y nadie podía ingerir carne de otra procedencia. Las altas temperaturas locales, obligaban a consumir la totalidad del animal en un máximo de cuatro días. Para la matanza acudían todos los familiares para distribuirse la carne.

El sacerdote o el matarife practicaba un orificio preciso en la vena yugular del animal por donde se desangraba, se desinfectaba y se arrancaba la piel. Antes de abrirlo en canal se lavaba ligeramente todo el cuerpo con un paño de lino blanco sumergido previamente en una solución de agua con un poco de natrón (carbonato

de sodio). Al igual que la sangre, las vísceras y la médula se desdenaban para evitar posibles enfermedades, y la carne se ingería cocida o asada. Hoy también, los practicantes de la Ley Mosaica (judíos e islamitas), no comen carne de res si no ha sido sacrificada por persona autorizada y bajo determinadas normas, normas que guardan cierta similitud con el proceso anteriormente descrito.

Entre los vegetales gustaban de cebollas, pepinos, ajos, puerros, rábanos, zanahorias, nabos, espinacas y naturalmente no podían faltar las apreciadas lechugas, de las cuales se aseguraba que enamoraba al hombre y hacía fértil a la mujer. La mayoría de estas verduras las debían comer crudas, ya que el griego Diodoro (s. I a.C.) escribe bastante perplejo refiriéndose a las lechugas, que acostumbraban a comerlas crudas en vez de cocidas.

Sus legumbres eran las nuestras actuales: guisantes, lentejas, alubias y garbanzos. Como fruta tenían dátiles, uvas, granadas, manzanas, cocos, higos, sandías, melones y moras. Con la ocupación romana a partir del siglo I a.C, se introdujo la pera, el melocotón, la almendra y la cereza. Estas legumbres, frutas y verduras serán comunes a toda la cuenca mediterránea en más o menos abundancia. El ajo, en todo el Mundo Antiguo, no solamente era un manjar, sino que se utilizaba en medicina contra los dolores reumáticos.

Las legumbres se cocían y algunas, como los garbanzos, se asaban donde previamente habían espolvoreado cal (Papiro Berlín), también se conservaban desecadas al sol, sobre todo las habas, para el consumo anual fuera de su época de producción.

Cocina preparada

Para hablar de cocina preparada tendremos que llegar hasta los griegos y sobre todo a los romanos. El concepto de guiso, o la mezcla de varios componentes alimentarios para conseguir gustos diferentes, tiene su origen en las clases menos pudientes, y en su afán de aprovechar todo cuanto otros desechaban.

La sal procedía principalmente de minas, sólo en el delta del Nilo se producía en salinas y si bien se utilizaba escasamente en la condimentación de los alimentos sí era necesaria para la conservación del pescado. En el dulce también intervenía la posición social: la clase pudiente lo obtenían de la miel, y el resto de las gentes de la simiente molida del algarrobo.

La bebida por excelencia era la cerveza, que a falta de lúpulo se aromatizaba con hierbas (romero). Si bien en este periodo, el vino hacía pocas décadas que había aparecido se consideraba imprescindible en los festines de los ricos, su consumo y abuso era notorio.

El destino del pescado, aunque se practicara la pesca como deporte y como oficio, era la mesa del menos pudiente. Desecado al sol o salado se conservaba durante tiempo.

Con la llegada de la dinastía griega (siglo IV a. C.), y dado que los nuevos faraones sí lo consumían, el pescado gozará de mejor reputación. Sabemos, por estar documentado, que Cleopatra, cuando fue al encuentro de Marco Antonio, el menú que le ofertó en su barco se componía principalmente de ostras, pulpo cocido y cigalas.

En Grecia, y mejor en Roma, el oficio de cocinero llegó a ser muy importante, y sus recetas verdaderos libros. Sabemos que Julio César viajaba con su cocinero que constantemente le preparaba platos diferentes, y de esto si hay documentación.

Las gallinas y los pollos aunque sí existían, no eran apreciados en la mesa egipcia. Una vez más, con los romanos, su consumo se popularizará. La emperatriz Faustina, esposa de Marco Aurelio (año 161), mitigó las incomodidades del parto tomando caldo de gallina durante la cuarentena. Ironías de la vida, o en reconocimiento al caldo de gallina, a su hijo y futuro emperador se le llamó Cómodo.

Los egipcios, además de sus fiestas religiosas, incluían en su calendario una serie de días fastos y otros nefastos. Durante estos últimos, además de la prohibición de ciertas actividades, debían practicar el ayuno. Una vez más este ayuno lo encontraremos en la Cuaresma cristiana, en los musulmanes y los judíos.

También estaban obligados a unas reglas de higiene completamente normalizadas. Debían lavarse varias veces al día: al levantarse, y antes y después de cada colación. Realizaban tres comidas, y la más importante era al mediodía que la hacían sentados.

El natrón como jabón

Para el aseo cotidiano usaba el natrón como jabón. Se pintaban los ojos en forma de pez con polvo de malaquita para obtener el color verde, galena para el negro y antimonio para el azulado. Esta costumbre no era un simple acto de coquetería, sino para evitar enfermedades oftalmológicas, sobre todo el tracoma.

La circuncisión no era habitual y menos obligatoria en el pueblo egipcio, pero sabemos que se practicaba en medios desfavorecidos. Hasta nosotros han llegado una especie de cuchillos de hoja curva y alguna representación en papiros.

Las funciones de médico las cumplían los sacerdotes, y lo más parecido a nuestros hospitales eran "Las Casas de la Vida". Se conocen perfectamente las operaciones de trepanación en oídos, pero llama enormemente la atención, por la numerosa documentación que se posee, las enfermedades de origen psicosomático.

Las técnicas de curación para estos enfermos consistían en una combinación de música y olores. El incienso era indispensable en palacios, templos o lugares concurridos por sus propiedades antisépticas y sedativas, o simplemente para evitar los malos olores. Dado su alto costo, en ambientes más sacrificados se quemaba cenizas de terebinto.

Los perfumes corporales para hombres y mujeres eran de uso cotidiano. Los obtenían de la destilación de las plantas unido un vehículo graso, aceite o mantequilla los pobres, y esencia de trementina (resina de cedro), los más pudientes.

El arreglo personal era muy importante. Contra la flacidez de la piel se ponían mascarillas compuestas por polvos de alabastro, natrón (carbonato de sodio) mezclado con miel, o bien huevo batido, o simplemente miel. Los malos olores corporales se disimulaban frotándose el cuerpo con hierbabuena, pero si eran muy insistentes se preparaba un ungüento con terebinto e incienso. Para las horas de

pasión se perfumaban con mirra.

Entre los aromas considerados especiales se encuentran los extraídos de las momias, las cuales estaban prácticamente embebidas en aceites aromáticos. Durante la dinastía helenística, siglo II a.C, en tiempos de penuria económica, se vendieron muchas momias a reinos de Asia Menor. Pero el verdadero tráfico de momias para extraer su aceite, aconteció a partir de la Alta Edad Media hasta hace escasamente unos 100 años.

Han existido varias modificaciones en la alimentación por lo que la cultura de la comida nacional es una fusión de las costumbres y tradiciones de nuestros nativos con las de los europeos; los platos típicos de nuestro país son inconfundibles.

CAPÍTULO II

Análisis Situacional

(Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004 , pag 23), indica que:

Un Análisis Situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las Fuerzas y las Debilidades y elementos externos como los Riesgos (amenazas) y las Oportunidades. Es un elemento fundamental del proceso de Planeación Estratégica (Planeación a largo Plazo) de la compañía, que junto con la misión, los objetivos, las estrategias y las tácticas permiten la alta dirección defina el destino de la organización en el largo plazo.

2.1 Ambiente Externo

(Robbins & Coulter , 2005), Menciona que: “el término Ambiente Externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño.”

2.1.1 Factor Económico

Los Factores Económicos “son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas. (Vásquez A. C., 2012).

Existen muchos factores económicos, estos están clasificados por su potencialidad en la economía de un país.”(ITSCO, 2015)

PIB (Producto Interno Bruto)

(Fonseca, 2016), dice que el Banco Central del Ecuador indicó que, “el Producto Interno Bruto es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período.”

Tabla 1 Porcentaje anual del Pib

AÑO	PORCENTAJE
2011	5,20%
2012	5,35%
2013	4,37%
2014	3,26%
2015	3,28%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Karen González.

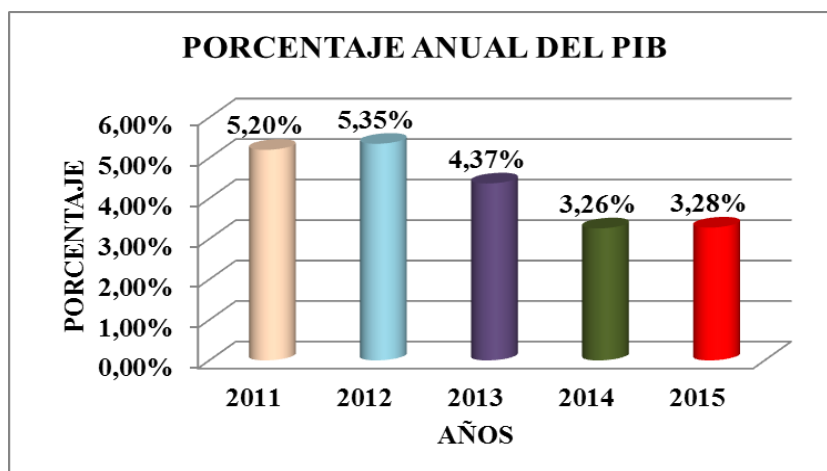


Figura 1 Porcentaje del Pib desde año 2011 hasta año 2015

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Karen González.

Análisis: Como se observa en la Tabla 1 y Gráfico 1 en los años 2011-2012 el PIB tuvo un incremento del 0.15% debido a que el precio del petróleo en esa etapa tenía un valor alto al igual que las importaciones; mientras que en el 2014 el

porcentaje del PIB disminuyó de manera simple a 4.37% y en el 2015 este creció un 0.02% debido a que las exportaciones aumentaron, según el Banco Central.

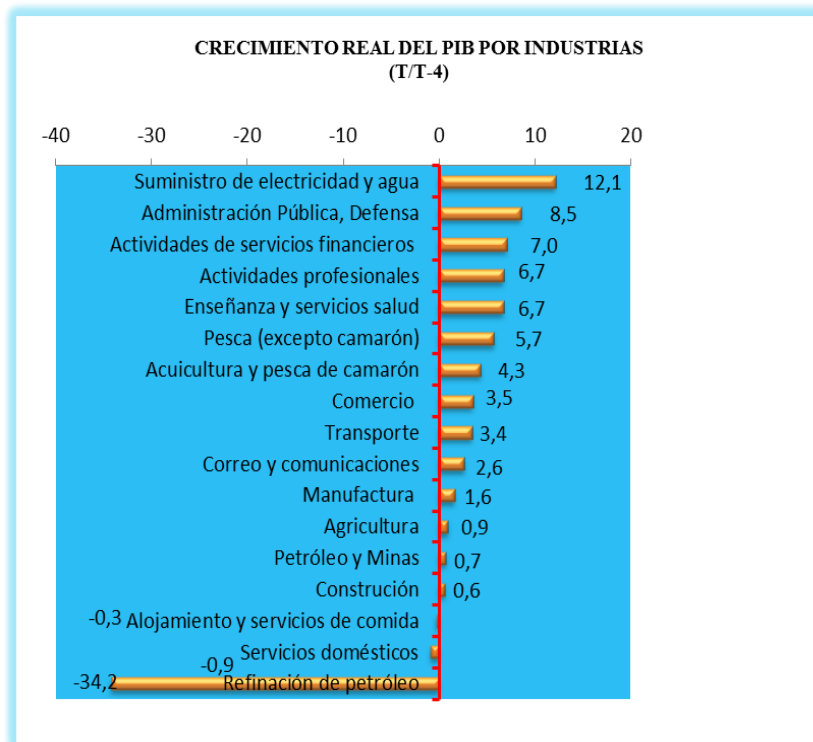


Figura 2 Pib por sectores y por el sector al que pertenece el proyecto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karen González

Análisis: En el presente grafico se puede observar que los servicios de alojamiento y servicios de Comida no aportan al PIB ya que se ubicó en un -0.3, este resultado se tomaría como una alternativa para que el negocio ingrese al mercado y poder aportar de alguna manera en el PIB global.

2.1.1.2 Tasa de Interés Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (SUPERINTENDENCIA DE BANCOS, 2009)

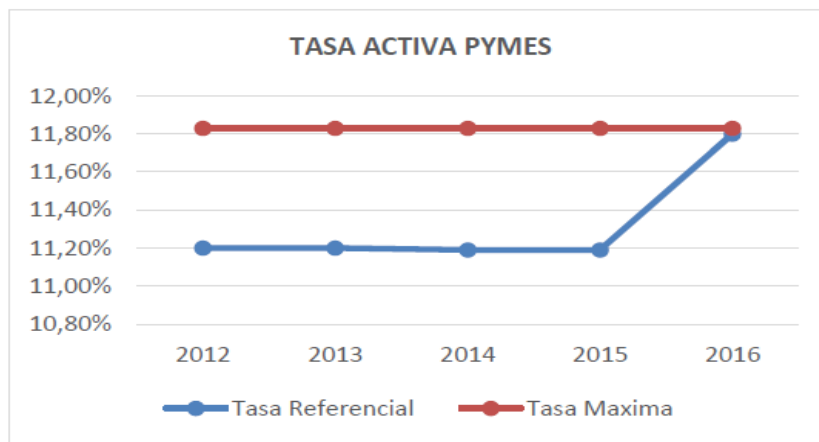


Figura 3 Tasa Activa Pymes

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karen González.

Análisis: En el año 2012 la tasa referencial fue del 11,20% comparado con la tasa máxima que llegó a un 11,83% durante los últimos tres años ha seguido manteniendo los mismos porcentajes, pero en el año 2016 se incrementó la tasa referencial en un 11,80% mismo dato que nos será de uso para la proyección financiera del proyecto del cual podremos analizar su factibilidad.

2.1.1.3 Tasa de Interés Pasiva

“La tasa de interés pasiva, desde el punto de vista de una institución financiera, representa los compromisos de inversión que asume por parte de sus clientes. En otras palabras, cada vez que una persona abre un certificado de depósito, o bien una cuenta de ahorros, o cualquier otro producto que implique un retorno, se torna en una deuda u obligación financiera para la institución, a razón de que debe pagar intereses por el dinero que está adquiriendo, durante un período determinado.”
(González Josías Ortiz, 2014)

Tabla 2 Tasas de interés activa y pasiva vigente

Tasas de Interés			
ago-16			
TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales			
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual		
para el segmento:			
Productivo Corporativo	9.02		
Productivo Empresarial	10.03		
Productivo PYMES	11.66		
Comercial Ordinario	9.67		
Comercial Prioritario Corporativo	8.21		
Comercial Prioritario Empresarial	9.99		
Comercial Prioritario PYMES	11.33		
Consumo Ordinario	16.70		
Consumo Prioritario	16.72		
Educativo	9.38		
Inmobiliario	10.91		
Vivienda de Interés Público	4.97		
Microcrédito Minorista	26.77		
Microcrédito de Acumulación Simple	24.66		
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.35		
Inversión Pública	8.15		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.98	Plazo 121-180	6.37
Plazo 61-90	5.18	Plazo 181-360	6.95
Plazo 91-120	5.99	Plazo 361 y más	7.79

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Karen González.

Análisis: Como se puede observar la tasa de interés Activa en el mes de agosto de 2016 se encuentra en 11.66% lo cual no favorece a la implementación de la microempresa debido a los altos intereses; por otro lado la tasa de interés pasiva está en 7,79% lo que favorece al proyecto ya que al tener un capital se puede hacer un depósito a plazo fijo y así se obtiene una considerable utilidad.

2.1.1.4 Inflación

“La Inflación es el aumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía.” (Legna Verna & González Morales, 2010)

“La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”, según el (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2016)

Tabla 3 Porcentajes de Inflación

AÑO	PORCENTAJE
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaborado por: Karen González.

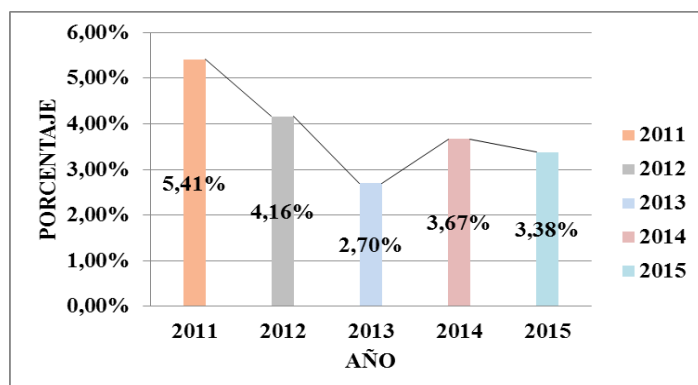


Figura 4 Porcentajes de inflación desde año 2011 hasta año 2015

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaborado por: Karen González.

Análisis: En base al gráfico realizado mediante información obtenida del Instituto Nacional de Estadística y Censos se observa que el porcentaje de inflación desde el año 2011 al año 2015 no ha tenido una variación significativa; pero a pesar de esto se generan variaciones de precios en bienes y servicios que afectan al precio final del consumidor.

2.1.2 Factor Social

“Lo constituyen todos aquellos elementos que afectan a todas las organizaciones situadas en un mismo espacio y existentes en un mismo tiempo. Los elementos que lo constituyen son: económicos, políticos y legales, tecnológicos, socioculturales que agruparían culturales, sociológicos, educativos, demográficos, medio ambiente. Entre todos definen un marco global que puede ser más o menos adecuado para la actividad económica de la empresa.” (López Jurado González, Gracia Ramos, Yaguez Insa, Merigó Lindahl, & Navarro Brión, 2011)

2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)

“Es el número de personas de 10 años y más económicamente activas (PEA) en un determinado año.

Son económicamente activas las personas en edad de trabajar (10 años y más) que:

- a) Trabajaron al menos una hora durante el período de referencia de la medición (por lo general, la semana anterior) en tareas con o sin remuneración, incluyendo la ayuda a otros miembros del hogar en alguna actividad productiva o en un negocio o finca del hogar.
- b) Si bien no trabajaron, tenían algún empleo o negocio del cual estuvieron ausentes por enfermedad, huelga, licencia, vacaciones u otras causas; y
- c) No comprendidas en los dos grupos anteriores, que estaban en disponibilidad de trabajar. Se excluyen las personas que se dedican solo a los quehaceres domésticos o solo a estudiar, más como a los que son solo pensionistas y a los impedidos de trabajar por invalidez, jubilación, etc.” (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). 2007)

2.1.2.2 Población con Empleo

“Personas de 15 años o más que, durante la semana de referencia, se dedicaban a alguna actividad para producir bienes o prestar servicios a cambio de remuneración o beneficios.” (INEC, 2016)

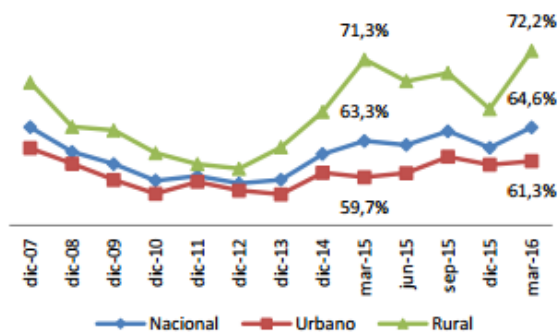


Figura 5 Porcentaje de empleo a nivel nacional, urbano y rural

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).
Elaborado por: Karen González.

Análisis: Como se puede observar en la figura el porcentaje de empleo a nivel nacional y urbano entre marzo de 2015 y marzo de 2016 ha tenido un incremento proporcional, pero en el sector rural la variación del 0.9% no es significativa a pesar del incremento dado.

2.1.2.3 Empleo adecuado

“El empleo adecuado lo conforma la población que no tiene deficiencias ni de horas ni de ingresos. Sustituye a los antiguos ocupados plenos y suma el grupo de personas denominados “inconformes” que anteriormente se los clasificaba como subempleados solo por tener el deseo y la disponibilidad de querer trabajar más horas sin tener un déficit de horas ni ingresos”. (INEC; SENPLADES, 2014)

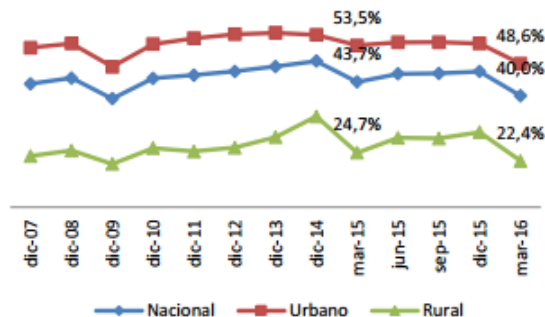


Figura 6 Porcentaje de empleo adecuado a nivel nacional, urbano y rural

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).
Elaborado por: Karen González.

Análisis: Como se observa en la figura la tasa de empleo adecuado presenta un decrecimiento significativo en el área urbana del 4.9% de marzo del 2015 a marzo de 2016 a diferencia del área Nacional que presenta una variación del 3.7% y el área Rural que presenta variación del 2.2% en las mismas fechas.

2.1.2.4 Empleo inadecuado

“El empleo inadecuado lo conforma la población con alguna deficiencia (ya sea de hora y/o de ingreso).” (INEC; SENPLADES, 2014)

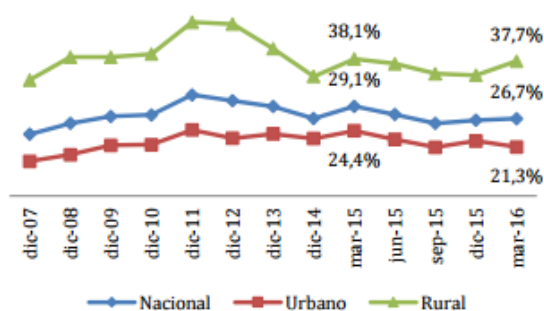


Figura 7 Porcentaje de empleo inadecuado a nivel nacional, urbano y rural

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).
Elaborado por: Karen González.

Análisis: De acuerdo a lo que se puede observar en la figura existe una diferencia de porcentajes significativa a nivel nacional y urbano tanto del 2.4% y 3.1% respectivamente, mientras que a nivel rural la variación fue baja equivalente al 0.4%.

2.1.2.5 Subempleo

“Es una categoría estadística que reúne a los trabajadores que perciben salarios bajo sus expectativas, buscan otro trabajo o laboran menos tiempo que 40 horas semanales.” (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica , 2012)

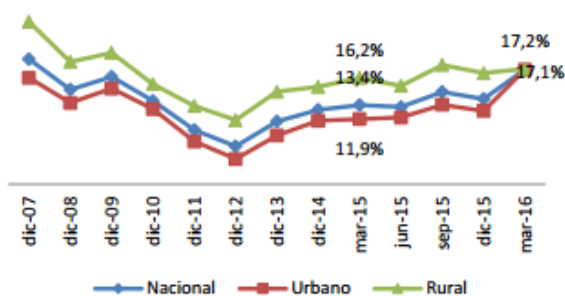


Figura 8 Porcentaje de subempleo a nivel nacional, urbano y rural

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Elaborado por: Karen González.

Análisis: Como se puede observar el porcentaje del subempleo a nivel nacional y urbano para marzo de 2015 fue de 13.4% y 11.90% respectivamente, mientras que para el mismo mes en el 2016 para ambos sectores fue de 17.1% incremento equivalente al 3.7% y 5.2% respectivamente; mientras que el área rural en marzo del 2016 unicamente registró el aumento del 1% a diferencia de marzo de 2015.

2.1.2.6 Desempleo

“Es el número de personas de 10 años y más que están en condiciones de desempleo abierto, expresado como porcentaje del total de la población económicamente activa (PEA) de ese grupo de edad en un determinado año. El desempleo abierto representa a todas aquellas personas dentro de la fuerza laboral que no tienen empleo y que a pesar de estar disponibles para trabajar de inmediato no lo encuentran, aun cuando han tomado medidas concretas para buscar ya sea un empleo asalariado o un empleo independiente durante las cuatro últimas semanas del período de medición. Es importante recalcar que en el desempleo abierto existe la disposición plena de las personas para trabajar.

Según la metodología del INEC, el que una persona no tenga empleo significa que no estuvo ocupada durante la semana pasada del período de medición y el que una persona busque empleo significa que realizó gestiones concretas para conseguirlo o para establecer algún negocio durante las cuatro últimas semanas anteriores al período de medición.

La diferencia entre el desempleo abierto y oculto es que en el desempleo abierto las personas están disponibles para trabajar y buscan empleo mientras que en el desempleo oculto las personas están disponibles para trabajar pero no buscan empleo.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2007)

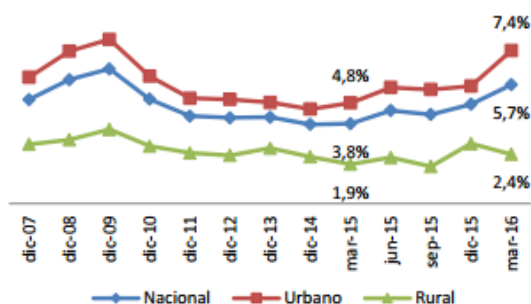


Figura 9 Porcentaje de desempleo a nivel nacional, urbano y rural

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU).

Elaborado por: Karen González.

Análisis: Se puede deducir que la tasa de desempleo tanto a nivel nacional como urbano a marzo de 2016 ha sufrido un incremento a diferencia de marzo de 2015 del 1.9% y 2.6% respectivamente; mientras que en el sector rural en marzo de 2016 a diferencia de marzo de 2015 el desempleo sufrió un incremento menor del 0.5%.

2.1.3 Factor Legal

“Los factores legales recogen el conjunto de factores que permiten definir el sistema institucional de una nación determinada. Es decir las normas que rigen las relaciones económicas, jurídicas y sociales entre los diferentes participantes en ese país. Los factores legales hacen referencia al desarrollo legislativo que existe y que se puede esperar en una nación determinada.” (IBORRA, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014)

2.1.3.1 La Constitución del Ecuador, Respecto a Trabajo y Producción, destaca:

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales, públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la

naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y efectiva.

La empresa que se pretende constituir será una microempresa creada bajo la figura Mi pymes con los siguientes requisitos:

2.1.3.2 Obtención de RUC de la empresa

“El Servicio de Rentas Internas nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria. Desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria.” (SRI, 2016)
Es por esto que esta entidad nos ayuda a obtener:

2.1.3.2.1 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.” (Servicio de Rentas Internas, 2016)

2.1.3.2.1.1 Requisitos para la obtención del RUC

Persona Natural

- Presentar el original y entregar una copia de la cedula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Persona Jurídica

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante Legal o Agente de retención.
- Presentar el original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.(SRI, 2010, págs. 51-55)

2.1.3.3 Registro Sanitario

Es el documento expedido por la autoridad sanitaria competente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar; e importar un alimento con destino al consumo humano. Recuperado de mailxmail el 12 de julio de 2015

2.1.3.3.1. Requisitos para la obtención del Certificado de registro sanitario

- Nombre o razón social de la persona natural o jurídica a cuyo nombre se solicita el Registro Sanitario y su domicilio.
- Nombre o razón social y dirección del fabricante.
- Nombre y marca del producto.

- Lista de ingredientes utilizados en la formulación (incluyendo aditivos), los ingredientes deben declararse en orden decreciente de las proporciones usadas.
- Se anexarán los siguientes documentos:
 1. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal y, cuando se trate de persona natural, cédula de ciudadanía o de identidad.
 2. Certificado de existencia de la persona jurídica y nombramiento de su representante legal o matrícula mercantil del fabricante, cuando el producto sea fabricado por persona diferente al interesado.
 3. Recibo de pago, por derechos de Registro Sanitario, establecidos en la ley.
 4. Certificado de operación de la planta procesadora sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura, de acuerdo al respectivo reglamento.

2.1.3.4. Patente Municipal

“De conformidad con lo dispuesto en el artículo 547 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), están obligados al pago anual del impuesto de patentes municipales, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, con establecimiento en la jurisdicción municipal metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales”.
(derechoecuador.com, 2014)

2.1.3.5 Permisos Municipales

Son documentos que habilitan a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, inspecciones y controles realizados por el Cuerpo de Bomberos, Dirección Metropolitana de Salud.

2.1.3.6 Afiliación al IESS como Empleador

Para realizar la afiliación se debe acudir a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

- ✓ RUC
- ✓ Cedula original y copia
- ✓ Papeleta de votación y copia
- ✓ Comprobante de pago de agua, luz o teléfono de la planta
- ✓ Nombre de la empresa o del representante legal del mismo
- ✓ Calificación artesanal

2.1.3.7 Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso, son necesarios los siguientes documentos:

- ✓ Informe de la inspección
- ✓ Copia de la cedula de identidad del representante
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la Patente Municipal

2.1.4 Factor Tecnológico

“La tecnología es el conjunto ordenado de todos los conocimientos usados en la producción, distribución y uso de bienes y servicios”. Las tecnologías, “amplían nuestras habilidades para cambiar el mundo: para cortar, modelar y unir materiales; para mover cosas de un lugar a otro; para llegar más lejos con nuestras manos, voces y sentidos. Usamos tecnologías para tratar de cambiar el mundo, para que se adapte mejor a nuestras necesidades”. (Ferraro & Lerch, 1997)

Por tanto esta avanza día a día con el desarrollo de técnicas que ayudan al desenvolvimiento de las personas en un medio sea este personal u organizacional con la finalidad de obtener resultados de manera eficiente y eficaz.

Dentro de la implementación del restaurante se prevé utilizar equipos tecnológicos como: un termómetro digital para medir la temperatura de la comida; también se prevé aplicar un software para la optimización de los procesos y recursos.

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes

“El concepto de cliente también se ha expandido, Cliente ya no significa solamente el que paga, sino todo aquel que recibe los beneficios de los bienes y servicios, incluidos los pacientes de los hospitales, los estudiantes de las escuelas y los usuarios de los transportes públicos”. (Barlow & Moller, 1996)

2.2.1.2 Clientes Internos

“Cliente interno se aplica a todas las partes de una empresa y refuerza la coordinación inter-funcional. Por ejemplo, contabilidad debe preparar informes precisos y oportunos para la gerencia, y compras debe proveer puntualmente materiales de alta calidad a operaciones”. (Lee & Larry, 2000)

2.2.1.3 Clientes Externos

“Los clientes externos son las personas o empresas que compran el producto o servicio. En este sentido, toda la compañía es una sola unidad que debe esforzarse al máximo para satisfacer a sus clientes externos”. (Lee & Larry, 2000)

Análisis: Los clientes para el restaurante “Las Delicias de Ecuador” serán los hombres y mujeres a partir de los 10 años en adelante, ya que ellos son las personas capaces de experimentar productos nuevos y a la vez juzgarlos; mis clientes potenciales serán 20.106 habitantes, ubicados en el Sector de Carapungo.

2.2.2 Proveedores

“Son las empresas o profesionales que proporcionan productos o suministros, es decir bienes o servicios”. (Lacalle García, 2016)

Para el restaurante “Las Delicias de Ecuador” los proveedores de materia prima serán:

Tabla 4 Proveedores básicos de materia prima

PROVEEDORES	PRODUCTO	TELÉFONO	DIRECCIÓN
PRONACA	Embutidos, mariscos, pollo y carnes.	(02) 3976400	Naranjos N44-15 y Av. de los Granados
GRAN AKÍ	Condimentos, utensilios de cocina.	(02) 2420236	Av. Diego Vásquez de Cepeda N77-464
MINI MERCADO LA CASITA	Frutas, legumbres y hortalizas.	0982753313	Av. Galo Plaza Lasso y Jaime Roldós Aguilera
SR. HUGO BARROSO	Distribuidor de mariscos	0996964165	Calle Río Cayambe y Calle Neptalí Godoy
ECUABASTOS	Condimentos de cocina.	0968515283	Calle Río Cayambe y Jaime Roldós Aguilera.
SUPERMAXI	Frutas, legumbres y hortalizas, condimentos de cocina, embutidos, mariscos, pollo y carnes.	025119843	Av. Diego Vásquez de Cepeda (Carcelén)

Fuente: Investigación en Páginas Web.

Elaborado por: Karen González

2.2.3 Competidores

Las empresas competidoras según, se han definido como, “aquellas que participan en nuestro mismo mercado. El concepto de competidor no se limita a las empresas que se sitúan en la misma área de negocios, ya que abarca a todas las empresas que participan en el mercado con funciones similares”. (Shaughnessy, 1991)

2.2.3.1 Competidores Directos

“Satisfacen las mismas necesidades, deseos y expectativas con productos similares” (Ediciones Díaz de Santos S.A., 1997)

Tabla 5 Competidores directos

COMPETENCIA DIRECTA		
Nombre	Ubicación	Servicio
Cevichería Isla 	Calle. Neptalí Godoy y Río Cayambe	Comida Costeña.
Megaencebollado 	Av. Galo Plaza (Parque Juan Montalvo).	Banderas, Encebollados, Ceviches, Pescado frito, asados.
Picante de Búfalo	Panamericana Norte km 11,5	Fritadas.
Santo Diablo 	Av. Padre Luis Vacari y Río Cayambe	Carnes, Bifes, Parrilladas de Mariscos
Encebollados Megaviche 	Carapungo Padre Luis Vacari y Río Bobonaza dos cuadras mas abajo del Gran AKI o KFC	Encebollados, Ceviches, Pescado frito, asados.

Fuente: Investigación en Páginas Web.

Elaborado por: Karen González

Análisis: El restaurante “Las Delicias de Ecuador” tiene competidores directos en el sector pero estos no disponen de la gran variedad de platos típicos y sobre todo de un ambiente acogedor según las regiones que nuestro país contempla; únicamente elaboran ciertos platos típicos de la Costa y Sierra ecuatoriana en ambientes comunes, es por esto que nuestro restaurante se crea para satisfacer a los clientes insatisfechos logrando así tener una mayor aceptación en el mercado.

2.2.3.2 Competidores Indirectos

“Satisfacen las mismas necesidades, deseos y expectativas, pero con productos diferentes”. (Ediciones Díaz de Santos S.A., 1997)

Tabla 6 Competidores indirectos

COMPETENCIA INDIRECTA		
Nombre	Ubicación	Servicio
Los Hot Dogs de la González Suárez 	Av. Padre Luis Vaccari y Río Cutuchi	Hot Dogs
Papitas Fritas a lo Bestia 	Av. Padre Luis Vaccari y Galo Plaza Lasso	Papas fritas con pollo, carne, salchicha
Pollo Gus 	Av. Padre Luis Vaccari y Rumiñahui	Pollo asada, fritada de pollo acompañado con papas, ensalada.
El Chozón y su Sazón 	Av. Padre Luis Vacari y Río Cayambe	Asados

Fuente: Investigación en Páginas Web.

Elaborado por: Karen González

2.1 Análisis Interno

“tiene como actividad fundamental integrada en el conocimiento y confirmación de la estrategia, el análisis y revisión de los procesos principales de negocio, en especial aquellos que están ligados al cliente o consumidor final o que implican aspectos competitivos clave de la empresa”. (Arjona Torres, 1999)

2.1.1 Propuesta estratégica

“Tras el análisis estratégico se obtienen las líneas estratégicas en función de cada uno de los tres ejes de especial interés para el sector. Los análisis situacional y relacional previos llevaron al diseño de los objetivos, teniendo en cuenta el análisis de fortalezas y debilidades, el reconocimiento de los retos y compromisos, así como las condiciones necesarias para cada una de las áreas de interés identificadas como estratégicas”. (Navajo Gómez, 2009)

2.3.1.1. Misión

“la Misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma. La misión de la organización establece la vocación de la empresa para enfrentar unos retos determinados y relaciona el aspecto racional de la actividad de la organización con el aspecto emocional o moral de la actuación de la misma. La misión expresa la razón de ser de la empresa y su objetivo primordial”. (Publicaciones Vértice S.L., 2008)

Misión

“Las Delicias de Ecuador” es un importante restaurante de Comida Típica Ecuatoriana, que cuenta con espacios físicos diseñados acorde a las tradiciones de nuestro país; que brinda una gran variedad de platos típicos del Ecuador de todas sus regiones, Costa, Sierra y Oriente, quienes bajo estándares de calidad buscando una satisfacción constante del consumidor.

2.3.1.2. Visión

“La visión de una empresa es una declaración o manifestación que indica hacia dónde se dirige una empresa o qué es aquello en lo que pretende convertirse en el largo plazo.” (CreceNegocios, 2014)

Visión

Dentro de pocos años, “Las Delicias de Ecuador” será un Restaurante Líder de Comida Típica Ecuatoriana a nivel nacional, distinguiéndose siempre por su innovación, calidad de productos y servicios y caracterizado por la amabilidad y cordialidad hacia sus clientes.

2.3.1.3. Objetivos

2.3.1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un Estudio de Factibilidad para la creación de un restaurante con especialidad en Comida Típica Ecuatoriana en el Norte de la Ciudad de Quito sector Carapungo, que ofrezca una gran variedad de platos típicos según las provincias de nuestro país, en un ambiente acogedor y con una decoración cómoda, segura, acorde a las tradiciones y costumbres de cada zona.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta y la demanda, así como los gustos y preferencias de los clientes.
- Diseñar un plan de mercado, que permita posicionar el establecimiento mediante una buena estrategia de publicidad.
- Llevar a cabo un estudio técnico que proporcione los requerimientos más adecuados para el diseño y operación del proyecto.
- Determinar los posibles impactos que pudiera causar al medio ambiente la puesta en marcha de las actividades de la empresa.
- Contabilizar y Administrar los recursos de la organización tanto físicos como monetarios, a fin de determinar la rentabilidad futura del negocio.

- Generar fuentes de empleo.

2.3.1.4. Principios y/o Valores

Principios

- **Calidad**

Máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos, desde los ingredientes hasta la preparación en el restaurante.

- **Servicio**

El cliente es siempre lo más importante y el objetivo es conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez en el servicio, el trato amable y personal y la constante adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlo.

- **Limpieza**

“Las Delicias de Ecuador” presta una atención permanente a la limpieza e higiene de sus instalaciones.

- **Valor**

Es el concepto equivalente de la mejor relación calidad-precio.

Valores

- **Responsabilidad:** En la ejecución diaria de las actividades, para lograr la eficiencia y efectividad.

- **Puntualidad:** Al prestar el servicio y brindar el producto, ambos con los respectivos estándares de calidad.
- **Perseverancia:** Que permita cumplir con los objetivos establecidos y los retos propuestos por cada uno de los clientes.
- **Lealtad:** Cumplimos la palabra otorgada.

2.3.2 Gestión Administrativa

“Es el conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo; planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar”. (Blas Jimenez, 2013, 2014)

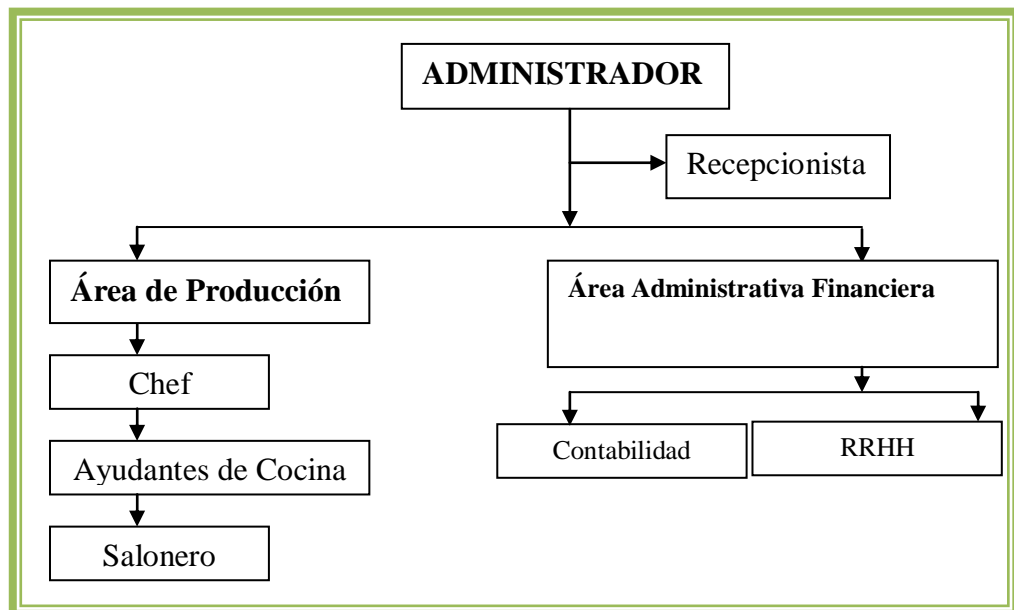


Figura 10 Organigrama funcional

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Karen González

2.3.2.1 Estructura funcional

2.3.2.1.1 Administrador

Perfil Profesional

Formación Académica

Ing. /Tecnólogo en Administración de Empresas

Experiencia Laboral

Trabajos similares en Administración de Empresas; experiencia mínima: 2 años.

Conocimientos y Destrezas

- **Habilidades Técnicas:**

Conocimientos específicos y la facilidad para aplicar técnicas relacionadas con el trabajo y los procedimientos.

- **Habilidades Humanas**

Facilidad de relaciones interpersonales y grupales con los empleados, comunicación efectiva.

- **Habilidades Conceptuales**

Generar ideas innovadoras.

Manual

Cargo

Supervisa a:

- Recepcionista
- Área de Producción: Chef, ayudante de cocina, Posillero y salonero.
- Área Administrativa Financiera: Contabilidad y Recursos Humanos.

Informa a:

- Dueño de la microempresa: Restaurante Las Delicias de Ecuador.

Misión

Crear nuevos procesos productivos para reducir costos y generar mayor utilidad a la microempresa.

Objetivo

Ayudar a cumplir los objetivos planteados por la microempresa: Restaurante Las Delicias de Ecuador.

Funciones:

Generales

Planear, organizar, dirigir y controlar los programas, estrategias y acciones para la microempresa.

Específicas

Administrar óptimamente los recursos materiales y financieros de la microempresa.

Relaciones:

Internas

Controlar lo relativo a las áreas de la microempresa.

Externas

Mantener relaciones frecuentes con los clientes externos.

2.3.2.1.2 Recepcionista

Perfil Profesional

Formación Académica

Bachiller

Experiencia Laboral

Trabajos similares en recepción, experiencia 1 año.

Conocimientos y Destrezas

- **Habilidades Tecnológicas:**

Manejar programas del Sistema Office: Word, Excel, PowerPoint; manejo de Internet intranet.

- **Habilidad en el Manejo de Equipos:**

Manejar equipos telefónicos, y herramientas de oficina como calculadoras, fax, computador

Manual

Cargo

Supervisa a:

- Área de Producción: Chef, ayudante de cocina, Posillero y salonero.

Informa a:

- Administrador.

Misión

Crear soluciones inmediatas a problemas generados en el momento.

Objetivo

Ayudar a satisfacer las necesidades del cliente.

Funciones:

Generales

Contestar el Teléfono, actualizar datos de clientes o proveedores, presentar informes, enviar correos a clientes y proveedores, sacar copias, escanear.

Específicas

Recibir y atender los requerimientos del cliente.

Relaciones:

Internas

Llevar control de la Asistencia del Personal a su cargo, interactuar con el personal de la microempresa.

Externas

Tener comunicación con los clientes y proveedores.

Área de Producción

2.3.2.1.3 Chef

Perfil Profesional

Formación Académica

Chef

Experiencia Laboral

Trabajos similares en restaurantes, experiencia mínima 2 años.

Conocimientos y Destrezas

- Seguridad e Higiene
- Técnicas básicas de cocina
- Técnicas especiales de cocina

Manual

Cargo

Supervisa a:

- Ayudante de cocina, Posillero y Salonero.

Informa a:

- Administrador.

Misión

Crear nuevos platos típicos ecuatorianos.

Objetivo

Satisfacer los gustos de los clientes.

Funciones:

Generales

Se responsabiliza de toda la gestión de la cocina.

Específicas

- Hacer las recomendaciones nutricionales apropiadas para los clientes.
- Supervisar y mantener la higiene de las áreas de preparación de los alimentos.

Relaciones:

Internas

Mantener una comunicación efectiva con su personal a cargo y con el administrador.

Externas

Brindar una atención adecuada al cliente.

2.3.2.1.4 Ayudante de Cocina:

Perfil Profesional

Formación Académica

Bachiller

Experiencia Laboral

Trabajos similares en restaurantes, experiencia mínima 2 años.

Conocimientos y Destrezas

- Seguridad e Higiene
- Manipulación de alimentos

- Manejo y mantenimiento de utensilios de cocina.

Manual

Cargo

Supervisa a:

- Salonero.

Informa a:

- Chef.

Misión

Realizar con eficiencia y eficacia las actividades designadas.

Objetivo

Cumplir con todas las actividades planificadas por el Chef.

Funciones:

Generales

Se responsabiliza del proceso de alimentos.

Específicas

- Colocar porciones exactas de ingredientes establecidas por la microempresa.
- Controlar la temperatura de los alimentos.

Relaciones:

Internas

Mantener una comunicación efectiva con el personal de la microempresa.

Externas

Tomar en cuenta las recomendaciones de los clientes.

2.3.2.1.5 Salonero:

Perfil Profesional

Formación Académica

Bachiller

Experiencia Laboral

Trabajos similares en restaurantes, experiencia mínima 2 años.

Conocimientos y Destrezas

- Seguridad e Higiene
- Manipulación de alimentos
- Atención al cliente.
- Manejo y mantenimiento de utensilios de cocina.

Manual

Cargo

Informa a:

- Chef.

Misión

Brindar un excelente servicio a los clientes.

Objetivo

Comunicar las sugerencias de los clientes al Chef.

Funciones:

Generales

- Mantener aseado el restaurante.
- Colocar de manera adecuada las sillas y mesas en el local.
- Reservar mesas.

Específicas

- Manejar correctamente la loza y la cristalería para evitar roturas.
- Recibir a los clientes con cortesía y explicarles el funcionamiento del restaurante, si es su primera visita.
- Tomar las órdenes del cliente en el tiempo adecuado.

Relaciones:

Internas

Comunicarse de manera adecuada con el Ayudante de Cocina o con el Chef.

Externas

Ser amable y gentil con los clientes.

Área administrativa

2.3.2.1.6 Contador

Perfil Profesional

Formación Académica

Tecnólogo en Banca y Finanzas

Experiencia Laboral

Experiencia mínima de 2 años manejando cuentas contables de empresas.

Conocimientos y Destrezas

Contabilidad, Auditoría, Impuestos, Presupuestos, NIIF, Finanzas.

Manual

Cargo

Informa a:

- Administrador.

Misión

Diseñar nuevos procedimientos contables para la microempresa.

Objetivo

Llevar la contabilidad de la empresa de manera adecuada.

Funciones:

Generales

- Presentar a tiempo los informes financieros de la microempresa.

Específicas

- Respetar y cumplir el código de ética de la profesión.
- Preparar, analizar e interpretar la información financiera de la microempresa.

Relaciones:

Internas

Comunicar con exactitud los resultados contables de la microempresa.

Externas

Tener solidaridad profesional con el público en general.

2.3.2.1.7 Recursos Humanos

Perfil Profesional

Formación Académica

Tecnólogo en Recursos Humanos

Experiencia Laboral

Experiencia mínima de 2 años en el departamento de Recursos Humanos.

Conocimientos y Destrezas

- Operación de los subsistemas de Recursos Humanos.
- Planificación del Recurso Humano.

- Actualización de file de personal.
- Levantamiento de información en auditorias de trabajo.

Manual

Cargo

Informa a:

- Administrador.

Misión

Ejecutar actividades de integración y trabajo en equipo.

Objetivo

Desarrollar y ejecutar técnicas relacionadas con el recurso humano.

Funciones:

Generales

- Analiza solicitudes de aumento de sueldos y salarios.
- Realiza análisis y descripciones de cargos.
- Mantiene actualizado los sistemas de información laboral (número de trabajadores, sexo, edad, educación, accidente, enfermedades, sueldo).

Específicas

- Reclutamiento y selección de personal.
- Inducción a los empleados.
- Capacitación
- Motivación y Clima laboral.

Relaciones:

Internas

Coordinar y/o asesorar lo relativo al área, exigiendo para ello una buena habilidad para obtener cooperación de todo el personal.

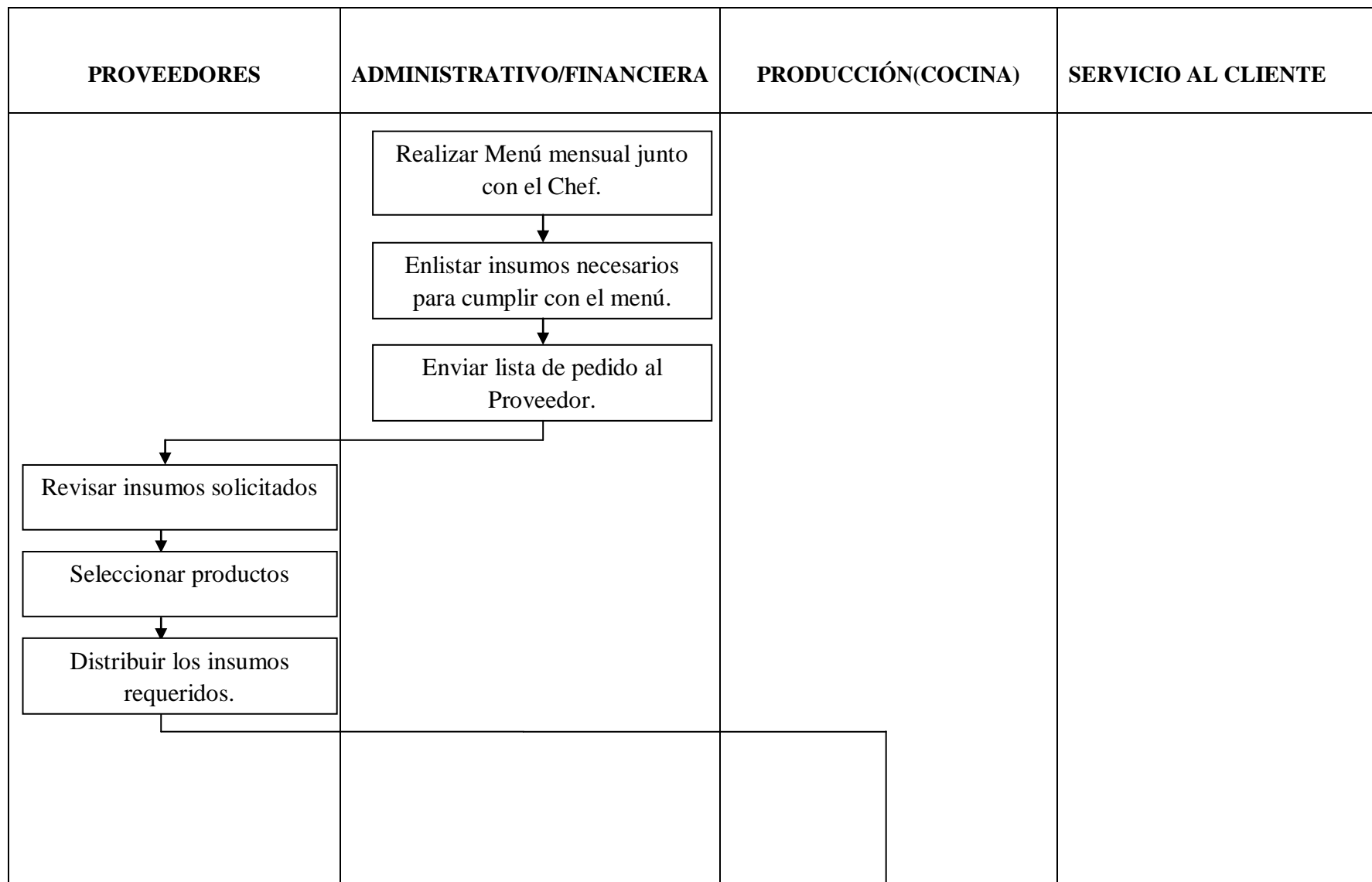
Externas

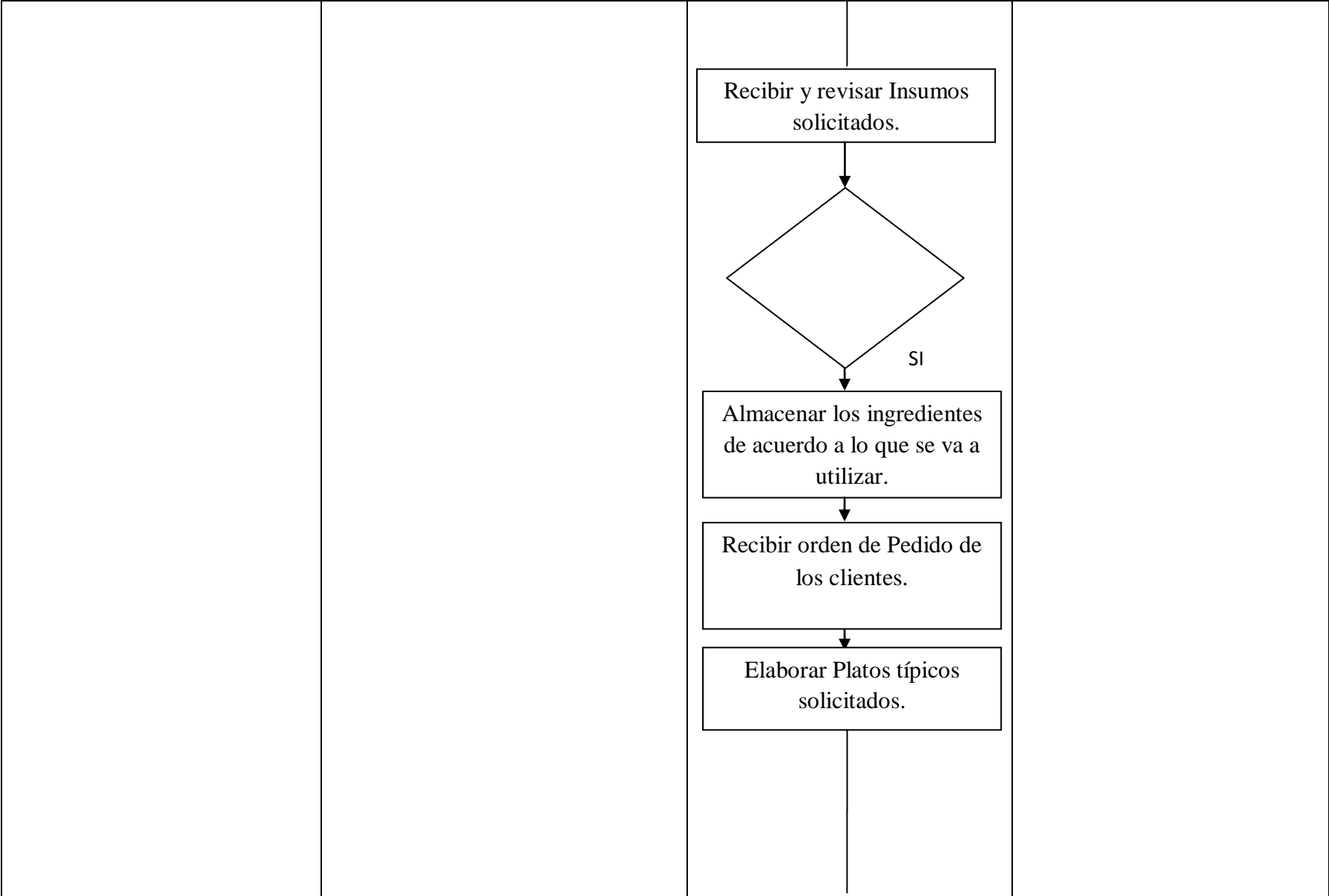
Presentar los respectivos informes al IEES.

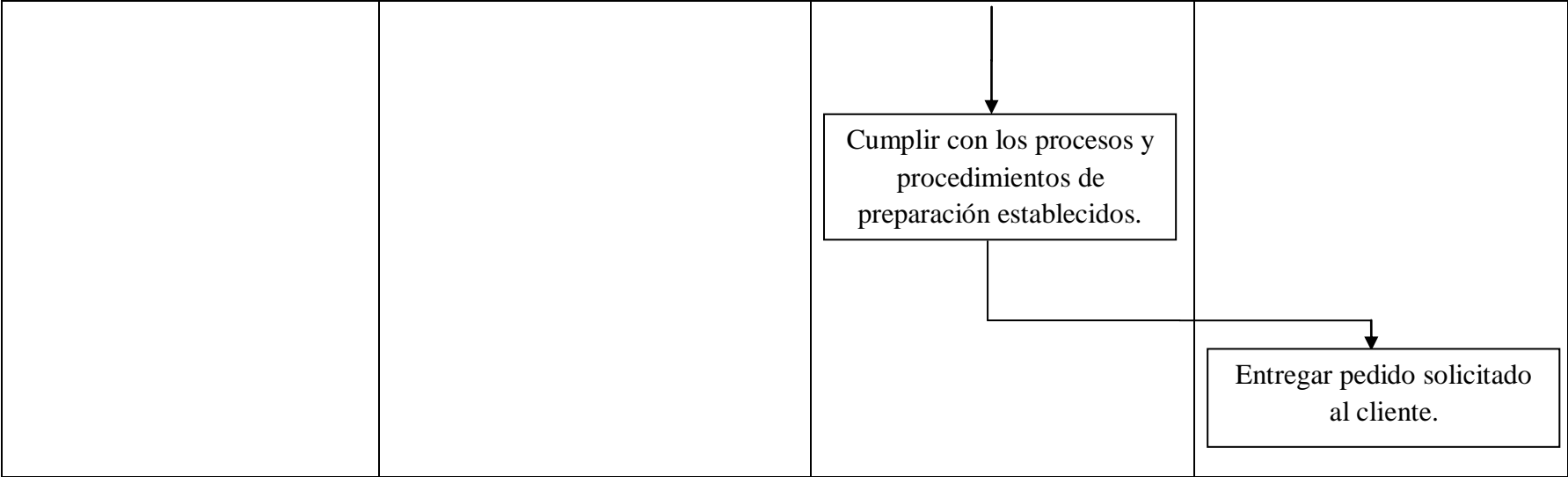
2.1.2 Gestión Operativa

“La Gestión Operativa es la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso”. (Arnoletto & Díaz, 2009)

Tabla 7 Diagrama de flujo







2.3.4 Gestión Comercial

“Forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con qué productos; qué política de precios aplicar; cómo desarrollar una sistemática comercial eficaz,... forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa”. (Carlos Martín Lagos, 2008)

Análisis: La Gestión Comercial es una actividad importante para definir de qué manera se va a realizar la promoción de cualquier producto. El contacto entre fabricante y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio.

2.3.4.1 Producto

“Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que es producido de manera natural o de manera artificial, elaborado mediante un trabajo para el consumo.” (Significados, 2013)

La microempresa Restaurante “Las Delicias de Ecuador” pretende brindar platos típicos nacionales de la Costa, Sierra y Oriente; estos se darán a conocer al cliente por medios publicitarios al igual que con su Logotipo y Slogan.

2.3.4.2 Precio

“El precio se conoce como la cantidad de dinero que la sociedad debe dar a cambio de un bien o servicio. Es también el monto de dinero asignado a un producto o servicio” (Gerencia.com, 2011)

2.3.4.3 Plaza

“Incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta”. (KOTLER & ARMSTRONG, 1987)

El Restaurante “Las Delicias de Ecuador” estará ubicado al Norte de Quito en el sector de Carapungo, en las Calles Galo Plaza Lasso Oe07-14 y Av. Padre Luis Vaccari:



Figura 11 Mapa dirección ubicación restaurante

Fuente: Google maps.

Elaborado por: Karen González

2.3.4.4 Promoción

“Abarca actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo.” (KOTLER & ARMSTRONG, 1987)

2.3.4.4.1 Logotipo

“Un logotipo no es más que una palabra diseñada. El diseño es lo que confiere a la palabra que se haya elegido su originalidad, su carácter distinto y único. Estos aspectos son esenciales, ya que el logotipo es la expresión de la “marca”, que, a su vez, es la abstracción de todo lo que representa la empresa que previamente se ha establecido.

Aparecerá en todos y cada uno de los elementos del marketing publicitario con objeto de reforzar la imagen de marca y establecer vínculos entre empresa y público.” (Cuadrado Esclapez, 2007)

Nombre del Restaurante: "Las Delicias de Ecuador"



Figura 12 Logotipo de la microempresa "Restaurante Las Delicias de Ecuador"

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Karen González

Los colores escogidos principalmente para el Logo y el Slogan son los colores patrios que identifican nuestra bandera, nuestra nacionalidad ecuatoriana:

- **El amarillo:** Representa el oro, la abundante riqueza de la agricultura y los grandes recursos de que está dotado el país.
- **El azul:** simboliza el océano, el claro y limpio cielo ecuatoriano.
- **El rojo:** Representa la fuerza del trabajo en equipo con la que cuenta el restaurante.

2.3.4.4.2 Slogan

Según (Filippis, 2005) indica que el Slogan es, "una frase publicitaria que penetra en la memoria haciendo recordar un concepto o producto".

El Slogan de nuestro restaurante recalca que nuestros platos típicos son los mejores:

“LO MEJOR EN COMIDA NACIONAL...”

2.3.4.4.3 Material POP

“El material P.O.P. es básicamente cualquier objeto o cosa que tenga un logo o emblema que represente una marca, empresa u organización que requiera que un público determinado la conozca. P.O.P. son unas siglas en inglés que significan “Point Of Purchase” es decir “Punto de Compra”, de este significado se desprende fácilmente la noción de que el material P.O.P. no es más que aquel que impulsa de una manera indirecta el reconocimiento de una marca o producto entre el consumidor, ya que se encuentra en los diferentes puntos de compra o distribución del mercado.” (CONCEPTODEFINICION.DE, 2015)

El Restaurante “Las Delicias de Ecuador” utilizará algunos medios publicitarios que identificarán el nombre de la microempresa y sobre todo los platos típicos que se venderán en el mismo.



Figura 13 Promoción (nombre de la microempresa en vajilla)

Elaborado por: Karen González



Figura 14 Promoción (nombre de la microempresa en jarras y vasos de vidrio)

Elaborado por: Karen González



Figura 15 Promoción (vasos plásticos con nombre del restaurante)

Elaborado por: Karen González



Figura 16 Promoción (esferos tricolor)

Elaborado por: Karen González



Figura 17 Promoción (hojas volantes doble lado)

Elaborado por: Karen González

2.4 Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZA	OPORTUNIDAD
1. Trabajar y contar con personal experimentado que conozcan la preparación de Comidas Típicas de las regiones Costa, Sierra y Oriente del Ecuador.	1. Expansión y crecimiento en el mercado local y nacional.
2. Contar con una diversidad de platos típicos de las tres regiones del Ecuador (Costa, sierra y oriente).	2. Cubrir con los requerimientos de clientes insatisfechos.
3. Local adecuado acorde a las tradiciones y costumbres de la Costa, Sierra y Amazonía regiones que nuestro país contempla.	3. Turismo de la zona favorece al consumo.
4. Alta planificación, coordinación y organización al elaborar los platos típicos que nos solicitan.	4. Personal capacitándose constantemente.
AMENAZA	DEBILIDAD
1. Ingreso de nuevos competidores al sector.	1. Ventas varían por temporadas.
2. Precios de la zona competitivos.	2. .No contar con infraestructura propia.
3. Restaurantes posicionados en el mercado.	3. Recursos económicos limitados.
4. Estrategias de Marketing avanzadas.	4. Desconocimiento de nuevas tecnologías.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: Karen González

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado

“Kotler define a la Investigación de Mercado como el conjunto de diseños, recolección, análisis e informe sistemático de datos y hallazgos relevantes para una situación específica de mercado o problema que debe encarar una institución. Por consiguiente, la investigación de mercados constituye la herramienta técnica que permite establecer con certeza la información necesaria para una toma responsable de decisiones.” (Manes, 2004)

Análisis: El Estudio de Mercado nos ayuda a determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, es decir lo que no ha sido cubierto por el mercado actual.

3.1 Análisis del Consumidor

“Se define como el proceder que los interesados muestran al buscar, comprar, usar, evaluar y disponer de los bienes, ideas y servicios que satisfagan sus necesidades.” (Schiffman & Kanuk, 1997)

3.1.2 Determinación de la Población y Muestra

3.1.2.1 Población

“Se habla de población como el número de habitantes que integran un estado ya sea el mundo en su totalidad, o cada uno de los continentes, países, provincias o municipios que lo conforman; y puede referirse también a aquel acto poblacional que significa dotar de personas a un lugar.” (De Conceptos.com, 2016)

Tabla 8 Segmentación geográfica

PAÍS	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Calderón
Población	20106

Fuente: Secretaría De Territorio, Hábitat Y Vivienda.

Elaborado por: Karen González

3.1.2.2 Muestra

“La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

ALEATORIA - cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

ESTRATIFICADA - cuando se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. Cada estrato debe corresponder proporcionalmente a la población.

SISTEMÁTICA - cuando se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten.” (Wigodski, 2010)

Análisis: El Restaurante “Las Delicias de Ecuador aplicará el tipo de muestra aleatoria para las encuestas a realizar con el fin de obtener resultados positivos que permitan la creación de la microempresa”.

3.1.2.2.1 Cálculo de la muestra

Dónde:

n.- Tamaño de la muestra

N.- Población

z.- Nivel de confianza

p.- Probabilidad de ocurrencia (éxito)

q.- Probabilidad de no ocurrencia (fracaso)

e.- Error de estimación

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

$$n = \frac{20106 (0.50) (0.50) (1.96)^2}{(20106-1) (0.05)^2 + (0.50) (0.50) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{20106 (0.50) (0.50) (3.8416)}{(20105) (0.0025) + (0.50) (0.50) (3.8416)}$$

$$n = \frac{20106 (0.50) (0.50) (3.8416)}{(20105) (0.0025) + (0.50) (0.50) (3.8416)}$$

$$n = \frac{19309.80}{(50.2625) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{19309.80}{51.22}$$

$$n = 376.997$$

Total Encuestas a realizar: 377

3.1.3 Técnicas de Obtención de Información

3.1.3.1 Investigación Cuantitativa.

“Es de índole descriptiva y la usan los investigadores para comprender los efectos de diversos insumos promocionales en el consumidor, dándoles así a los mercadólogos la oportunidad de “predecir” el comportamiento del consumidor. Este enfoque de investigación se conoce como positivismo.” (Kanuk & Schiffman, 2005)

3.1.3.2 Investigación Cualitativa.

“Consisten en entrevistas de profundidad, grupos de enfoque (*focus groups*), análisis de metáforas, investigación de montajes, y técnicas proyectivas. Dichas técnicas son administradas por un entrevistador-analista altamente capacitado que analiza también los resultados, por lo cual éstos tienden a ser un tanto subjetivos.” (Kanuk & Schiffman, 2005)

3.1.3.3 Encuesta.

“La metodología de investigación a través de encuestas consiste en un conjunto de procesos para la recopilación de información a partir de un grupo de sujetos sobre aspectos que resultan difícilmente observables directamente por el investigador, bien por ser estos subjetivos o bien porque sería imposible o excesivamente costosa su recopilación a través de la observación directa u otros métodos de observación; la información se recopila mediante un conjunto de preguntas limitado que intenta cubrir las necesidades de información del investigador, bien para describir alguna de las características de dichos sujetos o bien para analizar las relaciones entre algunas de sus características.” (Navas, y otros, 2012)

Análisis: El Restaurante “Las Delicias de Ecuador” obtuvo información necesaria mediante encuestas realizadas a las personas ubicadas en el Sector de Carapungo lugar donde se implementará el Restaurante de Comida Típica.

A continuación el formato de encuestas que se debe realizar según la muestra:

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Encuesta con fines académicos

DATOS GENERALES

Género Masculino () Femenino ()

Edad: ()

1. ¿Utiliza usted los servicios de un restaurante?

SI () NO ()

2. ¿Con que frecuencia visita usted un restaurante?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

3. ¿Con cuántas personas visita usted un restaurante?

Una () Dos () Tres () Cuatro () Cinco a más ()

4. ¿Tiene preferencia por la Comida Típica Ecuatoriana?

SI () NO ()

5. ¿Dónde consume con mayor frecuencia la Comida Típica Ecuatoriana?

Centros Comerciales ()

Mercados ()

Restaurantes ()

Vendedores ambulantes ()

6. De los platos expuestos marque, ¿Cuáles son de su preferencia?

COSTA		SIERRA		ORIENTE	
Caldo de Gallina		Llapingachos		Seco de guanta	
Corvina Apanada		Papas con cuero		Maito de pescado	
Ceviche de Pescado		Papas con cuy		Seco de guatusa	
Ceviche de Concha		Mote con fritada		Maito de guanta	
Ceviche de Camarón		Yahuarlocro		Pincho de chontacuro	
Ceviche Mixto (concha, camarón y pescado)		Chugchucaras		Maito de guatusa	
Arroz Marinero (concha, camarón y pescado)		Locro de papas		Tilapia con yuca y ensalada	
Encebollado de pescado		Caldo de pata		Juanes de Yuca	
Guatita		Seco de chivo		Inchicapi	

7. Según los platos que usted ha consumido de acuerdo a la lista de precios,

escriba la letra de acuerdo al valor que usted cancelaría por cada uno de ellos:

- A) \$3.00 a \$5.00
- B) \$6.00 a \$8.00
- C) \$9.00 a \$11.00
- D) \$12.00 a \$14.00
- E) \$15.00 a más...

COSTA		SIERRA		ORIENTE	
Caldo de Gallina		Llapingachos		Seco de guanta	
Corvina Apanada		Papas con cuero		Maito de pescado	
Ceviche de Pescado		Papas con cuy		Seco de guatusa	
Ceviche de Concha		Mote con fritada		Maito de guanta	
Ceviche de Camarón		Yahuarlocro		Pincho de chontacuro	
Ceviche Mixto(concha, camarón y pescado)		Chugchucaras		Maito de guatusa	
Arroz Marinero(concha, camarón y pescado)		Locro de papas		Tilapia con yuca y ensalada	
Encebollado de pescado		Caldo de pata		Juanes de Yuca	
Guatita		Seco de chivo		Inchicapi	

8. Para usted; ¿Qué influye más al momento de adquirir el producto o servicio?

Precio () Cantidad () Calidad () Sabor () Asepsia ()

9. ¿Conoce usted algún restaurante en el Sector de Carapungo que brinde Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)?

SI () NO ()

10. ¿Está usted satisfecho con los productos y precios que ofrece la competencia?

SI () NO ()

11. ¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante por el sector de Carapungo que ofrezca especialidades de Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)?

SI () NO ()

12. ¿Cuál es el medio por el que preferiría recibir información del nuevo restaurante?

Hojas Volantes ()

Redes Sociales ()

Páginas Web ()

Gracias por su colaboración.

3.1.4 Análisis de la Información.

“El análisis de la información se refiere a la tabulación de los datos recolectados, lo que permitirá determinar la respuesta a varios interrogantes respecto a temas como la aceptación que tendría el producto y su potencial de ventas, las preferencias de los consumidores, así como el precio idóneo para colocarlo en el mercado”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO M.-E. , 2015)

3.1.4.1 Primera Pregunta.

Tabla 9 Primera pregunta

1. ¿Utiliza usted los servicios de un restaurante?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	294	78%
No	83	22%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

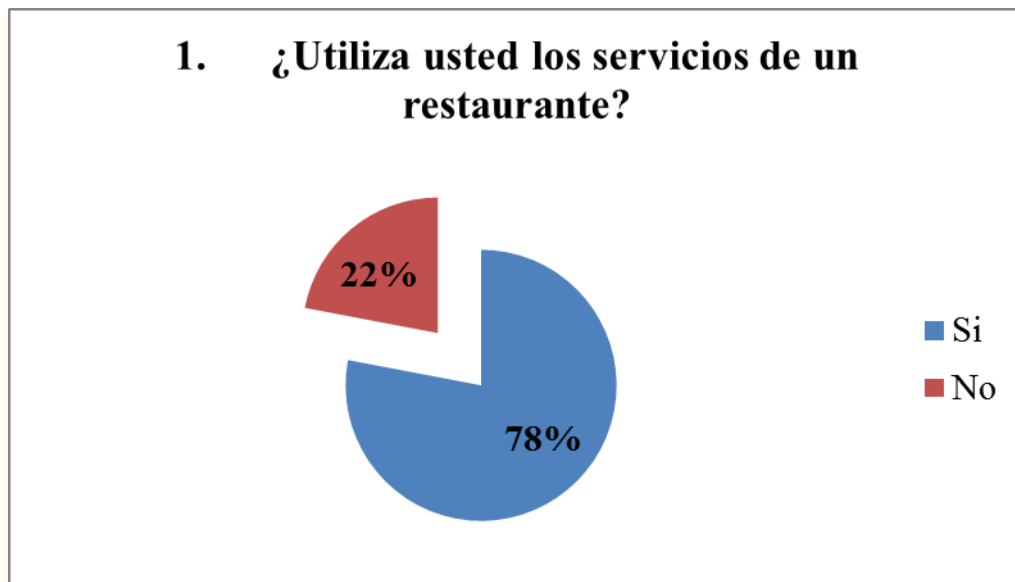


Figura 18 Primera pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: En esta pregunta se puede determinar el porcentaje de las personas que usan los servicios de un restaurante, por lo que en las respuestas obtenidas mediante las encuestas realizadas se puede verificar que el 78% si utilizan los servicios de un restaurante, aunque el 22% que equivale a una cantidad menor de personas no.

3.1.4.2 Segunda Pregunta.

Tabla 10 Segunda pregunta

2. ¿Con que frecuencia visita usted un restaurante?		
	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	23	6%
Semanalmente	41	11%
Quincenalmente	98	26%
Mensualmente	215	57%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

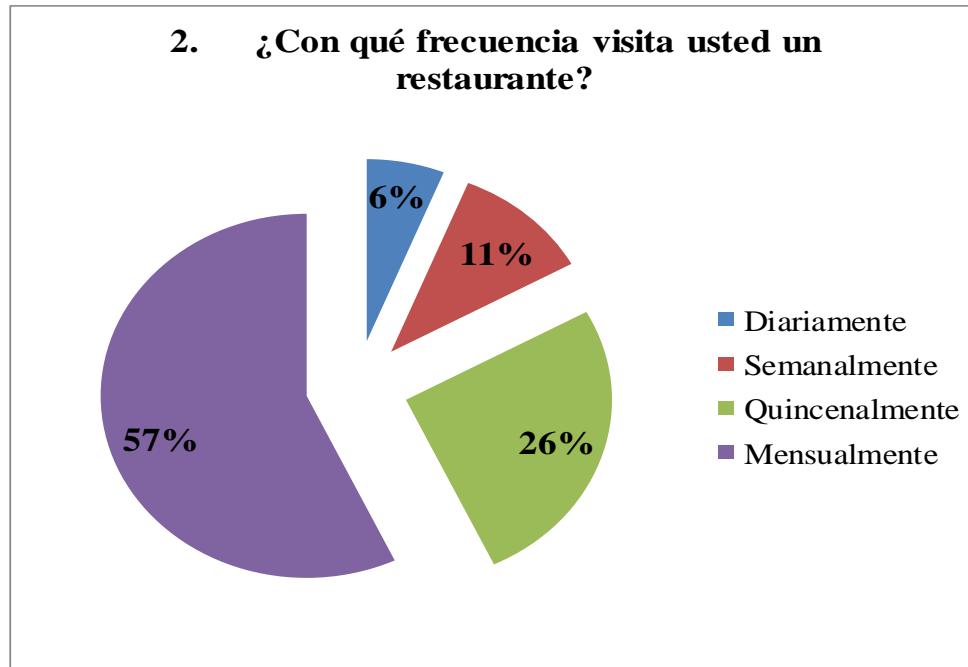


Figura 19 Segunda pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: En esta pregunta se logró determinar que el 57% es decir la mayoría de personas asisten mensualmente a un restaurante, a continuación reflejó el 26% que asisten quincenalmente, semanalmente asisten el 11% y el 6% van diariamente.

3.1.4.3 Tercera Pregunta.

Tabla 11 Tercera pregunta

3. ¿Con cuántas personas visita usted un restaurante?		
	Frecuencia	Porcentaje
Una	12	3%
Dos	30	8%
Tres	73	19%
Cuatro	85	23%
Cinco a más...	177	47%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karen González

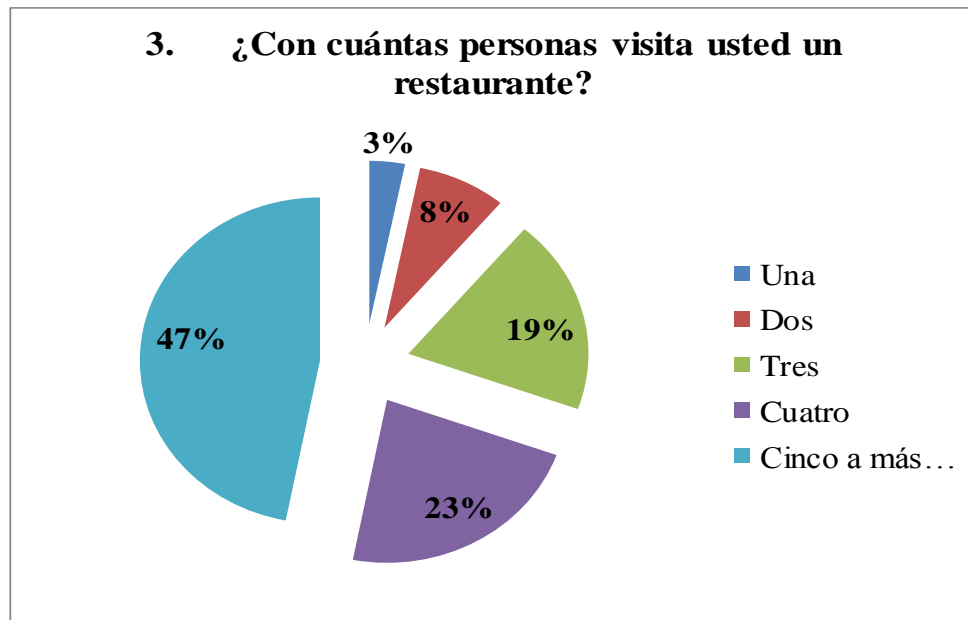


Figura 20 Tercera pregunta

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karen González

Análisis: De los datos obtenidos en esta pregunta se desprende que el 47% de las personas que son la mayoría asisten a un restaurante acompañado con cinco o más personas, el 23% asisten con cuatro personas, el 19% van entre tres personas, el 8% asisten entre dos personas y el 3% de las personas encuestadas asisten a un restaurante solas.

3.1.4.4 Cuarta Pregunta.

Tabla 12 Cuarta pregunta

4. ¿Tiene preferencia por la Comida Típica Ecuatoriana?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	265	70%
No	112	30%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

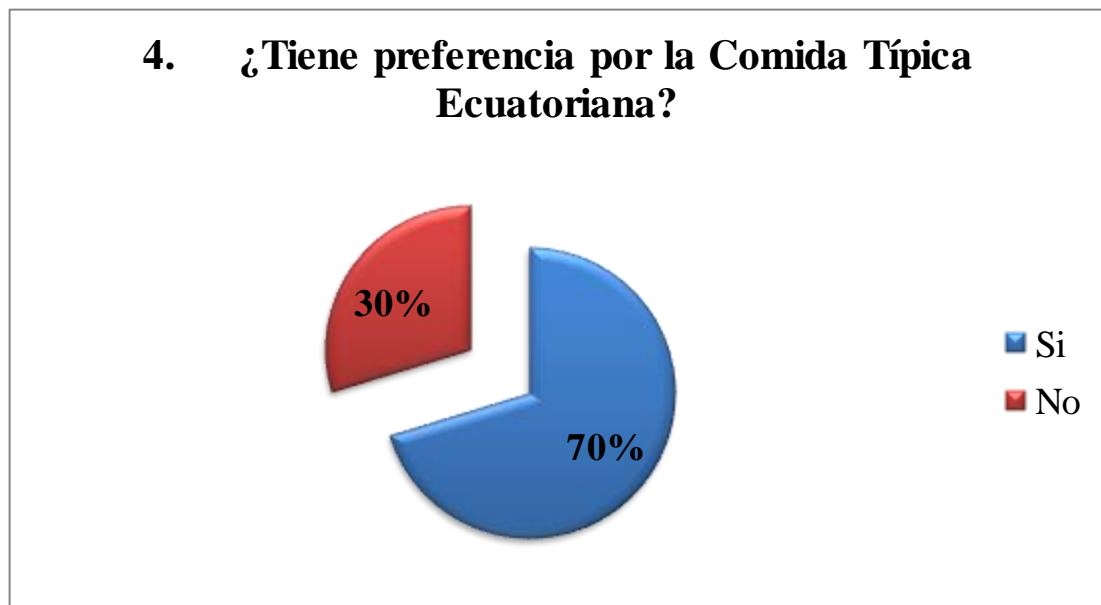


Figura 21 Cuarta pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: La recopilación de la información dio como resultado que el 70% que es el porcentaje mayor tiene preferencia por la Comida Típica Ecuatoriana, lo cual es bueno, mientras que el 30% que es un porcentaje mínimo reflejó que a ciertas personas no les gusta la Comida Típica Ecuatoriana.

3.1.4.5 Quinta Pregunta.

Tabla 13 Quinta pregunta

5. ¿Dónde consume con mayor frecuencia la Comida Típica Ecuatoriana?			
	Frecuencia	Porcentaje	
Centros Comerciales	103	27%	
Mercados	86	23%	
Restaurantes	141	37%	
Vendedores ambulantes	47	12%	
Total:	377	100%	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

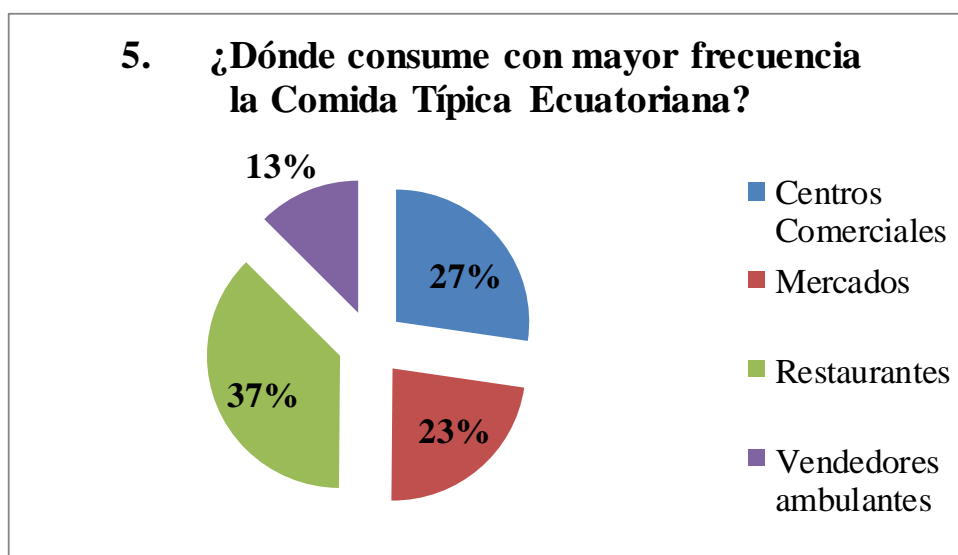


Figura 22 Quinta pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: El porcentaje mayor refleja que el 37% consumen Comida Típica Ecuatoriana en restaurantes; por lo cual esto nos indica que la implementación del restaurante debería realizarse en un local individual; el 27%, 23% y 13% son porcentajes bajos que no influyen y que reflejan que ciertas personas consumen la Comida Típica Ecuatoriana en centros comerciales, mercados y donde vendedores ambulantes respectivamente.

3.1.4.6 Sexta Pregunta.

En esta pregunta tenemos algunas respuestas ya que se solicita a las personas encuestadas que especifiquen qué platos prefieren de las regiones del Ecuador tanto de la Costa, Sierra y Oriente.

Tabla 14 Sexta pregunta (opciones platos de la costa)

6. De los platos expuestos marque, ¿Cuáles son de su preferencia?		
COSTA		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caldo de Gallina	8	2%
Corvina Apanada	47	12%
Ceviche de Pescado	21	6%
Ceviche de Concha	12	3%
Ceviche de Camarón	19	5%
Ceviche Mixto(concha, camarón y pescado)	44	12%
Arroz Marinero(concha, camarón y pescado)	88	23%
Encebollado de pescado	101	27%
Guatita	37	10%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

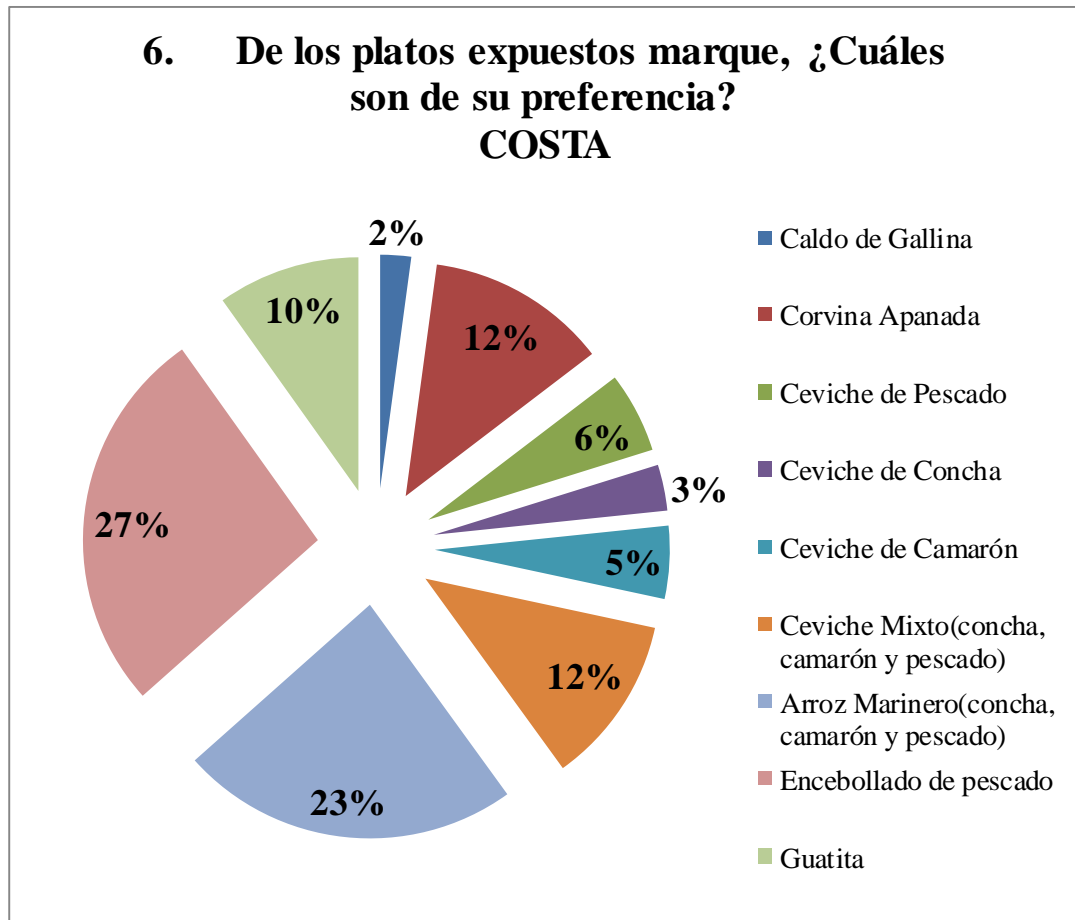


Figura 23 Sexta pregunta (opciones platos de la costa)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Se puede observar que de la Comida Típica Costeña del Ecuador el plato más botado fue el Encebollado de pescado representado por el 27%, seguido por el Arroz Marinero (concha, camarón y pescado) representado por el 23%, estos platos se prepararan en mayor cantidad; los platos que tienen porcentajes no tan bajos como: ceviche mixto (concha, camarón y pescado), corvina apanada 12% y guatita 10%, se elaborarán en pocas cantidades; mientras que los platos de porcentajes bajos tales como: caldo de gallina 2%, ceviche de concha 3%, ceviche de camarón 5%, ceviche de pescado 6% se prepararán en cantidades mínimas.

Tabla 15 Sexta pregunta (opciones platos de la sierra)

6. De los platos expuestos marque, ¿Cuáles son de su preferencia?		
SIERRA		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Llapingachos	35	9%
Papas con cuero	29	8%
Papas con cuy	15	4%
Mote con fritada	62	16%
Yahuarloco	42	11%
Chugchucaras	87	23%
Locro de papas	48	13%
Caldo de pata	22	6%
Seco de chivo	37	10%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

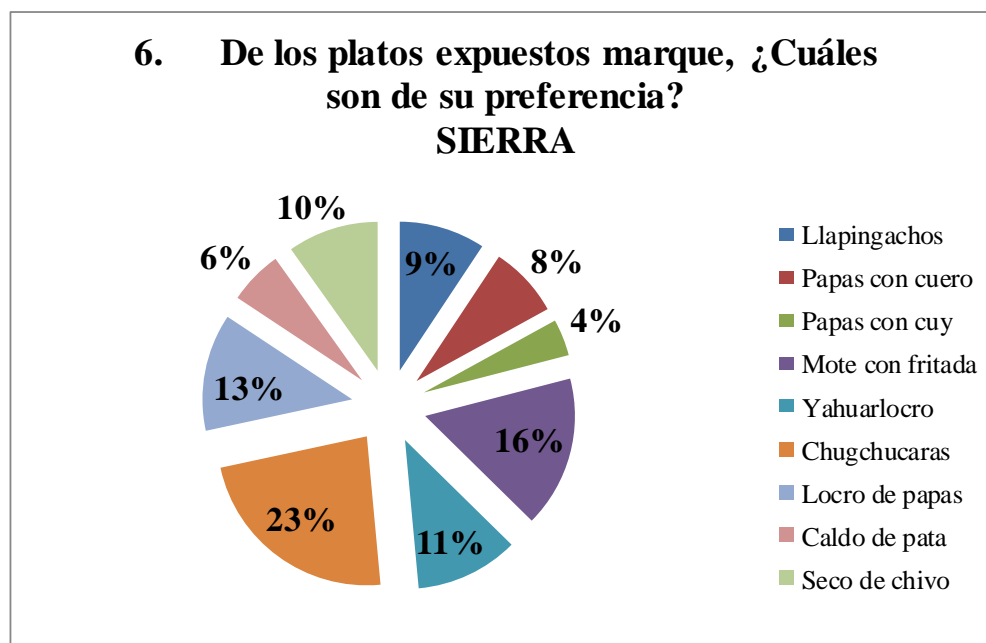


Figura 24 Sexta pregunta (opciones platos de la sierra)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Se puede observar que de la Comida Típica de la Sierra los platos que más consumen en el sector de Carapungo son las Chugchucaras representadas por el 23% de la muestra, seguido por la fritada con el 16% y el locro de papas con el 13%,

platos que se elaborarán en mayor cantidad. El 11% consumen Yahuarlocro, el 10% seco de chivo, el 9% llapingachos, el 8% consumen papas con cuero, el 6% caldo de pata, papas con cuy consumen el 4%; esto no quiere decir que son platos que no se elaborarán simplemente se prepararán en menor cantidad.

Tabla 16 Sexta pregunta (opciones platos del oriente)

6. De los platos expuestos marque, ¿Cuáles son de su preferencia?		
ORIENTE		
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seco de guanta	0	0%
Maito de pescado	79	21%
Seco de guatusa	0	0%
Maito de guanta	0	0%
Pincho de chontacuro	4	1%
Maito de guatusa	0	0%
Tilapia con yuca y ensalada	270	72%
Juanes de Yuca	22	6%
Inchicapi	2	1%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

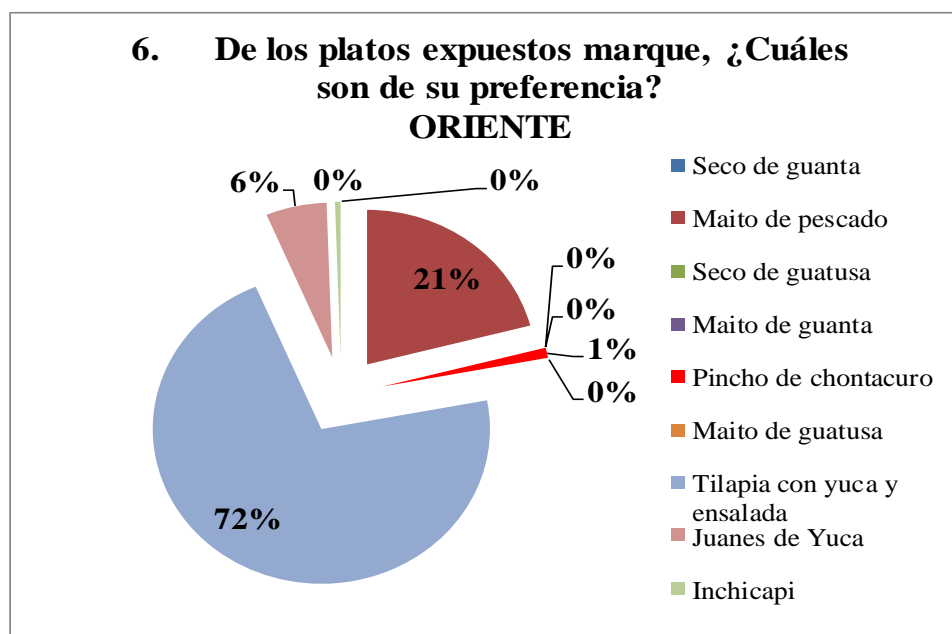


Figura 25 Sexta pregunta (opciones platos del oriente)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Mediante estos resultados se descubrió que ciertas personas no conocen de la comida típica del Oriente por lo que tuve que explicar de que se trataban ciertos platos que son básicamente conocidos en otras regiones con otro nombre, por lo que escogieron de la siguiente manera: al 72% les agrada la tilapia con yuca y ensalada y el 21% les gusta el Maito de pescado; platos que se elaborarán en mayor cantidad debido a la acogida que tiene; el pincho de chontacuro y el Inchicapi obtuvieron el 1% de votos por lo cual estos platos típicos se elaborarán únicamente bajo pedido ya que no tienen mayor aceptación y los demás platos típicos tales como: Seco de guanta, seco de guatusa, Maito de guanta, Maito de guatusa, obtuvieron un 0% de votos, mismos que no se elaborarán ya que si los preparamos tendríamos pérdida irreparable porque no se venderían.

3.1.4.7 Séptima Pregunta.

En esta pregunta también tenemos algunas respuestas ya que se solicita a las personas encuestadas que especifiquen el valor aproximado que han cancelado por los platos típicos de las regiones del Ecuador tanto de la Costa, Sierra y Oriente.

Tabla 17 Séptima pregunta (precios platos de la costa)

7. Según los platos que usted ha consumido de acuerdo a la lista de precios, escriba la letra de acuerdo al valor que usted cancelaría por cada uno de ellos :

COSTA

VALOR	Frecuencia	Porcentaje
A) \$3.00 a \$5.00	187	50%
B) \$6.00 a \$8.00	143	38%
C) \$9.00 a \$11.00	32	8%
D) \$12.00 a \$14.00	12	3%
E) \$15.00 a más...	3	1%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

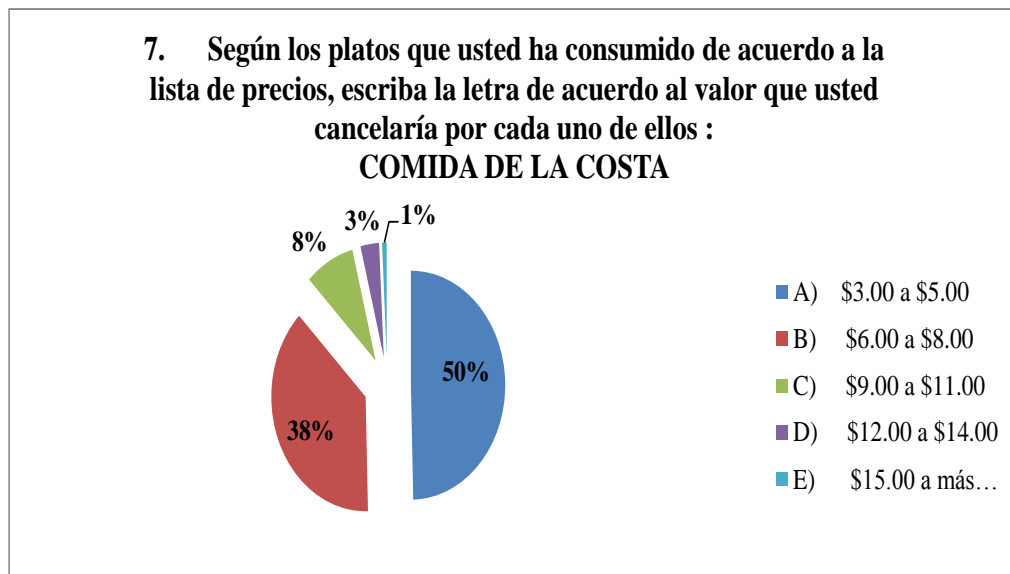


Figura 26 Séptima pregunta (precios platos de la costa)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Los resultados de esta pregunta nos revela que el porcentaje mayor de la muestra es decir el 50% cancelarían por un plato típico de la Costa Ecuatoriana de

\$3,00 a \$5,00 seguido por el 38% que cancelarían de \$6,00 a \$8,00; respuestas que nos ayudan a definir los precios que se establecerán a los platos típicos de la Costa dentro del Restaurante Las Delicias de Ecuador mismos que según el plato oscilarán entre \$3,00 a \$8,00.

Tabla 18 Séptima pregunta (precios platos de la sierra)

7. Según los platos que usted ha consumido de acuerdo a la lista de precios, escriba la letra de acuerdo al valor que usted cancelaría por cada uno de ellos :		
SIERRA		
VALOR	Frecuencia	Porcentaje
A) \$3.00 a \$5.00	174	46%
B) \$6.00 a \$8.00	138	37%
C) \$9.00 a \$11.00	43	11%
D) \$12.00 a \$14.00	22	6%
E) \$15.00 a más...	0	0%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

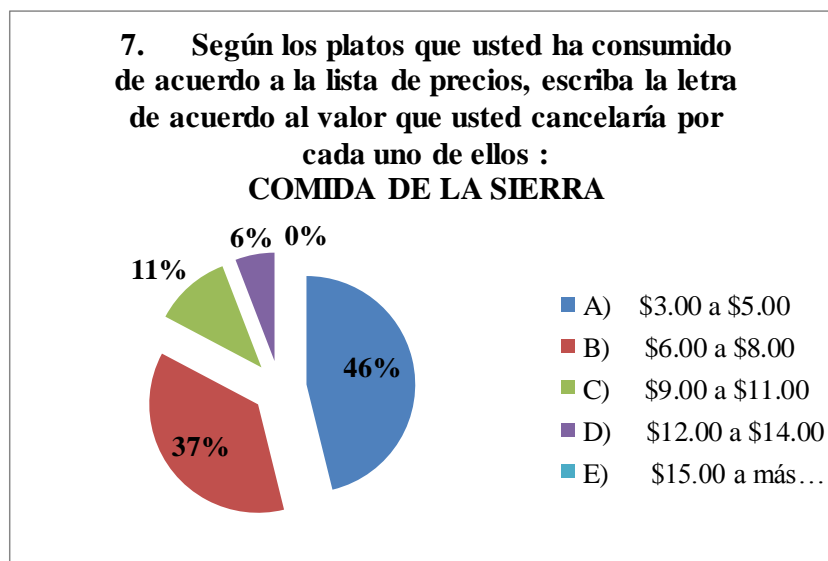


Figura 27 Séptima pregunta (precios platos de la sierra)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Los resultados de esta pregunta nos revela que el 46% de las personas cancelarían por un Plato Típico de la Sierra ecuatoriana de \$3,00 a \$5,00, a la vez el 37% cancelaría de \$6,00 a \$8,00; respuestas que nos ayudan a definir los precios que

se establecerán a los platos típicos de la Sierra dentro del Restaurante Las Delicias de

Ecuador mismos que según el plato oscilarán entre \$3,00 a \$8,00.

Tabla 19 Séptima pregunta (precios platos del oriente)

7. Según los platos que usted ha consumido de acuerdo a la lista de precios, escriba la letra de acuerdo al valor que usted cancelaría por cada uno de ellos :

ORIENTE

VALOR	Frecuencia	Porcentaje
A) \$3.00 a \$5.00	170	45%
B) \$6.00 a \$8.00	185	49%
C) \$9.00 a \$11.00	16	4%
D) \$12.00 a \$14.00	6	2%
E) \$15.00 a más...	0	0%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

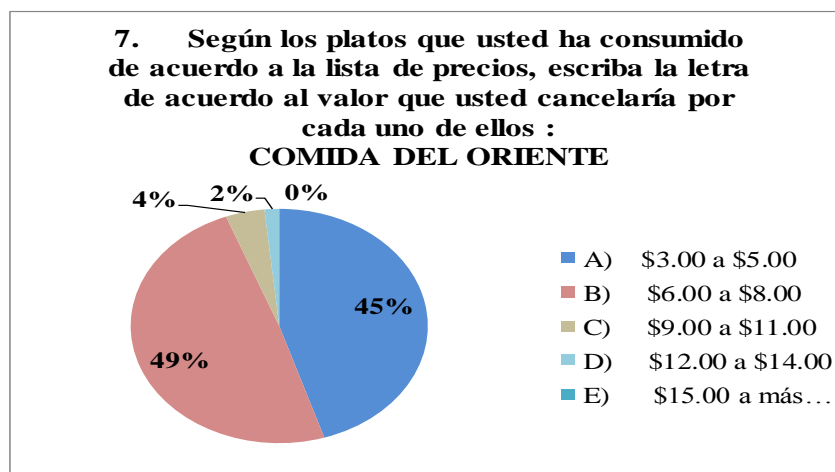


Figura 28 Séptima pregunta (precios platos del oriente)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Los resultados de esta pregunta nos revela que el 49% de las personas cancelarían por Platos Típicos específicos del Oriente ecuatoriano entre \$6,00 a \$8,00, a la vez el 45% cancelarían de \$3,00 a \$5,00; respuestas que nos ayudan a definir los precios que se establecerán a los platos típicos del Oriente dentro del Restaurante Las Delicias de Ecuador mismos que según el plato oscilarán entre \$3,00 a \$8,00.

3.1.4.8 Octava Pregunta.

Tabla 20 Octava pregunta

8. Para usted; ¿Qué influye más al momento de adquirir el producto o servicio?		
	Frecuencia	Porcentaje
Precio	100	27%
Cantidad	27	7%
Calidad	127	34%
Sabor	76	20%
Asepsia	47	12%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

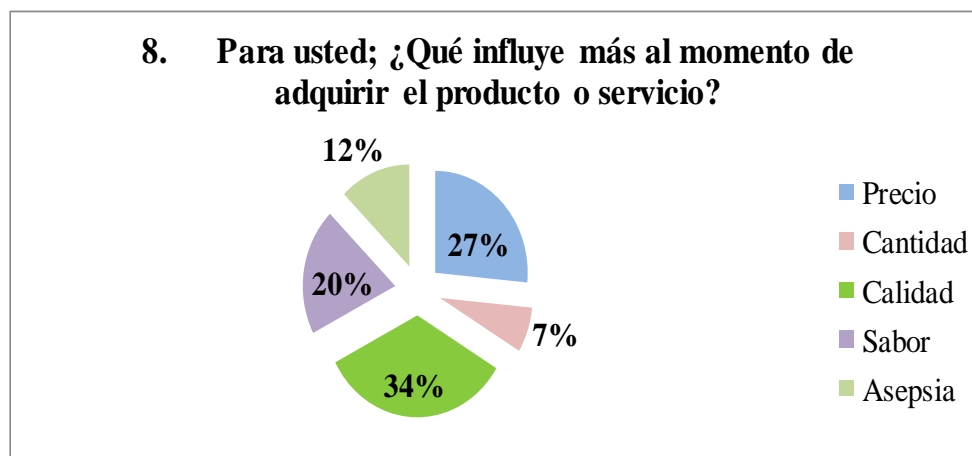


Figura 29 Octava pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: La tabulación de los datos, determina que la mayor parte de la muestra que es el 34% piensa que el aspecto más importante al adquirir un producto o servicio es la calidad del mismo, el 27% considera que el precio es importante, seguido por el 20% que se fija en el sabor, el 12% en la asepsia y el 7% en la cantidad.

3.1.4.9 Novena Pregunta.

Tabla 21 Novena Pregunta

9. ¿Conoce usted algún restaurante en el Sector de Carapungo que brinde Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)?			
	Frecuencia	Porcentaje	
Si	123	33%	
No	254	67%	
Total:	377	100%	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

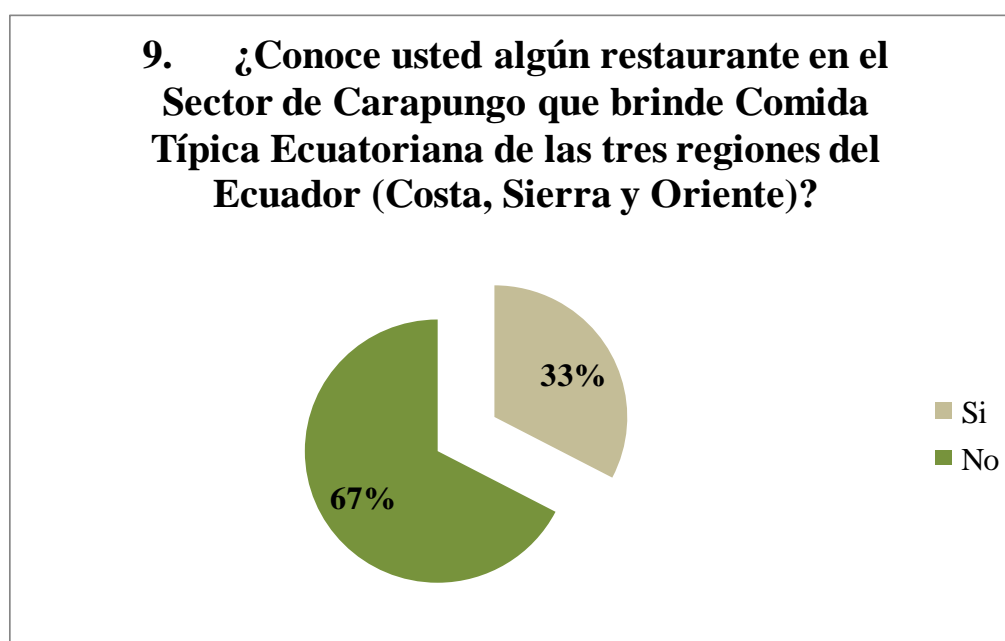


Figura 30 Novena Pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: Respecto a la pregunta se determina que el 33% de las personas encuestadas si conocen un restaurante en el sector de Carapungo que brinde Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones, pero el 67% que es la mayoría no; esto es bueno ya que con la implementación del restaurante se dará a conocer los distintos platos de nuestro Ecuador.

3.1.4.10 Décima Pregunta.

Tabla 22 Décima Pregunta

10. ¿Está usted satisfecho con los productos y precios que ofrece la competencia?			
	Frecuencia	Porcentaje	
Si	157	42%	
No	220	58%	
Total:	377	100%	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

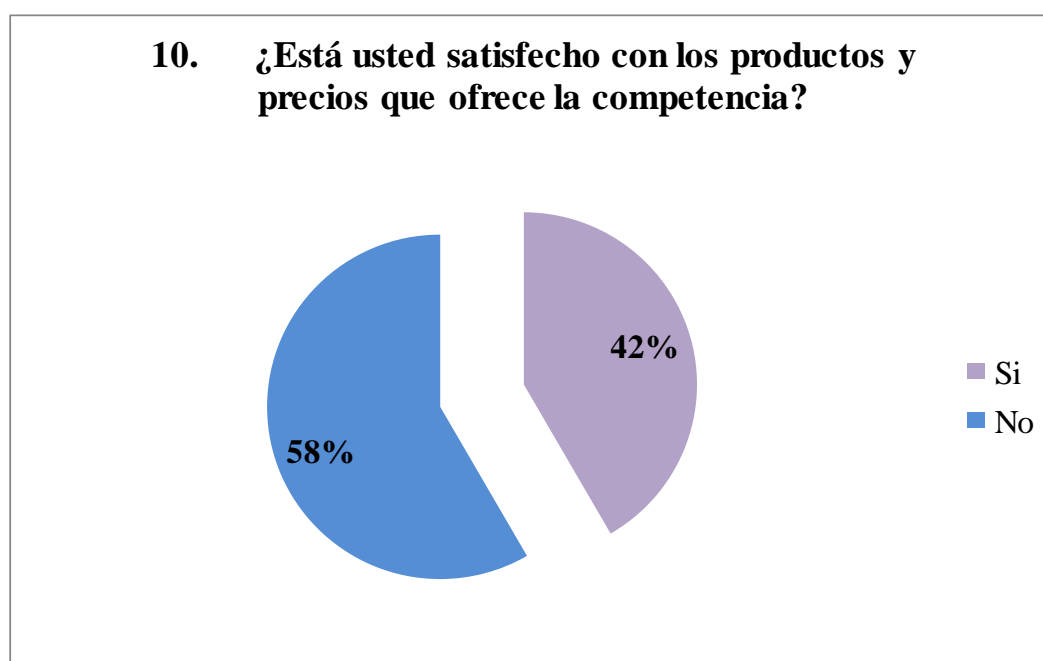


Figura 31 Décima Pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: El 58% de la muestra no está satisfecho con los productos y precios que ofrece la competencia, lo que representa un mercado potencial para el proyecto, mientras que el 42% sí.

3.1.4.11 Onceava Pregunta.

Tabla 23 Onceava Pregunta

11. ¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante por el sector de Carapungo que ofrezca especialidades de Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	362	96%
No	15	4%
Total:	377	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

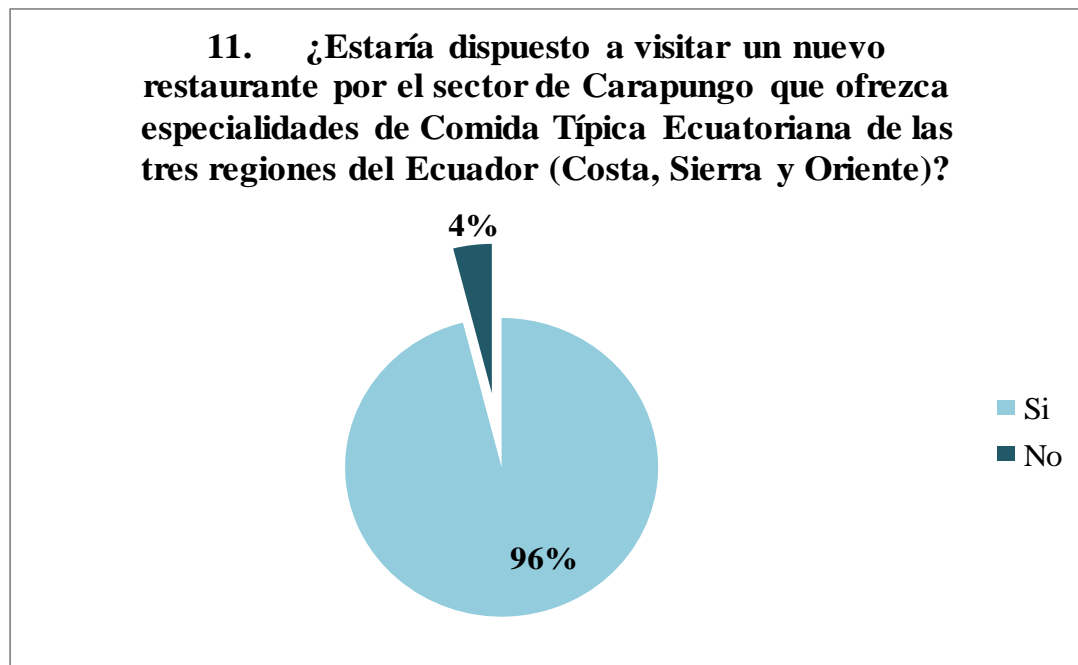


Figura 32 Onceava Pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: El 96% de la muestra indicó que si estarían dispuestos a visitar un nuevo restaurante en el sector de Carapungo que ofrezca especialidades de Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones lo cual es factible para el proyecto, mientras que el 4% no.

3.1.4.12 Doceava Pregunta.

Tabla 24 Doceava Pregunta

12. ¿Cuál es el medio por el que preferiría recibir información del nuevo restaurante?			
	Frecuencia	Porcentaje	
Hojas Volantes	57	15%	
Redes Sociales	166	44%	
Páginas Web	154	41%	
Total:	377	100%	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

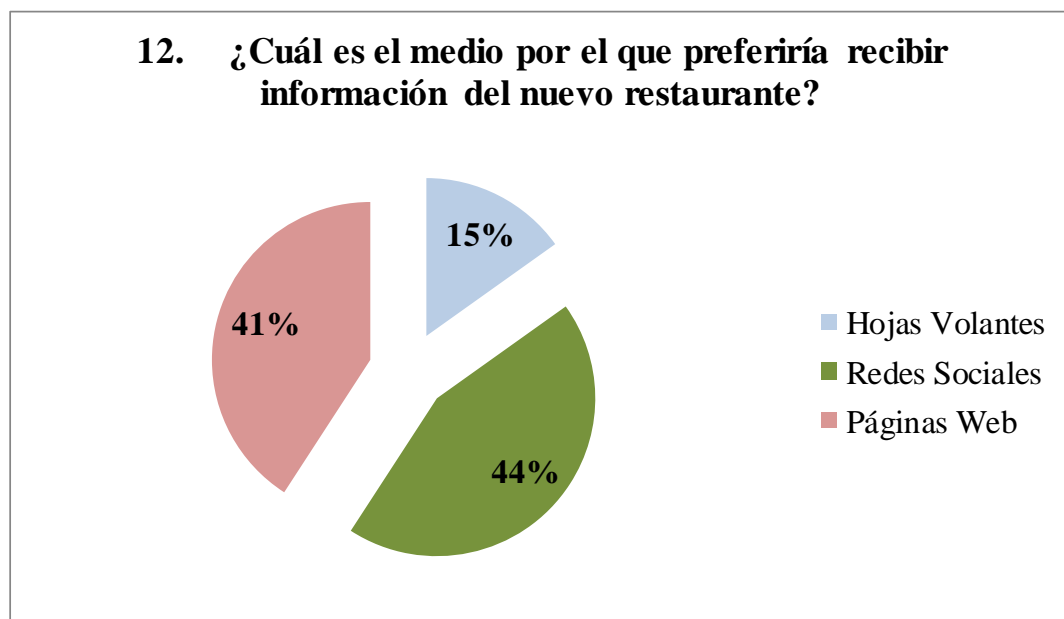


Figura 33 Doceava Pregunta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen González

Análisis: El 44% de la muestra indicaron que les gustaría recibir información del restaurante por redes sociales, el 41% mediante páginas web y el 15% por hojas volantes. Por tanto el restaurante Las Delicias de Ecuador se dará a conocer por los tres medios y se enfatizará en las redes sociales y en la página web.

3.2 Oferta

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se dan a conocer en el mercado a un determinado precio con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

3.2.1 Oferta Histórica

Una vez que se ha realizado la investigación, se puede determinar que no existe oferta histórica debido a que son productos y servicios nuevos en el mercado.

3.2. Oferta Actual

Para el cálculo de la oferta actual se debe considerar el tamaño de mercado y el nivel de frecuencia al momento de visitar un restaurante de la pregunta 2 de las encuestas realizadas que nos dio un porcentaje del 57% mismo que indica que las personas asisten a un restaurante mensualmente.

Tabla 25 Oferta actual

Calculo de la Oferta Actual	
Tamaño del mercado objetivo	20106
Nivel de personas que visitan un Restaurante	57%
Oferta Actual 2016	11460

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

3.2.3 Oferta Proyectada

Para la proyección de la oferta se tomara en cuenta el índice de acuerdo a la tasa de crecimiento comercial del 3,8% más la información de la oferta actual con estos datos se proyectara la oferta hasta el año 2021 como se explicara a continuación:

Tabla 26 Oferta proyectada

Oferta Actual 2016:	11460	
Oferta Proyectada		
Años	Índice	Proyección
2017	3,8%	11895
2018	3,8%	12348
2019	3,8%	12817
2020	3,8%	13304
2021	3,8%	13809

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

3.3 Productos sustitutos

3.3.1 Oferta Histórica PIB

Tabla 27 Pib interanual (Pib por millones de dólares y variación anual servicios de alojamiento y comida)

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
VENTAS	285'408.000,00	8'762.000,00	85'023.000,00	49'007.500,00	50'450.000,00
VARIACION ANUAL	3,50%	4,10%	4,30%	2,60%	-2,90%
PROMEDIO	2,32%				

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karen González

3.3.2 Oferta Actual

Tabla 28 Oferta actual Pib miles de millones de dólares y variación interanual promedio de servicio de alojamiento y comida (año 2016)

OFERTA ACTUAL(PIB I TRIMESTRE 2016(Miles de millones de dólares)	98982'900000,00
Variacion Interanual Promedio de Servicios de Alojamiento y Comida	2,32%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karen González

3.3.3 Oferta Projectada

Tabla 29 Oferta proyectada

AÑO	OFERTA ACTUAL	%VARIACIÓN INTERANUAL	CANTIDAD VENTAS EN MILES DE MILLONES
2017	98982'900000,00	2,32%	101.279'303.280,00
2018	101.279'303.280,00	2,32%	103.628'983.116,09
2019	103.628'983.116,09	2,32%	106.033'175.524,38
2020	106.033'175.524,38	2,32%	108.493'145.196,54
2021	108.493'145.196,54	2,32%	111.010'186.165,09

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Karen González

3.4 Demanda.

“La Demanda son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado.” (ROSALES OBANDO, 2007)

3.4.1 Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual se consideró el mercado meta al cual estamos dirigidos, para lo cual se está tomando las respuestas de la pregunta 11 de las encuestas realizadas que nos indica que el 96% de las personas estarían dispuestas a visitar un nuevo restaurante por el sector de Carapungo que ofrezca especialidades de Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones(Costa, Sierra y Oriente), lo cual nos ayuda a observar la demanda que tendría el producto y servicio para el presente estudio.

Tabla 30 Demanda actual

Calculo de la Demanda Actual	
Tamaño de mercado/ Sector Carapungo	20106
Nivel de aceptación del nuevo restaurante	96%
Demanda Actual 2016	19302

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

3.4.2 Demanda Proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomara en cuenta el índice de la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de Calderón la cual es del 3.5%, más la información de la demanda actual, con los datos antes mencionados se proyectara la demanda hasta el 2021 como se lo detalla a continuación:

Tabla 31 Demanda proyectada

Demanda Actual 2016:	19302	
Demanda Proyectada		
Años	Índice	Proyección
2017	3,50%	19978
2018	3,50%	20677
2019	3,50%	21400
2020	3,50%	22149
2021	3,50%	22925

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

3.5 Balanza oferta – Demanda

Con el balance de la Demanda y Oferta proyectada nos permitirá conocer lo disponible del proyecto lo que nos determinara la parte del mercado que podría corresponder al mismo.

3.5.1 Balance Actual

El balance actual nos permitirá determinar las personas que no se sienten satisfechas con los productos y servicios de restaurantes de comida típica actuales de

la competencia es decir la demanda insatisfecha del año 2016, esto nos permite analizar el estudio presente para la oportunidad que tenemos dentro de la segmentación del mercado.

Tabla 32 Balance actual

2016	19302	-	11460	=	7842

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

3.5.2 Balance proyectado

El balance proyectado nos permitirá determinar la demanda insatisfecha por lo que podremos conocer nuestros potenciales clientes, es decir lo que el cliente está dispuesto a adquirir en el mercado.

Tabla 33 Balance proyectado

AÑO	DEMANDA ACTUAL		OFERTA ACTUAL		DEMANDA INSATISFECHA
2017	19978	-	11895	=	8083
2018	20677	-	12348	=	8329
2019	21400	-	12817	=	8583
2020	22149	-	13304	=	8845
2021	22925	-	13809	=	9116

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico

“Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración”. (Portales, 2011)

4.1 Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto depende de la naturaleza y características del tipo de proyecto, por lo que cada uno debe ser analizado de acuerdo a sus individualidades. Existen factores como la demanda, tecnológica, financiamiento, entre otros que inciden en las estimaciones de inversiones a realizar y de los costos, y por ende en la rentabilidad de la empresa”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, 2015)

Tabla 34 Tamaño del proyecto

Descripción	Encebollado de Pescado	Chugchucaras	Tilapia con Yuca y ensalada
Numero de trabajadores	1	1	1
Produccion individual diaria	7	6	5
Total produccion diaria	34	48	21
Numero de dias laborados	7	7	7
Produccion semanal	238	336	147
Numero de semanas al año	52	52	52
Total de produccion anual	12376	17472	7644
Precio de venta unitario	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 7,00
Total ingresos por trabajador	\$ 49.504,00	\$ 69.888,00	\$ 53.508,00
Total ingresos anuales	\$ 172.900,00		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada del Restaurante “Las Delicias de Ecuador” se calcula identificando cada uno de los platos típicos que se van a elaborar tanto de la Costa como es el Encebollado de pescado, de la Sierra como son las Chugchucaras y del Oriente como es la Tilapia con yuca y ensalada; la elaboración de éstos platos podrían variar de acuerdo a lo que solicite el cliente, por esta razón se determinará la capacidad instalada en términos de tiempo.

La jornada de trabajo es de 8 horas, dentro de estas horas no se trabaja al 100% en la producción de alimentos debido a ciertas actividades adicionales que se realizan como limpiar mesas, lavar platos, compras adicionales y conversaciones entre compañeros de trabajo, adicional tienen 1 hora de almuerzo de acuerdo a parámetros establecidos por la ley.

Tabla 35 Capacidad instalada Encebollado de pescado

Capacidad de Elaboración de Encebollado de Pescado		
Tiempo de producción unitario	14	Minutos
Tiempo de producción diario	6720	Minutos
Producción diaria unitaria	34	Platos
Numero de días laborados a la semana	7	Días
Producción semanal	238	Platos
Numero de semanas al año	52	Semanas
Total Producción Anual	12376	Platos
Precio de venta al público	\$ 4,00	Dólares
Total ingresos por plato de encebollado de pescado	\$ 49.504,00	Dólares
Nivel de aceptación del mercado	96%	Porcentaje
Producción Óptima	\$ 47.523,84	Dólares

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

Tabla 36 Capacidad instalada Chugchucaras

Capacidad de Elaboración de Chugchucaras		
Tiempo de producción unitario	10	Minutos
Tiempo de producción diario	4800	Minutos
Producción diaria unitaria	48	Platos
Numero de días laborados a la semana	7	Días
Producción semanal	336	Platos
Numero de semanas al año	52	Semanas
Total Producción Anual	17472	Platos
Precio de venta al público	\$ 4,00	Dólares
Total ingresos por plato de encebollado de pescado	\$ 69.888,00	Dólares
Nivel de aceptación del mercado	96%	Porcentaje
Producción Óptima	\$ 67.092,48	Dólares

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

Tabla 37 Capacidad instalada Tilapia con yuca y ensalada

Capacidad de Elaboración de Tilapia con yuca y ensalada		
Tiempo de producción unitario	20	Minutos
Tiempo de producción diario	9600	Minutos
Producción diaria unitaria	24	Platos
Numero de días laborados a la semana	7	Días
Producción semanal	168	Platos
Numero de semanas al año	52	Semanas
Total Producción Anual	8736	Platos
Precio de venta al público	\$ 7,00	Dólares
Total ingresos por plato de encebollado de pescado	\$ 61.152,00	Dólares
Nivel de aceptación del mercado	96%	Porcentaje
Producción Óptima	\$ 58.705,92	Dólares

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.1.2 Capacidad Óptima

En este punto se determinará el diseño para la planta con sus respectivas medidas para cada departamento que conformaran la microempresa restaurante Las Delicias de Ecuador, obteniendo así el bienestar y la comodidad para los colaboradores y clientes.

Las dimensiones de la planta son de 244 metros cuadrados, que se distribuirán de la siguiente manera:

Departamento Gerencial, área de recepción, área de producción, área administrativa financiera, comedor y Bodega de materia prima, a la vez se incluye servicios higiénicos para caballeros y damas además está determinado un estacionamiento de vehículos.

4.2 Localización

La localización nos ayuda a determinar el lugar óptimo para la ubicación del proyecto, se toma en cuenta la micro localización y la macro localización.

4.2.1 Macro localización

“En esta etapa se selecciona el área general (país, estado) en que se ubicará el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población, e indicadores y características económicas y sociales más importantes.” (Valvuela Alvarez, 2000)

La ubicación del restaurante “Las Delicias de Ecuador” se establecerá en la Parroquia de Calderón Sector Carapungo; ubicada al noreste del Distrito Metropolitano de San Francisco de Quito.



Figura 34 Macro localización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.2.2 Micro localización

“El objetivo de este análisis parcial, es determinar cuál es la mejor alternativa dentro de la macro localización, con lo que le es posible llegar a la especificación de la zona seleccionada.” (Valvuela Alvarez, 2000)

La dirección exacta donde se va a instalar el proyecto restaurante “Las Delicias de Ecuador” es en: Parroquia de Calderón, sector Carapungo, en las Calles Galo Plaza Lasso Oe07-14 y Av. Padre Luis Vaccari.



Figura 35 Micro localización

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.2.3 Localización Óptima

Tabla 38 Localización Óptima

PARAMETROS	%
Costo de arriendo	10%
Espacio fisico	10%
Infraestructura	10%
Cercania de clientes	45%
Cercania de proveedores	5%
Vias de acceso	8%
Permisos, normas	6%
Servicios Basicos	6%
Total	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

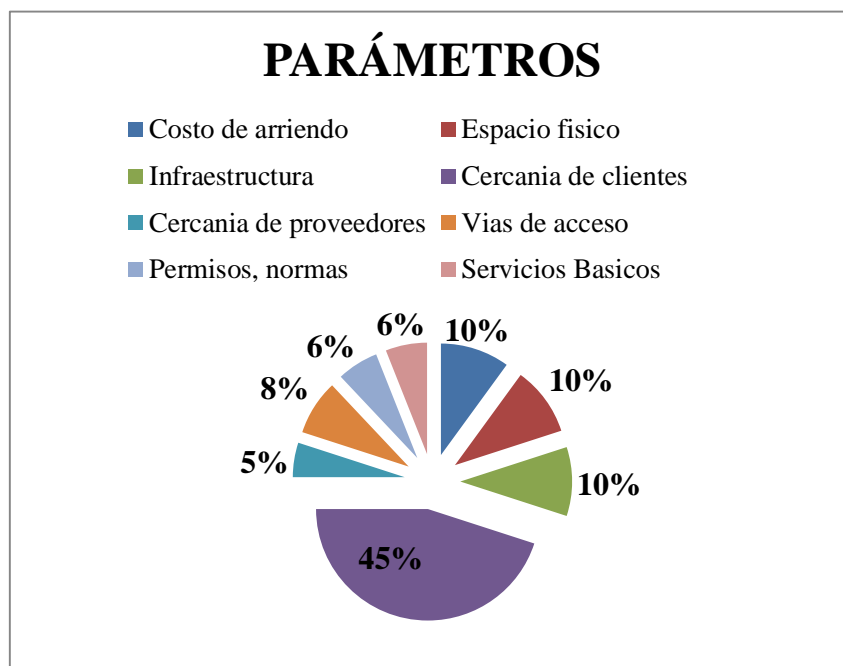


Figura 36 Localización Óptima

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.3 Ingeniería del proyecto

“El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objetivo el diseño y desarrollo de productos, desde la concepción hasta su puesta en el mercado. Este estudio busca resolver todo lo relacionado a la instalación y funcionamiento de la planta.” (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO M.-E. , 2015)

Análisis: Mediante la Ingeniería de Proyectos podemos diseñar y desarrollar los productos que se realizaran en la organización, también nos permite realizar un análisis óptimo del orden en el que irán los diferentes departamentos de la microempresa restaurante “Las Delicias de Ecuador” que se planteará.

4.3.1 Definición de Bien y/o Servicio

“Los bienes y servicios representan un término importante en los principios de la economía. Los bienes son cosas tangibles que pueden consumirse, como por ejemplo la ropa y los alimentos. Los servicios son acciones que las personas realizan, como un corte de cabello o un servicio de limpieza.” (Rebekah & Maria Della Cella , 2016)

Análisis: Mediante la creación del restaurante se pretende dar a conocer los platos típicos del Ecuador, en el cual se brindara un servicio con estándares de calidad en un ambiente acogedor y diseñado de acuerdo a las regiones que nuestro país contempla (Costa, Sierra, Oriente).

4.3.2. Distribución de Planta

“Consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos.” (De la Fuente García & Fernández Quesada, 2005)

Tabla 39 Distribución de Planta

Área	Dimensión M2	M2
Área de Producción	8x5	40
Área de Servicio	10x7	70
Área Administrativa	5x3	15
Área de Contabilidad	5x3	15
Área de Talento Humano	5x3	15
Área de Bodega	5x5	25
Parqueadero Prveedores	3,5x4	14
Parqueadero Clientes	5x10	50
TOTAL mt2 :		244

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

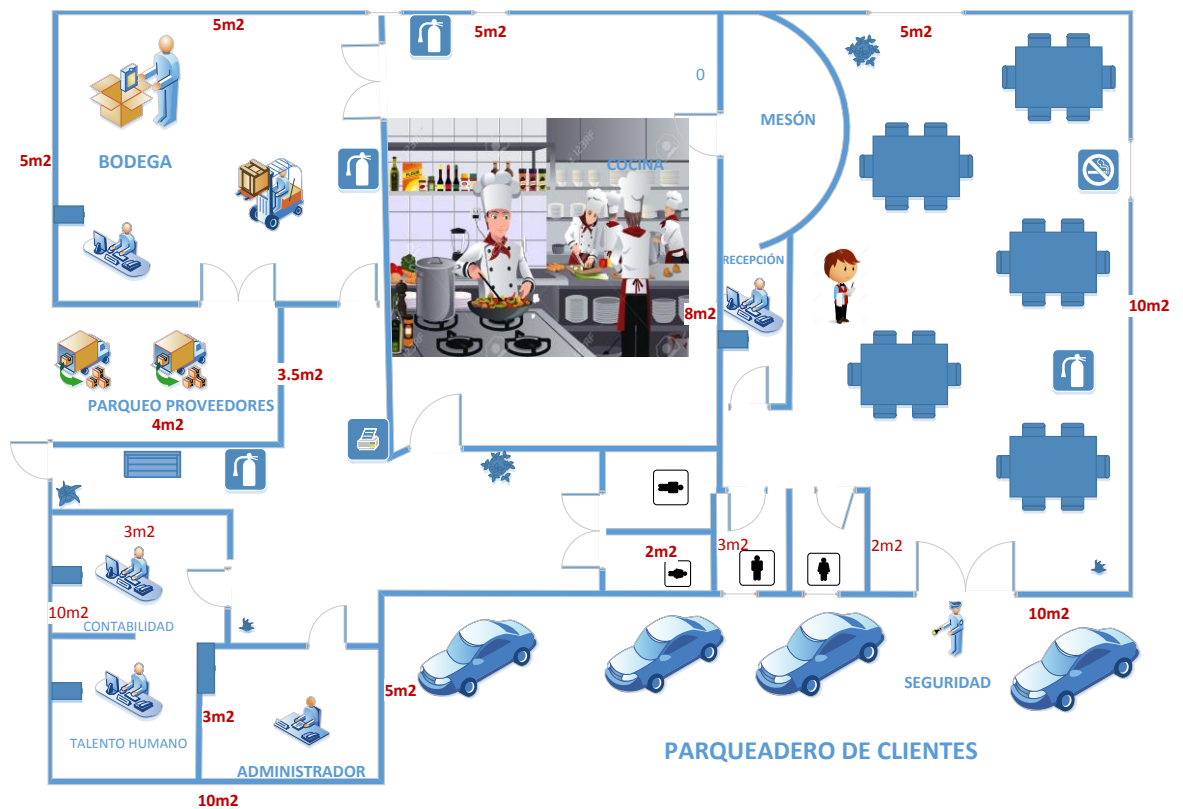


Figura 37 Planta de distribución

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Karen González

4.3.2.1 Código de Cercanía

Tabla 40 Código de Cercanía

Letra	Orden de proximidad
A	Absolutamente necesaria
E	Especialmente importante
I	Importante (que este cerca)
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.3.2.2 Código de Razones

Tabla 41 Código de Razones

Numero	Razones
1	Por control
2	Por cercanía del proceso
3	Por higiene
4	Por seguridad
5	Flujo de información

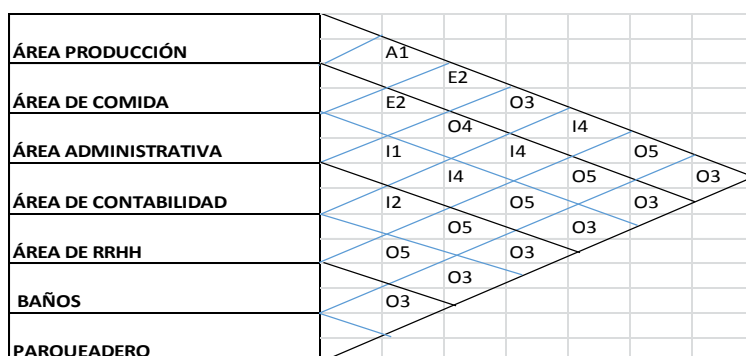
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.3.2.3. Método SLP

“La distribución orientada a procesos se caracteriza por la agrupación de las actividades en secciones que contienen procesos de naturaleza parecida. El objetivo de la distribución en planta orientada a procesos consiste en optimizar la posición relativa de unas secciones respecto de otras”. (Suñe Torrents, Gil Vilda, & Arcusa Postils, 2004)

Tabla 42 Método SLP



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.3.4 Maquinaria

“La maquinaria industrial progresa al mismo ritmo que la innovación tecnológica y, actualmente, resulta necesaria para todo tipo de procesos de fabricación y manufactura. Estas funciones, orientadas a la producción y los servicios e implementadas de acuerdo con parámetros estandarizados y economías de escala, describen los distintos tipos de maquinaria que se emplean en el sector industrial y que se distinguen de la maquinaria doméstica.” (Blumaq, 2015)

Mediante estas maquinarias que se detallaran se realizara los procesos de comida para el restaurante de manera rápida y eficiente.

Tabla 43 Maquinaria

MAQUINARIA			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total \$
1	Cocina Industrial	\$ 150,00	\$ 150,00
2	Micronondas	\$ 130,00	\$ 260,00
1	Refrigeradora	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Nevera industrial	\$ 900,00	\$ 900,00
2	Licadoras	\$ 90,00	\$ 180,00
3	Sartenes de aluminio	\$ 20,00	\$ 60,00
1	Horno Industrial	\$ 300,00	\$ 300,00
3	Ollas grandes de aluminio	\$ 30,00	\$ 90,00
2	Ollas de presión 10.Ltros	\$ 50,00	\$ 100,00
1	Mesa de acero inoxidable	\$ 150,00	\$ 150,00
Total			\$ 2.890,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

4.3.5 Equipos

Dentro de una empresa es fundamental el uso de equipos para el correcto desarrollo de la misma, dentro de estos pueden estar los equipos de cómputo y equipos de oficina como los que se detalla a continuación que se usaran en el restaurante:

Tabla 44 Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACION			
Cantidad	Descripción	Precio	Total \$
4	Computadora de Escritorio	\$ 400,00	\$ 1.600,00
1	Portatil laptop/Gerencia	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Impresora/scaner/copiadora	\$ 350,00	\$ 350,00
1	Router inalámbrico para oficina	\$ 40,00	\$ 40,00
2	Parlantes	\$ 20,00	\$ 40,00
Total			\$ 2.730,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

Tabla 45 Equipos de oficina

Cantidad	Descripción	Precio U.	Total \$	Total Semestral
5	Telefonos de escritorio	\$ 18,00	\$ 90,00	\$ 90,00
5	Calculadoras	\$ 5,00	\$ 25,00	\$ 25,00
5	Pad mouse	\$ 8,00	\$ 40,00	\$ 48,00
5	Cortapicos	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 75,00
Total			\$ 230,00	\$ 238,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

Tabla 46 Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				
Cantidad	Descripción	Precio	Total \$	Total Anual
5	Perforadora	\$ 2,15	\$ 10,75	\$ 10,75
5	Grapadora	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 10,00
4	Tinta para impresoras continua	\$ 10,00	\$ 40,00	\$ 60,00
3	Resmas de papel bond	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 18,00
5	Papeleras	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 12,00
5	Carpetas BN	\$ 0,45	\$ 2,25	\$ 2,70
5	Carpetas lomo 8	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 7,20
6	Esferos	\$ 0,30	\$ 1,80	\$ 1,80
5	Lapices	\$ 0,25	\$ 1,25	\$ 1,50
5	Saca grapas	\$ 1,10	\$ 5,50	\$ 5,50
5	Resaltadores	\$ 0,60	\$ 3,00	\$ 3,60
Total			\$ 99,55	\$ 133,05

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

Tabla 47 Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Cantidad	Descripción	Precio	Total \$
5	Escritorios	\$ 115,00	\$ 575,00
5	Sillas para Escritorio	\$ 25,00	\$ 125,00
5	Archivadores Aéreos	\$ 75,00	\$ 375,00
1	Tandem triple para sala de espera	\$ 55,00	\$ 55,00
5	Sillas de visita	\$ 15,00	\$ 75,00
3	Estanterías metálicas 4 pisos c/u	\$ 30,00	\$ 90,00
5	Mesas plásticas para restaurante	\$ 15,00	\$ 75,00
30	Sillas plásticas para restaurante	\$ 4,00	\$ 120,00
Total			\$ 1.490,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

Tabla 48 Menajes de cocina

MENAJE DE COCINA			
Cantidad	Descripción	Precio	Total \$
2	Set de cuchillos v/tamaños	\$ 24,00	\$ 48,00
2	Set de utensilios para cocina	\$ 19,00	\$ 38,00
36	Tenedores	\$ 1,50	\$ 54,00
36	Cuchillos de mesa	\$ 1,60	\$ 57,60
36	Cucharas soperas	\$ 1,40	\$ 50,40
36	Cucharas pequeñas	\$ 1,20	\$ 43,20
36	Platos soperos	\$ 3,75	\$ 135,00
36	Platos tendidos cuadrados	\$ 4,25	\$ 153,00
36	Platos pequeños	\$ 2,75	\$ 99,00
36	Tasas personales	\$ 1,25	\$ 45,00
36	Vasos de vidrio	\$ 0,90	\$ 32,40
10	Jarras de vidrio	\$ 4,50	\$ 45,00
3	Tablas de picar 12x18	\$ 7,50	\$ 22,50
Total			\$ 823,10

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karen González

CAPITULO V

5. Estudio financiero

“Un capítulo donde debe presentarse el análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles.” (ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2006)

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

“Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio. Si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa, se lo considera un ingreso no operacional, al no ser propio del giro del negocio”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO M.-E. , 2015)

Tabla 49 Ingresos operacionales-Ventas Encebollado

VENTAS ENCEBOLLADO			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
2016	11.750,40	4,00	12.690,43
2017	11.985,41	4,14	13.381,76
2018	12.225,12	4,27	14.110,74
2019	12.469,62	4,42	14.879,44
2020	12.719,01	4,57	15.690,01

Elaborado por: Karen González

Tabla 50 Ingresos operacionales-Ventas Chugchucaras

VENTAS CHUGCHUCARAS			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
2016	16.588,80	4,00	15.261,70
2017	16.920,58	4,14	16.093,09
2018	17.258,99	4,29	17.038,72
2019	17.604,17	4,46	18.039,92
2020	17.956,25	4,62	19.099,94

Elaborado por: Karen González

Tabla 51 Ingresos operacionales-Ventas Tilapia con yuca y ensalada

VENTAS TILAPIA CON YUCA Y ENSALADA			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	TOTAL INGRESOS
2016	8.294,40	7,00	41.803,78
2017	8.460,29	7,24	44.081,08
2018	8.629,49	7,48	46.482,44
2019	8.802,08	7,73	49.014,62
2020	8.978,13	8,00	51.684,74

Elaborado por: Karen González

5.2 Costos

“El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio)”. (Pérez Porto, 2008)

5.2.1 Costo directo

“Son los recursos que se pueden identificar, medidos exactamente, en el producto”. (Botero B, 2011)

Tabla 52 Costo directo Encebollado (materia prima)

**PLATO 1
ENCEBOLLADO**

MATERIA PRIMA						
DETALLE	PRECIO	CANTIDAD /LIBRAS	CANTIDAD/ UNIDAD/ GRAMOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD USADA/ GRAMOS	COSTO
PESCADO	\$ 30,00	25 LB	11339,80	\$ 0,0026	166	\$ 0,44
YUCA	\$ 0,40	1/2 LB	250	\$ 0,0016	125	\$ 0,20
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$ 0,64

Elaborado por: Karen González

Tabla 53 Costo directo Encebollado (mano de obra)

MANO DE OBRA				
DETALLE	TIEMPO UTILIZADO	PORCIONES/ PLATOS	COSTO TOTAL M.O	COSTO PLATO M.O
LAVAR	30	68	\$ 1,01	0,01
PICAR ADEREZOS	20	68	\$ 0,67	0,01
PREPARAR	25	68	\$ 0,84	0,01
CONTROLAR	7	68	\$ 0,23	0,00
SERVIR	3	1	\$ 0,10	0,10
DECORAR	10	1	\$ 0,34	0,34
TOTAL MANO DE OBRA			\$ 3,19	\$ 0,48

Elaborado por: Karen González

Tabla 54 Costo directo Encebollado (CIF)

CIF					
DETALLE	PRECIO	CANTIDAD/UNIDAD/ GRAMOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD USADA/GRAMOS	COSTO
PEREJIL PICADO (atado 150gr)	\$ 0,65	150	\$ 0,0043	5	\$ 0,02
DIENTE DE AJO	\$ 0,10	40	\$ 0,0025	2	\$ 0,01
CEBOLLA PAITEÑA	\$ 0,15	40	\$ 0,0038	40	\$ 0,15
CILANTRO PICADO (atado 145gr)	\$ 0,60	145	\$ 0,0041	4	\$ 0,02
AJÍ PERUANO EN POLVO	\$ 0,55	50	\$ 0,0110	1	\$ 0,01
SAL	\$ 0,55	1000	\$ 0,0006	5	\$ 0,00
MOSTAZA	\$ 1,00	200	\$ 0,0050	2	\$ 0,01
PIMIENTA	\$ 0,80	50	\$ 0,0160	3	\$ 0,05
ACEITE	\$ 2,80	1000	\$ 0,0028	1	\$ 0,00
LIMON	\$ 0,05	20	\$ 0,0025	20	\$ 0,05
CHIFLES	\$ 1,00	50	\$ 0,0200	5	\$ 0,10
TOTAL CIF		150			\$ 0,42

Elaborado por: Karen González

Tabla 55 Costo directo Chughucaras (materia prima)

PLATO 2
CHUGHUCARAS

MATERIA PRIMA						
DETALLE	PRECIO	CANTIDAD/ LIBRAS	CANTIDAD/ UNIDAD/ GRAMOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD USADA/ GRAMOS	COSTO
FRITADA	\$ 5,00	2 LB	907,19	\$ 0,006	100	\$ 0,55
MOTE	\$ 1,80	1 LB	453,59	\$ 0,004	200	\$ 0,79
CUERO REVENTAD	\$ 2,00	1 LB	453,59	\$ 0,004	100	\$ 0,44
MADURO	\$ 0,25	1 LB	226,8	\$ 0,001	226	\$ 0,25
CANGUIL	\$ 0,60	1 LB	453,59	\$ 0,001	113	\$ 0,15
PAPAS	\$ 0,05	1 LB	40	\$ 0,001	80	\$ 0,10
MAÍZ TOSTADO	\$ 0,55	1 LB	453,59	\$ 0,001	113	\$ 0,14
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$ 2,42

Elaborado por: Karen González

Tabla 56 Costo directo Chughucaras (mano de obra)

MANO DE OBRA				
DETALLE	TIEMPO UTILIZADO	PORCIONES/ PLATOS	COSTO TOTAL M.O	COSTO PLATO M.O
LAVAR	15	20	\$ 0,50	0,03
PICAR ADEREZOS	10	20	\$ 0,34	0,02
PREPARAR	35	20	\$ 1,17	0,06
CONTROLAR	7	20	\$ 0,23	0,01
SERVIR	2	1	\$ 0,07	0,07
DECORAR	5	1	\$ 0,17	0,17
TOTAL MANO DE OBRA			\$ 2,48	\$ 0,35

Elaborado por: Karen González

Tabla 57 Costo directo Chughucaras (CIF)

CIF					
DETALLE	PRECIO	CANTIDAD/ UNIDAD/ GRAMOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD USADA/ GRAMOS	COSTO
DIENTE DE AJO	\$ 0,10	40	\$ 0,003	2	\$ 0,01
CEBOLLA PAITEÑA	\$ 0,15	40	\$ 0,004	40	\$ 0,15
SAL	\$ 0,55	1000	\$ 0,0006	5	\$ 0,00
ACEITE	\$ 2,80	1000	\$ 0,0028	1	\$ 0,00
TOTAL CIF			\$ 0,010	48	\$ 0,16

Elaborado por: Karen González

Tabla 58 Costo directo Tilapia con yuca y ensalada (materia prima)

MATERIA PRIMA						
DETALLE	PRECIO	CANTIDAD/ LIBRAS	CANTIDAD/ UNIDAD/ GRAMOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD USADA/ GRAMOS	COSTO
TILAPIA	\$ 1,25	1 LB	453	\$ 0,003	453	\$ 1,25
YUCA	\$ 0,40	1/2 LB	250	\$ 0,0016	125	\$ 0,20
COSTO DE MATERIA PRIMA						\$ 1,45

Elaborado por: Karen González

Tabla 59 Costo directo Tilapia con yuca y ensalada (mano de obra)

MANO DE OBRA				
DETALLE	TIEMPO UTILIZADO	PORCIONES /PLATOS	COSTO TOTAL M.O	COSTO PLATO M.O
LAVAR	5	1	\$ 0,17	0,17
PICAR ADEREZOS	5	1	\$ 0,17	0,17
PREPARAR	5	1	\$ 0,17	0,17
CONTROLAR	3	1	\$ 0,10	0,10
SERVIR	2	1	\$ 0,07	0,07
DECORAR	3	1	\$ 0,10	0,10
TOTAL MANO DE OBRA			\$ 0,77	\$ 0,77

Elaborado por: Karen González

Tabla 60 Costo directo Tilapia con yuca y ensalada (CIF)

CIF					
DETALLE	PRECIO	CANTIDAD/ UNIDAD/ GRAMOS	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD USADA/ GRAMOS	COSTO
DIENTE DE AJO	\$ 0,10	40	\$ 0,0025	2	\$ 0,01
SAL	\$ 0,55	1000	\$ 0,0006	5	\$ 0,00
MOSTAZA	\$ 1,00	200	\$ 0,0050	2	\$ 0,01
CEBOLLA PAITEÑA	\$ 0,15	40	\$ 0,0038	40	\$ 0,15
LIMON	\$ 0,05	20	\$ 0,0025	20	\$ 0,05
HOJA DE BIJAO	\$ 0,25	226	\$ 0,0011	226	\$ 0,25
TOTAL CIF			\$ 0,0154	295	\$ 0,47

Elaborado por: Karen González

5.2.2 Gastos de ventas

“Son los relacionados con la comercialización de los productos de la compañía”.

(Horngren, Harrison Jr., & Bamber, 2003)

Tabla 61 Gastos de ventas

Descripcion	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Hojas Volantes	250	\$ 0,80	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Página Web	1	\$ 250,00	\$ 20,83	\$ 250,00
TOTAL	251	\$ 250,80	\$ 220,83	\$ 2.650,00

Elaborado por: Karen González

5.2.3 Costos financieros

“Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO M.-E. , 2015)

Tabla 62 Costos financieros

COSTOS FINANCIEROS			
Inversión:	100%	\$ 18.995,88	
Cap. Propio:	60%	\$ 11.397,53	
Financiamiento:	40%	\$ 7.598,35	
Plazo:		48	Meses
Interés:		12%	0,25%
Pagos:	\$ 168,02	Mensual	
COSTOS FINANCIEROS			
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
199,72	145,41	89,46	31,85
TOTAL COSTOS FINANCIEROS:			\$ 466,44

Elaborado por: Karen González

5.2.4 Costos fijos y variables

“Estos costos son valores que se desembolsarán ya sea para fines administrativos o comerciales”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, MBA-ESP, 2015)

Tabla 63 Costos fijos y variables servicios básicos

Servicios Básicos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Internet	1	35,00	35,00
Arriendo	1	500,00	500,00
Luz	1	45,00	45,00
Agua	1	50,00	50,00
Teléfono	1	55,00	55,00
Total			685,00

Elaborado por: Karen González

Tabla 64 Costos fijos y variables sueldos y salarios administrativos

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Cantidad	Sueldo Nominal	Decimo Tercero	Vacaciones	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Valor Total
ADMINISTRADOR	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
RECEPCIONISTA	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
CONTADOR(A)	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
TOTAL	3	\$ 1.098,00	\$ 91,50	\$ 45,75	\$ 91,50	\$ 91,46	\$ 122,43	\$ 1.449,18

Elaborado por: Karen González

Tabla 65 Costos fijos y variables sueldos y salarios producción

GASTOS SUELDOS Y SALARIOS PRODUCCIÓN

Descripción	Cantidad	Sueldo Nominal	Decimo Tercero	Vacaciones	Decimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Patronal	Valor Total
CHEF	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
AYUDANTE DE COCINA 1	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
AYUDANTE DE COCINA 2	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
SALONERO	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 40,81	\$ 483,06
TOTAL	4	\$ 1.464,00	\$ 122,00	\$ 61,00	\$ 122,00	\$ 121,95	\$ 163,24	\$ 1.932,24

Elaborado por: Karen González

Tabla 66 Costos fijos y variables

COSTO POR PRODUCTO Y PRODUCCIÓN							
Descripción	MP	MO	Costo por Plato	Producción Diaria	Producción Mensual	Costo Plato.Mes	Costo Plato.Anuual
Encebollado	\$ 1,06	\$ 0,48	\$ 1,54	34,00	1020,00	\$ 1.570,80	\$ 18.849,60
Chugchucara	\$ 2,58	\$ 0,35	\$ 2,93	48,00	1440,00	\$ 4.219,20	\$ 50.630,40
Tilapia con Yuca y ensalada	\$ 1,92	\$ 0,77	\$ 2,69	24,00	720,00	\$ 1.936,80	\$ 23.241,60
Total:	\$ 5,56	\$ 1,60	\$ 7,16	106,00	\$ 3.180,00	\$ 7.726,80	\$ 92.721,60

Elaborado por: Karen González

5.3 Inversiones

“La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial, con el fin de dar inicio a sus actividades, con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, MBA-ESP, PROYECTOS, 2015)

5.3.1 Inversión fija

“La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO M.-E. , 2015)

Tabla 67 Inversión fija

CUADRO DE INVERSIONES INVERSION FIJA

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	-2.890,00					1.445,00
Equipos de Oficina	-230,00					
Equipos de Computación	-2.730,00			-2.730,00		910,00
Menaje de Cocina	-823,10					
Muebles y Enseres	-1.490,00					745,00
Total:	-8.163,10			-2.730,00		3.100,00

Elaborado por: Karen González

5.3.1.1 Activos fijos

“Activo Fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa”. (Gerencie.com, 2010)

Tabla 68 Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	
Descripción	TOTAL
Equipo y Maquinaria	\$ 2.890,00
Equipos de Oficina	\$ 230,00
Equipos de Computación	\$ 2.730,00
Menaje de Cocina	\$ 823,10
Muebles y Enseres	\$ 1.490,00
TOTAL	\$ 8.163,10

Elaborado por: Karen González

5.3.2 Capital de trabajo

“Capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente”. (Gerencie.com, 2011)

Tabla 69 Capital de trabajo

Descripcion	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldo Personal Administración	1.449,18	1.449,18	2.898,35
Servicios Basicos	685,00	685,00	1.370,00
Gastos Generales	386,27	386,27	772,54
Gastos de Ventas	220,83	220,83	441,67
Costos de Produccion	2.675,11	2.675,11	5.350,22
TOTAL	5.416,39	5.416,39	10.832,78

Elaborado por: Karen González

5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

“Es una ayuda importante para los directores financieros o los acreedores cuando evalúan el uso de los fondos de una empresa y determinan la forma en que esta financia dichos usos. Además de estudiar los flujos pasados, los directores financieros pueden evaluar los flujos futuros mediante los estados de fondos basados en pronósticos”. (JAMES C. & WACHOWICZ, 2002)

Tabla 70 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

FUENTE DE USOS Y FONDOS

Descripción	Inversion	Recursos Propios	Financiamiento	TOTAL
Equipo y Maquinaria	2.890,00	1.734,00	1.156,00	2.890,00
Equipos de Oficina	230,00	138,00	92,00	230,00
Equipos de Computación	2.730,00	1.638,00	1.092,00	2.730,00
Menaje de Cocina	823,10	493,86	329,24	823,10
Muebles y Enseres	1.490,00	894,00	596,00	1.490,00
Sueldo Personal Administración	2.898,35	1.739,01	1.159,34	2.898,35
Servicios Basicos	1.370,00	822,00	548,00	1.370,00
Gastos Generales	772,54	463,52	309,02	772,54
Gastos de Ventas	441,67	265,00	176,67	441,67
Costos de Produccion	5.350,22	3.210,13	2.140,09	5.350,22
TOTAL	18.995,88	11.397,53	7.598,35	18.995,88

Elaborado por: Karen González

5.3.4 Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

“El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Se aplica a los activos diferidos o intangibles. Indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO M.-E. , 2015)

Tabla 71 Amortización de financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversion	100%	18.995,88
Cap. Propio	60%	11.397,53
Financiamiento	40%	7.598,35
Plazo		48 MESES
Interes		12% 0,25%
Pagos		168,02 MENSUAL

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	7.598,35	0,00	0,00	0,00	7.598,35
1	7.598,35	18,68	168,02	149,34	7.449,02
2	7.449,02	18,31	168,02	149,70	7.299,31
3	7.299,31	17,94	168,02	150,07	7.149,24
4	7.149,24	17,58	168,02	150,44	6.998,80
5	6.998,80	17,21	168,02	150,81	6.847,99
6	6.847,99	16,83	168,02	151,18	6.696,80
7	6.696,80	16,46	168,02	151,55	6.545,25
8	6.545,25	16,09	168,02	151,93	6.393,32
9	6.393,32	15,72	168,02	152,30	6.241,03
10	6.241,03	15,34	168,02	152,67	6.088,35
11	6.088,35	14,97	168,02	153,05	5.935,30
12	5.935,30	14,59	168,02	153,43	5.781,88
13	5.781,88	14,21	168,02	153,80	5.628,07
14	5.628,07	13,84	168,02	154,18	5.473,89
15	5.473,89	13,46	168,02	154,56	5.319,33
16	5.319,33	13,08	168,02	154,94	5.164,39
17	5.164,39	12,70	168,02	155,32	5.009,07
18	5.009,07	12,31	168,02	155,70	4.853,37
19	4.853,37	11,93	168,02	156,09	4.697,28
20	4.697,28	11,55	168,02	156,47	4.540,81
21	4.540,81	11,16	168,02	156,85	4.383,96
22	4.383,96	10,78	168,02	157,24	4.226,72
23	4.226,72	10,39	168,02	157,63	4.069,10
24	4.069,10	10,00	168,02	158,01	3.911,08
25	3.911,08	9,61	168,02	158,40	3.752,68
26	3.752,68	9,23	168,02	158,79	3.593,89
27	3.593,89	8,83	168,02	159,18	3.434,71
28	3.434,71	8,44	168,02	159,57	3.275,13
29	3.275,13	8,05	168,02	159,97	3.115,17
30	3.115,17	7,66	168,02	160,36	2.954,81
31	2.954,81	7,26	168,02	160,75	2.794,06
32	2.794,06	6,87	168,02	161,15	2.632,91
33	2.632,91	6,47	168,02	161,54	2.471,37
34	2.471,37	6,08	168,02	161,94	2.309,43
35	2.309,43	5,68	168,02	162,34	2.147,09
36	2.147,09	5,28	168,02	162,74	1.984,35
37	1.984,35	4,88	168,02	163,14	1.821,21
38	1.821,21	4,48	168,02	163,54	1.657,67
39	1.657,67	4,08	168,02	163,94	1.493,73
40	1.493,73	3,67	168,02	164,34	1.329,38
41	1.329,38	3,27	168,02	164,75	1.164,64
42	1.164,64	2,86	168,02	165,15	999,48
43	999,48	2,46	168,02	165,56	833,92
44	833,92	2,05	168,02	165,97	667,96
45	667,96	1,64	168,02	166,37	501,58
46	501,58	1,23	168,02	166,78	334,80
47	334,80	0,82	168,02	167,19	167,60
48	167,60	0,41	168,02	167,60	0,00

Elaborado por: Karen González

5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Se refiere a los valores que pierden los bienes con su uso.

Tabla 72 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES							
Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	2.890,00	10	289,00	289,00	289,00	289,00	289,00
Equipos de Oficina	230,00	10	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
Equipos de Computación	2.730,00	3	910,00	910,00	910,00		
Menaje de Cocina	823,10	1	823,10				
Muebles y Enseres	1.490,00	10	149,00	149,00	149,00	149,00	149,00
TOTAL	8.163,10		2.194,10	1.371,00	1.371,00	461,00	461,00

Elaborado por: Karen González

5.3.6 Estado de situación inicial

“El Balance general, también llamado Estado de Situación financiera es un estado financiero básico cuyo principal objetivo es presentar la situación financiera de una empresa en una fecha determinada, es decir, los recursos que posee y la forma en que estos están siendo financiados”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, MBA-ESP, PROYECTOS, 2015)

Tabla 73 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL

ACTIVOS		
Activo Corriente		\$ 6.499,67
Caja	\$ 6.499,67	
ACTIVO FIJO		\$ 8.163,10
Equipo y Maquinaria	\$ 2.890,00	
Equipos de Oficina	\$ 230,00	
Equipos de Computación	\$ 2.730,00	
Menaje de Cocina	\$ 823,10	
Muebles y Enseres	\$ 1.490,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 14.662,77
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		\$ 7.598,35
Préstamo Bancario por pagar	\$ 7.598,35	
PATRIMONIO		\$ 7.064,42
Capital	\$ 7.064,42	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 14.662,77

Elaborado por: Karen González

5.3.7 Estado de resultados proyectado

“Este estado de resultados es un Estado financiero básico que presenta información relevante acerca de las operaciones desarrolladas por la empresa en un período determinado. En él se realiza un enfrentamiento entre los ingresos de un período con los gastos generados en ese mismo período lo que da como resultado una utilidad o una pérdida”. (ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, MBA-ESP, PROYECTOS, 2015)

Tabla 74 Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas	69.755,90	73.555,93	77.631,90	81.933,97	86.474,69	
Encebollado	12.690,43	13.381,76	14.110,74	14.879,44	15.690,01	
Chugchucaras	15.261,70	16.093,09	17.038,72	18.039,92	19.099,94	
Tilapia con Yuca y Ensalada	41.803,78	44.081,08	46.482,44	49.014,62	51.684,74	
(-) Costo de Produccion	32.101,33	34.345,52	36.216,53	38.189,46	40.269,87	
Encebollado	4.865,12	5.230,77	5.515,72	5.816,20	6.133,04	
Chugchucaras	11.175,78	11.872,76	12.519,54	13.201,55	13.920,72	
Tilapia con Yuca y Ensalada	16.060,43	17.241,99	18.181,26	19.171,71	20.216,10	
(=) Utilidad Bruta en Ventas	37.654,57	39.210,41	41.415,38	43.744,51	46.204,82	
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos	29.708,21	30.712,35	31.750,43	32.823,59	33.933,03	
Gastos de Ventas	2.650,00	2.739,57	2.832,17	2.927,89	3.026,86	
Gastos Financieros	199,72	145,41	89,46	31,85	0,00	
(=) Utilidad Operacional	5.096,64	5.613,08	6.743,31	7.961,17	9.244,93	
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) Utilidad A.P.E.I.	5.096,64	5.613,08	6.743,31	7.961,17	9.244,93	
(-) 15 % Participacion Laboral	764,50	841,96	1.011,50	1.194,18	1.386,74	
(=) Utilidad Antes de I.R.	4.332,14	4.771,12	5.731,82	6.767,00	7.858,19	
(-) 25% Impuesto a la Renta	1.083,03	1.192,78	1.432,95	1.691,75	1.964,55	
(=) Utilidad Neta	3.249,10	3.578,34	4.298,86	5.075,25	5.893,65	
(+) Depreciaciones	2.194,10	1.371,00	1.371,00	461,00	461,00	
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	5.443,20	4.949,34	5.669,86	5.536,25	6.354,65	

Elaborado por: Karen González

5.3.8 Flujo neto de efectivo

“Este flujo permite conocer las necesidades de efectivo que tendrá el proyecto, o flujo de caja del proyecto”. (MUNGUÍA ULLOA & PROTTI QUESADA , 2005)

Tabla 75 Flujo neto de efectivo

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversion Total	-18.995,88			-2.730,00		3.100,00
Excedente Operacional		14.112,94	17.855,23	22.671,81	25.918,63	35.163,57
FLUJOS DE EFECTIVO	-18.995,88	14.112,94	17.855,23	19.941,81	25.918,63	38.263,57

Elaborado por: Karen González

5.3.9 Flujo de caja

“El flujo de caja es un documento o informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos de efectivo que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo determinado” (CreceNegocios, 2012)

Tabla 76 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL	18.995,88	14.112,94	17.855,23	22.671,81	25.918,63
Ventas					
Encebollado	12.690,43	13.381,76	14.110,74	14.879,44	15.690,01
Chugchucaras	15.261,70	16.093,09	17.038,72	18.039,92	19.099,94
Tilapia con Yuca y Ensalada	41.803,78	44.081,08	46.482,44	49.014,62	51.684,74
TOTAL INGRESOS	88.751,79	87.668,87	95.487,13	104.605,78	112.393,32
EGRESOS					
Costo de Produccion	32.101,33	34.345,52	36.216,53	38.189,46	40.269,87
Encebollado	4.865,12	5.230,77	5.515,72	5.816,20	6.133,04
Chugchucaras	11.175,78	11.872,76	12.519,54	13.201,55	13.920,72
Tilapia con Yuca y Ensalada	16.060,43	17.241,99	18.181,26	19.171,71	20.216,10
Gastos Administrativos	29.708,21	30.712,35	31.750,43	32.823,59	33.933,03
Gastos de Ventas	2.650,00	2.739,57	2.832,17	2.927,89	3.026,86
Cuota Prestamo	2.016,20	2.016,20	2.016,20	2.016,20	0,00
Equipo y Maquinaria	2.890,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Oficina	230,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación	2.730,00	0,00	0,00	2.730,00	0,00
Menaje de Cocina	823,10	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	1.490,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	74.638,85	69.813,64	72.815,32	78.687,15	77.229,76
SALDO FINAL	14.112,94	17.855,23	22.671,81	25.918,63	35.163,57

Elaborado por: Karen González

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de descuento

“Es la tasa de oportunidad, rendimiento o rentabilidad mínima, que se espera ganar; por lo tanto, cuando la inversión resulta mayor que el BNA (VAN negativo o menor que 0) es porque no se ha satisfecho dicha tasa”. (CreceNegocios, 2014)

Tabla 77 Tasa de descuento

TASA DE DESCUENTO

TMAR =	$i + f + (i \times f)$
---------------	------------------------

i = inflación					
f = costo de oportunidad					
Inflación =	3,38%				
Costo de Oportunidad =	11,83%				
TMAR =	0,0338	+	0,1183	+	(0,034 x 0,1)
TMAR =	0,1521	+	0,004		
TMAR =	0,156099				
TMAR =	15,61%				

Elaborado por: Karen González

5.4.2 VAN

“Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable”. (CreceNegocios, 2014)

Tabla 78 VAN

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-18.995,88	+	14.112,94	+	17.855,23	+	19.941,81	+	25.918,63	+	38.263,57
			1,15609854		1,336563834		1,545199497		1,786402883		2,065257765
VAN=	-18.995,88	+	12.207,39	+	13.359,05	+	12.905,65	+	14.508,84	+	18.527,26
VAN=	-18.995,88	+	71.508,19								
VAN =	\$ 23.357,13										

Elaborado por: Karen González

5.4.3 TIR

“La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0)”. (CreceNegocios, 2014)

Tabla 79 TIR

TIR	-18.995,88	+	14.112,94	+	17.855,23	+	19.941,81	+	25.918,63	+	38.263,57
			1,15609854		1,336563834		1,545199497		1,786402883		2,065257765
TIR	-18.995,88	+	12.207,39	+	13.359,05	+	12.905,65	+	14.508,84	+	18.527,26
TIR	-18.995,88	+	71.508,19								
TIR =	64%										

Elaborado por: Karen González

5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

“El Período de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo”. (VAQUIRO C., 2010)

Tabla 80 PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

PERÍODO DE RECUPERACIÓN					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
0	-18.995,88	-18.995,88	1,00	-18.995,88	-18.995,88
1	14.112,94	-4.882,94	0,86	12.207,39	-6.788,50
2	17.855,23	12.972,29	0,75	13.359,05	6.570,56
3	19.941,81	32.914,09	0,65	12.905,65	19.476,21
4	25.918,63	58.832,73	0,56	14.508,84	33.985,05
5	38.263,57	97.096,29	0,48	18.527,26	52.512,31

Elaborado por: Karen González

5.4.5 RBC (Relación beneficio costo)

“La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad”. (Váquiro C., 2010)

Tabla 81 RCB (Relación costo beneficio)

PERÍODO DE RECUPERACIÓN	
Periodo	FNE
	Actualizado
0	\$ -18.995,88
1	\$ 12.207,39
2	\$ 13.359,05
3	\$ 12.905,65
4	\$ 14.508,84
5	\$ 18.527,26
Total:	\$ 52.512,31
Inversión:	\$ 18.995,88
RC/B	\$ 2,76

Elaborado por: Karen González

5.4.6 Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.”
(CreceNegocios, 2012)

Tabla 82 Punto de equilibrio Encebollado

PUNTO DE EQUILIBRIO ENCEBOLLADO				
P.E. =	CF			
	p - Cvu			
Costos Fijos:	Valor			
Gastos Administrativos	9.902,74			
Gastos de Ventas	883,33			
Gastos Financieros	66,57			
TOTAL COSTOS FIJOS	10.852,65			
Costo Variable unitario	1,53			
Precio	4,00			
PE =	CF			
	p - Cvu			
PE =	10.852,65			
	4,00 - 1,53			
PE =	10.852,65	=	4.399,98	u
	2,47			
DEMOSTRACIÓN				
VENTAS	17.599,91			
(-) Costo Variable	6.747,26			
(=) Margen Contribucion	10.852,65			
(-) Costo Fijos	10.852,65			
(=) Utilidad Operacional	-			

Elaborado por: Karen González

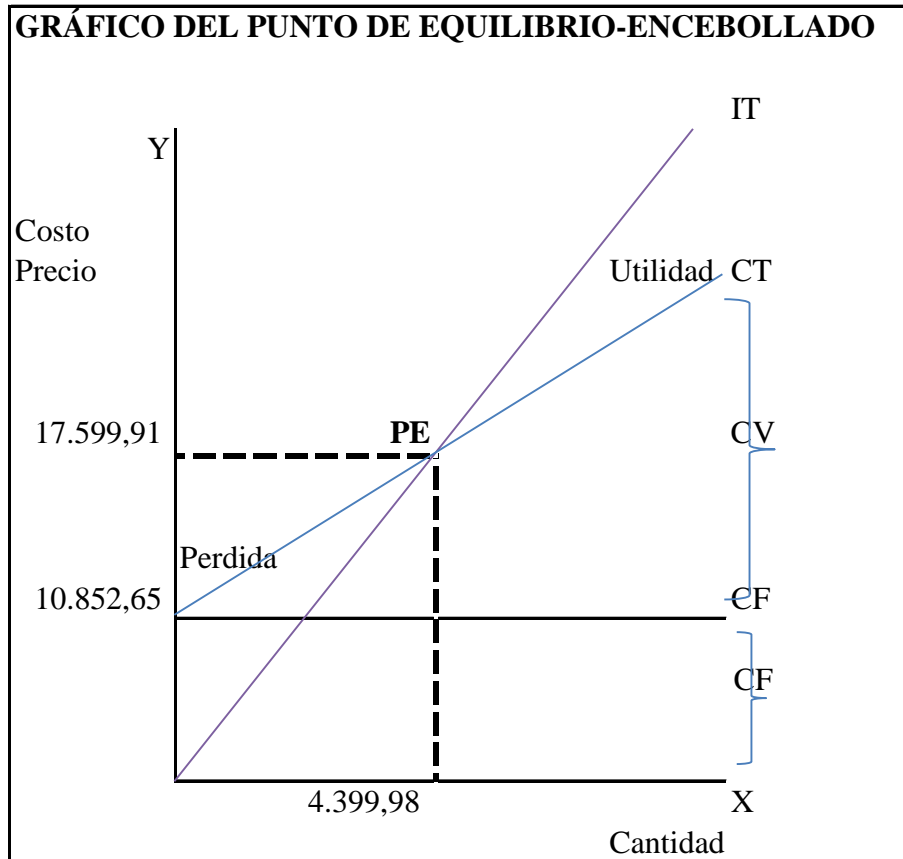


Figura 38 Punto de equilibrio Encebollado

Elaborado por: Karen González

Tabla 83 Punto de equilibrio Chugchucas

PUNTO DE EQUILIBRIO CHUGCHUCARAS				
P.E. =	CF			
	p - Cvu			
Costos Fijos:	Valor			
Gastos Administrativos	9.902,74			
Gastos de Ventas	883,33			
Gastos Financieros	66,57			
TOTAL COSTOS FIJOS	10.852,65			
Costo Variable unitario	2,93			
Precio	4,00			
PE =	CF			
	p	-	Cvu	
PE =	10.852,65			
	4,00	-	2,93	
PE =	10.852,65	=	10.134,20	u
	1,07			
DEMOSTRACIÓN				
VENTAS	40.536,79			
(-) Costo Variable	29.684,15			
(=) Margen Contribucion	10.852,65			
(-) Costo Fijos	10.852,65			
(=) Utilidad Operacional	-			

Elaborado por: Karen González

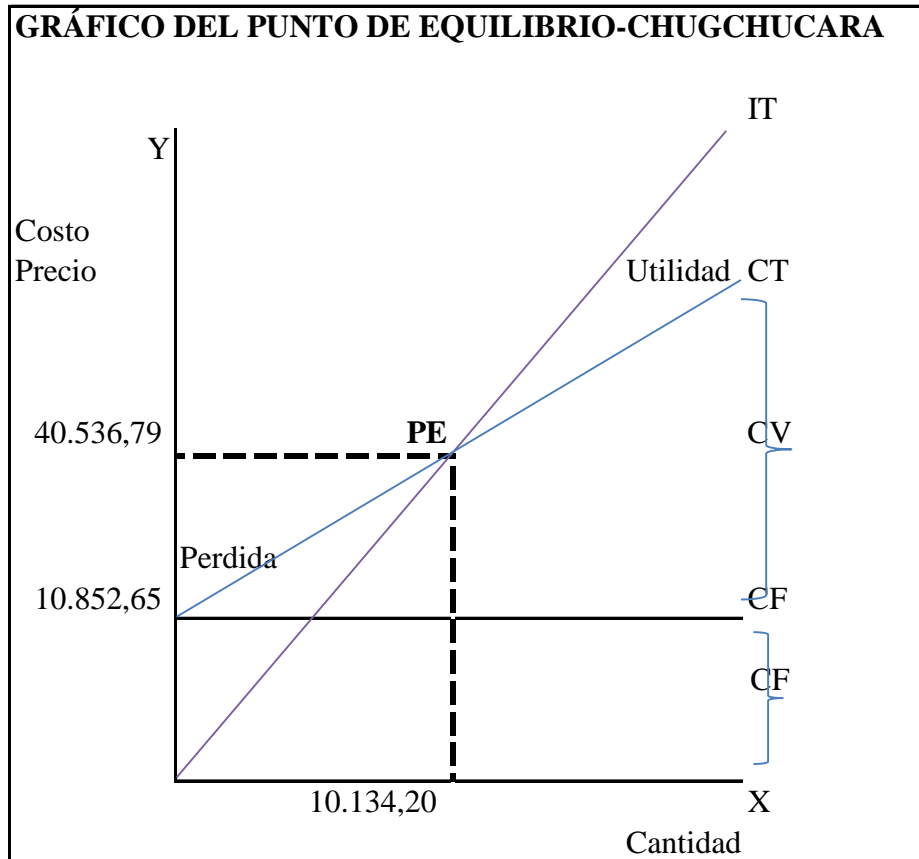


Figura 39 Punto de equilibrio Chugchucaras

Elaborado por: Karen González

Tabla 84 Punto de equilibrio Tilapia con yuca y ensalada

PUNTO DE EQUILIBRIO TILAPIA CON YUCA Y ENSALADA				
P.E. =	CF			
	p - Cvu			
Costos Fijos:	Valor			
Gastos Administrativos	9.902,74			
Gastos de Ventas	883,33			
Gastos Financieros	66,57			
TOTAL COSTOS FIJOS	10.852,65			
Costo Variable unitario	2,69			
Precio	7,00			
PE =	CF			
	p - Cvu			
PE =	10.852,65			
	7,00 - 2,69			
PE =	10.852,65	=	2.517,61	u
	4,31			
DEMOSTRACIÓN				
VENTAS	17.623,25			
(-) Costo Variable	6.770,61			
(=) Margen Contribucion	10.852,65			
(-) Costo Fijos	10.852,65			
(=) Utilidad Operacional	-			

Elaborado por: Karen González

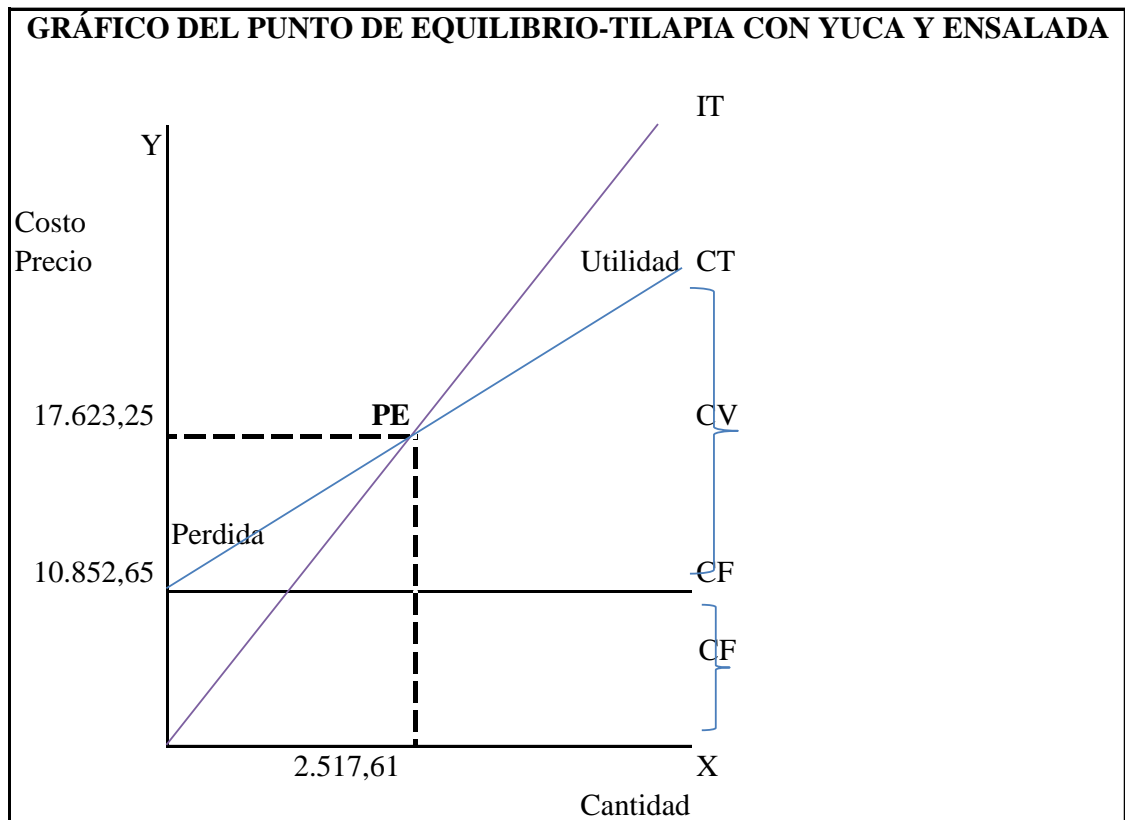


Figura 40 Punto de equilibrio Tilapia con yuca y ensalada

Elaborado por: Karen González

5.4.7 Análisis de índices financieros

Según (Hernández Cabrera, 2005), "El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos".

Tabla 85 Análisis de índices financieros - Rentabilidad sobre el patrimonio

ANÁLISIS DE INDICADORES		
INDICADORES DE RENTABILIDAD		
RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO		
R.O.E =	Utilidad Neta	
	Patrimonio	
R.O.E =	3.249,10	
	11.397,53	
R.O.E =	0,29	

Elaborado por: Karen González

Tabla 86 Análisis de índices financieros – Rentabilidad sobre activos

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS		
R.O.A. =	Utilidad Neta	
	Activo Total	
R.O.A. =	3.249,10	
	14.662,77	
R.O.A. =	0,22	

Elaborado por: Karen González

Tabla 87 Análisis de índices financieros – Índice de liquidez

ÍNDICE DE LIQUIDEZ
ACTIVO CORRIENTE
PASIVO CORRIENTE
\$ 6.499,67
\$ 7.598,35
86%

Elaborado por: Karen González

Tabla 88 Análisis de índices financieros – Índice de endeudamiento

ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO
TOTAL PASIVO
TOTAL ACTIVO
\$ 7.598,35
\$ 14.662,77
52%

Elaborado por: Karen González

- De acuerdo a la Tasa de Descuento o TMAR, obtuvimos una tasa del 15.61%, valor que lo obtuvimos calculando el porcentaje de la inflación más el porcentaje del costo de oportunidad del proyecto.
- El VAN, obtenemos un valor de \$23357.13 lo cual es positivo para nuestro proyecto.
- Se obtuvo el TIR, un valor porcentual del 64% lo que nos demuestra que el proyecto es rentable y aceptable.
- Se obtuvo el PRI (Período de Recuperación de la Inversión), en el mismo que se puede verificar:
 - El PRVC (Período de Recuperación a Valores Constantes) donde obtenemos que se lo hará en 2 años.
 - El PRVA (Período de Recuperación a Valores Actualizados) donde obtenemos que se lo hará en 3 años.

Será un tiempo positivo de recuperación de acuerdo a la inversión y los flujos que determinen el proyecto.

- Se obtuvo el RCB (Relación Costo Beneficio), en el cual se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto, se obtiene \$2.76 de ganancia; lo que demuestra que el proyecto es rentable.
- El Punto de Equilibrio, con los datos conseguidos anteriormente obtuvimos en ventas que el restaurante necesitaría para cada plato de Encebollado, Chugchucaras y Tilapia con yuca y ensalada: \$17599.91; \$40536.79; \$17623.25 respectivamente para que pueda operar y funcionar sin ninguna pérdida ni ganancia.
- Rentabilidad sobre el patrimonio, se obtuvo un porcentaje del 0,29% durante un año de la microempresa.
- Rentabilidad sobre los activos, se obtuvo un porcentaje del 0.22% lo cual es positivo y rentable.
- Índice de liquidez dio como resultado el 86%, de la capacidad que generará efectivo para atender pagos y obligaciones.
- Índice de endeudamiento, obtenemos un 52%, endeudamiento que tendrá la micro empresa durante el inicio de sus actividades.

CAPITULO VI

6. Análisis de impactos

6.1 Impacto ambiental

La creación de un restaurante causaría un impacto ambiental leve y compatible. La gran mayoría de impactos ocurren en la fase de operación del proyecto a los factores suelo y agua negativamente por la contaminación que generará el mismo se obtiene como plan de mitigación:

- Dar capacitación al personal sobre reciclaje, optimización de recursos y manejo de desperdicios.
- Optimizar recursos en materia prima para minimizar desperdicios.
- Elaborar planes de reciclaje, almacenamiento y recolección de desechos trabajando en conjunto con las empresas de recolección de desperdicios y con las empresas dedicadas a la actividad de reciclaje.

6.2 Impacto social

Es un proyecto innovador que genera aspectos positivos y beneficios en la sociedad.

El mismo que generará fuentes de empleo para los ecuatorianos, sin tomar en cuenta a los empleados ya que ellos se encuentran activos dentro de varias empresas,

nuestro proyecto es un nuevo negocio y una rama nueva de trabajo dentro de la

Parroquia de Calderón sector de Carapungo.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA ECUATORIANA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Otro punto importante también es que al crearse una nueva empresa se generará nuevas relaciones comerciales las mismas que nos abrirán campos a los mercados nacionales del país.

Al momento del desarrollo del proyecto se ha puesto interés a que cada uno de nuestros trabajadores tengan todos los beneficios de ley y así se sientan protegidos por la empresa, y que todo vaya encaminado de tal forma que el empleado trabaje y se sienta en un ambiente agradable y a la misma vez pueda demostrar sus habilidades y nos apoye con el crecimiento de la empresa ha futuro.

6.3 Impacto productivo

Restaurante “Las Delicias de Ecuador” contribuirá a la matriz productiva generando fuentes de trabajo, ayudando así a las familias ecuatorianas con un sueldo digno.

6.4 Impacto económico

Restaurante “Las Delicias de Ecuador” contribuirá al país generando ingresos positivos para la economía.

Mediante el poder adquisitivo que se dará en el sector generará ganancias ya que es un proyecto que fomenta el turismo donde todas las personas podrán degustar los distintos platos típicos de las regiones del Ecuador.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

Después de los análisis realizados en toda la evaluación del proyecto se pueden dar las siguientes conclusiones:

- Las encuestas realizadas a la población del Sector donde se implementará el proyecto determinaron la aceptación del mismo.
- Se determina que la existencia de ciertos restaurantes del sector no afectan en su totalidad a la implementación del proyecto ya que no promueven el servicio de platos típicos de las demás regiones del Ecuador sólo de la Costa y en algunos lugares solo se basan en un plato típico.
- Identificamos las preferencias de las personas al elegir un restaurante por lo que seremos un personal altamente capacitado que innovará constantemente sus platos a elaborar para satisfacer a los clientes.

7.2 Recomendaciones

- Efectuar el presente proyecto por la aceptabilidad que tuvo debido a la gran cantidad de clientes insatisfechos.

-
- Implementar un sistema de salud ocupacional con el objetivo de minimizar riesgos en clientes internos y externos.
 - El presente proyecto es rentable debido al porcentaje de los índices financieros obtenidos por lo que se recomienda la implementación del mismo ya que el período de recuperación de la inversión planteada es corto.

BIBLIOGRAFÍA

- Rebekah , R., & Maria Della Cella , F. (25 de Septiembre de 2016). *ehowenespanol*.
Obtenido de Definición de bienes y servicios en economía:
http://www.ehowenespanol.com/definicion-bienes-servicios-economia-hechos_122048/
- 1313, D. P. (19 de Septiembre de 2011). *Eatudio técnico* . Obtenido de Eatudio técnico :
<http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica . (2012). *ANDES Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica* . Obtenido de ANDES Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica : <http://www.andes.info.ec/es/economia/subempleo-mantiene-debajo-trabajo-pleno-ciudades-ecuador.html>
- Arjona Torres, M. (1999). *Dirección estratégica: un enfoque práctico : principios y aplicaciones de la Gestión del Rendimiento*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Arnoletto, E. J., & Díaz, A. C. (2009). *UN APORTE A LA GESTIÓN PÚBLICA*. Cordoba, Argentina: Editorial Triunfar.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (06 de AGOSTO de 2016). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de BANCO CENTRAL DEL ECUADOR: <https://contenido.bce.fin.ec>
- Barllow, J., & Moller, C. (1996). *Una Queja Es un Regalo: Cómo Utilizar la Opinión de Los Clientes para la Mejora Continua*. San Francisco: Ediciones Gestión 2000.
- Batista, D. G. (s.f.). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/TECNICAS%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm>
- Blas Jimenez, P. (2013, 2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. EEUU: Palibrio LLC.
- Blumaq. (19 de Enero de 2015). *Blumaq*. Obtenido de La importancia de la maquinaria industrial hoy en día: <http://www.blumaq.com/es/la-importancia-de-la-maquinaria-industrial-hoy-en-dia/>
- Botero B, M. A. (25 de Agosto de 2011). *Gerencie.com*. Obtenido de Clasificación de los costos: <http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>

Carlos Martín Lagos, F. (2008). *Sistematización de la Función Comercial. Cómo integrar con éxito su estrategia corporativa y su plan de acción Comercial*. La Coruña, Spain: Editorial Netbiblo.

CONCEPTODEFINICION.DE. (02 de JULIO de 2015). *Definición de Material P.O.P.* Obtenido de Definición de Material P.O.P.: <http://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/>

CreceNegocios. (04 de Abril de 2012). *CreceNegocios*. Obtenido de El punto de equilibrio: <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

CreceNegocios. (20 de Febrero de 2012). *CreceNegocios*. Obtenido de Cómo elaborar un flujo de caja: <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-flujo-de-caja/>

CreceNegocios. (17 de Julio de 2014). *CreceNegocios*. Obtenido de El VAN y el TIR: <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

CreceNegocios. (03 de Mayo de 2014). *CreceNegocios*. Obtenido de La visión de una empresa: <http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>

Cuadrado Esclapez, C. (2007). *Protocolo y Comunicación en la Empresa y los Negocios*. España: FC EDITORIAL.

De Conceptos.com. (03 de Agosto de 2016). *De Conceptos.com*. Obtenido de De Conceptos.com: deconceptos.com/ciencias-naturales/poblacion

De la Fuente García, D., & Fernández Quesada, I. (2005). *DISTRIBUCIÓN EN PLANTA*. España: Universidad de Oviedo.

derechoecuador.com. (08 de Abril de 2014). *derechoecuador.com*. Obtenido de Patente Municipal: <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechotributario/2014/04/08/patente-municipal>

DUOC. (2013). *ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS*. Recuperado el 26 de 01 de 2016, de GESTION COMERCIAL: <http://www.duoc.cl/carrera/gestion-comercial>

Ediciones Díaz de Santos S.A. (1997). *La Ventaja Competitiva*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Ferraro, R., & Lerch, C. (1997). *¿Qué es qué en tecnología?: Manual de uso*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica S.A.

Filippis, J. (2005). *Glosario del diseño*. Buenos Aires: Nobuko.

Fonseca, P. (23 de Julio de 2016). *Análisis Económicos*. Obtenido de Análisis Económicos: <http://www.analisiseconomico.info/index.php/opinion2/414-el-producto-interno-bruto>

- Gerencia.com. (24 de Octubre de 2011). *Gerencia.com*. Obtenido de Gerencia.com:
<http://www.gerencie.com/precio.html>
- Gerencie.com. (13 de 06 de 2010). *Gerencie.com*. Obtenido de Concepto o definición de activo fijo: <http://www.gerencie.com/concepto-o-definicion-de-activo-fijo.html>
- Gerencie.com. (28 de Junio de 2011). *Gerencie.com*. Obtenido de Capital de trabajo: <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- González Josías Ortiz. (07 de Noviembre de 2014). *Finanzas y Proyectos*. Obtenido de Finanzas y Proyectos: <http://finanzasyproyectos.net/>
- Hernández Cabrera, J. L. (03 de Noviembre de 2005). *gestiopolis*. Obtenido de Técnicas de análisis financiero. Los indicadores financieros:
<http://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
- Horngren, C., Harrison Jr., W., & Bamber, L. S. (2003). *Contabilidad. Quinta edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- IBORRA, M., Dasí, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, SA.
- ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Siglo XXI Editores S.A.
- INEC. (Marzo de 2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- INEC; SENPLADES. (21 de Octubre de 2014). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-y-senplades-presentan-nueva-clasificacion-para-la-poblacion-con-empleo/>
- ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, M.-E. (2015). *PROYECTOS*. Quito: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA.
- ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, M.-E. (2015). *PROYECTOS*. Quito: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA.
- ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, MBA-ESP. (2015). *PROYECTOS*. Quito: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA.
- ING. JUAN GUEVARA SAMANIEGO, MBA-ESP. (2015). *PROYECTOS*. Quito: INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (06 de Agosto de 2007). *Indicadores del SI/SE*. Obtenido de Indicadores del SI/SE: <http://www.siise.gob.ec/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2007). *Indicadores del SIISE*. Obtenido de Indicadores del SIISE:
http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T64.htm
- ITSCO. (23 de octubre de 2015). *TESIS*. Quito. Obtenido de TESIS.
- JAMES C., V. H., & WACHOWICZ, J. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- K., A. (26 de marzo de 2012). *Focus group*. Obtenido de
<http://www.crecenegocios.com/focus-group/>
- Kanuk, L. L., & Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. MEXICO: PRENTICE HALL MEXICO.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (1987). *FUNDAMENTOS DE MARKETING SEXTA EDICIÓN*. México: PEARSON Educación.
- Lacalle García, G. (2016). *Selección de proveedores (Operaciones administrativas de compraventa)*. Editex.
- Lee, K., & Larry, R. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Mexico: Pearson Educación.
- Legna Verna, C., & González Morales, O. (2010). *Comprender la Macroeconomía*. Buenos Aires Argentina: Teseo.
- López Jurado González, P., Gracia Ramos, C., Yaguez Insa, M., Merigó Lindahl, J., & Navarro Brión, M. Á. (2011). *Fundamentos de Economía de la Empresa*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Manes, J. M. (2004). *Marketing para Instituciones Educativas*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- MUNGUÍA ULLOA, L., & PROTTI QUESADA, M. (2005). *Investigación de Operaciones*. Costa Rica: EUNED.
- Muñiz, R. (2014). *MARKETING EN EL SIGLO XXI* (Vol. 5). Centro de Estudios Financieros. Obtenido de Marketing xxi: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Navajo Gómez, P. (2009). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas: Guía Participativa basada en valores*. España: Narcea, S.A. De Ediciones.
- Navas, M. J., Fidalgo, A., Gabriel, C., Suárez, J. C., Brioso, Á., Gil, G., . . . Sarriá, E. (2012). *Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica*. Madrid: UNED. UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACION A DISTANCIA.

- Pérez Porto, J. (2008). *Definición.DE*. Obtenido de DEFINICIÓN DE COSTO:
<http://definicion.de/costo/>
- Portales, D. (19 de Septiembre de 2011). *Estudio Técnico*. Obtenido de Estudio Técnico:
<http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Dirección estratégica*. España: Editorial Vértice.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *ADMINISTRACIÓN*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- ROSALES OBANDO, J. (2007). *Elementos de Microeconomía*. San José de Costa Rica:
Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Sagarribay, M. (03 de Mayo de 2007). *TENDENCIAS21*. Obtenido de La alimentación en el
Mundo Antiguo: El más importante logro de la humanidad:
[http://www.tendencias21.net/historia/La-alimentacion-en-el-Mundo-Antiguo-El-
mas-importante-logro-de-la-humanidad_a2.html](http://www.tendencias21.net/historia/La-alimentacion-en-el-Mundo-Antiguo-El-mas-importante-logro-de-la-humanidad_a2.html)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Comportamiento del consumidor*. México: Prentice-
Hall Hispanoamericana.
- Servicio de Rentas Internas. (07 de Agosto de 2016). *SRI*. Obtenido de SRI:
<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Shaughnessy, J. (1991). *Marketing competitivo: un enfoque estratégico*. Madrid: Ediciones
Díaz de Santos, S.A.
- Significados. (25 de Agosto de 2013). *Significados*. Obtenido de Significados:
<http://www.significados.com/producto/>
- SRI. (06 de Agosto de 2016). *SRI*. Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/de/67>
- Sulser Valdéz, R. A., & Pedroza Escandón, J. E. (2004). *Exportación Efectiva*. MEXICO: ISEF
EMPRESA LIDER.
- Suñe Torrents, A., Gil Vilda, F., & Arcusa Postils, I. (2004). *MANUAL PRÁCTICO DE DISEÑO
DE SISTEMAS PRODUCTIVOS*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- SUPERINTENDENCIA DE BANCOS. (06 de AGOSTO de 2009). *SUPERINTENDENCIA DE
BANCOS*. Obtenido de SUPERINTENDENCIA DE BANCOS:
<http://www.superbancos.gob.ec/>
- Técnicas de Recolección de Información*. (30 de julio de 2015). Obtenido de
[http://www.ecured.cu/index.php/T%C3%A9cnicas_de_Recolecci%C3%B3n_de_Info
rmaci%C3%B3n](http://www.ecured.cu/index.php/T%C3%A9cnicas_de_Recolecci%C3%B3n_de_Informaci%C3%B3n)
- Valvuela Álvarez, R. (2000). *LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO EN LA DECISIÓN DEL
EMPRESARIO*. MEXICO: D.R.

VAQUIRO C., J. D. (23 de Febrero de 2010). *PYMES FUTURO*. Obtenido de Periodo de recuperación de la inversión - PRI: <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Váquiros C., J. D. (23 de Febrero de 2010). *PYMES FUTURO*. Obtenido de LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO: <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

ANEXOS

Anexo 1 Logotipo de la microempresa "Restaurante Las Delicias de Ecuador"



Anexo 2 Promoción (nombre de la microempresa en vajilla)



Anexo 3 Promoción (nombre de la microempresa en jarras y vasos de vidrio)



Anexo 4 Promoción (vasos plásticos con nombre del restaurante)



Anexo 5 Promoción (esferos tricolor)



Anexo 6 Promoción (hojas volantes doble lado)

LAS DELICIAS DE ECUADOR
Lo Mejor en Comida Nacional...

Calles Galo Plaza Lasso Oe07-14 y Carretas;
Junto al Estadio de la Liga Barrial de Carapungo.
0996321130 (CNT)
025119843 (CLARO)
Correo de Contacto:
karengonzalez.94@hotmail.com

Comida Típica de la Costa, Sierra y Oriente en un ambiente acogedor de acuerdo a las regiones que nuestro país contempla.



Anexo 7 Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGÍA DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Encuesta con fines académicos

DATOS GENERALES

Género Masculino () Femenino ()

Edad: ()

1. ¿Utiliza usted los servicios de un restaurante?

SI () NO ()

2. ¿Con que frecuencia visita usted un restaurante?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

3. ¿Con cuántas personas visita usted un restaurante?

Una () Dos () Tres () Cuatro () Cinco a más ()

4. ¿Tiene preferencia por la Comida Típica Ecuatoriana?

SI () NO ()

5. ¿Dónde consume con mayor frecuencia la Comida Típica Ecuatoriana?

Centros Comerciales ()

Mercados ()

Restaurantes ()

Vendedores ambulantes ()

6. De los platos expuestos marque, ¿Cuáles son de su preferencia?

COSTA		SIERRA		ORIENTE	
Caldo de Gallina		Llapingachos		Seco de guanta	
Corvina Apanada		Papas con cuero		Maito de pescado	
Ceviche de Pescado		Papas con cuy		Seco de guatusa	
Ceviche de Concha		Mote con fritada		Maito de guanta	
Ceviche de Camarón		Yahuarlocro		Pincho de chontacuro	
Ceviche Mixto(concha, camarón y pescado)		Chugchucaras		Maito de guatusa	
Arroz Marinero(concha, camarón y pescado)		Locro de papas		Tilapia con yuca y ensalada	
Encebollado de pescado		Caldo de pata		Juanes de Yuca	
Guatita		Seco de chivo		Inchicapi	

7. Según los platos que usted ha consumido de acuerdo a la lista de precios,

escriba la letra de acuerdo al valor que usted cancelaría por cada uno de ellos

:

- A) \$3.00 a \$5.00
- B) \$6.00 a \$8.00
- C) \$9.00 a \$11.00
- D) \$12.00 a \$14.00
- E) \$15.00 a más...

COSTA		SIERRA		ORIENTE	
Caldo de Gallina		Llapingachos		Seco de guanta	
Corvina Apanada		Papas con cuero		Maito de pescado	
Ceviche de Pescado		Papas con cuy		Seco de guatusa	
Ceviche de Concha		Mote con fritada		Maito de guanta	
Ceviche de Camarón		Yahuarlocro		Pincho de chontacuro	
Ceviche Mixto(concha, camarón y pescado)		Chugchucaras		Maito de guatusa	
Arroz Marinero(concha, camarón y pescado)		Locro de papas		Tilapia con yuca y ensalada	
Encebollado de pescado		Caldo de pata		Juanes de Yuca	
Guatita		Seco de chivo		Inchicapi	

8. Para usted; ¿Qué influye más al momento de adquirir el producto o servicio?

Precio () Cantidad () Calidad () Sabor () Asepsia ()

9. ¿Conoce usted algún restaurante en el Sector de Carapungo que brinde

Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)?

SI () NO ()

10. ¿Está usted satisfecho con los productos y precios que ofrece la competencia?

SI () NO ()

11. ¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante por el sector de Carapungo

que ofrezca especialidades de Comida Típica Ecuatoriana de las tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)?

SI () NO ()

12. ¿Cuál es el medio por el que preferiría recibir información del nuevo restaurante?

Hojas Volantes () Redes Sociales () Páginas Web ()

Gracias por su colaboración.

Anexo 8 Mapa Macro localización



Anexo 9 Mapa Micro localización



URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS KAREN ELIZABETH GONZÁLEZ BARGAS CARRERA
ADM.INDUSTRIAL 2016-2017.pdf (D23395360)
Submitted: 2016-11-17 05:15:00
Submitted By: karengonzalez.94@hotmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

lennin castillo tesis banca finanzas FINAALLLLLL.pdf (D19914343)
Proyecto de tesis Té de sunfo.docx (D15685035)
urkund_eduardo_cumbajin_banca_16.doc (D23217852)
WILLIAM ANDRÉS CAICEDO MALDONADO.docx (D19717241)
CATERING LIGHT EXPRESS..docx (D11165725)
HOTEL PARA MASCOTAS JOHIS OCTUBRE 2015 con indice.doc (D15755752)
TESIS COMPLETA 15 OCTUBRE 2015..docx (D15700012)
urkund_erazo_estefania_bancaria_15.pdf (D15718588)
Mi Tesis Catering maelsaga2110.docx (D11890227)
<http://www.pymesfuturo.com/Indicadores.htm>
<http://www.uml.edu.mx/PlataformaDigital/Apuntes%20de%20Alumnos/Comercio/1226%20COMPORTAMIENTO%20DEL%20CLIENTE/05%20COMPORTAMIENTO%20DEL%20CLIENTE.pdf>
<http://www.blumaq.com/es/la-importancia-de-la-maquinaria-industrial-hoy-en-dia/>
<http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>
<http://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/>
<http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
<http://www.crecenegocios.com/la-vision-de-una-empresa/>
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-y-senplades-presentan-nueva-clasificacion-para-la->

Instances where selected sources appear:

70