



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE
PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR,
UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL
NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017

Proyecto de investigación previo a la obtención título de Tecnólogo en

Administración Banca y Finanzas

Autor: Vásquez Collaguazo María Belén

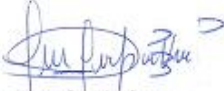
Tutor: Ing. Ángela María Pimbo Bastidas

Quito, Octubre 2017

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **VASQUEZ COLLAGUAZO MARIA BELEN** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Angela Pimbo
Tutor del Proyecto



Ing. Carlos Guzman
Lector del Proyecto



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación



Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

Matriz:
Av. de la Prensa N45-288 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-183 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado 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.



María Belén Vázquez Collaguazo
CC 172246536-4

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, María Belén Vásquez Collaguazo portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172246536-4 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA 
NOMBRE María Belén Vásquez Collaguazo
CEDULA CC 172246536-4

Quito, a los Octubre 2017

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

A mi Dios por toda la bendición que me ha dado, por la fortaleza y sabiduría para no decaerme en este largo tiempo de sacrificio.

A mis padres Francisco Vásquez, Rosa Collaguazo por gran apoyo que me ha dado durante todo el tiempo con cada palabra de aliento y económicamente.

A mi hija Danna Vásquez, por ser la primera inspiración de este logro, todo este esfuerzo es por ella por las fuerzas que me ha dado todos los días con su mirada, a mis hermanos por apoyado emocionalmente cada día y decir que yo sí puedo a mis sobrinos por ser el ejemplo para ellos

Agradecer a la Ingeniera Ángela Pimbo por el gran tiempo y paciencia que ha tenido y ayudarnos profesionalmente.

DEDICATORIA

A mi hija Danna Vásquez por darme fuerzas cada día

Mis padres Francisco Vásquez y Rosa Collaguazo por el apoyo incondicional

A mis hermanos y Sobrinos por creer en mí y ser el ejemplo para ellos

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	ii
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRAC	xvii
INTRODUCCIÓN	xviii
CAPÍTULO I	1
1.2 Justificación	2
1.3 Antecedentes	3
CAPÍTULO II	5
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	5
2.1 Ambiente Externo	5
2.1.1 Factor Económico	5
2.1.1.01 Inflación	6
2.1.1.02 Producto Interno Bruto (Pib).....	7
2.1.1.03 Balanza Comercial	10
2.1.1.04 Riesgo País.....	12
2.1.1.05 Tasa de interés.....	13
2.1.1.05.01 Tasa Activa	13
2.1.1.05.02 Tasa Pasiva.....	14
2.1.2 Factor Social	15
2.1.2.01 Crecimiento Poblacional	16
2.1.2.02 Tasa de Desempleo	17
2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)	18
CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	

2.1.3 Factor legal.....	20
2.1.3.01 Requisitos Persona Natural	20
2.1.4 Factor Tecnológico	22
2.2. Entorno Local.....	22
2.2.1. Clientes	23
2.2.1.01 Clientes Internos	23
2.2.1.02 Clientes Externos	23
2.2.2 Proveedores.....	24
2.2.3 Competidores	24
2.3 Análisis Interno.....	26
2.3.1 Propuesta Estratégica	26
2.3.1.1. Misión	26
2.3.1.1.01 Formulación de la misión.....	26
2.3.1.2 Visión.....	27
2.3.1.2.01 Formulación de la Visión.....	27
2.3.1.3 Objetivos	28
2.3.1.3.01 Objetivo General.....	28
2.3.1.3.02 Objetivos Específicos.....	28
2.3.1.4 Principios o Valores	28
2.3.2 Gestión Administrativa	29
2.3.2.01 Planificación	29
2.3.2.02 Organización	30
2.3.2.02.01 Organigrama Estructural	30
2.3.2.02.02 Perfil de Puesto O Cargo y Funciones	31
2.3.2.03 Dirección.....	34
2.3.2.04 Controlar	34
2.3.3 Gestión Operativa	35
2.3.3.01 Flujograma de Procesos o de Servicios.....	36
2.3.4 Gestión Comercial.....	40
2.3.4.01 Producto	40
2.3.4.02 Precio	41
2.3.4.03 Plaza.....	41

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.4.04 Promoción	42
2.3.4.04.01 Logotipo	44
2.3.4.04.02 Papelería corporativa.....	45
2.3.4.04.03 Material P.O.P.....	46
2.4 Análisis FODA.....	48
CAPÍTULO III.....	50
3 ESTUDIO DE MERCADO	50
3.1 Análisis Del Consumidor	50
3.1.1 Determinación de la población y muestra.....	52
3.1.1.01 Población.....	52
3.1.1.02 Tamaño del Universo	52
3.1.1.03 Muestra	52
3.1.1.04 Formulación del muestra.....	52
3.1.2 Técnicas de la Obtención de la Información.....	54
3.1.2.01 Modelos da la encuesta	55
3.1.3 Análisis de la Información	59
3.2 Oferta	74
3.2.01 Oferta histórica.....	74
3.2.02 Oferta actual.....	74
3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual.....	74
3.2.03 Oferta proyectada.....	75
3.3 Demanda	76
3.3.01 Demanda Histórica.....	76
3.3.02 Demanda Actual.....	76
3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual.....	77
3.3.03 Demanda Proyectada.....	77
3.4 Balance Oferta-Demanda.....	78
3.4.01 Balance Actual	78
3. 4.02 Balance proyectado	79
CAPÍTULO IV.....	80
4 ESTUDIO TÉCNICO	80
4.1 Tamaño del Proyecto	80

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.1.01 Capacidad Instalada	80
4.1.02 Capacidad Óptima.....	81
4.2 Localización.....	83
4.2.01 Macro localización.....	83
4.2.02 Micros localización.....	84
4.2.03 Localización Óptima.....	85
4.3 Ingeniería del producto	86
4.3.01 Definición del producto o servicio.....	86
4.3.02 Distribuciones de la planta.....	86
4.3.02.01 Código de Cercanía.....	87
4.3.02.02 Razones de cercanía.....	87
4.3.02.03 matriz triangular.....	88
4.3.03 Proceso productivo.....	92
4.3.04 Maquinaria y Equipo.....	96
CAPÍTULO V.....	100
5. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	100
5.2 COSTOS	101
5.2.1 Costos Directo.....	101
5.2.2 Costos Indirecto	102
5.2.3 Gasto Administrativos.....	103
5.2.4 Gasto de Ventas	105
5.2.5 Costos Financieros	106
5.2.6 Costos Fijos y Variables	107
5.2 INVERSIONES	108
5.2.1 Inversión Fija	108
5.2.1.1 Activos Fijos	108
5.2.1.2 Activos Nominales (Diferidos)	109
5.2.2 Capital de Trabajo.....	109
5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	110
5.2.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).....	111
5.2.5 Depreciaciones (Tabla de Depreciaciones).....	112
5.2.6 Estado de Situación Inicial.....	113

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.2.7 Estado de Resultados Proyectado(a cinco años)	113
5.2.8 Flujo De Caja	114
5.3 EVALUACIÓN	116
5.3.1 Tasa de descuento	116
5.3.2 VAN Valor Anual Neto	116
5.3.4 TIR Tasa Interna de Retorno.....	117
5.3.5 PRI (Periodo de recuperación de la Inversión)	117
5.3.6 RBC (Relación Costo Beneficio).....	119
5.3.7 Punto de Equilibrio	120
5.3.8 Análisis de Índice Financiero.....	123
CAPÍTULO VI.....	126
6. ANÁLISIS DE IMPACTO	126
6.1 Impacto Ambiental.....	126
6.2 Impacto Económico	127
6.3 Impacto Productivo	127
6.4 Impacto Social	128
CAPÍTULO VII	129
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	129
7.1 Conclusiones	129
7.2 Recomendaciones.....	130
BIBLIOGRAFÍA	131
ANEXOS	141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación	6
Tabla 2 PIB	7
Tabla 3 PIB Sectorial	8
Tabla 4 Balanza Comercial	10
Tabla 5 Riesgo País	12
Tabla 6 Tasa Activa	14
Tabla 7 Tasa Pasiva.....	15
Tabla 8 Tasa de Crecimiento Quito	16
Tabla 9 Tabla de crecimiento por parroquia	16
Tabla 10 Tasa de Desempleo de Quito	17
Tabla 11 Tasa de Desempleo Parroquial.....	17
Tabla 12 PEA Quito.....	18
Tabla 13 PEA Parroquial	19
Tabla 14 Proveedores.....	24
Tabla 15 Competidores Directos.....	25
Tabla 16 Competidores Indirectos	25
Tabla 17 Formulación de la Misión	26
Tabla 18 Formulación de la Visión.....	27
Tabla 19 Perfil Propietario	31
Tabla 20 Perfil de Contador	31
Tabla 21 Perfil Cocinero	32
Tabla 22 Perfil del Cajero	32
Tabla 23 Perfil del Mesero.....	33
Tabla 24 Perfil del Ayudante	33
Tabla 25 Perfil del Pasante.....	33
Tabla 26 Biótica de Empleados.....	35
Tabla 27 Productos.....	40
Tabla 28 de Presentación	42
Tabla 29 Hojas volantes	43
Tabla 30 Rotulo.....	43
Tabla 31 Redes Sociales.....	43
Tabla 32 Logotipo	44
Tabla 33 Análisis FODA.....	48
Tabla 34 Segmentación del mercado	51
Tabla 35 Tamaño del Universo	52
Tabla 36 Pregunta N° 1	60
Tabla 37 Pregunta N° 2.....	61
Tabla 38 Pregunta N° 3.....	62
Tabla 39 Pregunta N° 4.....	63

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 40 Pregunta N° 5.....	64
Tabla 41 Pregunta N° 6.....	65
Tabla 42 Pregunta N° 7.....	66
Tabla 43 Pregunta N° 8.....	67
Tabla 44 Pregunta N° 9.....	68
Tabla 45 Pregunta N° 10.....	69
Tabla 46 Pregunta N° 11.....	70
Tabla 47 Pregunta N° 12.....	71
Tabla 48 Pregunta N° 13.....	72
Tabla 49 Pregunta N° 14.....	73
Tabla 50 Oferta Actual.....	74
Tabla 51 Proyección de la Oferta.....	75
Tabla 52 Porcentaje de Aceptación.....	76
Tabla 53 Frecuencia de Consumo.....	77
Tabla 54 Demanda Actual	77
Tabla 55 Proyección de la Demanda	77
Tabla 56 Balance Actual.....	78
Tabla 57 Demanda Insatisfecha	79
Tabla 58 Capacidad Instalada Colada de Churo	80
Tabla 59 Capacidad Instalada Chicha de Jora	81
Tabla 60 Capacidad Óptima Colada de Churo	82
Tabla 61 Capacidad Óptima Chicha de Jora.....	82
Tabla 62 Localización Óptima.....	85
Tabla 63 Distribución de la Planta.....	86
Tabla 64 Código de Cercanía.....	87
Tabla 65 Razones de Cercanía	87
Tabla 66 Proceso de Colada de Churo	94
Tabla 67 Proceso de Chicha de Jora	96
Tabla 68 Maquinaria	97
Tabla 69 Muebles y Enseres	98
Tabla 70 Equipo de Computación.....	99
Tabla 71 Equipo de Oficina	99
Tabla 72 Costos Directos	101
Tabla 73 Costos Indirectos.....	103
Tabla 74 Gastos Administrativos.....	104
Tabla 75 Proyección de Gastos Administrativo.....	105
Tabla 76 Gasto de Venta.....	106
Tabla 77 Proyección Gasto Venta.....	106
Tabla 78 Costo Fijo y Costos Variable Proyectado	107
Tabla 79 Activos Fijos	108
Tabla 80 Activos Nominales.....	109

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 81 Capital de trabajo	110
Tabla 82 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	110
Tabla 83 Amortización (Valor e Interés)	111
Tabla 84 Depreciación Activos Diferidos.....	111
Tabla 85 Depreciación	112
Tabla 86 Estado de Resultado proyectado	114
Tabla 87 Flujo de Caja	115
Tabla 88 Flujo Cuatro de Caja	115
Tabla 89 TMAR	116
Tabla 90 Calculo de VAN.....	116
Tabla 91 Calculo de TIR.....	117
Tabla 92 Periodo de Recuperación	118
Tabla 93 Relación Costo Beneficio	119
Tabla 94 Punto de Equilibrio Colada de Churo	120
Tabla 95 Ventas Colada de Churo	121
Tabla 96 Punto de Equilibrio Chicha de Jora.....	122
Tabla 97 Ventas Chicha de Jora.....	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	6
Figura 2 PIB Sectorial.....	9
Figura 3 Riesgo País	12
Figura 4 Organigrama Estructural	30
Figura 5 Flujograma de procesos de comida	36
Figura 6 de Producción Colada de Churo	37
Figura 7 de Producción Chicha de Jora	38
Figura 8 Flujograma de Servicios	39
Figura 9 Hojas membretadas	45
Figura 10 Sobre.....	46
Figura 11 Carpetas	46
Figura 12 Gorra.....	46
Figura 13 Llaveros	47
Figura 14 Esferos	47
Figura 15 Vasos	47
Figura 16 Pregunta N° 1	60
Figura 17 Pregunta N° 2	61
Figura 18 Pregunta N° 3	62
Figura 19 Pregunta N° 4	63
Figura 20 Pregunta N° 5	64
Figura 21 Pregunta N° 6	65
Figura 22 Pregunta N° 7	66
Figura 23 Pregunta N° 8	67
Figura 24 Pregunta N° 9	68
Figura 25 Pregunta N° 10	69
Figura 26 Pregunta N° 11	70
Figura 27 Pregunta N° 12	71
Figura 28 Pregunta N° 13	72
Figura 29 Pregunta N° 14	73
Figura 30 Proceso de Colada de Churo.....	93
Figura 31 Proceso de Chicha de Jora.....	95
Figura 32 Balance General.....	113
Figura 33 Punto de Equilibrio Colada de Churo.....	121
Figura 34 Punto de Equilibrio Chicha de Jora	123
Figura 35 ROE	124
Figura 36 ROA.....	124
Figura 37 ROI	125

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Formulario del Patente.....	141
Anexos 2 LUE.....	141
Anexos 3 Cuerpo de Bomberos.....	142
Anexos 4 SRI	143

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto fue enfocado en realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Restaurante de comidas típicas del Ecuador ofreciendo productos nutritivos y productos que ofrece la naturaleza.

Teniendo en cuenta que se inicia con el análisis situacional que analiza los factores externos e internos que tendrán un impacto en la microempresa y desarrolla el proyecto.

Analizando la ubicación en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito en la parroquia de San Antonio de Pichincha en la Calle 29 de Mayo junto a la parada de Manuel Córdova Galarza y Oe4, ya que las personas habita más en ese lugar y es un lugar turístico en el País.

Analizando los estudios financieros su rentabilidad está representada con a un TIR de 38,60%, con un VAN 6616,34 en la cual indica que el proyecto a implementar es factible en el negocio, con un costo apropiado de cada producto a ofrecer es de 1,60 ctvs., en la colada de churo y 0,47 ctvs., en la jara de chicha de jora ,con un ROA 0,34% y un ROI de 0,21 % , con una inversión de 9004,19 en la cual el restaurante entra que realizar un prestamos de un interés 11,83% a plazos de 5 años

Al implementar el nuevo negocio se puede generar fuentes de empleo, reflejando la incrementación del capital fiscal y dar el ejemplo a las demás microempresas del país con el fin de emprender y contribuir al desarrollo económico.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

ABSTRAC

The present project was focused on carrying out a feasibility study for the implementation of a Restaurant of typical foods of Ecuador offering nutritious products and products offered by nature.

Taking into account that it begins with the situational analysis that analyzes the external and internal factors that will have an impact on the microenterprise and develops the project.

Analyzing the location in the province of Pichincha in the city of Quito in the parish of San Antonio de Pichincha on 29 de Mayo Street next to the stop of Manuel Cordova Galarza and Oe4, since people live more in that place and is Tourist place in the Country.

Analyzing the financial studies its profitability is represented with a TIR of 38.60%, with a NPV 6616,34 in which it indicates that the project to be implemented is feasible in the business, with an appropriate cost of each product to offer is of 1.60 ctvs., in the Colada de Churo and 0.47 ctvs., In the de Chicha de Jora, with ROA 0,34% and ROI of 0,21%, with an investment of 9004,19 in Which the restaurant enters that make a loan of an interest of 11.83% in terms of 5 years

When implementing the new business, employment can be generated, reflecting the increase in fiscal capital and setting the example for other microenterprises in the country in order to undertake and contribute to economic development.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación de implementar el nuevo negocio es para la obtención del título de Tecnóloga en Administración Bancaria y financiera; con el nombre de : “Contribuir en el sector alimenticio mediante un Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Restaurante para recuperar la comida típica Autóctona del Ecuador, ubicada en la parroquia de San Antonio de pichincha al Noroccidente del Distrito Metropolitano de Quito” considerando como una estrategia ya que este tipo de comida solo se encuentran en mercado y no en Restaurantes y en el lugar de San Antonio es un sector habitable que muchas personas o turistas llegan al sitio y es un lugar turístico y este tipo de comida son atraídas por las personas

Analizando cada capítulo , como los antecedentes que se lleve a la implementación de la microempresa , diagnosticando el ambiente interno como fortaleza , oportunidad y el ambiente externo como las amenazas y debilidades para ello se tiene estrategia adecuada para la empresa, de la misma manera el estudio financiera que expone la rentabilidad sobre la inversión.

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

En la parroquia de San Antonio al Noroccidente de la Ciudad de Quito, se ve la necesidad de implementar un Restaurante con diferentes tipo comida y bebida típicas autóctona ya que estas comidas no se venden en restaurantes ni centros comerciales, considerando como una estrategia ya que en el sector habitan muchas personas o turistas que les atrae este tipo de comida y bebida.

Los productos que se ofrecerá en el restaurante dará un giro renovador ya que en la producción se contara con ingredientes adecuados y nuevas combinaciones tanto con en comidas y bebidas con frutas exóticas de Ecuador y atraerá la atención a más de una persona.

Mejor también la economía del país ya que se puede generar fuetes de trabajo a las personas que habitan en el lugar adquiriendo variedad de alternativas en el negocio y una buena rentabilidad para complacer a gusto a los cliente con el producto ofertado.

Además este proyecto cumple con el apoyar a la matriz productiva en el plan nacional del buen vivir.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

1.2 Justificación

La implementación de un restaurante en la parroquia de san Antonio al noroccidente de la Quito, se considera en un aporte principal para un administrador ya que puede hacerse a la sociedad.

Las comidas que se ofrecerán son; colada de harina de garbanzo con churo, y de bebida: chicha de jora con sabor a mamey,

Las propiedades que contienen este tipo de comida son alto valor nutricional ya que es rica en carbohidrato y proteína, nutrientes necesarios como fuente de energía para el desarrollo de los tejidos corporales es buena fuente de fósforo útil en el fortalecimiento de los huesos, beneficios que encierra contra la diabetes, el cáncer y otros problemas de salud tiene ventajas incomparables y composiciones sustancias vitales para el ser humano, diuréticas, ayuda a bajar de peso, ayuda a las personas a mantener con energía, también ayuda a bajar la presión es muy recomendada a las personas con diabéticos y al hombre para que no sufran de la próstata, controlar los niveles de colesterol y también a bajar de peso es muy buena fuente de fibra, minerales y vitaminas oxidantes naturales

Los beneficios que genera en la parroquia de san Antonio al noroccidente de Quito es a la atracción de las personas o turistas que llegan al lugar ya que esta comida llama mucho la atención.

1.3 Antecedentes

Según (Telegrafo, 2011) :

La colada de churos no pierde comensales En un local pequeño los comensales no alcanzan la mirada, apenas si regresan a ver y su concentración está en degustar un tradicional platillo que no se sirve en restaurantes ni en locales o centros comerciales. Parece que su destino es consumirse en locales familiares y ser 'privilegio' de pocos. Para muchos, es más que una sopa, pues contiene alto contenido vitamínico y de características poco comunes de la gastronomía ancestral. Se trata de la "colada con churos".

El mismo autor sigue mencionando:

Los historiadores y gastrónomos han valorado su prestigio y tradición. En varios relatos literarios indígenas y en narraciones 'mestizas' se la menciona sin destacar sus propiedades, sólo como parte del 'paisaje' gastronómico andino. En algunos lugares del Ecuador se la puede disfrutar, pero en Otavalo, junto a la Plaza de los Ponchos, lugar donde se realiza la feria artesanal más grande de Latinoamérica, todos los fines de semana se 'desparrama' un delicioso aroma que despierta el apetito de muchos. Este alimento preparan con tanta dedicación María Ester Díaz y su familia. Ella es la tercera de su generación en cuidar de cada detalle para que el menú no pierda su sabor y valor cultural. Los alimentos ancestrales se van perdiendo de a poco de la dieta y del menú general. Ester Díaz trata de preservar la receta y dice que todo el proceso lo aprendió de su madre, quien se dedicó 47 años a elaborar la colada con churos en la parroquia del Quinche, al norte de Pichincha.¹

Como se menciona (La Hora Nacional, 2015) :

La chicha de jora, La leyenda atribuye el descubrimiento casual de la chicha de jora al inca Túpac Yupanqui, cuando las lluvias habían deteriorado las bodegas en las que se guardaban los granos y se fermentaban. Para evitar desechar el maíz, ordenó que esta malta se distribuya a todos los pobladores para aprovecharla en forma de mote, pero por las características desagradables que presentaba, se optó por descartarla.

¹Tomado de: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/la-colada-de-churos-no-pierde-comensales>

El mismo autor sigue mencionando:

Entonces, un indígena hambriento rebuscó entre la basura algo de comida para saciar su hambre y consumió esta curiosa sustancia, quedando sumido en la embriaguez. Fue ahí cuando se descubrió el nivel alcohólico del maíz fermentado.

Luego de esto, se convirtió en la bebida preferida de la nobleza Inca, quienes la llegaron a considerar como un nexo entre la naturaleza (sallqa), la comunidad humana (runas) y la comunidad de los padres creadores (wacas o deidades)

Entre los lugares del país que más elaboran la chicha de jora está Cotacachi, Otavalo, Cayambe y en las provincias de Chimborazo y Azuay.

Comúnmente es preparada e ingerida durante las grandes fiestas de pueblo, entre las que se destacan el Inti Raymi, San Pedro y San Pablo.

Como tradición familiar, César Cotacachi manifiesta que también se la comparte a la comunidad como líquido refrescante en las mingas, para dar la bienvenida a una persona importante, e incluso brindarla en conmemoraciones como matrimonios, bautizos, Navidad, Carnaval y otros.²

Según la reseña histórica este tipo de comida autóctona no son muy reconocidas ya que este tipo de comida solo se ve en fiestas de pueblos o mercados.

Los primeros lugares a donde llegó la idea fueron en el país de Ecuador en la Región de la Sierra en las Provincias de Chimborazo, Azuay, Pichincha

²Tomado de : http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101887385/-1/La_chicha_de_jora_una_bebida_sagrada.html#.WRfQXOs1_IU

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Dice (Sulser & Pedroza, 2010, pág. 23); “Un análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logra identificar elementos internos como las Fuerzas y las Debilidades y elementos externos como los Riesgos (amenazas) y las Oportunidades.”

2.1 Ambiente Externo

Declara (Porter, 2010, pág. 77); “El ambiente externo está formado por un conjunto de fuerza y condiciones que existen fuera de la organización y que potencialmente influye en su desempeño.”

2.1.1 Factor Económico

Confirma (Guerra & Aguilar, 2007, pág. 89):

Esta expresión trata de suscitar un conjunto de ideas relativas a las relaciones entre lo económico y lo social. El factor económico designa así: la acción del hombre sobre la tierra y la cooperación prestada por el hombre, es decir la fuerza productiva del trabajo, del capital y de los agentes naturales. En este sentido es sinónimo de la fuerza económica. Expresa también el estado particular de la técnica agrícola e industrial y el desarrollo especial de los medios de producción y de circulación de un país y en momento dado, aceptación en la que es sinónimo de las condiciones económicas.

2.1.1.01 Inflación

Analiza (Delgado Martinez, pág. 66) :

Incremento general del nivel de precios que comúnmente es medido con el índice de precios al consumo y que disminuye el poder adquisitivo de la moneda sin afectar a todos los sectores ni personas por el igual porque las rentas y los precios no crecen en igual proporción para todos.

Tabla 1 Inflación

AÑO	MES	PORCENTAJE
2013	Abril	3,03%
2014	Abril	3,23%
2015	Abril	4,34%
2016	Abril	1,78%
2017	Abril	1.09%

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

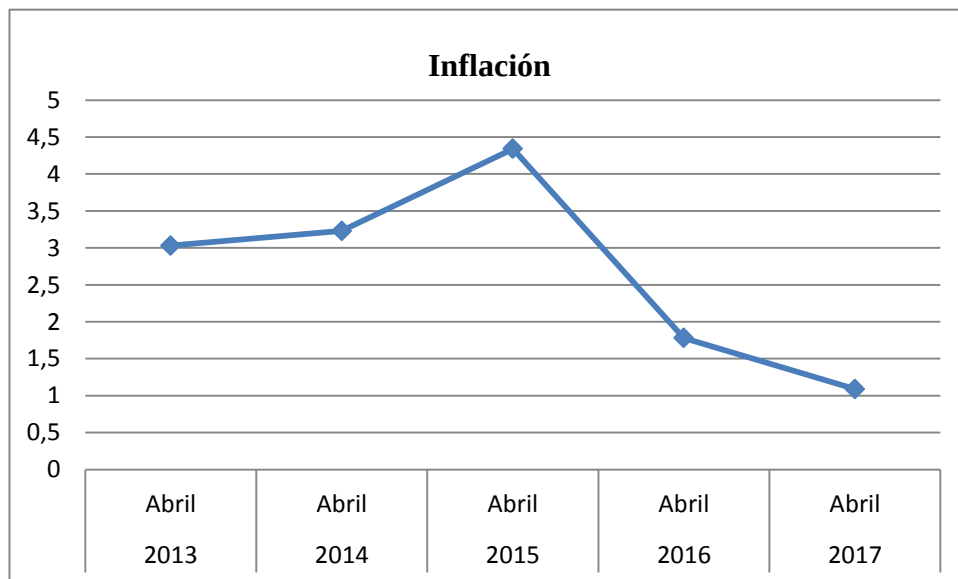


Figura 1 Inflación

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

Los datos proporcionado por el Banco Central del Ecuador en referencia a la inflación en los 5 últimos años del mes de abril en el año del 2013 un porcentaje de 3,03% a 4,34% en el año 2015 con una diferencia de 1,31 % en la cual existe un crecimiento de inflación por la cual no era adecuado la implementar un negocio propio por el aumento de precio y servicio existente en el mercado , en el año del 2016 se obtiene un porcentaje 1.78% con referente a este año del 2017 obtiene un porcentaje de 1.09% con una diferencia de 0.69% por lo tanto que los precios en este año se ha bajado por lo cual será una buena inversión o implementación de un negocio propio para la economía personal.

2.1.1.02 Producto Interno Bruto (Pib)

Explica (Delgado P. M., pág. 101) :

Valor total de los bienes y servicios a precio de mercados producidos en un año y en un país, por los ciudadanos nacionales y extranjeros residentes en él. Este valor puede ser calculado sumando el consumo, la inversión y las exportaciones y restando el valor de las importaciones.

Tabla 2 PIB

AÑO **PORCENTAJE**

2015 0,5%

2016 1,5%

2017 1,4%

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

En los últimos 3 años del PIB General que en el 2015 se tiene un porcentaje de 0,50 y en año 2016 un 1,5 % y en este año 2017 un 1,4 por lo que la diferencia en el año 2015 no era la adecuada ya que el país no se encontraba en un buen estado económico y en los últimos dos años el PIB se ha mejorado y los porcentajes son altos

Tabla 3 PIB Sectorial

Actividades	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Actividades profesionales, técnicas	0,22%	0,29%	-0,4%
Acuicultura y pesca de camarón	0,00%	0,08%	1,80%
Administración pública y defensa	0,16%	-0,16%	-2,2%
Agricultura	-0,02%	0,18%	-0,5%
Alojamiento y servicios de comida	-0,02%	0,18%	0,10%
Comercio	0,22%	-0,38%	1,20%
Construcción	0,27%	-0,19%	-2,20%
Correo y comunicación	0,01%	-0,13%	0,6%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	0,09%	-0,10%	0,2%
Manufactura (Sin refinación petróleo)	0,09%	0,14%	0,30%
Otros Servicios	0,03%	0,00%	0,2%
Pesca (excepto camarón)	0,03%	-0,07%	1,10%
Petróleo y minas	0,03%	-0,23%	0,40%
Servicio domestico	0,01%	0,00%	-2,0%
Suministros de electricidad, gas y agua	0,05%	0,11%	4,00%
Transporte	0,04%	0,07%	1,5%

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: Publicaciones de Banco Central

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

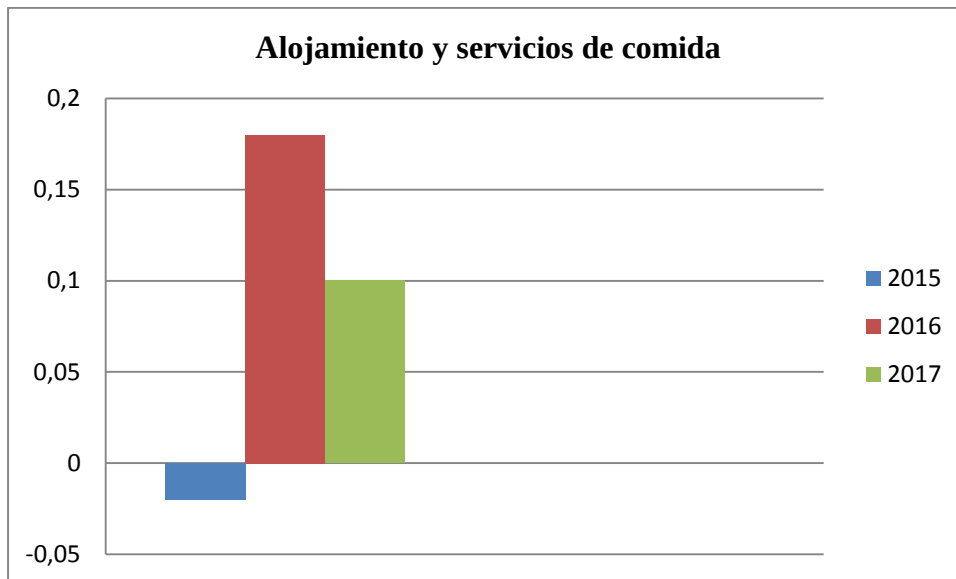


Figura 2 PIB Sectorial

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis:

Los datos el Banco Central del Ecuador en la actividad que contribuyen al desarrollo del Producto Interno Bruto, el proyecto a realizar se ubica en el sector de alojamiento y servicios de comida en la cual en el año 2015 el porcentaje es de – 0,02 % y en el 2016 un 0,18% y en el 2017 un 0,10% en los últimos en la cual el año del 2015 es la menos y en porcentaje negativo , por lo que indica que no favorable para implementar un negocio propio, en el año 2016 ya se establece con un porcentaje positivo y en el 2017 también se tiene un porcentaje positivo por lo que es favorable para la nueva implementación de un negocio propio.

2.1.1.03 Balanza Comercial

Menciona (Fabara, 2010, pág. 98); “Se registra solamente las transacciones de bienes de un país con el resto del mundo, (exportaciones de bienes e importaciones de bienes) durante un periodo determinado, generalmente un año”

Tabla 4 Balanza Comercial

BALANZA COMERCIAL (1)
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

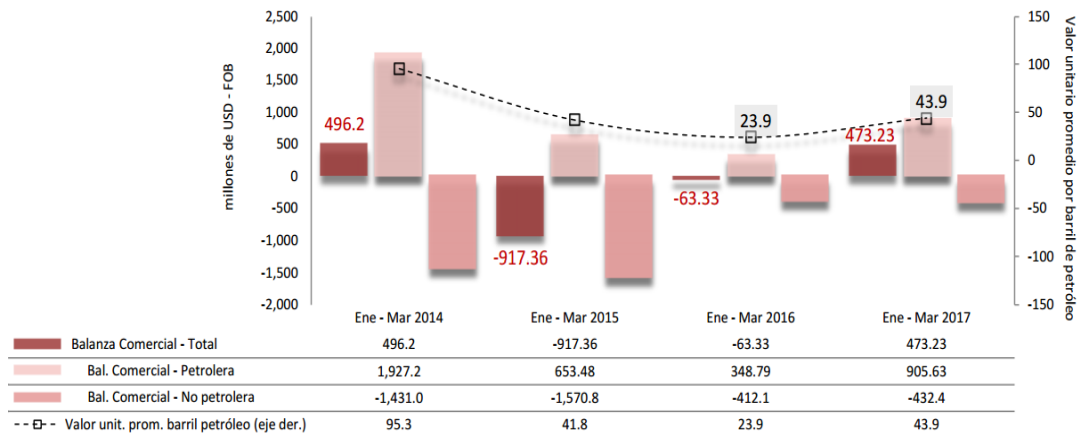
	Ene - Mar 2014		Ene - Mar 2015		Ene - Mar 2016		Ene - Mar 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	7,475.6	6,654.9	8,260.9	4,870.4	7,697.1	3,627.2	7,996.3	4,721.1	1,093.9	30.2%
Petroleras	5,197.9	3,547.4	5,818.5	1,747.9	5,292.5	896.2	5,336.4	1,666.7	770.5	86.0%
No petroleras	2,277.7	3,107.4	2,442.4	3,122.5	2,404.6	2,731.0	2,659.9	3,054.4	323.4	11.8%
Importaciones totales	4,038.5	6,158.6	3,935.2	5,787.7	3,413.4	3,690.5	3,827.7	4,247.9	557.4	15.1%
Bienes de consumo	244.9	1,049.5	240.6	1,156.2	174.4	761.3	199.0	837.6	76.3	10.0%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	1.1	53.4	0.6	27.5	0.7	28.3	0.9	35.6	7.4	26.0%
Materias primas	1,979.5	1,792.7	1,872.9	1,872.3	1,643.1	1,364.4	2,090.3	1,594.9	230.4	16.9%
Bienes de capital	137.8	1,590.0	156.7	1,610.6	94.4	973.7	96.6	1,007.6	33.8	3.5%
Combustibles y Lubricantes	1,673.7	1,662.1	1,663.1	1,110.5	1,499.3	552.7	1,439.3	757.7	205.0	37.1%
Diversos	1.5	10.9	1.3	10.6	1.6	10.0	1.7	12.3	2.3	22.7%
Ajustes (3)		0		0		0		2.17	-	0.0%
Balanza Comercial - Total	496.2	-917.36	-63.33	473.23	847.3%					
Bal. Comercial - Petrolera	1,927.2	653.48	348.79	905.63	159.6%					
Exportaciones petroleras	3,547.4	1,747.9	896.2	1,666.7	86.0%					
Importaciones petroleras	1,620.2	1,094.4	547.4	761.1	39.0%					
Bal. Comercial - No petrolera	-1,431.0	-1,570.8	-412.1	-432.4	-4.9%					
Exportaciones no petroleras	3,107.4	3,122.5	2,731.0	3,054.4	11.8%					
Importaciones no petroleras	4,538.4	4,693.3	3,143.1	3,486.8	10.9%					

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: MRNNR (Ministerio de Recursos Naturales no Renovables del Ecuador)

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

BALANZA COMERCIAL (*)



Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: MRNRR (Ministerio de Recursos Naturales no Renovables del Ecuador)

Análisis:

Atraves de los datos otorgados por el Banco Central del Ecuador, de la Balanza Comercial en el año del 2014 se tiene una totalidad de 496,2 y en el año 2015 un total de -917,36 en estos dos años la diferencia se disminuye en las importaciones en el año 2015, esto afecta al país económicamente y en el año 2016 del mes de marzo se tiene un total de -63,33 millones con más disminución pero en el año 2017 en el mes de marzo un total de un 473,22 millones, con la diferencia 409,89 entre el 2016, 2017 por lo tanto ya ha aumentado, por más importaciones de empresas que brindan servicios de importación a otros países esto favorecerá satisfactoriamente al país.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.1.1.04 Riesgo País

Mantiene (Delgado Martinez, pág. 288); “Riesgo que asumen los inversionistas, las empresas a un país al no obtener adecuados rendimiento económico (recuperar sus inversiones) en sus operaciones como resultado de variaciones producidas en el sistema financiero, político, social, económico y jurídico.”

Tabla 5 Riesgo País

FECHA	VALOR	RIESGO PAIS %
2013	647	-3,14%
2014	361	-8,12%
2015	672	-2,72%
2016	941	-1,78%
2017	667	-3,19%

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

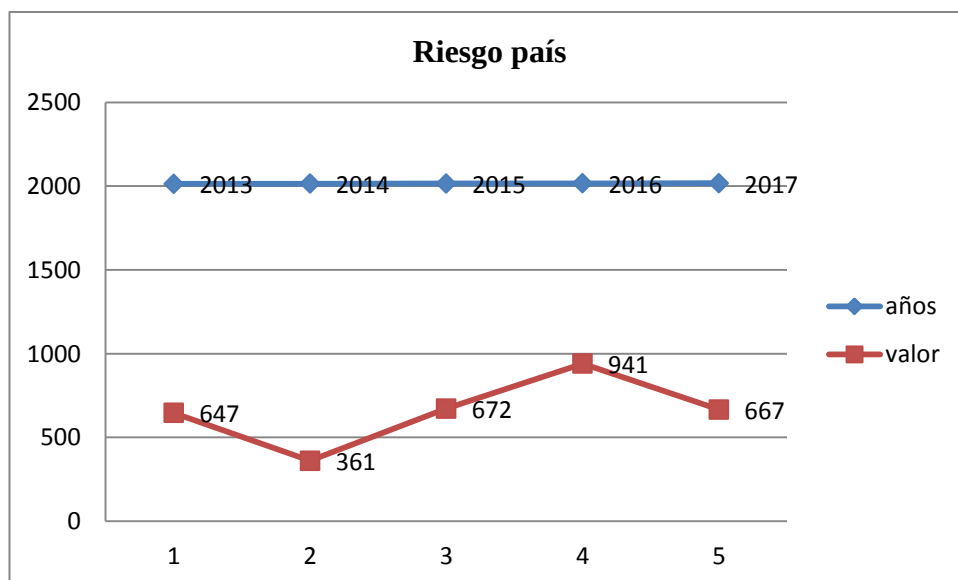


Figura 3 Riesgo País

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

Según los datos estadístico por el Banco Central del Ecuador en los últimos cinco años, el riesgo país en el año 2013 con un 647 y en años 2015 con un 672 y en 2017 con 667 diferencia de estos tres año comparado no es tanta la diferencia que en el año 2014 con de 361 ha sido el mejor año, por que no existía la salvaguardia , el petróleo se mantenía en un buen precio y en el año 2016 con un 941 en este año el riesgo país se ha aumentado por que existió la salvaguardia el petróleo bajo de precio ,el IVA subió y el país no se encontraba bien económicamente.

2.1.1.05 Tasa de interés

Se refiere (Fabara, 2010, pág. 417); “Precio que debe pagarse por utilizar fondos ajenos en cual se expresa como un porcentaje del monto prestado por unidad de tiempo”

2.1.1.05.01 Tasa Activa

Trata (Delgado P. M., pág. 124); “En finanzas, valor porcentual que gana un banco o institución financiera por el préstamo que concede.”

Tabla 6 Tasa Activa

Tasas de Interés			
mayo - 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.61	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.81	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.80	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.58	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.61	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.92	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.02	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.22	Inversión Pública	9.33

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: Publicaciones Banco Central

Análisis:

Tasa referencial el productivo PYMES un total anual de 11,49% y la tasa máxima de productiva PYMES es de 11,83% con los resultados obtenidos ayuda a tomar una decisión adecuada para la implementación de un negocio como propietario teniendo en cuenta precaución ya que si al ser requerido a un crédito de pago sea bajo y también de menos tiempo posible.

2.1.1.05.02 Tasa Pasiva

Según (Fabara P, 2010, pág. 417) :

Porcentaje que se paga el sistema financiero (banca), por los depósitos efectuados por las personas y otros agentes, en cuanto corriente, ahorros, pólizas de acumulación y otras formas de captación de recursos vigentes (cuentas por pagar) de corto, mediano y largo plazo.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 7 Tasa Pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.82	Depósitos de Ahorro	1.16
Depósitos monetarios	0.65	Depósitos de Tarjetahabientes	1.25
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.79
Plazo 61-90	3.97	Plazo 181-360	5.60
Plazo 91-120	4.84	Plazo 361 y más	7.21
4. <u>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO</u> (según regulación No. 133-2015-M)			
5. <u>TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</u>			

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: Publicaciones Banco Central

Análisis:

En la Tasa de Interés Pasiva efectivas referenciales por plaza de 30-60 se tiene un porcentaje en el año 2017 de un 3,42% considerando una oportunidad para la nueva implementación de nuevo negocio, ya que con las utilidades obtenidas se pretende invertir en una entidad financiera que garantice seguridad.

2.1.2 Factor Social

Dice (Londoña, Morera, & Laverde, 2006, pág. 460); “Es el área de la inteligencia emocional que está relacionada con la empatía hacia las demás personas que componen el universo de interacción de derechos, deberes, problemas, logros, alegrías y fracasos.”

2.1.2.01 Crecimiento Poblacional

Analiza (Kane & T, 2010, pág. 58); “Es la tasa por la determina el aumento (o disminución) de la población en determinado año debido al aumento natural y a la migración neta, expresada, porcentaje de la población base.”

Tabla 8 Tasa de Crecimiento Quito

AREA	TASA DE CRECIMIENTO	2010	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total del distrito	2,1%	2.456.938	2.841.675	2.901.350	2.962.278	3.024.486	3.088.000	3.152.848
Quito urbano	1,7%	1.777.976	2.000.657	2.034.668	2.069.257	2.104.435	2.140.210	2.176.594
Disperso urbano	-6,5%	5.246	3.277	3064	2.865	2.679	2.505	2.342
Suburbano	3,5%	673.716	857.155	887.155	918.206	950.343	983.605	1.018.031

Fuente: Unidad de Estudios DMPT-MDMQ

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 9 Tabla de crecimiento por parroquia

Parroquia	Tasa de crecimiento	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
San Antonio de Pichincha	2015 (1,9)	32.351	32.354	3.2357	32.360	32.363	32.365	32.367	32.369
	2020 (1,1)								

Fuente: Unidad de Estudios DMPT-MDMQ

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis:

Según la tabla proporcionada por el Distrito Metropolitano de Quito, se puede visualizar que en la parroquia de San Antonio de Pichincha existe una población en el año 2022 un total de 32.369,00 de habitantes, significando para el negocio que cuenta con alto porcentaje de habitantes alrededor del lugar donde se

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

va implementar el negocio, también turistas que habitan en el lugar a estos considerando como una oportunidad de implementar el negocio.

2.1.2.02 Tasa de Desempleo

Declara (Delgado P. M., Inflacion, 2010, pág. 313); “Porcentaje de la población económicamente activa que no encuentra empleo y tampoco lo están buscando.”

Tabla 10 Tasa de Desempleo de Quito

Años	Tasa Desempleo de Quito
Marzo 2013	4,11%
Marzo 2014	4,30%
Marzo 2015	4,39%
Marzo 2016	7,82%
Marzo 2017	9,11%

Fuente: BCE (Banco Central Del Ecuador)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 11 Tasa de Desempleo Parroquial

Desempleo de la parroquia de San Antonio de Pichincha

Hombres	Mujeres
0,2%	0,6 %

Fuente: Distrito Metropolitano de Quito

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

Los datos proporcionados por el DMQ, la tasa de desempleo en la parroquia de San Antonio de Pichincha se ubica en un porcentaje de 0,2% en Hombres, y 0,6% en Mujeres, tomando en cuenta como una de intensidad baja, en el proyecto se aspira otorgar empleo en el sector para el beneficio de las personas que habiten en el lugar.

2.1.2.03 PEA (Población Económicamente Activa)

Señala (Sánchez, 2010, pág. 37); “La población económicamente activa comprende a personas de 12 años y más de edad, que producen bienes o servicios.”

Tabla 12 PEA Quito

Quito	Total
Menores de 1 año	25.455
De 1 a 4 años	117.683
De 5 a 9 años	147.023
De 10 a 14 años	144.887
De 15 a 19 años	146.299
De 20 a 24 años	157.641
De 25 a 29 años	154.807
De 30 a 34 años	133.572
De 35 a 39 años	114.284
De 40 a 44 años	98.116
De 45 a 49 años	91.774
De 50 a 54 años	74.727
De 55 a 59 años	61.851
De 60 a 64 años	47.277
De 65 a 69 años	36.514
De 70 a 74 años	25.444
De 75 a 79 años	17.870
De 80 a 84 años	13.012
De 85 a 89 años	6.875
De 90 a 94 años	3.000
De 95 a 99	870
De 100 años y más	165
Total	1.619.146

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 13 PEA Parroquial

San Antonio de Pichincha	Total
Menores de 1 año	577
De 1 a 4 años	2.582
De 5 a 9 años	3.397
De 10 a 14 años	3.196
De 15 a 19 años	3.081
De 20 a 24 años	3.007
De 25 a 29 años	2.953
De 30 a 34 años	2.563
De 35 a 39 años	2.288
De 40 a 44 años	1.915
De 45 a 49 años	1.766
De 50 a 54 años	1.312
De 55 a 59 años	1.113
De 60 a 64 años	843
De 65 a 69 años	670
De 70 a 74 años	426
De 75 a 79 años	295
De 80 a 84 años	203
De 85 a 89 años	101
De 90 a 94 años	50
De 95 a 99	12
De 100 años y mas	7
Total	32.357

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis:

En la parroquia de San Antonio de Pichincha existe un total de 32.357 habitantes con un promedio de 18.430 personas entre la edad de 20 y 69 años que se encuentran con empleo considerando una oportunidad de implementar un negocio propio en la parroquia, también se considera una oportunidad a los turistas que visitan el lugar.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.1.3 Factor legal

Explica (Vilacorte, 2010, pág. 33); “la variabilidad de la vida política y legal que rigen la región o país donde la empresa desarrolla sus actividades.”

2.1.3.01 Requisitos Persona Natural

Registro Único de Contribuyente (RUC)

- ✓ Cedula de ciudadanía original y copia
- ✓ Contrato de arrendamiento original y copia
- ✓ Planilla de un servicio Básico (Agua, Luz, Teléfono)

LUAE

- ✓ Formulario de solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de la Actividad Económica
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia de Cedula de Ciudadanía o Pasaporte
- ✓ Papeleta de Votación de las últimas elecciones

Patente Municipal

- ✓ Copia a color de Cedula de identidad
- ✓ Certificado de votación del propietario
- ✓ El formulario de declaración de impuestos en la patente, original copia
- ✓ Registro Único del contribuyente (RUC) original y copia, otorgado por el

SRI

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

- ✓ Copia del pago al Cuerpo de Bomberos

Permiso de funcionamiento por el Cuerpo de Bomberos

- ✓ Informe favorable de inspección, realizada por el inspector del cuerpo de bomberos
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal o propietario
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia de permiso del año anterior
- ✓ Copia de la patente Municipal Vigente

Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública (Control de Sanidad)

- ✓ Solicitud para permiso de funcionamiento
- ✓ Planilla de inspección
- ✓ Certificado de capacitación en manipulación de alimentos
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Certificado de salud ocupacional emitido por el Centro de Salud
- ✓ Copia de cedula y papeleta de votación del propietario
- ✓ Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

2.1.4 Factor Tecnológico

Afirma (Briones, 2014, pág. 66):

El factor tecnológico y la dificultad y lentitud en la adaptación a los cambios. A nadie es ajena la incidencia de la telematización de proceso que ha cambiado la relación de los ciudadanos con la Administración y sus empleados públicos. A su vez, los circuitos de comunicación intraorganizativos también han experimentado profundos cambios promovidos por los avances tecnológicos.

Análisis

En el factor tecnológico brinda varios beneficios que ayuda a la empresa a permitir la optimización de los tiempos vagos para producir el producto ofertado, mejorando procesos, creando nuevas estrategias, adquiriendo herramientas industriales, equipo de computación entre otros, son necesarios para los distintos procesos de elaboración de los productos, para lograr de qué manera pueda ayudar comodidad y satisfacción necesaria para los clientes.

2.2. Entorno Local

Confirma (Altimir & Balraj, 2010, pág. 53) :

El entorno local contiene procesos de aprendizajes colectivos que le permite responder a los cambios del entorno a través de la movilidad del trabajo en el mercado local, los intercambios de tecnología de producto , proceso ,organización y comercialización , la provisión de servicios especializados, los flujos de información de todo tipo o las estrategias de los actores.

2.2.1. Clientes

Establece (Delgado Martinez, pág. 69); "Denominación que se aplica a las personas naturales o jurídica que mediante las operaciones mercantiles de compra-venta entregan en forma habitual mercaderías, productos o servicios a una empresa o sociedad."

2.2.1.01 Clientes Internos

Es aquellas personas o miembro de la organización dentro de las mismas empresas de trabajo, para así tener un cumplimiento de los objetivos establecido que se propusieron en la empresa.

2.2.1.02 Clientes Externos

Los clientes más favorables son los externos ya que son aquellas personas o turistas ajenas que más habitan en el lugar y consumen productos a ofrecer para la satisfacer y el gusto del consumidor.

Análisis

Los clientes internos y externos son personas consideradas como una oportunidad ya que son aquella que mora en el sector y miembros de la misma empresa que gracias a sus compras y apoyo en la producción se puede tendrá una ganancia para la empresa, y ayudaría al mejoramiento del establecimiento del restaurante con una atención eficiente y satisfactoria para los consumidores.

2.2.2 Proveedores

Se afirma (García Padilla , 2015, pág. 56); “Un proveedor es un agente económico que provee materia prima, insumo, materiales o servicios.”

Tabla 14 Proveedores

Proveedores	Ubicación	Producto
Joaquina Quilumba	San Miguel del Común	Churos
Anita Chushig	San Juan de Calderón	Maíz Fermentado
Mercado	Calderón	M.P

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis:

Los proveedores son personas que entregan la materia prima directamente al consumidor ofreciendo ofertas que tenga el proveedor con sus productos.

Se les puede considerado como una oportunidad de beneficios en las cuales se ganarían mutuamente es decir de ambas partes, lo importante es tener éxito en el negocio.

2.2.3 Competidores

Adquiere (García Padilla , 2015, pág. 57) :

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quien comprar o adquirir estos bienes y servicios. Los competidores son organizaciones que ofertan el mismo producto o productos similares a los clientes.

Tabla 15 Competidores Directos

Establecimiento	Productos
Restáurate Yacusi	Fritadas
Restaurante el Sabor	Cuy Asado
Restaurante Azul	Yagua loco

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 16 Competidores Indirectos

Establecimiento	Productos
Ambulante	Choclo mote
Ambulante	Papas con cuero
Ambulante	Churos

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Los competidores directos e indirectos son consideradas una amenaza para la empresa de intensidad media, ya que impulsan y exigen al negocio a ofrecer variedad de productos con combinaciones nuevo y excelente calidad de servicio, que satisfagan la atención de los clientes.

Ventajas competitivas

Los productos a ofrecer son elaborados con responsabilidad del personal y saludable para el ser humano ya que llama la atención a sus combinaciones.

Además de ser saludable con nutrientes que genera al ser humano a nuevas energías y sanar cualquier enfermedad.

2.3 Análisis Interno

Estipula (Casillas & Martí, 2010, pág. 42):

Esta es una etapa que tiene una especial trascendencia para las empresas en funcionamiento, pero que tampoco se debe desdeñar en proyectos de nueva creación, no solo por lo que supone de reflexión interna, sino también por la importancia que puede tener para mostrar los puntos fuertes de la nueva oferta empresarial.

2.3.1 Propuesta Estratégica

Señala (Alvarez, 2007, pág. 34); “Es un proceso administrativo que le ayuda a los directivos de una empresa u organización a diseñar objetivos y estrategias de alta contribución que les permita alcanzar su Visión y su Misión de Negocio.”

2.3.1.1. Misión

Manifiesta (Publicaciones Vertices S.L, 2010, pág. 40) ; “La misión expresa la razón de ser de la empresa y su objetivo primordial.”

2.3.1.1.01 Formulación de la misión

Tabla 17 Formulación de la Misión

PRICIPIOS	
Compromiso	Un acuerdo que se llega a dar entre dos o más personas
Equidad	Igualdad entre todas las personas
VALORES	
Respeto	Libre expresión y respeto mutuo
Responsabilidad	Responsable de todo acto

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Restaurante Típica del Ecuador “Danna” Busca satisfacer las necesidades de los cliente ofreciendo variedad de comida y bebidas típicas más apetecibles con nutrientes en cuidados para la salud del ser humano, basándose en principios y valores. Trabajando para toda las personas que requiere adquirir el producto a ofrecer con responsabilidad y compromiso.

2.3.1.2 Visión

Considera (Pedrón & Gutierrez , 2012, pág. 21) ; “El punto de comienzo para articular la jerarquía de la meta de una empresa es la visión de una compañía, que podíamos definir como la declaración que determine donde queremos llegar a futuro.”

2.3.1.2.01 Formulación de la Visión

Tabla 18 Formulación de la Visión

PRICIPIOS	
Trabajo en Equipo	Colaboración de todo el personal
Calidad de Producto	Satisfacción al cliente
VALORES	
Puntualidad:	Ser puntual en el servicio al atender a los clientes y al trabajo
Integridad	Dialogo entre el uno y el otro

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

La visión del Restaurante Típico del Ecuador “Danna”, ser una microempresa reconocido a nivel local, para el año 2022 llegar a ser líder en el mercado, ofreciendo producto que se puedan consumir con calidad y basándose cuidando el bolsillo de clientes, gracias al esfuerzo y compromiso dentro y fuera de la empresa

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.01 Objetivo General

Satisfacer a todos los clientes pensando en el bienestar y la salud ofreciendo productos de buena calidad.

2.3.1.3.02 Objetivos Específicos

- Utilizar productos frescos y de alta calidad
- Mantener la confianza y buena comunicación entre las personas para sostener un ambiente laboral.
- Ofrecer trato justo
- Clientes satisfechos

2.3.1.4 Principios o Valores

Principios:

- **Trabajo en equipo:** Colaboración entre todo el personal, integrantes de la empresa para poder brindar producto de buena calidad y satisfacer al cliente.
- **Calidad del producto:** Producto garantizado hacia los clientes.
- **Equidad:** Dar un trato mutuo
- **Integridad:** Ser amable con todas las personas
- **Orden :** Tener las cosas en su lugar

Valores:

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

- **Respeto:** Trato mutuo dentro de la empresa como trabajador.
- **Puntualidad:** Ser puntual al llegar al sitio de trabajo
- **Honestidad:** Ser honesto dentro de la empresa
- **Responsabilidad:** Cumplir con responsabilidad todos las obligaciones que tiene como trabajador
- **Compromiso :** obligación contraída en la empresa como trabajador

2.3.2 Gestión Administrativa

Comenta (Ventura , Delgado, & Ena, 2008, pág. 4); “Esta función ejerce un control de la empresa a través del manejo de documentación.”

2.3.2.01 Planificación

Considerando (París Roche, 2005, pág. 14):

La planificación es una toma de decisión sobre lo que se quiere hacer. La planificación exige, pues, optar, elegir, por una acción o conjuntos de acciones, por una actitud, por unos proyectos, por unos caminos. Y como toda elección, la planificación siempre será un proceso incierto, con un gran componente humano, por muchos criterios y modelos que se apliquen a la hora de elegir el futuro.

La planificación de la empresa será una toma de decisiones tanto personas que trabajen en la empresa con actitudes apropiados para llegar a un buen camino con grandes competentes y criterios para así poder llegar al futuro a ser reconocido a nivel local y parroquial

2.3.2.02 Organización

Manifiesta (Munch, 2010, pág. 61); “La organización consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, sistemas, métodos y procedimientos tendientes a la simplificación y optimización de trabajo.”

2.3.2.02.01 Organigrama Estructural

Indica (Díaz & León, 2014, pág. 21):

Los organigramas son representaciones gráficas de la estructura de la empresa en las que se determina, de forma clara y sencilla, las personas, puestos o funciones y sus relaciones internas. El organigrama es un elemento indispensable en la organización formal de la empresa gracias al cual cada miembro sabe su respectiva función actividad a desempeñarse en el área establecida.

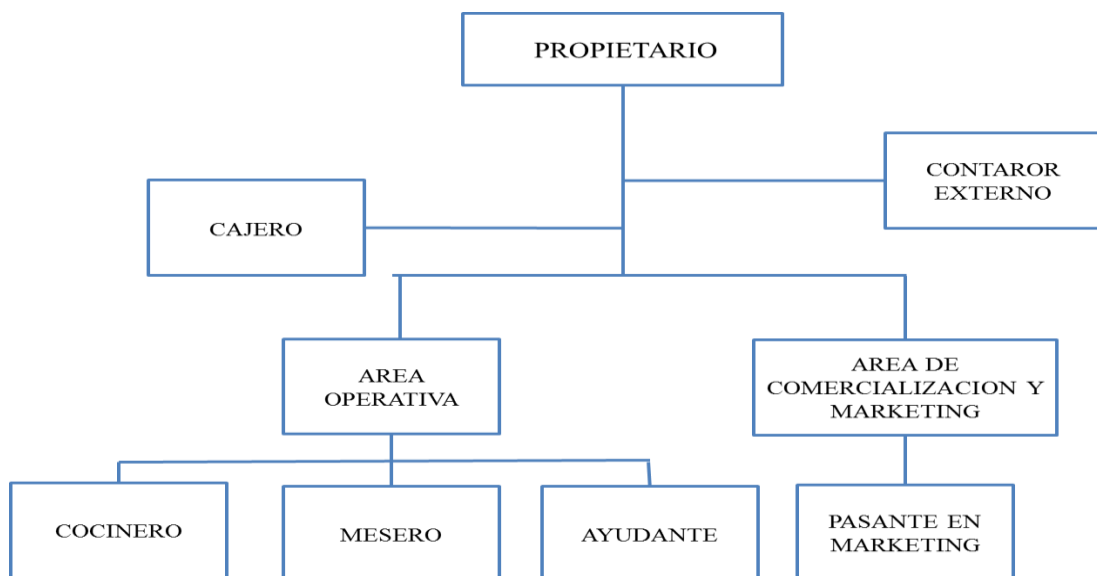


Figura 4 Organigrama Estructural

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

2.3.2.02.02 Perfil de Puesto O Cargo y Funciones

Tabla 19 Perfil Propietario

Descripción del cargo	
Cargo	Propietario
N° de personas a cargos	6
Requisitos de Educación	Graduado en Ingeniería o Tecnología en Administración de Empresas
Requisitos de experiencias	Mínimo un año similar al cargo
Función Específicas	- Realizar los actos de administración y gestión ordinaria de la sociedad. - Organizar el régimen interno de la sociedad. - La correspondencia y cuidar que la contabilidad esté al día. - Ejecutar el Plan de Negocios aprobado por el Directorio y proponer modificaciones al mismo.
Responsabilidad General	- Planificar, organizar, controlar las actividades de la organización. - Planificar las estrategias para la empresa. - Cumplir y hacer cumplir las políticas y estatutos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 20 Perfil de Contador

Descripción del cargo	
Cargo	Contador
N° de personas a cargos	0
Requisitos de Educación	Auditoría en Contabilidad
Requisitos de experiencias	Mínimo un año
Función Específicas	- Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente - Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado. - Administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. - Revisar el cálculo de las planillas de retención de Impuesto sobre la renta del personal emitidas por los empleados. - Llevar mensualmente los libros generales de Compras y Ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar la declaración de IVA.
Responsabilidad General	- Preparar los estados financieros. - Recibir y clasificar todos los documentos (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheque pagados etc) - Realizar Arqueo de caja. - Calcular pago de roles - Elaborar informes periódicamente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 21 Perfil Cocinero

Descripción del cargo

Cargo	Cocinero
N° de personas a cargos	0
Requisitos de Educación	Estudiante Bachiller
Requisitos de experiencias	Mínimo un año de cargo similar, en restaurantes hoteles
Función Especificas	• Responsable de la producción de alimentos • Manejo de presupuesto. • Incluso de la contratación y capacitación del personal de cocina.
Responsabilidad General	• Conocer el uso del equipo y elemento de trabajo • Realización y preparación de los platos • Recibir y ordenar la materia prima • Manipulación de los alimentos • Mantener la cocina limpia y en orden

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 22 Perfil del Cajero

Descripción del cargo

Cargo	Cajero
N° de personas a cargos	0
Requisitos de Educación	Estudiante bachiller
Requisitos de experiencias	Mínimo un año de cargo similar
Función Especificas	• Hacer pagos y facturación • Realizar reportes de ingresos y egresos. • Sellar, estampar recibos de ingresos por caja, planillas y otros documentos. • Movimientos de entrada y salida de dinero.
Responsabilidad General	• Apertura y cierre de caja • Cobro del servicio al publico • Responsabilidad del dinero del día. • Atención al publico

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 23 Perfil del Mesero

Descripción del cargo	
Cargo	Mesero
N° de personas a cargos	0
Requisitos de Educación	Estudiante Bachiller
Requisitos de experiencias	Mínimo un año de cargo similar
Función Específicas	• Supervisa que el pedido ya esté listo para la venta. • Pregunte cuantas personas le acompañan. • Responsable que el pedido llegue al cliente. • Ofrecer los producto en la mesa
Responsabilidad General	• Ayuda al cocinero • Atención al cliente. • Servicio a las mesas, • Limpieza de la mesa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 24 Perfil del Ayudante

Descripción del cargo	
Cargo	Ayudante
N° de personas a cargos	0
Requisitos de Educación	Estudiante Bachiller
Requisitos de experiencias	Mínimo un año de cargo similar
Función Específicas	• Arreglar la mesa y limpiar el salón • Limpiarla mesa después de ser servido • Entrega lo pedidos al cocinero
Responsabilidad General	• Atención al cliente. • Servicio de limpieza • Apoyo en la área de cocina • Apoyo al mesero • Apoyo al cocinero

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 25 Perfil del Pasante

Descripción del cargo	
Cargo	Estudiante (Pasante)
N° de personas a cargos	0
Requisitos de Educación	Estudiante en comercialización y Marketing
Requisitos de experiencias	
Función Específicas	• Ser estudiante de último año. • Cumplir con los requisitos del estudiante.
Responsabilidad General	• Repartir volantes • Creación de páginas web • Responsabilidad y puntualidad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.2.03 Dirección

Argumenta (Munch, 2010, pág. 257); “Dirección. Conducir y guiar a los subordinados al logro de los objetivos mediante la integración, motivación, toma de decisiones, comunicación, y liderazgo para la ejecución de lo planeado y organizado.”

Como propietario de las empresas la dirección se podrá ser con medios de integración mediante la comunicación entre el trabajador y empleado tomando buenas decisiones con una buena organización que se puede tener dentro y fuera de la empresa

2.3.2.04 Controlar

Ratifica (Ramirez & Ramirez, 2016, pág. 125):

El control consiste en la vigilancia para que la decisión se cumpla en la forma como fue programada y comunicada. Para el control se aplica principios normas y técnicas que sirve como guías para quienes ejecutan los trabajos y como medios para medir e impulsar sus acciones

Controlar los productos que entran a la empresa para la buena distribución y calidad de producto a ofrecer con plena satisfacción al cliente.

El control es la fase a través de la cual se evalúan los resultados obtenidos en relación con lo planeado o estrategias a fin de corregir desviaciones o errores para mejorar la empresa

Evalúan los resultados determinando los criterios teniendo información correcta ya necesariamente con los instrumento adecuado en la determinar

correcciones. Implementando medidas correctivas para poner a los programas nuevamente en curso y que sean responsables de los resultados que se espera que el programa logre.

Determinar cómo deberían ser distribuidos los fondos en todas las actividades programáticas.

Recolectar información que puede usarse en el proceso de evaluación.

Controlar al personal que se cumplan con la producción requerida con plena satisfacción y calidad para el consumo.

Tabla 26 Biótica de Empleados

Biótica de Empleados							
Fecha	Nombre del empleador	Hora de Ingreso	Área	Cargo	Responsabilidad	Hora de salida	Firma

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

2.3.3 Gestión Operativa

Determina (Gomez, Dopacio, & Lorenzo, 2014, pág. 205):

La dirección de operaciones debe ocuparse de la administración y la gestión eficiente de los recursos necesarios para la producción y prestación de servicios, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar básico para la consecución de la competitividad empresarial.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.3.3.01 Flujograma de Procesos o de Servicios

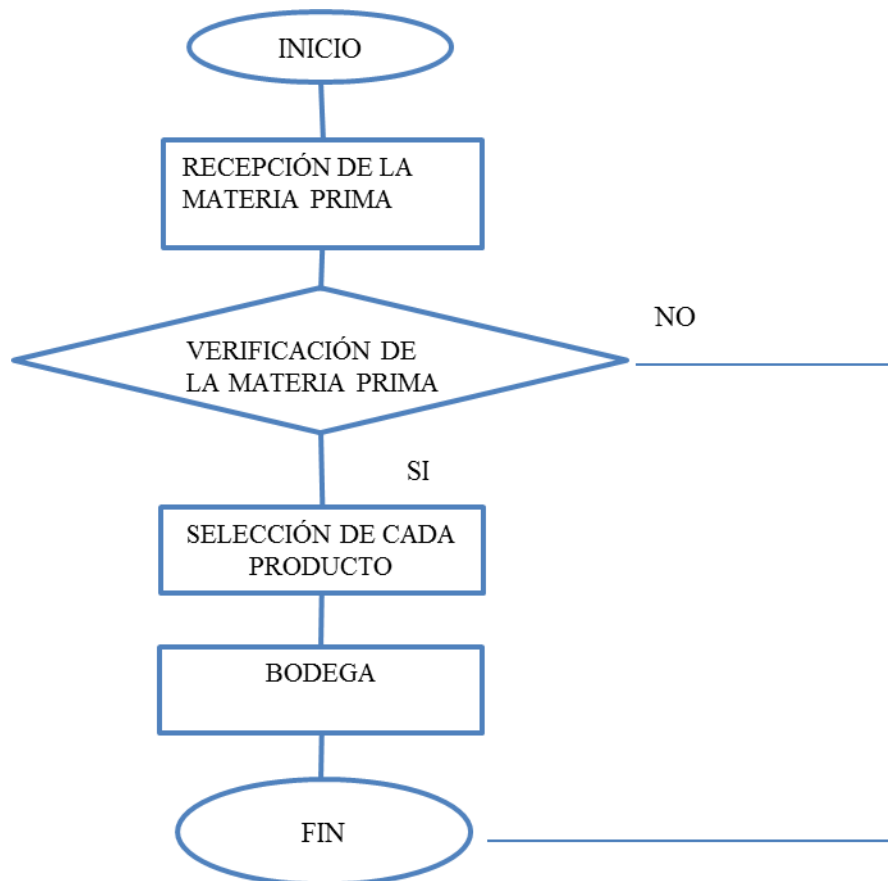


Figura 5 Flujograma de procesos de comida

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

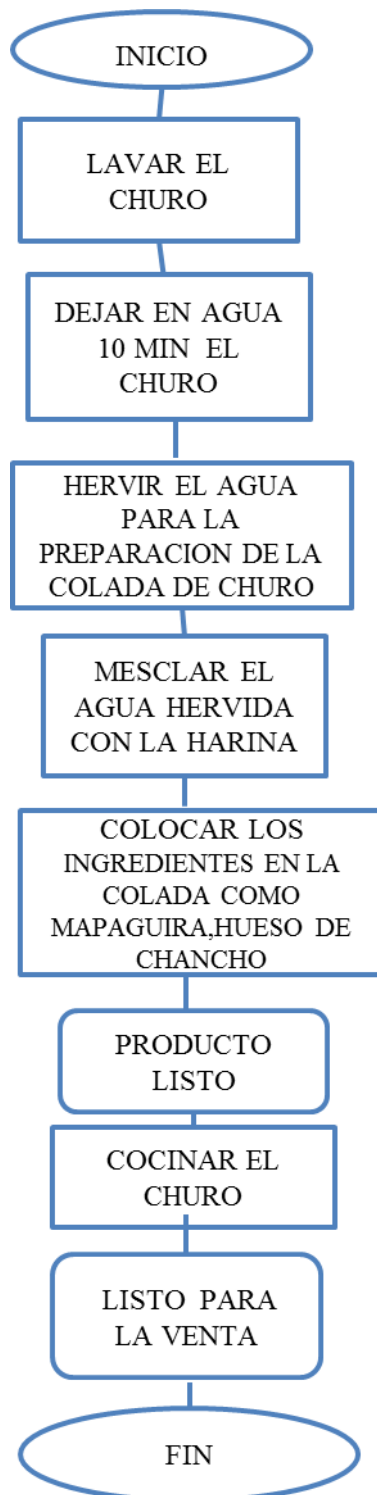


Figura 6 de Producción Colada de Churo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

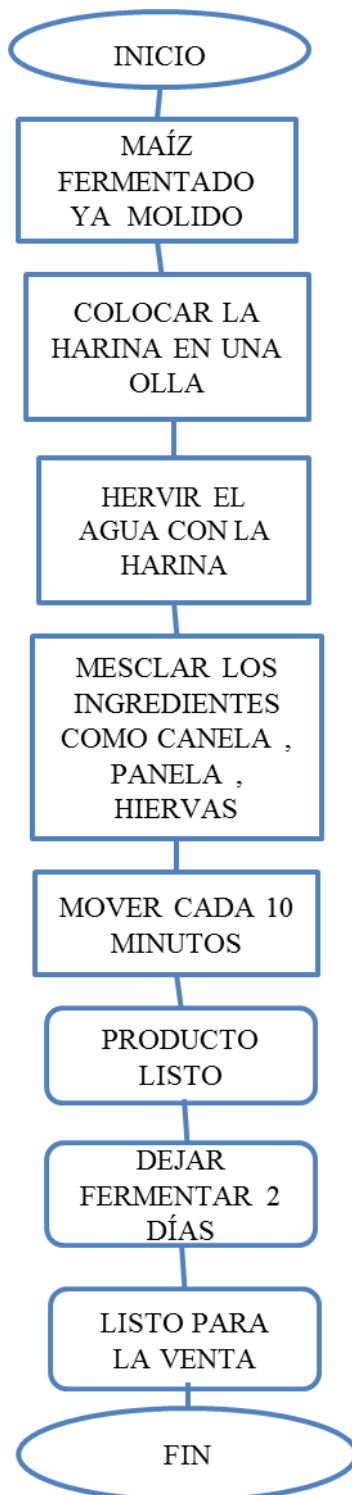


Figura 7 de Producción Chicha de Jora

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

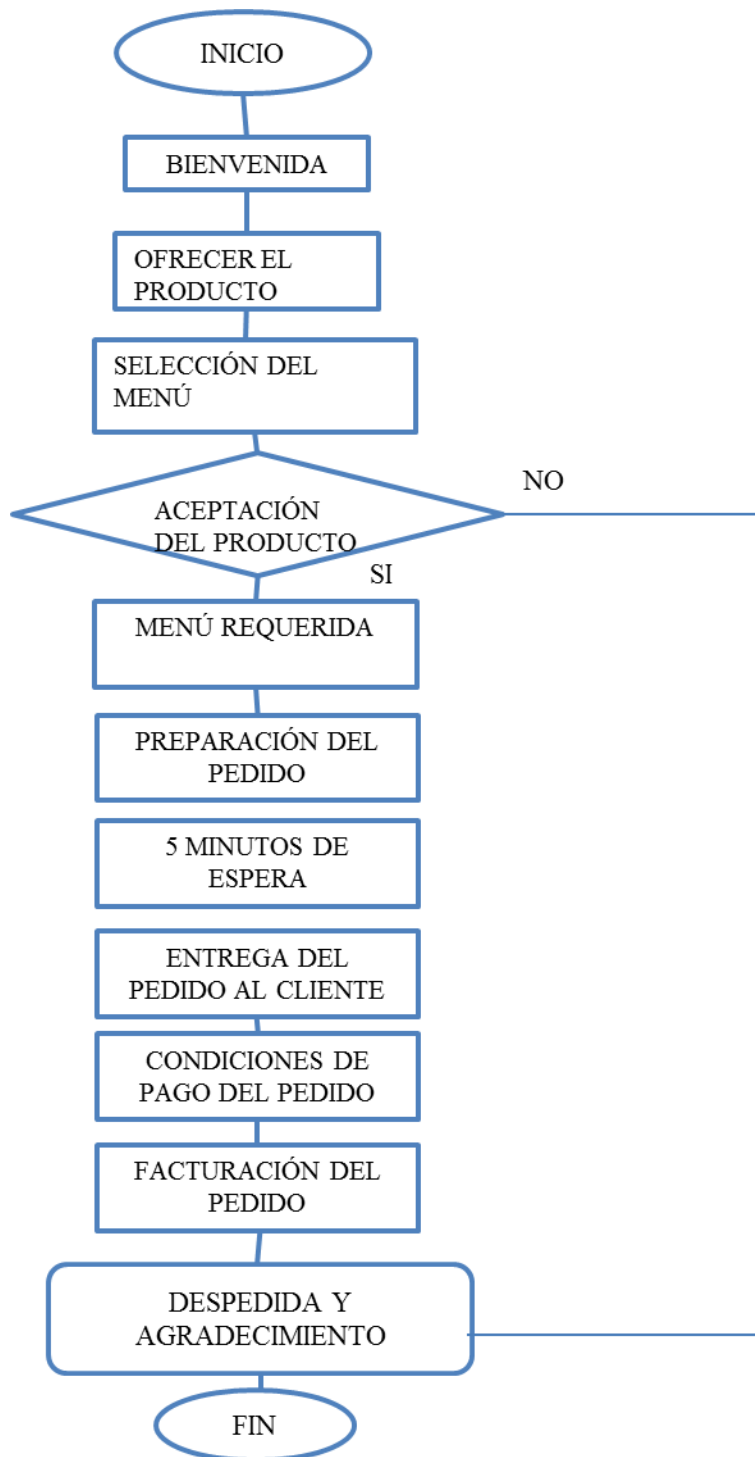


Figura 8 Flujograma de Servicios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

2.3.4 Gestión Comercial

Explica (Muñiz, 2013, pág. 25):

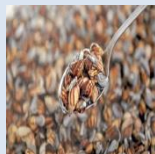
Las estrategias comerciales han de incluir determinados instrumentos que comuniquen y recuerden al comprador potencial la existencia del producto sus beneficios y diferencias con respecto a otras ofertas alternativas; y que he estimulen y persuadan par que perciba dichos atributos, beneficio y deferencias.

2.3.4.01 Producto

Confiesa (Publicaciones Vértice S.L., 2010, pág. 11):

Constituye la oferta del comercio a sus clientes. Este concepto incluye además de las características físicas y técnicas, aspectos formales como la calidad, marca, envase, estilo y diseño .También podemos incluir aquí el servicio posventa, el mantenimiento, la garantía, instalación, entrega, financiación, como parte integrante de la oferta.

Tabla 27 Productos

Colada de churo	Harina	Hacer hervir el agua con la harina	Lavar el churo	Cocinar el churo	Listo para la venta
					
Chicha de jora	Maíz fermentado	Mover constantemente	Cernir la chicha	Listo para la venta	
					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguzo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

En el Restaurante Típico de Ecuador “Danna” se ofrecerá dos tipos de comida las cuales son la cola de churo y la chicha de jora entre estos dos productos la colada de churo se podría llamar producto estrella ya que el producto a ofrecer brinda muchas proteínas y calcio para el ser humano

2.3.4.02 Precio

Declara (Publicaciones Vértice S.L., 2010, pág. 12); “Es el valor que el comprador da a cambio de la utilidad que recibe por la adquisición de un bien o servicio.”

Análisis

El precio es un valor que se determina luego de una investigación tomando mucho encuentra la mano de obra y la materia prima, para ofrecer un buen precio en el mercado con valores reales y apropiados en relación a los competidores

2.3.4.03 Plaza

Induce (Munch, 2010, pág. 228); “Medio a través de los cuales se hace llegar el producto al consumidor: logística, canales de distrito y posicionamiento.”

Calle 29 de Mayo junto a la parada de Manuel Córdova Galarza y Oe4, la implementación de un Restaurante en Calle 29 de Mayo junto a la parada de Manuel Córdova Galarza y Oe4 es porque la gente habita más en ese lugar ya que es un lugar turístico y cada día llegan turistas a conocer el lugar y los productos de País

2.3.4.04 Promoción

Advierte (López Brox, 2010, pág. 9):

Es aquella parte del proceso de comunicación de la empresa con su mercado, en la que existe respuesta del consumidor o usuario de los productos o servicios objeto de la comercialización, consiguiéndose un aumento de las ventas más importante del que se podría obtener por acciones tradicionales de marketing. La promoción persigue el objetivo de incrementar las ventas a corto plazo ofreciendo valores añadidos al producto o al servicio ofertado en forma de ventajas económicas o materiales.

Las promociones serán mediante hojas volante, trípticos, redes sociales entre otros para llegar a ser reconocida a nivel parroquial. Campañas publicitarias con actividades que ofrecen varas alternativas, promociones 2x1 en productos seleccionados los fines de semana.

Tabla 28 de Presentación



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 29 Hojas volantes



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 30 Rotulo



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 31 Redes Sociales



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

2.3.4.04.01 Logotipo

Tabla 32 Logotipo



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Significado de los colores:

El Rojo es el color de la pureza del amor

El café es un color cálido que abre el apetito en las persona.

El blanco representa paz, armonía.

Slogan:



2.3.4.04.02 Papelería corporativa



Figura 9 Hojas membretadas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

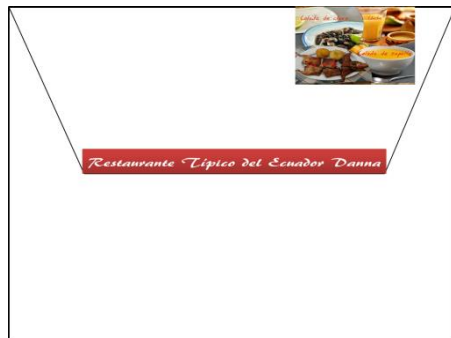


Figura 10 Sobre

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo



Figura 11 Carpetas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

2.3.4.04.03 Material P.O.P



Figura 12 Gorra

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Figura 13 Llaveros

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo



Figura 14 Esferos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo



Figura 15 Vasos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

2.4 Análisis FODA

Analiza (Thompson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2012, pág. 105):

El análisis de FODA implica más que la elaboración de cuatro listas; sus dos partes más importantes son llegar a conclusiones a partir de sus listas sobre la situación general de la empresa convertirlas en acciones estratégicas se ajuste mejor a las fortalezas de recursos y las oportunidades de mercado, para corregir las debilidades importantes y para defenderse de las amenazas externas.

Tabla 33 Análisis FODA

		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		- Aperturas de nuevos mercados - Poca competencia - Clientes satisfechos - Turistas que les guste el producto - Nuevas tecnologías para la preparación de los productos	- Baja disponibilidad de la materia prima - El personal o proveedores pueden no ser fieles - La competencia - Falta de demanda - Economía inestable en el país
FORTALEZAS	- Precios más bajos que la competencia - Creatividad en los productos - Buena ubicación geográfica - Calidad de servicio hacia los clientes - El buen sazón	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
		Mejor la calidad del producto día a día Trabajando para ser líderes con técnicas para la satisfacción de los clientes	Dialogo entre proveedor y propietario para tener un buen de acuerdo en las entregas de los productos reconociendo lo errores Ofrecer productos de bajos precios para así eliminar a la competencia
DEBILIDADES	- Falta de inversión - Riesgo climatológico - Falta de infraestructura adecuada - Falta de experiencia - Poca publicidad en el negocio	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
		Desarrollar promociones en días festivos donde la gente habita más al lugar. Desarrollar buena comunicación tanto proveedor y cliente	Mejorar la infraestructura para ofrecer el producto Dar a conocer día a día los productos para sí poder disminuir a la competencia Capacitaciones a los empleados para mejorar sus experiencias

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

El FODA es una estrategia que permite y sirve para hacer frente a situaciones estratégicas complejas de una manera muy sencilla, rápida. Permitiendo trabajar con toda la información estudiando cada uno de nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades, amenaza

En la FODA podemos minimizar las debilidades y a maximizar las fortaleza y visualizando las amenazas que establecen en el negocio y aprovechar las oportunidad, que se presente por lo tanto, en la fortalezas permitir al negocio competir en el mercado con buena calidad en la producción para la satisfacción a todos los clientes y las debilidades permitir que la empresa buscar estrategias o alternativas que le permitan alcanzar el mejoramiento del negocio afrontando amenazas que se presenta día a día como por ejemplo la baja disponibilidad de la materia prima o la competencia y aprovechar las oportunidad que se presenta ofreciendo productos de buena calidad en el mercado .

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

Dicho de otra forma (Martinez Passarge, 2010, pág. 71):

Cabe advertir que el estudio de mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto aunque sean ajenas a esta. Entre ellas se puede mencionar factores tales como el grado de necesidad o la cuantía de la demanda de los bienes o servicios que se quiere producir ; las formas en que esta necesidades o demanda se ha vendido atendiendo ; las influencias que en estos aspectos tiene instrumentos tales como los precios o las tarifas

3.1 Análisis Del Consumidor

En otras palabras (Kanuk, Comportamiento del consumidor, 2003, pág. 476);

“Se define como el intento de determinar en qué medida son similares o diferentes los consumidores de un sector o nación, este análisis ayuda a entender las características psicológicas, sociales de los consumidores a quienes se elige como objetivo.”

Objetivo del estudio de mercado

Identificar la oferta y la demanda de los bienes y servicios de los productos vendidos al consumidor obteniendo estrategias que se pueda dar a conocer el negocio. También analizando los precios y los canales de distribución teniendo la visión clara de las características de los productos o servicio que se quiere introducir en el mercado.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Objetivos específicos del estudio del mercado

- Determinar la existencia de la necesidad de la demanda insatisfecha en el mercado
- Tener una buena estrategia para dar se a conocer el negocio
- Destacar y medir la necesidad actual o futura de un bien o servicio.
- Conocer las ventajas competitivas del proyecto.

Segmentación de mercado

Además (Publicaciones Vertices S.L, 2010, pág. 3):

Consiste en la subdivisión del mercado en una serie de grupo o segmentos homogéneos basándose en una o varias variables, mediante diferentes procedimientos estadísticos, a fin de poder aplicar a cada segmento las estrategias más adecuadas a los objetivos de la empresa.

Tabla 34 Segmentación del mercado

CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRAFICAS	CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES
Provincia: Pichincha Cantó: Quito Parroquia: San Antonio de pichincha Localidad: Calle 29 de Mayo junto a la parada de Manuel Córdova Galarza y Oe4	Género: indistinto Población: PEA Nacionalidad: Indistinto Nivel socio económico Alto ,Medio, Bajo	Satisfacción del cliente Buena calidad

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

3.1.1 Determinación de la población y muestra

3.1.1.01 Población

Así mismo (Di Rienzo , Casanoves , & Gonzales , 2010, pág. 2); “Una población es un conjunto de elemento acotados en un tiempo y en un espacio determinados, con alguna característica común observable o medible.”

3.1.1.02 Tamaño del Universo

Tabla 35 Tamaño del Universo

UNIVERSO	No.
Población de Quito	2.841.675
Población de la Parroquia	32.357
Población PEA	18.430

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

3.1.1.03 Muestra

Con respecto (Di Rienzo , Casanoves , & Gonzales , 2010, pág. 2); “Se entiende por muestra a todo subconjunto de elementos de la población.”

3.1.1.04 Formulación de la muestra

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Nomenclatura:	n=	Tamaño de la muestra
	N=	Población o universo
	P=	Posibilidad de éxito (50%)
	Q=	Posibilidad de Fracaso (50%)
	E ² =	Margen de error (5%) ²
	Z ² =	Nivel de confianza (1.96) ²

Desarrollo de la muestra

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{32.357 \cdot (0,50) \cdot (0,50) \cdot (1,96)^2}{(32.357-1) \cdot (0,05)^2 + (0,50) \cdot (0,50) \cdot (1,96)^2}$$

$$n = \frac{31.075.6628}{81.85}$$

$$n \ 380 = \text{Encuestas}$$

3.1.2 Técnicas de la Obtención de la Información

Encuesta

A causa de (Abascal & Grande, 2010, pág. 14):

La encuesta se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confían a una población. Las encuestas pueden ser personales y no personales.

Entrevista

Considerando que (Acevedo & A.Llopez, 2010, pág. 8); “La entrevista es una técnica que, entre muchas otras, viene a satisfacer los requerimientos de interacción personal que la civilización ha originado”.

Test

Reporta (González Acedo & Pérez Aroca, 2015, pág. 323); “Son pruebas que realizan los candidatos a un puesto de trabajo, con cuyos resultados el seleccionador puede establecer las características personales de este y su posible conducta futura en el empleo.”

Cuestionario

Acepta (García F. , 2004, pág. 29):

Un cuestionario, en sentido estricto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador.

Observación

Admite (Pardinas, 2005, pág. 89):

Observación es la acción de observar, de mirar detenidamente. Pero este primer significado de la palabra se presta, en el trabajo científico, a una ambigüedad que es necesario disipar desde un principio. La observación puede ser estudiada desde el investigador que observa, que mira detenidamente y desde lo observado, lo mirado detenidamente.

Luego de verificar técnicas de la obtención diferentes, se considera aplicar el método de la encuesta, ya que permite obtener resultados que conlleve a tener conclusiones claras y precisas

3.1.2.01 Modelos da la encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA Y BANCARIA

MODELO ENCUESTA

Reciba un cordial Saludo,

Mi nombre es María Belén Vásquez, estudiante del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera" me encuentro realizando la presente encuesta para la obtención de mi título de Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera, la cual me va a conducir a tomar la mejor decisión para mi proyecto.

Aspectos Generales

Ciudad_____

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Nombre y Apellido_____ Edad____ Genero M__ F__

Actividad Económica SI__ NO__ ¿Qué? _____

Por favor marque con una(x) la respuesta, de tal manera que la información proporcionada sea clara y concisa.

1.- ¿Usted ha escuchado de las comidas típicas del Ecuador?

SI ☐

NO ☐

2.- ¿Usted conoce las bebidas típicas de Ecuador?

SI ☐

NO ☐

3.- ¿Conoce usted el churo?

SI ☐

NO ☐

4.- ¿Usted ha consumido alguna vez la colada de churo?

SI ☐

NO ☐

5.- ¿Usted ha consumido alguna vez la chicha de jora ?

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

SI ☐

NO ☐

6.- ¿Usted conoce algún restaurante típico que vendan este tipo de comida en la parroquia?

SI ☐

NO ☐

7.- ¿Le gustaría que se implemente un Restaurante de comida y bebida típica en la parroquia?

SI ☐

NO ☐

8.- ¿le gustaría probar la chicha de jora?

SI ☐

NO ☐

9.- ¿Usted con qué frecuencia visita un Restaurante de comida y bebida Típica?

Fin de Semana ☐

Quincenal ☐

Trimestral ☐

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Semestral

Nunca

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en “La Colada De Churos” que ofrece en el Restaurante?

De \$ 3,50

De \$ 4,00

De \$ 4,50

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la jarra de “La Chicha de Jora” que ofrece en el Restaurante?

De \$ 1,50

De \$ 2,00

De \$ 2,50

12.- ¿Cuál de los siguientes factores considera usted importante en un establecimiento que venda productos alimenticios?

Calidad

Precio

Servicio al Cliente

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Sabor ☐

13.- ¿Usted está satisfecho con las comidas típicas que venden en la parroquia?

SI ☐

NO ☐

14.- ¿Por medio de que le gustaría que se dé a conocer el Restaurante?

Hojas volantes ☐

Redes sociales ☐

Tarjetas de presentación ☐

Radio ☐

¡GRACIAS POR SU COLABORACION!

3.1.3 Análisis de la Información

Considerando que (Trespacios , Vasquez, & Bello, 2008, pág. 162):

Consiste en reducir y transformar los datos iniciales, masivos y de difícil interpretación, de modo que se puedan extraer de ellos resultados que aumenten el conocimiento y permitan contrastar las hipótesis planteadas en la investigación, a su vez derivadas de los objetivos propuestos. En el análisis, además de la referencia siempre presente de los objetivos propios del estudio de mercados que se esté desarrollando, se pueden contemplar tres fines que marcan línea seguida por los investigadores.

Tabulación

1. ¿Usted ha escuchado de las comidas típicas del Ecuador?

Tabla 36 Pregunta N° 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	231	61%
No	149	39%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

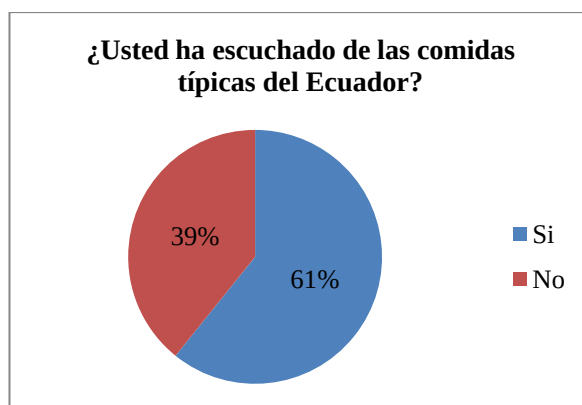


Figura 16 Pregunta N° 1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la encuesta realizada de la pregunta, ¿Usted ha escuchado de las comidas típicas del Ecuador? , como resultado se tiene un 39% No y 61% de Si, a esta aceptación de conocer las comidas típicas favorece ya que el porcentaje es alto y puedan consumir el producto.

2.- ¿Usted conoce las bebidas típicas de Ecuador?

Tabla 37 Pregunta N° 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	259	68%
No	121	32%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

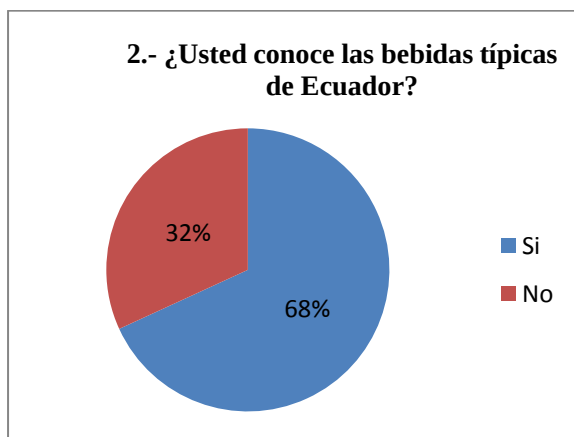


Figura 17 Pregunta N° 2

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En el resultado de encuesta ¿Usted conoce las bebidas típicas de Ecuador?

Se tiene un 32% No y 68% Si, al resultado obtenido el porcentaje es alto del conocimiento de la bebida típica esto favorece en el negocio ya que las personas tienen conocimiento de algunas bebidas del país.

3.- ¿Conoce usted el churo?

Tabla 38 Pregunta N° 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	25%
No	285	75%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

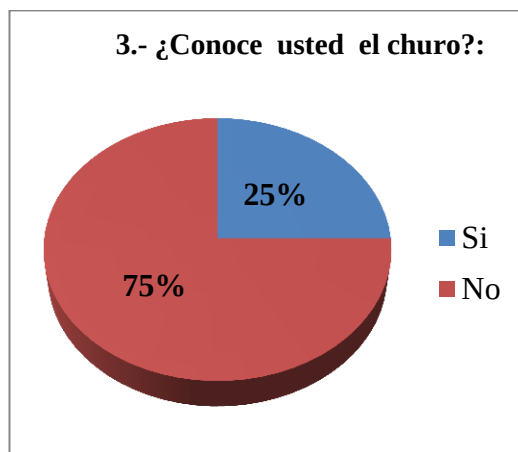


Figura 18 Pregunta N° 3

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Mediante la encuesta como resultado en, ¿Conoce usted el churo?, Se tiene un 25% No y 75% Si, esto significa que las personas no tienen conocimiento del producto, para que las personas conozcan el producto se tiene que utilizar estrategias como demostraciones para que llegue a conocer y degustar el producto así conociendo el producto y degustando los clientes aceptaran y sentirán curiosidad por el nuevo producto que se va a ofrecer en el negocio.

4.- ¿Usted ha consumido alguna vez la colada de churo?

Tabla 39 Pregunta N° 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	23%
No	292	77%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

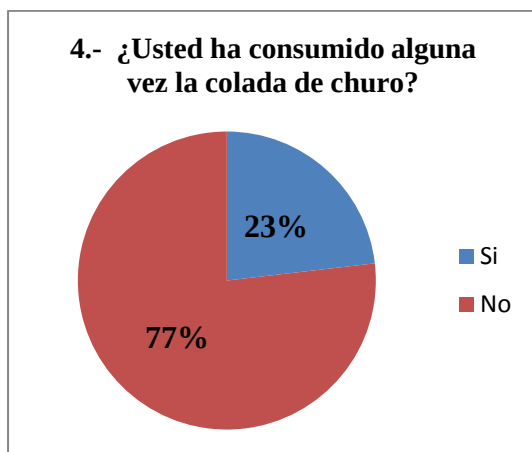


Figura 19 Pregunta N°4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Atraves de las encuesta, ¿Usted ha consumido alguna vez la colada de churo? , se tiene un 23% No y 77% Si, como porcentaje más alto es un 77% de que no han consumido la colada de churo, para el producto que se dé a conocer en el mercado se deber tener estrategias para que conozcan el producto y resulte favorable ya que las personas y turistas no conocían de esta comida típica el país.

5.- Usted ha consumido alguna vez la chicha de Jora?

Tabla 40 Pregunta N° 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	23%
No	292	77%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

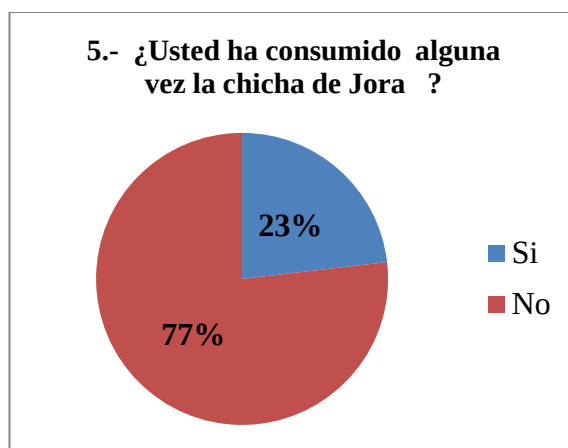


Figura 20 Pregunta N° 5

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

¿Usted ha consumido alguna vez la chicha de Jora? , Opinan un 23% No y 77% Si, de igual manera las personas y turistas no tenían conocimiento de esta bebida por lo tanto el porcentaje es alto al no conocer que es la chicha de jora a nuestro mercado y resultara favorable ya que es un nuevo producto que se va a ofrecer en el negocio.

6.- ¿Usted conoce algún restaurante típico que vendan este tipo de comida en la parroquia?

Tabla 41 Pregunta N° 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	90	24%
No	290	76%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

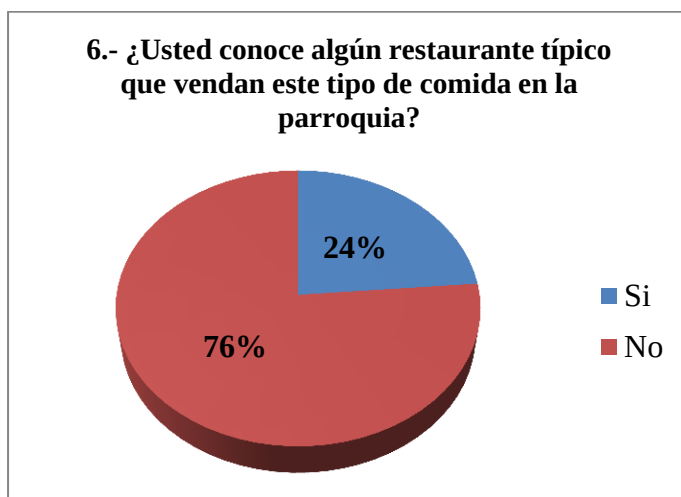


Figura 21 Pregunta N° 6

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Por medio de la encuesta, ¿Usted conoce algún restaurante típico que venda este tipo de comida en la parroquia?, se tiene un 24% Si y 76% No, esto quiere decir que la implementación de un restaurante típico de este tipo de comida es factible ya que existe un alto porcentaje de personas que no conocen de este tipo de productos y servicio en la parroquia

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

7.- ¿Le gustaría que se implemente un Restaurante de comida y bebida típica en la parroquia?

Tabla 42 Pregunta N° 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	288	76%
No	92	24%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

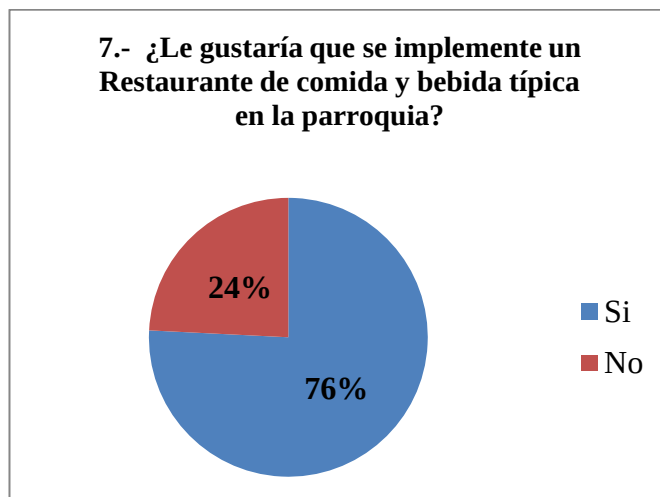


Figura 22 Pregunta N° 7

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Gracias a la encuesta realizada con respecto a ¿si le gustaría que se implemente una Restaurante de comida y bebida típica en la parroquia?, se obtiene como resultado 24% No y 76% Si, el porcentaje es más del 50% esto significa que el restaurante de comidas típicas es aceptado en la parroquia con una acogida inmediata en el establecimiento.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

8.- ¿le gustaría probar la chicha de Jora?

Tabla 43 Pregunta N° 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	321	84%
No	59	16%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

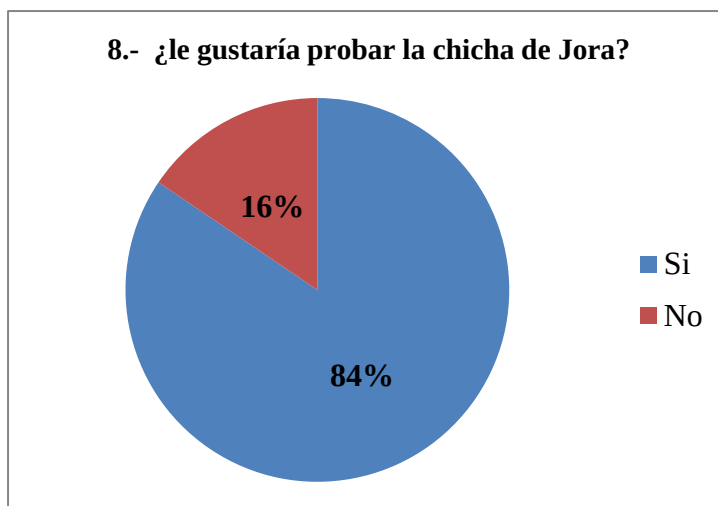


Figura 23 Pregunta N° 8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la pregunta N° 8 con respecto a si le gustaría probar la chicha de Jora como resultado es de 16% No y 84% Si, las personas sienten una breve curiosidad por probar este tipo de bebida, al obtener este resultado en un alto porcentaje se ve la aceptación del producto que se va a ofrecer en el negocio.

9.- ¿Usted con qué frecuencia visita al Restaurante de comida y bebida Típica?

Tabla 44 Pregunta N° 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Fin de Semana	185	49%
Quincenal	45	12%
Trimestral	25	7%
Semanal	125	33%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

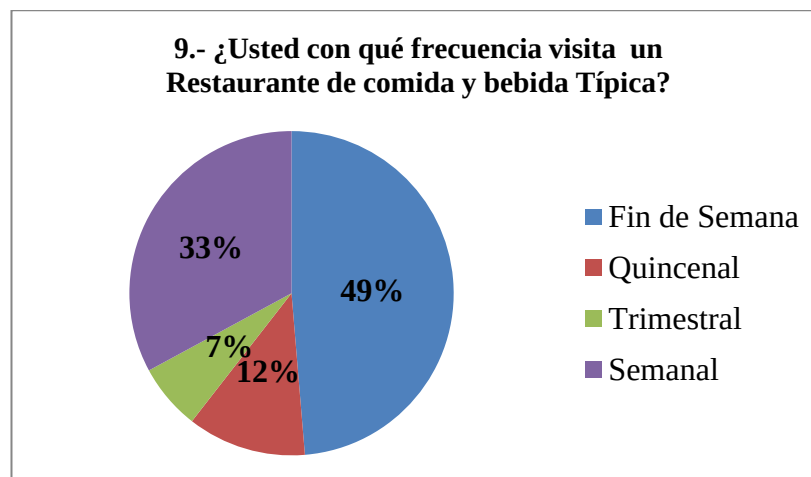


Figura 24 Pregunta N° 9

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Obteniendo como resultado a la pregunta acerca de la frecuencia que visita una Restaurante de comida y bebida típica como resultado es de 49% Fin de semana, 12% lo harían Quincenal, 7% Trimestral, 33% semanal, esto significa que las personas de la parroquia y turistas que habitan por el lugar visitarían el restaurante los fin de semana con mayor frecuencia, esto se considera como una oportunidad ya consumirán los productos ofertados.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en “La Colada De Churos” que ofrece en el Restaurante?

Tabla 45 Pregunta N° 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
3,00	245	64%
3,50	75	20%
4,00	60	16%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

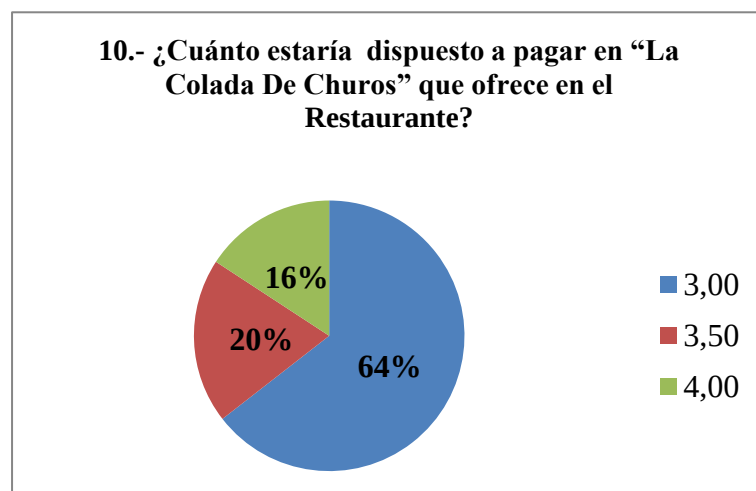


Figura 25 Pregunta N° 10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Atraves de la encuesta con relación a la pregunta a cuanto está dispuesto a pagar en la colada de churo, se obtiene 64% en 3.00, un 20% 3.50 y un 16% en 4.00, esto significa que el valor más aceptado en la parroquia es de 3.00 que están dispuesto a pagar por el producto a ofrecer para empezar el giro del negocio.

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la jarra de “La Chicha de Jora” que ofrece en el Restaurante?

Tabla 46 Pregunta N° 11

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1,00	224	59%
1,50	92	24%
2,00	64	17%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

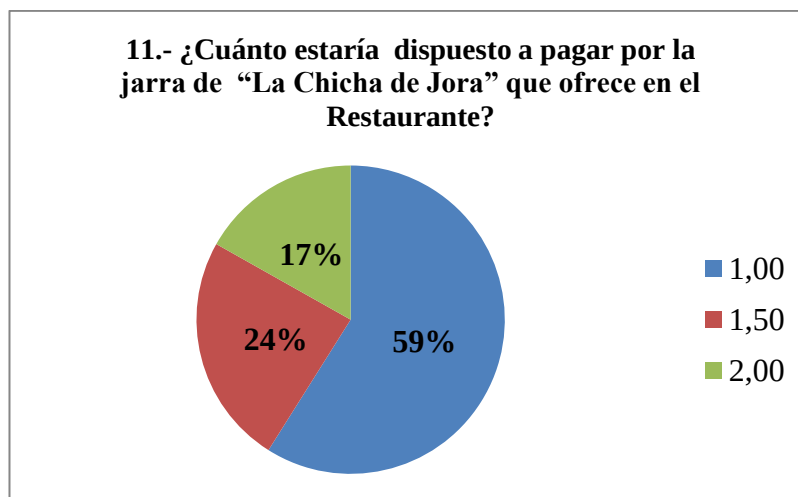


Figura 26 Pregunta N° 11

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la encuesta realizada como resultado en cuanto está dispuesto a pagar por la Jarra de la chicha de Jora, se obtiene 59% en 1.00, un 24% 1.50 y un 17% en 2.00, esto significa que el valor más aceptado en la parroquia es de 1.00 que están dispuesto a pagar por cada jarra de chicha de jora que ofrece el negocio.

12.- ¿Cuál de los siguientes factores considera usted importante en un establecimiento que venda productos alimenticios?

Tabla 47Pregunta N° 12

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	98	26%
Precio	90	24%
Servicio al cliente	79	21%
Sabor	113	30%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

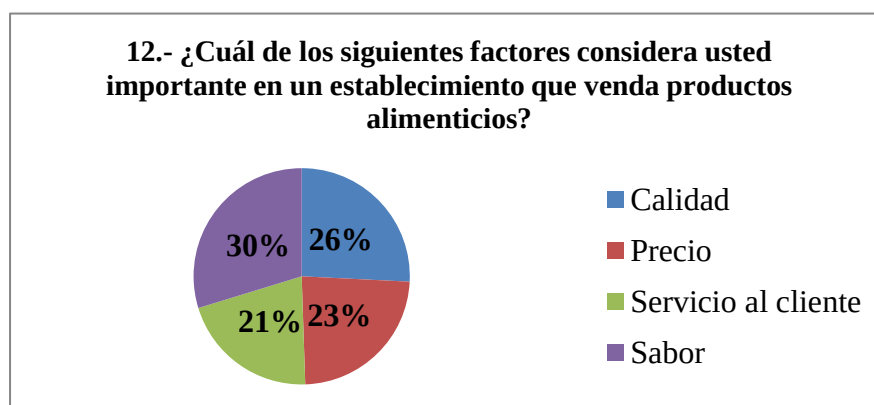


Figura 27 Pregunta N° 12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Mediante la encuesta con respecto a que factores considera usted importante en un establecimiento que venda productos alimenticios, se obtiene los siguientes datos, calidad 26%, precio 23%, servicio al cliente 21%, sabor 30% el mayor porcentaje se obtiene en el sabor, a esto tenemos que tener en cuenta que las personas prefieren que el producto a ofrecer tenga un buen sabor para así consumir el producto

13.- ¿Usted está satisfecho con las comidas típicas que venden en la parroquia?

Tabla 48 Pregunta N° 13

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	90	24%
No	290	76%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo



Figura 28 Pregunta N° 13

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Con los resultado que si está satisfecho con las comidas típicas que se vende en la parroquia se tiene un 24% Si y 76% No, esto quiere decir que las personas que habitan en la parroquia no están satisfecho con los productos que ofrecen en la parroquia dando a entender que si el negocio a implementar cumple con todas los anhelos, expectativas y satisface plenamente la necesidad del cliente el negocio progresara rápidamente y podrá cumplir con la visión establecida.

14.- ¿Por medio de que le gustaría que se dé a conocer el Restaurante?

Tabla 49 Pregunta N° 14

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Hojas volantes	89	23%
Redes Sociales	145	38%
Tarjetas de presentación	70	18%
Radios	76	20%
Total	380	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

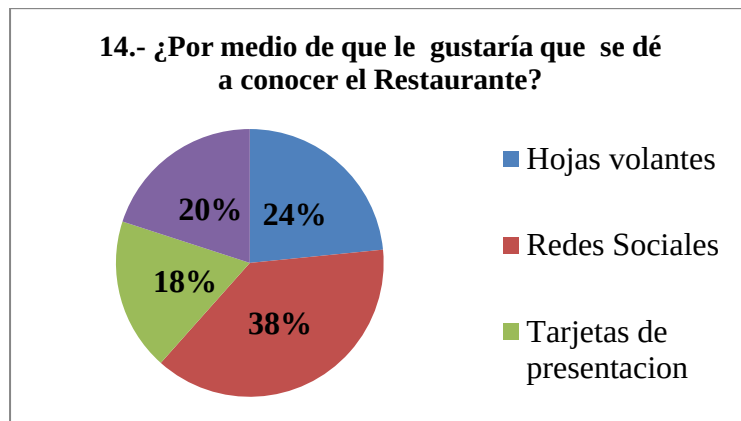


Figura 29 Pregunta N° 14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Las opiniones de las personas encuestadas, por medio de que le gustaría que se dé a conocer el Restaurante se tiene como porcentaje un 38% de redes Sociales, 24% de hojas volantes, 18% de tarjetas de presentación, 20% en Radios, dando a conocer que las personas requieren el medio de las redes sociales teniendo en cuenta que ahora en la actualidad el medio de comunicación es las redes sociales sería la estrategia perfecta para dar a conocer el producto a ofrecer en el negocio.

3.2 Oferta

A causa de (Rosales Obando , 2010, pág. 40); “Es las distintas cantidades de un bien o servicio que los productores estén dispuestos a llevar al mercado a distintos precios manteniéndose los demás determinantes invariables.”

3.2.01 Oferta histórica

Adquiere (Morles, 2007, pág. 25); “Permite proyectar el valor de una variable determinado un patrón básico de comportamiento en su información histórica usado para la elaboración de un pronóstico.”

Datos

Este producto a ofrecer no se vende en restaurantes, simplemente en los mercados, la implementación de un restaurante en el país es un cambio ya que este producto es nuevo y será un producto aceptado para todas las personas.

3.2.02 Oferta actual

Advierte (Koch, 2006, pág. 32); “Determinación de la oferta actual y futura: mencionar los factores que limitan o favorecen el aumento o disminución de la oferta en el mercado.”

3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual

Tabla 50 Oferta Actual

Año	Demanda proyectada	Oferta Actual	
		Aceptación de la competencia (%)	Oferta proyectada
2017	12.279	0,2400	2.947

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

3.2.03 Oferta proyectada

Afirma (Grajales V, 2009, pág. 9); “Unos de los objetivos básicos del proyecto es el de colocar en el mercado una cantidad determinada a precios remunerativos.”

Tabla 51 Proyección de la Oferta

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2018	12.512	0,2400	3.003
2019	12.750	0,2400	3.060
2020	12.890	0,2400	3.094
2021	13.032	0,2400	3.128
2022	13.175	0,2400	3.162

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Realizando los cálculos de la oferta proyectada se tiene como resultado un porcentaje de 24% de competencia con una proyección de 5 años en la cual en el año 2018 la oferta se tiene como resultado un 3.003 y con la proyección como resultado se tiene un 3,162 en el año 2022 como demanda, con un futuro respectivo al incremento y lograr con cabalidad a cada paso anterior mencionado con el propósito de lograr la misión propuesta en el establecimiento.

3.3 Demanda

Al mismo tiempo (Rosales Obando , 2010, pág. 25); “Son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuesto a comprar a los diferentes precios, manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado.”

3.3.01 Demanda Histórica

Agrega (Varian, 2007, pág. 345); “El análisis del comportamiento histórico se hace con el propósito de recopilar la información estadística que pueda servir como base para hacer proyecciones.”

3.3.02 Demanda Actual

Hay que mencionar (de Anta , 2009, pág. 73); “Ahora podemos examinar métodos prácticos para estimar la demanda actual del mercado. Los ejecutivos de marketing quieren estimar el potencial total del mercado, el potencial del área de mercado, las ventad totales de la industria y las participaciones de mercado.”

Tabla 52 Porcentaje de Aceptación
Población Parroquia

32.357

Porcentaje de Aceptación		76,00%
32.357,00	*	76,00%
		24.591

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

**Tabla 53 Frecuencia de Consumo
Población que acepta el Producto**

	24.591
Frecuencia de consumo (% más alto)	49,00%
24.591,32	* 49,00%
	12.050

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual

Tabla 54 Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	12.279	1	12.279

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

3.3.03 Demanda Proyectada

(Managua, 2005, pág. 16); “Cuando se presume que existirá una demanda por los bienes o servicios que se producirán a través de un proyecto, pero no se trata de cuantificar esta demanda, se habla de una demanda proyectada implícita.”

Tabla 55 Proyección de la Demanda

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	12.279	1,0190	12.512
2019	12.512	1,0190	12.750
2020	12.750	1,0110	12.890
2021	12.890	1,0110	13.032
2020	13.032	1,0110	13.175

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

Al realizar el cálculo de la demanda proyectada considerando un crecimiento poblacional de un porcentaje 1,0190 % por los años 2018,2019 y un porcentaje 1,0110% por los años 2020,2021,2022 en un periodo de tiempo de 5 años, se obtiene como resultado que para el año 2018 se contara con un promedio de consumo de 12.512 en el sector y que hasta el año 2022 se obtendrá un incremento de 13.175 , a esto se lo considera como una gran oportunidad debido que el establecimiento contara con un porcentaje de consumo satisfactorio.

3.4 Balance Oferta-Demanda

Es la situación normal, que el mercado se encuentre equilibrado, se oferta tanto como se demanda, es decir que todo lo que hay para vender se vende, en caso si la demanda es mayor a la oferta tendremos como resultado como una demanda insatisfecha.

3.4.01 Balance Actual

Tabla 56 Balance Actual

Cálculo Demanda Insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2017	12.279	2.947	9.332

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

3. 4.02 Balance proyectado

Tabla 57 Demanda Insatisfecha

Cálculo Demanda Insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2018	12.512	3.003	9.509
2019	12.750	3.060	9.690
2020	12.890	3.094	9.797
2021	13.032	3.128	9.904
2022	13.175	3.162	10.013

Fuente: Investigación propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Luego de haber realizado el cálculo matemático para determinar la demanda insatisfecha en el sector, con un periodo de 5 años, se obtiene que para el año 2018 existirá 9.509 y que para el año 2022 concurrirá un incremento de 10.013, esto significa que si el negocio ofrece productos de calidad con un excelente servicio y aplica varias estrategias como la publicidad, promociones, y logra posicionar la marca en el mercado, las personas tendrán credibilidad y visitaran seguido en el Restaurante .

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

Admite (Erossa, 2004, pág. 99):

El estudio técnico se concentra en unidades física de insumos y productos y maquinaria y equipo procesos de producción, etc. Sin embargo, estas informaciones técnicas y físicas tienen que transformarse en unidades monetarias, para luego, realizar el cálculo de las inversiones.

4.1 Tamaño del Proyecto

Adquiere (Rosales Posas, 2007, pág. 117); “El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se esté formulando, pues cada proyecto tiene características particulares que, al final, limitarán su tamaño.”

4.1.01 Capacidad Instalada

Advierte (Sepúlveda, 2004, pág. 43); “Es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos.”

Tabla 58 Capacidad Instalada Colada de Churo
Capacidad Instalada

TRABAJADORES	2
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	180
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	4320
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	51840
PRECIO	3,00
TOTAL	155.520,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: M. Belén Vásquez

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 59 Capacidad Instalada Chicha de Jora
Capacidad Instalada

TRABAJADORES	1
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	110
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	2640
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	31680
PRECIO	1,00
TOTAL	31.680,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: M. Belén Vásquez

Análisis

En la capacidad instalada en los productos a ofrecer se tiene como total en la Colada de Churo se tiene un total 155.520,00 de como precio anual total en el mercado y en el producto de Chicha de Jora se tiene un total anual de 31.680,00 dando un total de 187.200,00 dólares anuales en los dos productos que se va a ofrecer en el negocio.

4.1.02 Capacidad Óptima

Afirma (Sanchez Martin, 2011, pág. 298); "Será aquella que cumpla dos aspectos: que permita alcanzar los objetivos económicos financieros pretendidos por la dirección de centro y que cumpla con las expectativas generadas por los clientes, que sea valorada como aceptable o positiva por los clientes."

Tabla 60 Capacidad Óptima Colada de Churo

Capacidad Óptima	
TRABAJADORES	2
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	180
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	4320
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	51840
% DE ACEPTACIÓN	0,76
TOTAL	39.398,40
% DE FRECUENCIA	0,49
TOTAL	19.305,22
PRECIO	3
TOTAL	57.915,65

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: M. Belén Vásquez

Tabla 61 Capacidad Óptima Chicha de Jora

Capacidad Óptima	
TRABAJADORES	1
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	110
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	2640
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	31680
% DE ACEPTACIÓN	0,84
TOTAL	26.611,20
% DE FRECUENCIA	0,49
TOTAL	13.039,49
PRECIO	1,00
TOTAL	13.039,49

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: M. Belén Vásquez

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

En la capacidad óptima de la colada de churo con un porcentaje de aceptación de 76% se tiene un total de 57.915,65 y la chicha de jora con una aceptación de 84% se tiene un total de 13.039,49 de personas que quieren degustar este producto que se va a ofrecer en el mercado con un 49% de frecuencia que visitan el negocio teniendo un total de los productos a ofrecer de 70.955,14 dólares.

4.2 Localización

Agrega (Greco, Diccionario de Finanzas, 2004, pág. 167); "Define la capacidad del individuo de determinar la ubicación de la fuente."

4.2.01 Macro localización

La macro localización es la ubicación del negocio o zona general de donde se va a realizar o instalar el proyecto.

Macro Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	San Antonio de Pichincha
Sector	Mitad del Mundo

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: M. Belén Vásquez

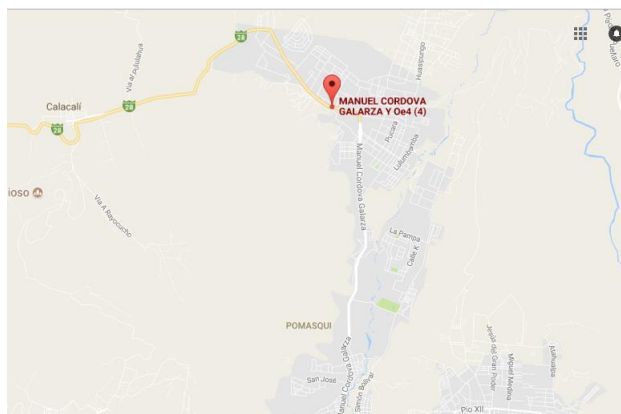
Mapa de Quito



Fuente: Google Maps

4.2.02 Micros localización

Son los aspectos relativos a los asentamientos de actividades productivas se selecciona la precisión de las áreas denominadas sitio.



Fuente: Google Maps

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.2.03 Localización Óptima

El proyecto se ubicara en la calle 29 de Mayo y Manuel Córdova Galarza (Mitad del mundo) debido que el sitio es frecuentado por turistas y personas ya que el lugar es un sitio turístico.

Tabla 62 Localización Óptima

Factor Relevante	Ponderación	Calle 29 de Mayo	Manuel Córdova Galarza
		Calificación	Total
Vía Accesible	0,25	8	2,00
Cercanía Mercado	0,10	8	0,80
Servicios Básicos	0,15	8	1,20
Seguridad	0,15	10	1,50
Transporte	0,10	7	0,70
Costo Arriendo	0,10	8	0,80
Competencia	0,15	8	1,20
Total	1,00	8,14	7,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Para la ubicación el lugar a implementar del proyecto al inicio se contó con dos ubicaciones, la calle 29 de Mayo como la principal y Manuel Córdova Galarza el segundo lugar, por lo tanto se consideró que los factores relevantes para la toma de decisión correcta, que luego de una importante investigación se ha tomado la decisión de implementar el negocio, al ser un punto estratégico para ofertar los productos y tener una demanda muy importante en la parroquia.

4.3 Ingeniería del producto

Apela (Suñé, Gil, & Arcusa, 2004, pág. 79); “Es el responsable de la funcionalidad final del Producto, de la tecnología necesaria y del diseño detallado. Se suele encuadrar en las áreas de Investigación y Desarrollo”

4.3.01 Definición del producto o servicio

Producto

Arguye (Fabara P, 2010, pág. 356); “Comprende todos los bienes y servicios resultantes de la actividad económica, de un individuo, empresa o nación. También se lo emplea como sinónimo de producto nacional.”

Servicio

Averigua (Fabara P, 2010, pág. 402); “Toda prestación de carácter intangible que contribuye al bienestar de las personas, individual o colectivamente.”

4.3.02 Distribuciones de la planta

Tabla 63 Distribución de la Planta

Áreas	Dimensiones	Total
Área Administración	3m*4m	12m ²
Baño Administración	1,44m*1,44m	2,07m ²
Cajero	1,50m*1,50m	3m ²
Área Producción	6m*6m	36m ²
Bodega	4m*3m	12 m ²
Área de Ventas	8m*9m	72m ²
Baño Clientes	1,44 m*1,44 m	2,07 m ²
Parqueadero	12,5 m ² *3	37,5 m ²
Total		176,64m ²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

4.3.02.01 Código de Cercanía

Tabla 64 Código de Cercanía

1 Por procesos

2 Por gestión administrativa

3 Necesidad

4 Ruido

5 Higiene

6 Seguridad

4.3.02.02 Razones de cercanía

Tabla 65 Razones de Cercanía

A Absolutamente necesario que este cerca

E Especialmente necesario que este cerca

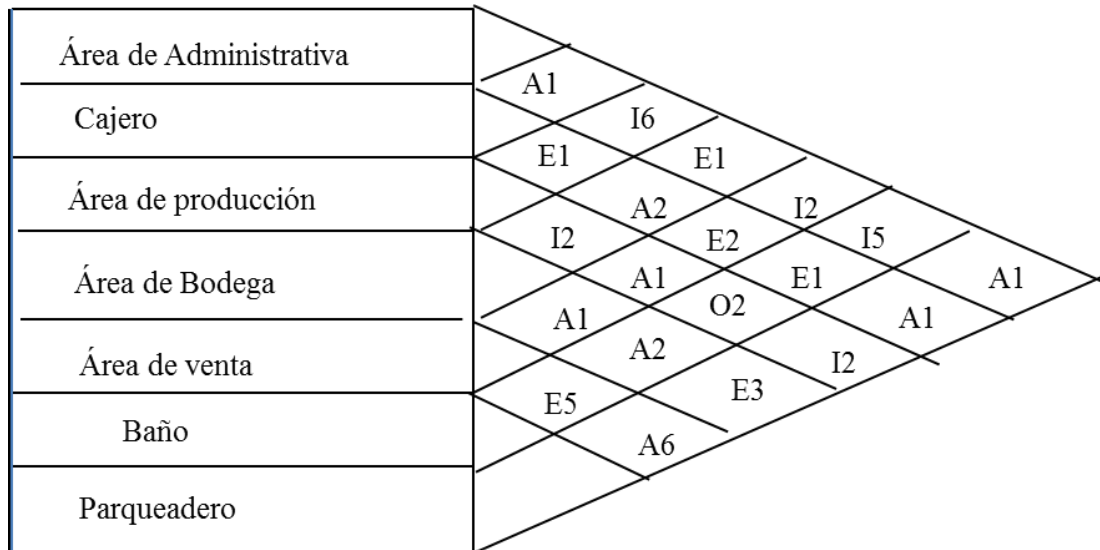
I Importante que este cerca

O Cercanía Ordinaria

U Cercanía Indiferente

X Cercanía Indeseable

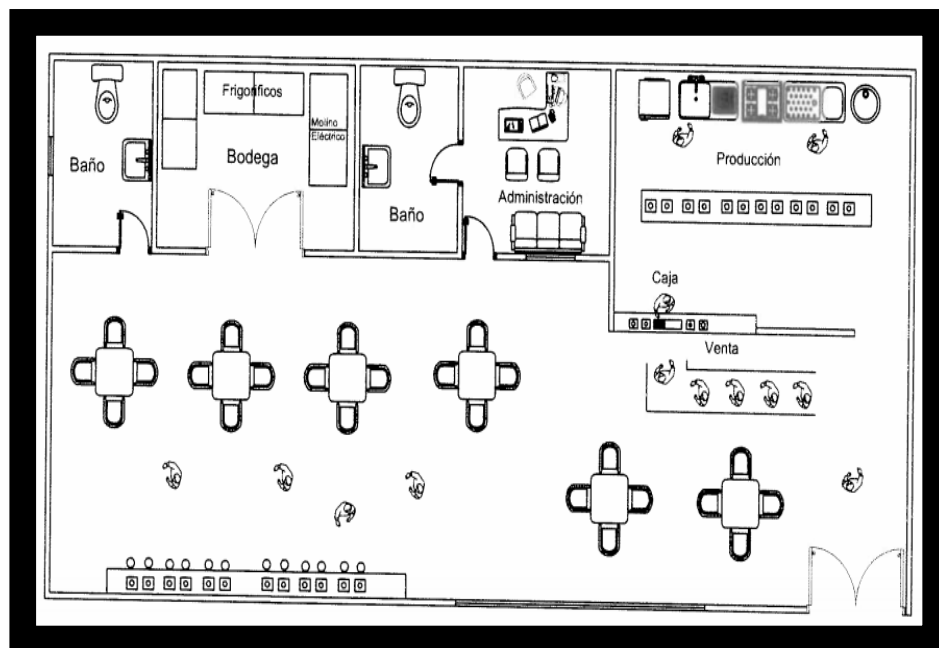
4.3.02.03 matriz triangular



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Distribución de la planta



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

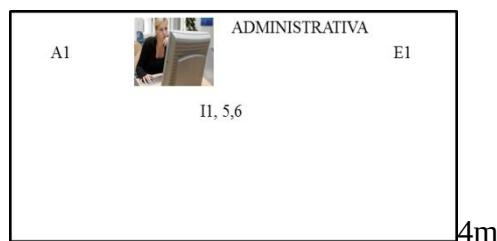
CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabulación de la matriz triangular

A		E
	I	
O	U	X

Área administrativa

3m



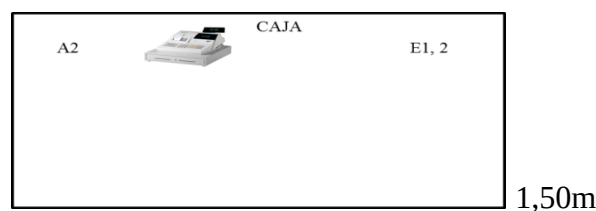
Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

En el área de administración se encuentra el propietario del negocio para controlar las actividades y objetivo planteado para la empresa.

Área Caja

1,50m



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

El área de caja es donde realizaran la facturación y pedido de los productos a degustar de los clientes.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Área de producción

6m



Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

El área de producción se encargara de revisar los productos de la materia prima para controlar las perfectas condiciones que entre a la empresa y realizar los productos ya listo.

Área de bodega

4m



Fuente: Investigación Propia

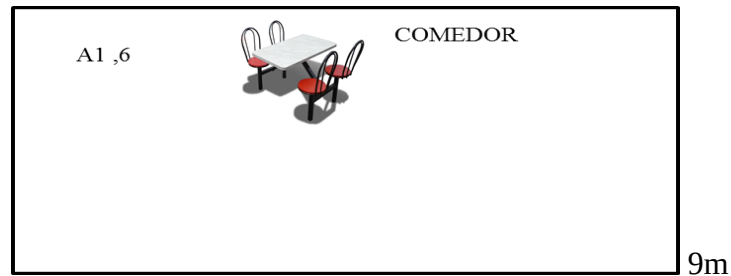
Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

El área de bodega es encarga en revisar cada productos entregado por el proveedor, que estén en buen estado para así guardar en el sitio establecido para que esté listo para la producción

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Área de comedor

8m



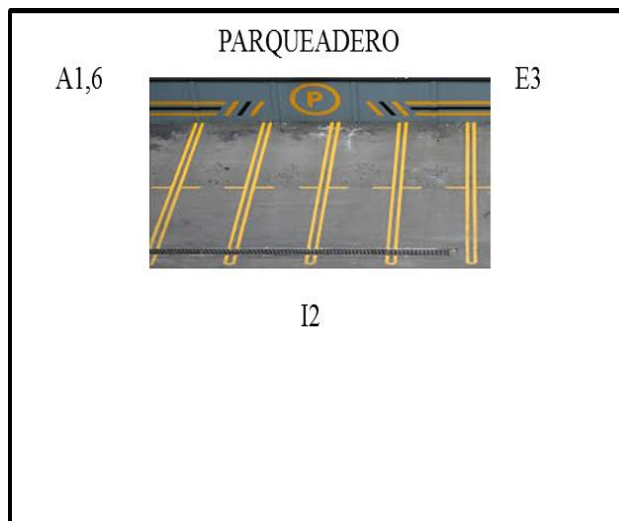
Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

El área de comedor es donde los clientes degustaran los productos a ofrecer en el negocio.

Parqueadero

12,5m *3



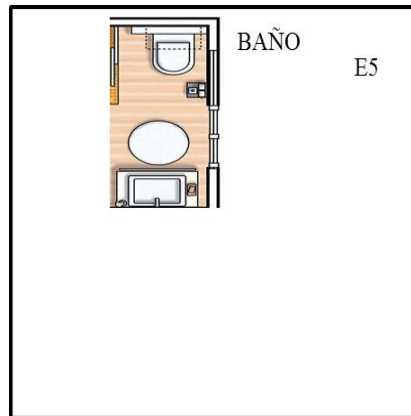
Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Área de parqueadero es donde los clientes dejen su auto sin ningún problema y mayor seguridad para degustar tranquilo los productos.

Área de Baño

1,44m



1,44 m

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

El área de baños, los clientes que puedan hacer uso de esta área antes de o después de consumir el producto para su higiene personal

4.3.03 Proceso productivo

Concuerda (Corchuelo & Valor, 2006, pág. 157); "Un proceso productivo es técnicamente eficiente si no es posible fabricar el mismo nivel de producción utilizando menos cantidad de algún factor y no más de los restantes."

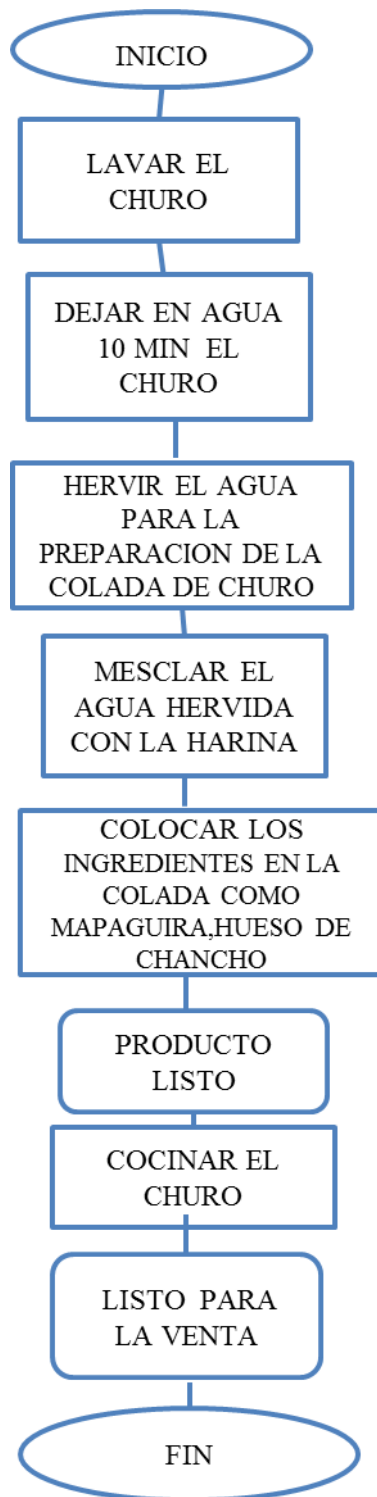


Figura 30 Proceso de Colada de Churo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 66 Proceso de Colada de Churo

Área	Actividades	Tiempo
Área de producción	Lavar bien el churo con agua fría	10 Minutos
Área de producción	Hervir el agua en una olla de 25 libras	30 Minutos
Área de producción	Mesclar la harina con el agua.	5 Minutos
Área de producción	Mesclar los condimentos necesario para dar el sabor a la colada	25 Minutos
Control de calidad	Verificar si la comida preparada está listo para la venta	15 Minutos
Área de venta	Listo para la venta	10 Minutos
TOTAL		1 Hora 35 Minutos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

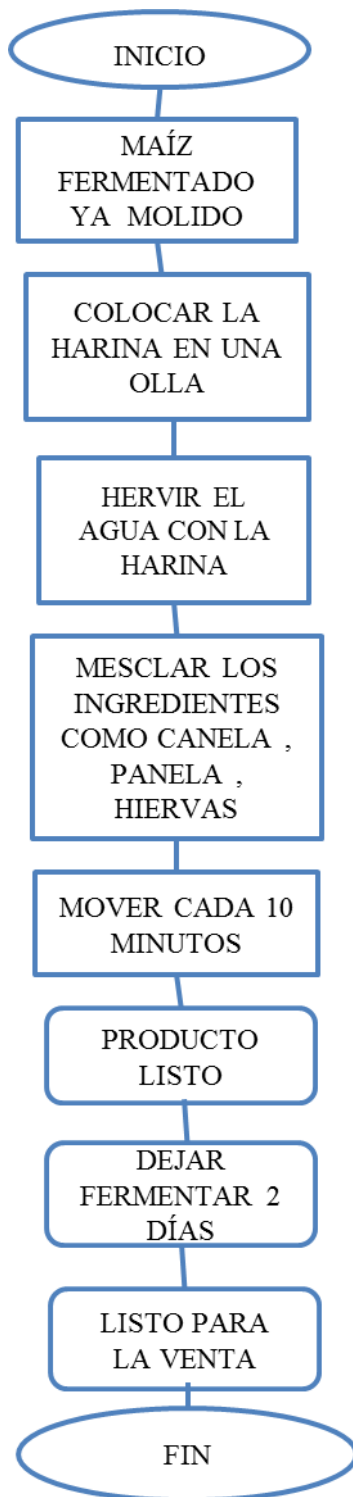


Figura 31 Proceso de Chicha de Jora

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 67 Proceso de Chicha de Jora

Área	Actividades	Tiempo
Área de producción	Comprar el maíz fermentado	10 Minutos
Área de producción	Hervir el agua en una olla de 50 libras	30 Minutos
Área de producción	Mesclar la harina con el agua.	5 Minutos
Área de producción	Mesclar los condimentos necesario para dar el sabor a la chicha	20 Minutos
Control de calidad	Cernir el producto ya listo	30 Minutos
Área de producción	Verificar si la comida preparada está listo para la venta	15 minutos
Área de venta	Exhibición del producto	10 Minutos
	TOTAL	1 Horas , 30 Minutos

Después que el producto ya este listos en su elaborado se deja fermentar por dos días

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

4.3.04 Maquinaria y Equipo

Maquinaria

Conduce (Gerhard , 2007, pág. 173); “La maquinaria constituye uno de los inventarios más valiosos de una empresa constructora y, por eso, su administración adquiere la mayor trascendencia.”

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Equipo

Confirma (Pierre, 2005, pág. 16); "La utilización de término equipo es reciente, tanto en el vocabulario pedagógico como en los textos administrativos."

Tabla 68 Maquinaria

Maquinaria

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
2	Cocinas Industrial	440,60	881,20
1	Licadoras	70,00	70,00
1	Congeladora	655,00	655,00
1	Caja Registradora	350,00	350,00
1	Olla de 25 litros	80,00	80,00
1	Olla de 50 litros	100,00	100,00
Total Maquinaria			2.136,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Son maquinaria y equipos que el restaurante ocupara para la elaboración de los productos ofertados

Tabla 69 Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	Escritorios	100,00	100,00
2	Sillas Giratorias	55,00	110,00
2	Sillas normales	13,00	26,00
10	Mesa	40,00	400,00
1	Mostrador de caja	290,00	290,00
40	Silletas	25,00	1000,00
25	Jarras de 2 Litros	2,50	62,50
50	Vasos Medianos (Cristales)	1,50	75,00
50	Platos Soperos (Cristales)	2,00	100,00
50	Platos Tendidos	2,00	100,00
10	Platos de ají pequeños	1,25	12,50
10	Cucharas Pequeños (Fiero)	1,00	10,00
50	Cucharas (Fiero)	1,00	50,00
10	Saleros	2,10	21,00
10	Azucareras	3,00	30,00
10	Canastas	1,05	10,50
10	Numeración de mesa	1,25	12,50
2	Basureros	2,50	5,00
10	Manteles	5,00	50,00
10	Cartas	1,50	15,00
Total Muebles y Enceres			2410,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Son muebles y enseres que el restaurante necesitara para ofrecer los productos y tener una buena calidad y un buen servicio para la satisfacción a todos los clientes

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 70 Equipo de Computación

Equipo de Computación

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
2	Computadoras	640,00	1280,00
1	Impresora	120,00	120,00
Total Eq. de computación			1.400,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Son equipos de computación que servirán mucho para la empresa.

Tabla 71 Equipo de Oficina

Equipo de oficina

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
2	Calculadora	17,00	50,00
1	Teléfonos	70,00	70,00
1	Grapadora	10,00	10,00
1	Perforadora	10,00	10,00
Total Equipo de Oficina			104,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Las maquinarias y equipos son materiales y herramientas de gran uso para el negocio, en diferentes áreas como por ejemplo en la áreas de producción los equipo serán de buen uso para elaborar los productos y en la área de muebles y enseres también son herramientas de gran usos para la área de ventas y puedan usar los clientes y en la área de oficina también son maquinaria que constituye uno de los inventarios más valiosos de una empresa.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CAPÍTULO V

5. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

Ingresos Operacionales

Menciona: (Sarmiento, 2007, pág. 22) ; “son considerados las unidades obtenidas por la venta de mercaderías; es decir, es la diferencia establecida entre el precio de costo y el precio de venta.”

Ingresos No operacionales

Manifiesta (Sarmiento, 2007, pág. 22): “son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal”

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Productos	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso
Colada de Churo	19305	\$ 3,00	57.915,65	19672	3,01	59204,85	20046	3,02	60523,50	20427	3,03	61871,18	20815	3,04	63248,14
Chicha de Jora	11798	\$ 1,00	11797,63	12022	1,00	12060,47	12250	1,01	12328,53	12483	1,01	12603,22	12720	1,01	12883,60
TOTALES	31103		69.713,28	31694	4,01	71265,32	32296	4,03	72852,02	32910	4,04	74474,40	33535	4,05	76131,74

Figura 32 Calculo Ingresos Operacionales

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se puede analizar los ingresos operacionales de los productos ofertados, proyectado es en 5 años en la cual se tiene como resultado un total de Ingresos 76131,74

5.2 COSTOS

Contradice (Cuevas, 2008, pág. 3):

Esta desempeña un papel destacado en los informes financieros, pues los costos del producto o del servicio son una componente de significativa importancia en la determinación del ingreso y en la posición financiera de toda organización. La asignación de los costos es, también básica en la preparación de los estados financieros. En general, la contabilidad de costos se relaciona con la estimación de los costos, los métodos de asignación y la determinación de costo de bienes y servicios.

5.2.1 Costos Directo

Declara (Suarez , 2008, pág. 25); “Es la suma de material, mano de obra y equipo necesarios para la realización de un proceso productivo.”

Tabla 72 Costos Directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 2.107,44	\$ 25.289,28
Mano de obra Directa	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Prestaciones sociales	\$ 309,85	\$ 3.718,20
Total		\$ 38.007,48

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Materia Prima

Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	valor total
Churos	3456	Libras	4,00	13.824,00
Harina	1440	Libras	1,00	1.440,00
Condimentos	2304	gr. En cucharas	0,02	46,08
Agua	21600	Litros	0,03	648,00
Manteca de chanco	1152	Libras	2,50	2.880,00
Limones	10080	Unidades	0,05	504,00
Maíz	1440	Libras	1,25	1.800,00
harina de jora	1728	Libras	1,25	2.160,00
Panela	1440	Libras	0,70	1.008,00
Canela	576	Libras	1,70	979,20
TOTAL				25.289,28

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Son costos de la materia prima principales que se usaran en la producción para la elaboración de los productos a y las mano de obra directo calculados, mensualmente y anualmente.

5.2.2 Costos Indirecto

Defiende (Suarez , 2008, pág. 25); “Es la suma de gastos técnico-administrativos necesarios para la correcta realización de cualquier proceso productivo.”

Tabla 73 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS

Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	\$ 20,55	\$ 246,60
Útiles de aseo	\$ 13,75	\$ 165,00
útiles de oficina	\$ 6,64	\$ 79,65
Depreciación de Maquinaria		\$ 213,62
Total		\$ 704,87

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

Los costos indirectos son costos de fabricación que se utiliza en las empresas para la producción de los productos a utilizar tanto como los materiales como de aseo y de oficina que se utiliza en producción.

5.2.3 Gasto Administrativos

Expone (Colin, 2002, pág. 176) :

Costo de administrar y controlar un negocio, lo que incluye los honorarios de los administradores, sueldos, renta de la oficina, luz, calefacción, honorarios legales y de auditoria, servicios contables, etcétera. No incluye costos de investigación y desarrollo, gastos de manufactura ni de venta o distribución.

Tabla 74 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	895,00	10.740,00
Prestaciones Sociales	318,10	3.817,14
Servicios básicos	17,20	206,40
Útiles de Aseo	21,20	254,40
Útiles de Oficina	15,35	184,20
Arriendo	250,00	3.000,00
Depreciación equipo de computo		253,33
Depredación de Equipo de Oficina		10,40
Depreciación muebles y enseres		241,00
TOTAL		18.706,87

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En esta tabla se registra los gastos administrativos que tiene la microempresa calculados mensualmente y anualmente.

Tabla 75 Proyección de Gastos Administrativo
Proyección de Gastos Administrativos

Descripción	inflación	Valor anual	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldos	0,32%	10.740,00	14.176,80	18.713,38	24.701,66	32.606,19	43.040,17
Prestaciones Sociales	0,32%	3.817,14	5.038,62	6.650,98	8.779,30	11.588,68	15.297,05
Servicios básicos	0,32%	206,40	272,45	359,63	474,71	626,62	827,14
Útiles de Aseo	0,32%	254,40	335,81	443,27	585,11	772,35	1.019,50
Útiles de Oficina	0,32%	184,20	243,14	320,95	423,65	559,22	738,17
Arriendo	0,32%	3.000,00	3.960,00	5.227,20	6.899,90	9.107,87	12.022,39
Depreciación equipo de computo	0,32%	253,33	334,40	441,41	582,66	769,11	1.015,22
Depreciación de Equipo de Oficina	0,32%	10,40	13,73	18,12	23,92	31,57	41,68
Depreciación muebles y enseres	0,32%	482,00	636,24	839,84	1.108,58	1.463,33	1.931,60
TOTAL		18.947,87	27.029,19	35.033,77	45.599,50	59.545,94	77.954,92

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se registran los gastos administrativos anuales proyectados hasta 5 años en la cual tenemos un valor de 77954,92

5.2.4 Gasto de Ventas

Expresa (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 62); “El costo de ventas es el costo de la mercancía que adquiere o produce una compañía y que después vende.”

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 76 Gasto de Venta

Gasto de Venta

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Prestaciones sociales	\$ 154,93	\$ 1.859,10
servicios básicos	\$ 33,50	\$ 402,00
Publicidad	\$ 18,92	\$ 227,00
TOTAL		6988,10

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En esta tabla se registran los valor correspondiente al sueldo, prestaciones sociales corresponde al departamento de producción además se registran los servicios básicos que se utilizara en la microempresa.

Tabla 77 Proyección Gasto Venta

Proyección Gasto Venta

Detalle	Inflación	valor anual	2018	2019	2020	2021	2022
Gasto Venta	0,32%	6988,10	9224,29	12176,07	16072,41	21215,58	28004,56

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla registra la proyección hasta los 5 años de los gastos de venta con un total de 28004,56

5.2.5 Costos Financieros

Otorga (Morales Castro & Morales Castro , 2002, pág. 332); “Los costos

financieros se pueden disminuir si se aprovechan las deficiencias en la determinación

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

de precios, si se pueden evadir controles cambiarios y otras regulaciones, y si se establece una cobertura de riesgos cambiarios.”

5.2.6 Costos Fijos y Variables

Costos Fijos

Piensa (Case & Fair, 2008, pág. 217); “Los costos fijos son los costos que no cambian cuando se modifica la producción de una empresa.”

Costos Variables

Propone (Case & Fair, 2008, pág. 217); “Los costos variables son los costos que dependen del nivel de producción elegido o varían de acuerdo con él.”

Tabla 78 Costo Fijo y Costos Variable Proyectado

DETALLE	2018	2019	2020	2021	2022
COSTO FIJO					
Gasto Administrativo	10.740,00	1.4176,80	18.713,38	24.701,66	32.606,19
Mano de obra Directo	9.000,00	11.880,00	15.681,60	20.699,71	27.323,62
Arriendo	3.000,00	3.960,00	5.227,20	6.899,90	9107,87
Depreciación	504,73	666,25	879,45	1.160,87	1.532,35
Amortización	396,00	396,00	396,00	396,00	396,00
Costo financiero	1.181,98	1.321,81	1.478,18	1.653,05	1.848,61
TOTAL COSTO FIJOS	16.029,11	20.793,31	27.053,83	35.286,19	46.117,64
COSTO VARIABLES					
Materia Prima	25.289,28	33.381,85	44.064,04	58.164,53	76.777,19
Servicio Básicos	206,40	272,45	359,63	474,71	626,62
Costo Indirecto de Fabricación	704,87	930,43	1.228,17	1.621,18	2.139,96
Gasto de venta	6.988,10	9.224,29	12.176,07	16.072,41	21.215,58
TOTAL COSTO VARIABLE	4.1982,25	55.416,57	73.149,87	96.557,83	127.456,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis:

En la siguiente tabla se analiza los costos fijos y costos variables proyectados a 5 años para poder tener una visión futura.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.2 INVERSIONES

Ratifica (Marín, Ketelhohn, & Montiel, 2007, pág. 22):

Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial.

5.2.1 Inversión Fija

Reafirma (Gregorio Rebeco , 2007, pág. 792); “Se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se usa para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usara para producir nuevos bienes.”

5.2.1.1 Activos Fijos

Recomienda (Ribaya Mallada, 2008, pág. 169); “Al hablar de activo fijo debemos diferenciar el material e inmaterial, pues los costes asociados a los mismos van a ser diferentes.”

Tabla 79 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 2.136,20
Muebles y Enseres	\$ 2.480,00
Equipo de Computo	\$ 760,00
Equipo de oficina	\$ 104,00
TOTAL	\$ 5.480,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla tenemos los Activos fijos que son maquinaria y equipos, muebles y enseres, equipo de computación, equipo de oficina que se utilizaran en el Restaurante evaluado con sus precios respectivos.

5.2.1.2 Activos Nominales (Diferidos)

Recuerda (Briceño P. , 2013, pág. 28); “Son pagos por servicio y derecho que tiene que realizarse para que el proyecto se implemente. Intangibles típicos son las franquicias, gastos por licencias y permisos, y gastos de puesto en marcha.”

Tabla 80 Activos Nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	260
Gastos de Publicidad	136
TOTAL	396

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se puede observar los gastos de organización que tiene el Restaurante.

5.2.2 Capital de Trabajo

Relaciona (Fernandez Espinoza, 2007, pág. 117); “Las inversiones que reflejan incrementos en las ventas, ocasionan necesidades adicionales en los rubros de cuentas por cobrar. Para compensar esto, se da un aumento parcial en las fuentes espontáneas de financiamiento especialmente del rubro de cuentas por paga.”

Tabla 81 Capital de trabajo
Capital de Trabajo

	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	2.107,44	2.107,44	2.107,44
Servicios Básicos	20,55	20,55	20,55
Mano de obra directa	750,00	750,00	750,00
Arriendo	250,00	250,00	250,00
TOTAL	3.127,99	3.127,99	3.127,99

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

5.2.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Analizando la tabla anterior, podemos apreciar que para la inversión total será un valor de \$9004,19 para lo cual el 17% será de recursos propios y el 83% será financiado por un préstamo con un interés de 11,83% a cinco años anuales.

Tabla 82 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	\$ 5.480,20	\$ 104,00	\$ 5.376,20
Maquinaria y Equipo	\$ 2.136,20		\$ 2.136,20
Muebles y Enseres	\$ 2.480,00		\$ 2.480,00
Equipo de Computo	\$ 760,00		\$ 760,00
Equipo de oficina	\$ 104,00	\$ 104,00	
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 396,00	\$ 396,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 260,00	\$ 260,00	
Gastos de Instalación	\$ 0,00	\$ 0,00	
Capacitación de Personal	\$ 0,00	\$ 0,00	
Gastos de Publicidad	\$ 136,00	\$ 136,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.127,99	\$ 1.020,55	\$ 2.107,44
Materia Prima Existente	\$ 2.107,44		\$ 2.107,44
Servicios Basicos	\$ 20,55	\$ 20,55	
Mano de obra directa	\$ 750,00	\$ 750,00	
Arriendo	\$ 250,00	\$ 250,00	
TOTAL	\$ 9.004,19	\$ 1.520,55	\$ 7.483,64
	100%	17%	83%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.2.4 Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

Representa (Lozado & Benito, 2008, pág. 73); “Se define como un tipo de operación financiera cuyo objetivo es devolver (amortizar) un cierto capital financiero, mediante una serie de ingresos periódicos (términos amortizativos).”

Tabla 83 Amortización (Valor e Interés)

	Amortización francés
Inversión 100%	\$ 9.004,19
Financiamiento 59 %	\$ 7.483,64
Plazo	5 Anual
Interés	11,83% Anual

#	Amortización	interés	valor anual	saldo insoluto
0				\$ 7.483,64
1	\$ 1.181,98	\$ 885,31	\$ 2.067,30	\$ 6.301,66
2	\$ 1.321,81	\$ 745,49	\$ 2.067,30	\$ 4.979,84
3	\$ 1.478,18	\$ 589,12	\$ 2.067,30	\$ 3.501,66
4	\$ 1.653,05	\$ 414,25	\$ 2.067,30	\$ 1.848,61
5	\$ 1.848,61	\$ 218,69	\$ 2.067,30	(\$ 0,00)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se registra el valor a pagar ya que la microempresa debe realizar un préstamo con un interés de 11,83% a plazos de 5 años.

Tabla 84 Depreciación Activos Diferidos

	Depreciación Activo Diferido						
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Activos Nominales	396,00	5	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis:

En la siguiente tabla se tiene un valor de 396 con una vida útil de 5 años en la cual se pagara 79,20 en los 5 años proyectado.

5.2.5 Depreciaciones (Tabla de Depreciaciones)

Revela (Brock & Palmer, 2008, pág. 427); “Depreciación es la palabra utilizada en contabilidad para describir la transferencia periódica del coste de adquisición a gastos, para bienes de activo fijo tales como edificios, maquinaria, equipos, mobiliario y enseres (pero no terrenos).”

Tabla 85 Depreciación

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	2.136,20	10	213,62	213,62	213,62	213,62	213,62
Muebles y Enseres	2.410,00	10	241,00	241,00	241,00	241,00	241,00
Equipo de oficina	104,00	10	10,40	10,40	10,40	10,40	10,40
Equipo de Computación	760,00	3	253,33	253,33	253,33	253,33	253,33
TOTAL			718,35	718,35	718,35	465,02	465,02

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se registra la depreciación de los activos fijos que se usaran en la microempresa para prevenir la necesidad de un reemplazarlo en un determinado activo al fin de su vida útil.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.2.6 Estado de Situación Inicial

Se opone (Campos Huerta, 2010, pág. 306); “Es un estado financiero que muestra la situación financiera de la empresa a una fecha determinada “

RESTAURANTE TIPCIOCO DEL ECUADOR "DANNA"					
Balance General					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017					
ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
Bancos	\$ 3.127,99	\$ 3.127,99	Cuentas por pagar	-	
			Total Pasivo Corriente	-	
ACTIVOS NO CORRIENTE			PASIVO LARGO / PLAZO		
Propiedad planta y equipo	\$ 5.480,20	\$ 5.480,20	Prestamos	\$ 7.483,64	
Equipo de Oficina	\$ 104,00				
Maquinaria o Equipos	\$ 2.136,20		TOTAL DE PASIVO		\$ 7.483,64
Equipo de Computo	\$ 760,00				
Muebles y Enseres	\$ 2.480,00		PATRIMONIO		\$ 1.520,55
			Capital	\$ 1.520,55	
OTROS ACTIVOS					
Gastos de Organización	\$ 260,00	\$ 396,00			
Gastos de Instalación	\$ 0,00				
Gastos de Publicidad	\$ 0,00				
Capacitación personal	\$ 136,00				
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 9.004,19	TAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 9.004,19
FIRMA GERENTE			FIRMA CONTADOR		

Figura 33 Balance General

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

5.2.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

(Finnerty & Stowe, 2000, pág. 60); “consigna los ingresos, utilidades (o pérdida) de una compañía durante un intervalo de tiempo específico, por lo regular un año o un trimestre”

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 86 Estado de Resultado proyectado

EMPRESA RESTAURANTE TIPICO DEL ECUADOR "DANNA"					
ESTADOS DE RESULTADOS					
AL 31 DE DICIEMBRE 2017					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	69713,28	71265,32	72852,02	74474,40	76131,74
SERVICIOS TOTALES	69713,28	71265,32	72852,02	74474,40	76131,74
INFLACIÓN:	0,32%				
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	38712,35	38836,23	38960,51	39085,18	39210,25
COSTO DIRECTO	38007,48	38129,10	38251,12	38373,52	38496,32
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	704,87	707,13	709,39	711,66	713,94
GASTOS DE VENTAS	6988,10	7010,46	7032,90	7055,40	7077,98
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	18706,87	18766,74	18826,79	18887,03	18947,47
GASTOS FINANCIEROS	2852,85	2861,98	2871,14	2880,33	2889,54
UTILIDAD BRUTA	2453,10	3789,91	5160,69	6566,46	8006,49
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	367,97	568,49	774,10	984,97	1200,97
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2085,14	3221,43	4386,59	5581,49	6805,52
IMPUESTO A LA RENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	2085,14	3221,43	4386,59	5581,49	6805,52

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se registra el Estado de Resultado con la proyección hasta 5 años que se tiene un total de 6805,52 en total.

5.2.8 Flujo De Caja

Sugiere (Duarte Schlangeter & Lorenzo Fernández , 2005, pág. 78); “El concepto del flujo de caja es muy sencillo: resume las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año.”

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 87 Flujo de Caja

DETALLE	FLUJO DE CAJA				
	PERIODOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	69713,28	71265,32	72852,02	74474,40	76131,74
SERVICIOS TOTALES	69713,28	71265,32	72852,02	74474,40	76131,74
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	38712,35	38836,23	38960,51	39085,18	39210,25
COSTO DIRECTO	38007,48	38129,10	38251,12	38373,52	38496,32
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS)	704,87	707,13	709,39	711,66	713,94
GASTOS DE VENTAS	6988,10	7010,46	7032,90	7055,40	7077,98
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	18706,87	18766,74	18826,79	18887,03	18947,47
GASTOS FINANCIEROS	2852,85	2861,98	2871,14	2880,33	2889,54
UTILIDAD BRUTA	2453,10	3789,91	5160,69	6566,46	8006,49
PARTICIPACION EMPLEADOS	367,97	568,49	774,10	984,97	1200,97
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2085,14	3221,43	4386,59	5581,49	6805,52
IMPUESTO A LA RENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	2085,14	3221,43	4386,59	5581,49	6805,52
DEPRECIACIONES (+)	718,35	718,35	718,35	465,02	465,02
AMORTIZACIONES (+)	79,20	79,20	79,20	79,20	79,20
EXCEDENTE OPERACIONAL	2882,69	4018,98	5184,14	6125,71	7349,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Tabla 88 Flujo Cuatro de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-9.004,19			- 760,00		
Excedente Operacional		2.918,84	4.054,47	5.218,98	6.159,89	7.383,25
FLUJOS DE EFECTIVO	-9.004,19	2.918,84	4.054,47	4.458,98	6.159,89	7.383,25

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se detalla el valor proyectado con la determinación de los recursos de la microempresa para poder cubrir los costos.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

5.3 EVALUACIÓN

5.3.1 Tasa de descuento

Verifica (Fabara P, 2010, pág. 416); “Tanto por cierto en que se disminuye un título de crédito por pagarse antes de la fecha de su vencimiento.”

Tabla 89 TMAR

Tasa Activa 2017 11,83%

Tasa Pasiva 2017 3,42%

TMAR 15,25%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

La tasa TMAR es la sumatoria de la tasa activa más la tasa activa dando un resultado de 15,25%

5.3.2 VAN Valor Anual Neto

Objeta (Jimenez Boulanger , Espinoza Gutierrez, & Fonseca, pág. 81); “El valor actual neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficios y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo.”

Tabla 90 Calculo de 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 =	- 9.004,19	+	2.882,69	+	4.018,98	+	4.424,14	+	6.125,71	+	7.349,74
			1,15		1,33		1,53		1,76		2,03
VAN =	-9.004,19	+	2.501,25	+	3.025,76	+	2.890,06	+	3.472,10	+	3.614,66
VAN =	- 9.004,19	+	15.503,83								
VAN =	6.499,64										

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Análisis

En la siguiente tabla el VAN de la microempresa se tiene un valor de 6.616,34 de 5 años teniendo como inversión de -9.004,19 por lo que es aceptable en el negocio a implementar.

5.3.4 TIR Tasa Interna de Retorno

Distingue (Fernandez Espinoza, 2007, pág. 132); “La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento(r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativa.”

Tabla 91 Calculo de TIR

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 =	-9.004,19	+	2.882,69	+	4.018,98	+	4.424,14	+	6.125,71	+	7.349,74
TIR =	38,20%										

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En el resultado del TIR es de 38,60% en la cual es resultado es rentable para la implementación del negocio.

5.3.5 PRI (Periodo de recuperación de la Inversión)

Declara (Fernandez Espinoza, 2007, pág. 128); “Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial de un proyecto.”

Tabla 92 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
Actualizado					
0	- 9.004,19	- 9.004,19	1,00	-9.004,19	- 9.004,19
1	2.918,84	-6.085,35	0,87	2.532,62	- 6.471,57
2	4.054,47	- 2.030,87	0,75	3.052,48	- 3.419,09
3	4.458,98	2.428,11	0,65	2.912,81	- 506,28
4	6.159,89	8.587,99	0,57	3.491,48	2.985,20
5	7.383,25	15.971,25	0,49	3.631,14	6.616,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

PERIODO DE RECUPERACION A

PERIODO DE RECUPERACION A

VALORES CORRIENTES

VALORES ACTUALIZADOS

Inversión a			Inversión a		
Ingresos		Recuperar	Ingresos		Recuperar
AÑO 3	4.424,14	- 2.102,52	AÑO 4	3.472,10	-587,13
1 mes	368,68	- 1.733,84	1 mes	289,34	-297,78
2 mes	368,68	- 1.365,16	2 mes	289,34	- 8,44
3 mes	368,68	- 996,48	3 mes	289,34	280,90
4 mes	368,68	- 627,80	4 mes	289,34	570,24
5 mes	368,68	- 259,13	5 mes	289,34	859,58
6 mes	368,68	109,55	6 mes	289,34	1.148,93
7 mes	368,68	478,23	7 mes	289,34	1.438,27
8 mes	368,68	846,91	8 mes	289,34	1.727,61
9 mes	368,68	1.215,59	9 mes	289,34	2.016,95
10 mes	368,68	1.584,27	10 mes	289,34	2.306,29
11 mes	368,68	1.952,95	11 mes	289,34	2.595,64
12 mes	368,68	2.321,62	12 mes	289,34	2.884,98

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la siguiente tabla se determina que el periodo a recuperar, en la cual la microempresa tiene como resultado un periodo de recuperación a valor corriente de 3

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

años y 6 meses, y en el periodo de recuperación a valor actualizado es de 4 años y 3 meses.

5.3.6 RBC (Relación Costo Beneficio)

Entiende (Lohen & Franco, 2009, pág. 121):

La relación Beneficio/Costo es el conciete de dividir el valor actualizado de los beneficios de proyectos (ingresos) entre el valor actualizado de los costos (egresos) a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable (TREMA), a menudo también conocida como tasa de actualizaciones o tasa de evaluación.

Tabla 93 Relación Costo Beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

$$\text{RBC} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	CACTUALIZ
1	69.713,28	69.713,28	38.712,35	38.712,35
2	71.265,32	71.265,32	38.836,23	38.836,23
3	72.852,02	72.852,02	38.251,12	38.251,12
4	74.474,40	74.474,40	39.085,18	39.085,18
5	76.131,74	76.131,74	39.210,25	39.210,25
		364.436,77		194.095,13
RBC =		1,88		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Analisis

En la siguiente tabla se puede identificar que por cada dólar invertido el costo beneficio que es de 0,88 ctvs .

5.3.7 Punto de Equilibrio

Estipula (Sinisterra V & Polanco I, 2007, pág. 186); “El punto de equilibrio es aquel volumen de actividades en el cual la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas operativas. El punto de cierre es aquel nivel que la empresa empieza a producir pérdidas en efectivo”

Punto de equilibrio Colada de Churo

Tabla 94 Punto de Equilibrio Colada de Churo

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	15.962,17
Gastos de Ventas	6.194,89
Gastos Financieros	2.616,55
TOTAL COSTOS FIJOS	24.773,60
Costo Variable unitario	1,40
Precio	3,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

PE =	$\frac{CF}{P - Cvu}$
PE =	$\frac{24.773,60}{3,00 - 1,40}$
PE =	$\frac{24.774}{1,60} = 15387 \text{ U}$

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 95 Ventas Colada de Churo

VENTAS	46.161,00
(-) Costo Variable	21.387,93
(=) Margen Contribución	24.773,60
(-) Costo Fijos	24.773,60
(=) Utilidad Operacional	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

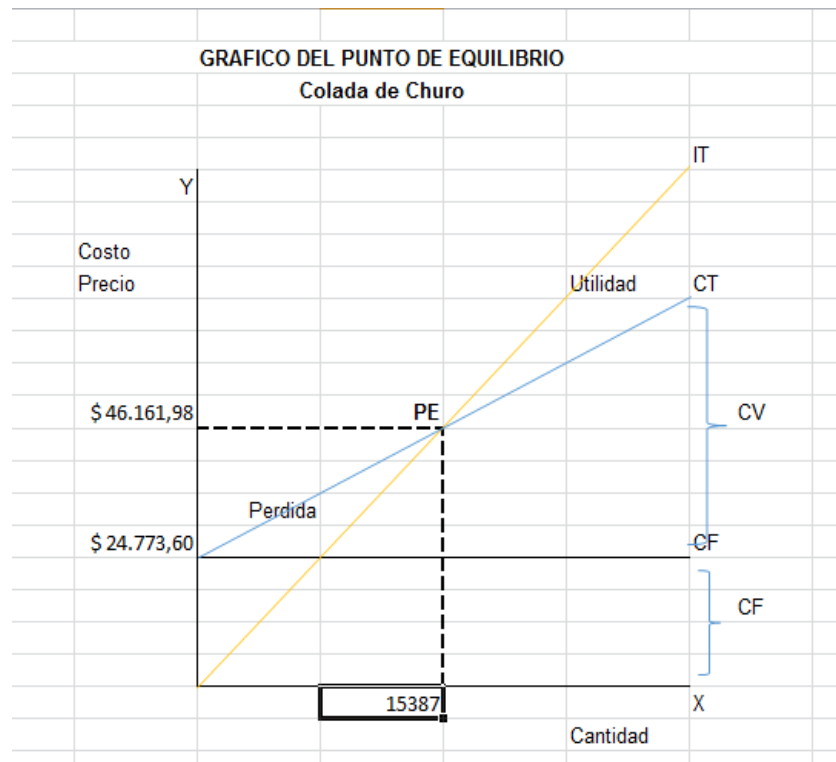


Figura 34 Punto de Equilibrio Colada de Churo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Punto De Equilibrio Chicha De Jora

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{p - \text{Cvu}}$$

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Tabla 96 Punto de Equilibrio Chicha de Jora

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	2.816,85
Gastos de Ventas	1.093,22
Gastos Financieros	461,74
TOTAL COSTOS FIJOS	4.371,81
Costo Variable unitario	0,53
Precio	1,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

PE =	$\frac{CF}{P - Cvu}$
PE =	$\frac{4.371,81}{1,00 - 0,53}$
PE =	$\frac{4.372}{0,47} = 9302 \text{ u}$

Tabla 97 Ventas Chicha de Jora

VENTAS	9.301,73
(-) Costo Variable	4.929,92
(=) Margen contribución	4.371,81
(-) Costo Fijos	4.371,81
(=) Utilidad Operacional	0,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

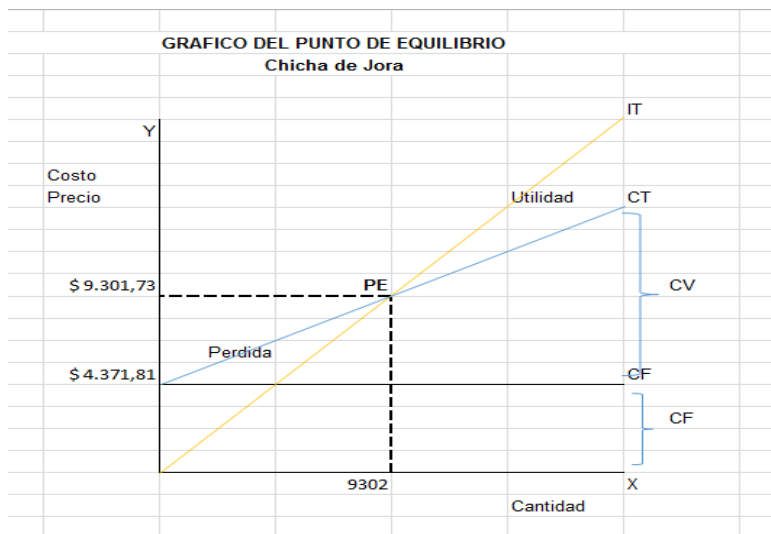


Figura 35 Punto de Equilibrio Chicha de Jora
Fuente: Investigación Propia
Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

El punto de equilibrio nos ayuda a tener un resultado de las cantidades a ofrecer en el año en la cual en la colada de churo se tiene que vender 15387 platos y la chicha de jora 9302 de jara para recuperar el valor de los costos fijos y variables.

5.3.8 Análisis de Índice Financiero

Teniendo en cuenta (Baca, 2010, pág. 189) “Un buen análisis financiero detecta la fuerza y puntos débiles del negocio. Es claro esforzarse por mantener los puntos fuertes y corregir los puntos débiles antes que se causen problemas”

Rendimiento sobre Patrimonio o Capital

R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{1.880,29}{1.520,55}$
R.O.E =	1,24

Figura 36 ROE

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

En la rentabilidad de ROE se tiene como resultado un 1,24%, indica que está dentro de lo establecido.

Rendimiento sobre Activos

R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$
R.O.A =	$\frac{1.880,29}{5.480,20}$
R.O.A =	0,34

Figura 37 ROA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

La microempresa tiene como rendimiento sobre los activos es de 0,34% esto indica que es aceptable.

Rendimiento sobre Inversión

ROI=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSIÓN}}$
ROI=	$\frac{1.880,29}{9.004,19}$
ROI=	0,21

Figura 38 ROI

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: María Belén Vásquez Collaguazo

Análisis

El ROI como resultado es de 21% en la cual tiene como un margen aceptable.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTO

Arguye (Soriano , 2008, pág. 9); “Identificar los elementos del entorno que podrían afectar las estrategias a corto, medio y largo plazo de la empresa y la consideración que habrá de dársele a cada uno.”

Son impactos que ocasionan en el medio ambiente, contaminaciones generando un mal uso en el entorno y afectaría en la salud de las personas.

6.1 Impacto Ambiental

(Domingo Gomez & Gomez Villarino, 2013, pág. 23):

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) se ha convertido en uno de los principales instrumentos preventivos para la gestión del medio ambiente, y por tanto, para que la sociedad disponga de una elevada calidad ambiental o, si se quiere, de una calidad ambiental acorde con su grado de desarrollo y con las circunstancias económico y sociales con que cuenta.

Los productos a ofrecer no generan un impacto ambiental ya que existe un mínimo de porcentaje de contaminación, porque los productos son naturales nutritivos con vitaminas, sin químicos que no afectan al ser humano.

Los productos orgánicos desechados se utilizarán en reciclaje para cubrir el medio ambiente y donar productos tóxicos para el abono de las plantas

6.2 Impacto Económico

Entiende (Bello, 2005, pág. 17); “El impacto económico de lo que suele llamarse la cultura en general tiene un trasfondo sociohistórico que genera algunos malentendidos, en medio de los esfuerzos por objetivar los campos o sectores, tanto de la cultura como de la economía.”

Con la nueva implementación de la microempresa se refleja la incrementación de la competitividad de mejorar la posición del mercado, se genera fuentes de empleo, crecimiento para quienes conforman el negocio, crecimiento económico del país, incrementación del capital fiscal, y dar el ejemplo para las demás microempresas con el fin de emprender y contribuir al desarrollo económico del país.

6.3 Impacto Productivo

Según (Valbuena Alvarez, 2000, pág. 182); “Durante su proceso se estudian las ventajas y desventajas de la utilización de los recursos en cualquier de las opciones que existen para la elaboración de un proyecto”

El objetivo del proyecto es contribuir con la Matriz Productiva, generando fuentes de trabajo, ingresos propios para el país, consumir principales productos, la mano de obra propia, la implementación del proyecto con el desarrollo del Plan Nacional del Buen Vivir para así considerarse excelentes estándares de buena calidad y comercialización de los nuevos productos a ofrecer.

6.4 Impacto Social

En Síntesis (Crowther, 2006, pág. 51); “Impacto social casi siempre se manifiesta con índices, cabe explicar la metodología general de creación de índices de impacto, y las subjetividades que se introducen inevitablemente”

El impacto social en un nuevo negocio es representar nuevas oportunidades de los progresos para los colaboradores, proveedores ya que para ellos se genera un ingreso y se puede mantener un estatuto de vida y buena calidad de vida satisfacción personal

Además como parte de responsabilidad social se pretende apoyar constantemente a la conservación y cuidado del medio ambiente, no utilizando químicos que afecten la salud de los consumidores.

Según estudios han demostrado que consumir los productos a ofrecer ayuda a fortalecer al ser humano y da fuerzas con muchas vitaminas y calcio con proteínas bajo contenido de grasa y es recomendable para el consumo diario del ser humano.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Mediante el Análisis Situacional se pudo identificar los ambiente externo e interno de la microempresa permite minimizar las debilidades y amenazas a maximizar las fortaleza y oportunidades, aprovechar las oportunidades que se presente para así satisfacer plenamente al cliente.
- Atraves del Estudio de Mercado se puede identificar a través de encuesta que existe un porcentaje de 76% de satisfacción al implementar este tipo de negocio, y el porcentaje de 49% de frecuencia que visitaran el Restaurante con una oferta y la demanda también se pudo analizar el precio para los productos ofertados
- Por medio del Estudio Técnico se puedo analizar el tamaño de proyecto de la capacidad instalada y óptima para poder identificar la producción diaria que se puede producir en el mercado también se pudo analizar la ubicación exacta del Restaurante en un sitio apropiado , con las maquinarias y equipos que se utilizara en la producción.
- Gracias al Estudio Financiero se puedo determinar la inversión de 9.004,19

con un resultado del TIR con un 38,60% y con VAN de 6.616,34 de
CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

recuperación proyectado en 5 años , cual indica que el proyecto es viable, su costo beneficio es de 0,88 ctvs por cada dólar invertido .

- Por intermedio del Análisis de Impacto se puede analizar el impacto ambiental, económico, productivo y social, en la cual los resultados otorgado son que los productos a ofrecer no generan ninguna contaminación en el medio ambiente, también se puede analizar un incremento fiscal, generando fuentes de empleo para el crecimiento económico del país con el objetivo de contribuir con la Matriz Productiva.

7.2 Recomendaciones

- Utilizar estrategias o alternativas para dar a conocer los productos ofertados y cumplir con las metas propuestas
- Establecer buenas relaciones comerciales con los proveedores de la MP manteniendo, fidelidad con ellos para poder aprovechar los descuentos en la MP que beneficie las utilidades de la microempresa
- Realizar un mantenimiento preventivo en las maquinarias y equipo para obtener buen resultado en el negocio.
- Analizar los Estados Financieros trimestralmente para comprobando que haya rentabilidad necesaria.
- Capacitar adecuadamente a los trabajadores para que manipulen de una manera correcta los alimentos evitando así contaminación en los productos ofertados

BIBLIOGRAFÍA

- (<http://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-con-aroma-de-cafe/>). (2012).
Obtenido de (<http://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-con-aroma-de-cafe/>)
- <http://www.google.com.ec//definicion>. (s.f.).
- Abascal, E., & Grande, I. (2010). *Análisis de Encuestas*. Madrid: España.
- Acevedo, A., & A.Llopez, F. (2010). *El proceso de Entrevista*. Mexico: Noriega .
- Albert Suñé Torrents, F. G. (2004). Diseño de Sistemas Productivos. En F. G. Albert Suñé Torrents, *Diseño de Sistemas Productivos* (pág. 79). Madrid: Dias de Santos.
- Albert Suñe Torrents, F. G. (2004). Proceso Productivo. En F. G. Albert Suñe Torrents, *Manual Practico de Diseño de Sistemas Productivos* (pág. 77). Madrid: Diaz de Santos.
- Altimir, O., & Balraj, R. (2010). *Cepal*.
- Alvarez, M. (2007). *La tercera llamada al exito Empresarial*. Mexico: Printed in Mexico.
- Aumatell, C. (2003). *el Analisis de la Informacion Generado en la Empresa*. España: Editorial Ouc.
- Aumatell, C. S. (2003). *El Analisis de la Informacion Generado en la Emporesa* . Espana: Editorial ouc.
- Baca, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill Educación.
- Barba Soriano Martinez, C. P. (2006). *FINANZAS PARA NO FINANCIEROS* . Madrid: fundacionconfemetal.
- Bello, A. (2005). *El impacto Economico de la cultura en Peru*. Colombia : Unidad Editorial.
- Berry, L. (2006). Servicio . En L. A. Matha Elena Vargas Quinonez, *Calidad y Servicio Concepto y herramientas* (pág. 58). Bogota: Adriana Gutierrez.
- Bravo, M., & Ubida, C. (2007). *Contabilidad de Costos*. Quito: Nuevodia.
- Briceño , P. (2013). *Evaluacion de Proyectos de Inversion*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias.

- Briceño, P. L. (2013). Activos Nominales. En P. L. Briceño, *Evaluación de Proyectos de Inversión* (pág. 28). Lima: Universidad Peruana de Ciencias .
- Briones, O. (2014). *Factores Determinantes en la construcción de la función de recursos humanos autonómica: Galicia 2000-2012*. MONOGRAFÍAS.
- Brock, H. R., & Palmer, C. E. (2008). *Contabilidad Principios y aplicaciones* . Madrid: Editorial Reverte.
- Campos Huerta, M. (2010). *Compendio para el estudio de las finanzas corporativas básica en las universidades*. Mexico: Universidad Iberoamericana C.A.
- Casanoves, J. D. (2010). *Estadísticas para las Ciencias Agropecuarias*. Estados Unidos de América: Editorial Brujas.
- Case, K., & Fair, R. (2008). *Principios de Microeconomía*. Mexico: Mexico.
- Casillas, T., & Martí, J. (2010). *Guía para la creación de empresas*. España: Colección EOI Empresas.
- Colin, B. (2002). *Administre sus finanzas* . Mexico: Mexico.
- Comidas típicas del Ecuador . (05 de Noviembre de 2012). *Comidas típicas del Ecuador* . Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://comidatipicaecuador.blogspot.com/2012/11/cuy-asado.html>
- Corchuelo, M. B., & Valor, M. T. (2006). *Curso Práctico de Microeconomía*. Madrid España: Eguen Creativos.
- Corporation, L. (7 de Julio de 2012). *slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>
- Crowther, W. (2006). *Estrategias de Supervivencia Y Evaluación de Impacto*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica .
- Cuenca, H. C. (1990). *Auditoría del sector solidario: Aplicación de normas internacionales*. Colombia: Copyrighted material.
- Cuevas, C. (2008). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Colombia Ltda.
- de Anta , M. (2009). *Dirección de Marketing conceptos esenciales* . Mexico : Español.
- Debitoor. (2015). *Diccionario Debitoor*. Obtenido de Glosario de Contabilidad : <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

- Debitor. (23 de JUNIO de 2015). *GLOSARIO DE CONTABILIDAD*. Obtenido de <http://definicion.de/proveedor/>
- Delgado Martinez, P. (2009). *Diccionario Practico de terminos Economico Financiero*. Quito: Diseño y Diagramacion .
- Delgado Martinez, P. (2010). *Diccionario Economico Basico*. Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, P. M. (2003). *Diccionario Economico Basico*. Quito: Sergrafic.
- Delgado, P. M. (2009). *Diccionario Practico de Terminos Economicos y Financieros* . Quito: Graflitex Cia, Ltda.
- Delgado, P. M. (2010). *Diccionario Economica Basica*. Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, P. M. (2010). *Diccionario Economico Basico*. Quito: SERGRAFIC.
- (2010). *Diccionario Economico Basico*. En P. M. Delgado, *PRODUCTO* (pág. 101). Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, P. M. (2010). *Diccionario Economico Basico*. Quito: Primera Edicion.
- Delgado, P. M. (2010). Inflacion. En P. M. Delgado, *Diccionario Economico Basico* (pág. 66). Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, P. M. (2010). INFLACION. En P. M. Delgado, *Diccionario Economico Basico* (pág. 66). Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, P. M. (2010). PEA. En P. M. Delgado, *Diccionario Economico Basico* (pág. 95). Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, P. M. (2010). PIB. En P. M. Delgado, *Diccionario Economico Basico* (pág. 101). Quito: SERGRAFIC.
- Delgado, Patricio Martinez. (2010). En P. M. Delgado, *Diccionario Economico Basico* (pág. 124).
- Delgado, Patricio Martinez. (2010). En P. M. Delgado, *Diccionario Economico Basico* (pág. 124). Quito.
- Di Rienzo , J. A., Casanoves , F., & Gonzales , L. A. (2010). *Estadistica para las Ciencias Agropecuarias* . Mexico: Septima Edicion.
- Diaz , E., & León, M. (2014). *Gestión Administrativa y Comercial*. España: Paraninfo S.A.
- Domingo Gomez, O., & Gomez Villarino, M. T. (2013). *Evaluacion de Impacto Ambiental*. Madrid: Mundi-Prensa.

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

- Duarte Schlangeter, J., & Lorenzo Fernández, A. (2005). *Finanzas Operativas: un Coloquio*. Mexico: Mexico.
- Erossa, V. E. (2004). *Proyectos de inversion en Ingenieria*. Mexico: Editorial Limusa S.A.
- Espinoza, S. F. (2007). Estudio Tecnico. En S. F. Espinoza, *Los proyectos de Inversion* (pág. 42). Costa Rica: Tecnologia de Costa Rica.
- Estudiante, E. A. (11 de SEPTIEMBRE de 2010). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor-tecnologico>
- ESTUDIANTE, E. A. (11 de SEPTIEMBRE de 2010). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/anarosamendezfrancisco/factor-tecnologico>
- Etzel Michael, S. W. (2010). *GUIA PEQUENA PARA LA IMPLEMENTACION DEL MERCADO*. ESTADOS UNIDOS DE AMERICA: ESTADOS UNIDOS DE AMERICA.
- Everett E. Adam. (2008). Administracion de la Produccion y las Operaciones Conceptos, modelos y funcionamiento. En R. J. By Everett E. Adam, *Administracion de la Produccion y las Operaciones Conceptos, modelos y funcionamiento* (pág. 277). Boston .
- Fabara P, M. F. (2010). *Terminología Utilizada en Economia, Finanzas y otras Ciencias Afines*. Quito: Servicios Graficos Abigail.
- Fabara, M. (2010). *Terminología Utilizada en Economia, Finanzas y otras Ciencias Afines*. Quito: Servicios Graficos Abigail.
- Fabara, M. (2010). *Terminología Utilizada en Economia, Finanzas y otras Ciencias Afines*. Quito: Servicios Graficos Abigail.
- Fabara, M. (2010). *Terminología Utilizada en Economia, Finanzas y Otros Ciencias Afines*. Quito: Servicios Graficos Abigail.
- Fernandez Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversion*. Costa Rica : Tecnologia.
- FINANCIERAS, S. D. (2010). *BANCA FACIL*. Obtenido de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000026&idCategoria=4>
- Finnerty, J., & Stowe, J. (2000). *Fundamentos de Administración Financiera*. Quito: Copyrighted.

- Francisco Jimenez Boulanger, C. L. (2007). *Ingenieria Economica*. Costa Rica: Tecnologica de Costa Rica .
- G, M., & Torres, A. (2006). *Manual de Planeación Estratégica*. Mexico: Manual Contretreras .
- García , S. (2010). *Introducción de la Economia de la Empresa*. Diaz de Santo.
- García Padilla , V. M. (2015). *Analisis Financiero* . Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Garcia Parra, M., & Jorda Lloret, J. (2014). *Direccion Financiera*. Madrid: Copisteria Mirade S.A.
- García, F. (2004). *El cuestionario*. Mexico: Limusa .
- Gerhard , D. (2007). *Organizacion de la Empresa Constructora*. España: Técnicos Asociados, S.A.
- Gomero, H. p. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*. Peru: Ediciones Printed .
- Gomero, H. P. (2006). *Fundamentos Técnicos de la matemática Financiera*. Peru: Ediciones Printed.
- Gomez, G. (10 de Junio de 2010). *Gerencie.com*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/costo-de-venta.html>
- Gomez, S., Dopacio, C., & Lorenzo, C. (2014). *Práctica de Gestión Operativa de la Empresa*. Madrid: Paraninfo.
- González Acedo, J. C., & Pérez Aroca, R. (2015). *Formación y Orientacion Laboral*. Madrid - España: Paraninfo, SA.
- Gonzalo Sinisterra V., L. E. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogota: Ecoediciones.
- Grajales V, G. (2009). *Estudio de mercado y comercializacion*. Bogotá: Colombia .
- Greco, O. (2004). *Diccionario de Finanzas*. Buenos Aires Republica de Argentina: Valleta Edicciones .
- Greco, O. (2004). *Diccionario de Finanzas* . En O. Greco, *Diccionario de Finanzas* (pág. 49). Buenos Aires Republica de Argetina : Valleta Edicciones .
- Gregorio Rebeco , J. (2007). *Macroeconomia Intermedia*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

- Guerra, G., & Aguilar, A. (2007). *Glosario para Administradores y Economistas Agropecuarios*. Mexico: Primera Edicion.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2006). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Pearson Educacion.
- <http://www.google.com.ec//definicion>, (. (2012). Obtenido de (
<http://www.google.com.ec//definicion>)
- <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/ESTUDIO-DE-CAFE-EN-ARGENTINA-PARTE-I.pdf>. (2012). Obtenido de
(<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/ESTUDIO-DE-CAFE-EN-ARGENTINA-PARTE-I.pdf>)
- <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/ecuador-con-aroma-de-cafe/>. (s.f.).
- Javier Duarte Schlageter, L. F. (2005). *Finanzas operativas, un coloquio*. Mexico: Estudios Empresariales.
- Jimenez Boulanger , F., Espinoza Gutierrez, C. L., & Fonseca, L. (2007). *Ingeniería Económica*. Costa Rica: Primera Edicion.
- Joan Ramón Sanchís Palacio, D. R. (2006). *Creacion y Direccion de Pymes*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- John D. Finnerty, J. D. (2000). *Fundamentos de administración financiera*. Quito: Copyrighted.
- Juan Francisco Pacheco, H. R. (2005). *Metodologia General de la identificacion, preparacion y evaluacion del proyectos de inversion publica*. Chile: Naciones Unidas .
- Kane, A. H. (2010). Guia Rapida de Poblacion. En A. H. Kane, *Guia Rapida de Poblacion* (pág. 58).
- Kane, A. H., & T, T. (2010). *Guia Rapida de Poblacion*.
- Kanuk, L. L. (2003). *Comportamiento del consumidor*. Estudios Unidos de America: Pearson Education.
- Kanuk, L. L. (2003). *Comportamiento del consumidor*. Estados Unidos de America: Pearson Education.
- Koch, J. (2006). *Manual del Empresario Exitoso*. Mexico: Mexico.
- La Hora Nacional. (22 de Noviembre de 2015). *La Hora Nacional*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101887385/-1/La_chicha_de_jora,_una_bebida_sagrada.html#.WRfQXOs1_IU

- Lohen, E., & Franco, R. (2009). *Analisis Coste Beneficio*. Mexico: DELC.
- Londoña, M., Morera, G., & Laverde, P. (2006). *Garantía de calidad en Salud*. Colombia: Medica internacional Ltda.
- López Brox, A. (2010). *Promociones en espacios comerciales*. España: Vértice.
- Lozado, B. X., & Benito, O. E. (2008). *Matemática Financiera y Estadística Básica*. Barcelona: Bresca Editorial.
- Managua. (2005). *Material de enseñanza utilizado en el curso nacional sobre preparacion y evaluacion de proyectos agricolas*. Costa Rica: Costa Rica.
- Marín, N., Ketelhohn, W., & Montiel, E. (2007). *Inversiones*. Bogota: Grupo Editorial.
- Martín, J. S. (2011). Business & Fitness: El negocio de los centros deportivos. En J. S. Martín, *Capacidad Optima* (pág. 298). Barcelona: UOC.
- Martinez Passarge, M. (2010). *Guía para la presentacion de proyectos*. Mexico: Mexico.
- (2001). Costos Fijos y Variables . En C. U. Mercedes Bravo Valdivieso, *Contabilidad de Costos* (pág. 15). Quito: buendia.
- Mercedes Bravo Valdivieso, C. U. (2007). Costos Directos . En C. U. Mercedes Bravo Valdivieso, *Contabilidad de Costos* (pág. 15). Quito: Nuevodia.
- Mercedes Bravo Valdivieso, C. U. (2007). Mano de Obra Directa. En C. U. Mercedes Bravo Valdivieso, *Contabilidad de Costos* (pág. 19). Quito: Nuevodia.
- Mercedes Bravo Valdivieso, C. U. (2007). Materia Prima Directa. En C. U. Mercedes Bravo Valdivieso, *Contabilidad de Costos* (pág. 19). Quito: Nuevodia.
- Mercedes García Parra, J. M. (20104). *Direccion Financiera*. Madrid: Copisteria Miracle S.A.
- METROFLOG, E. A. (23 de OCTUBRE de 2012). *SLIDESHARE*. Recuperado el 22 de MAYO de 2017, de <https://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>
- METROFLOG, E. A. (06 de JUNIO de 2015). *SLIDESHARE*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

- Montenegro, E. N. (21 de diciembre de 2014). <http://www.fundapymes.com/>.
Obtenido de <http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>:
<http://www.fundapymes.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. (2002). *Respuestas Rápidas para los Financieros*. Mexico: Primera Edición.
- Morles, A. (2007). *Oferta Pública de Adquisición*. Venezuela: Italgráfica S.A.
- Munch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional. enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson Educación.
- Muñiz, L. (2013). *Gestión Comercial y de Marketing*. España: Profit.
- Nogales, A. F. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. Madrid: Esic Editorial.
- Nova, A. B. (2008). *Finanzas para no Financistas*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- P. Lunven. (2010). Encuesta. En *Realización de Encuestas Nutricionales en pequeña escala* (pág. 5). Estados Unidos de América: This One.
- Pardinas, F. (2005). *Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales*. Mexico: Primera.
- Paredes, M. H. (2005). Macro economía. En M. H. Paredes, *Formulación y Evaluación de los proyectos tecnológicos empresariales aplicados* (pág. 88). Colombia: Quebecor Word.
- París Roche, F. (2005). *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*. España: Paidotribo.
- Patricio Bonta, M. F. (2002). *Gerencia 119 Preguntas*. Bogotá: Grupo Norma.
- Patricio Martínez Delgado. (2010). TASA PASIVA. En P. M. Delgado, *Diccionario Económico Básico* (pág. 125).
- Pedron, D. M., & Gutierrez, A. M. (2012). *Metas Estratégicas*. Díaz Santos.
- Periodico Voces. (2014). *Periodico Voces*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de http://www.vocesec.com/index.php?option=com_content&view=article&id=41:los-caldos-comidas-tipicas-&catid=9:gastronomia-popular&Itemid=22
- Pierre, M. (2005). *Trabajar en Equipo*. Mexico: Español.
- Porter, B. (2010). *Administración*. Mexico: Español.

- PRO ECUADOR. (2013). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/ESTUDIO-DE-CAFE-EN-ARGENTINA-PARTE-I.pdf>
- Publicaciones Vértice S.L. (2010). *Conocimiento del producto .Su presentacion al cliente* . España.
- Publicaciones Vertices S.L. (2010). *Dirección Estratégica*. España: Printed in Spain.
- Ramirez , C., & Ramirez, M. (2016). *Fundamentos de Administración*. Bogota : Cuarta Edicion.
- Ribaya Mallada, F. J. (2008). *Costes*. Mexico: Mexico.
- Rosales Obando , J. (2010). *Elementos de microeconomia*. Español: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Rosales Posas, R. (2007). *La Formulacion y la Evaluacion de Proyectos con Énfasis en el Sector Agrícola*. Costa Rica : Primera Edicion.
- Sanchez Martin, J. (2011). *Business & Fitness: El negocio de los centros deportivos*. Barcelona: UOC.
- Sánchez, M. (2010). *Población y Ambiente* .
- Santander, M. L. (2004). Costo. En M. L. Santander, *Diccionario de terminos economicos* (pág. 56). Santiago de Chile: Editorial Universitaria .
- Santos, D. D. (2010). El Diagnostico De La Empresa. En *Analisis Foda* (Pág. 59). Estados Unidos De America: Maocal.
- Sarmiento, R. (2007). Ingresos Operacionales. En R. Sarmiento, *Contabilidad General* (pág. 22). Quito: Editorial Voluntad.
- Sepúlveda, C. (2004). *Diccionario de Términos Económicos*. Santiago de Chile: Universitaria S.A.
- Sinisterra V, G., & Polanco I, L. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogota: Ecoediciones.
- Soriano , C. (2008). *Instrumentos de Analisis del marketing Estrategico*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Suarez , C. (2008). *Costo y Tiempo en Edificacion*. Mexico: Limusa.
- Sulser, R. A., & Pedroza, J. E. (2010). *Exportación Efectiva*. Primera.

- Suñé, A., Gil, F., & Arcusa, I. (2004). *Manual Practico de Diseño de sistemas Productivos* . Madrid: Diaz Santos S.A.
- Telegrafo. (10 de Julio de 2011). *Telegrafo*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/la-colada-de-churos-no-pierde-comensales>
- Thompson, A. A., Peteraf, M. A., Gamble, J. E., & Strickland, A. J. (2012). *Administración Estratégica*. Mexico.
- Torres, M. G. (2010). Planeacion Estrategica. En M. G. Torres, *Manual de Planeacion Estrategica* (pág. 42). Mexico: Manual Contretreras.
- Trespacios , J. A., Vasquez, R., & Bello, L. (2008). *Investigacio de Mercados*. Madrid: Digraf.
- UNILIVER. (2012). *UILIVER*. Obtenido de <http://www.explored.com.ec/wiki/helado>
- Valbuena Alvarez, R. (2000). *La Evaluacion Del Proyecto en la Decision Del Empresario*. MEXICO : Facultad de Economia, UNAM .
- Varian, H. (2007). *Analisis Microeconomico*. España: Castellano.
- Ventura , B., Delgado, S., & Ena, T. (2008). *Gestión Administrativa del personal* . España: Thonson Editores Parninfo S.A.
- Vilacorte, M. (2010). *Introducción al marqueting estrategico*. California: ISNA.
- Wilberfigo. (22 de Marzo de 2011). *Slidesher*. Obtenido de Published: <http://es.slideshare.net/wilberfigo/tcnicas-para-la-recoleccin-de-informacin>
- Xavier Brun Lozano, O. E. (2008). *Matemática financiera y estadística básica*. Barcelona: Bresca Editorial.

ANEXOS

Municipalidad de Puerto Montt
Subdirección Rentas Municipales

SOLICITUD DE PATENTE MUNICIPAL

Formulario de solicitud de patente municipal, dividido en varias secciones: Individualización Solicitante Patente, Datos del Representante Legal, Datos del Negocio, Tipo de Negocio, Tipo de Actividad, Tipo de Actividad Económica, Tipo de Actividad Social, Tipo de Actividad Cultural, Tipo de Actividad Deportiva, Tipo de Actividad Recreativa, Tipo de Actividad Educativa, Tipo de Actividad Científica, Tipo de Actividad Artística, Tipo de Actividad Literaria, Tipo de Actividad Musical, Tipo de Actividad Cinematográfica, Tipo de Actividad Teatral, Tipo de Actividad Escénica, Tipo de Actividad Circense, Tipo de Actividad Ferial, Tipo de Actividad de Espectáculos, Tipo de Actividad de Fiestas, Tipo de Actividad de Celebraciones, Tipo de Actividad de Eventos, Tipo de Actividad de Concursos, Tipo de Actividad de Premios, Tipo de Actividad de Reconocimientos, Tipo de Actividad de Distinciones, Tipo de Actividad de Honores, Tipo de Actividad de Medallas, Tipo de Actividad de Placas, Tipo de Actividad de Trofeos, Tipo de Actividad de Copas, Tipo de Actividad de Trocitos, Tipo de Actividad de Medallas, Tipo de Actividad de Placas, Tipo de Actividad de Trofeos, Tipo de Actividad de Copas, Tipo de Actividad de Trocitos.

Anexos 1 Formulario del Patente
Fuente: Google

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE)
No. 0020231

EL MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO Y EL MINISTERIO DEL INTERIOR, CONFIEREN LA PRESENTE LICENCIA

Número Licencia: 5213
Razón Social: Hostal Canino
Nombre Comercial: Hostal Canino
Número Trámite: Av. Capitán Geovanny Calles y pasaje Isaac Newton
Dirección: CUIDADO Y HOSPEDAJE CANINO
Actividad Económica: CUIDADO Y HOSPEDAJE CANINO
Actividad Económica Específica: CUIDADO Y HOSPEDAJE CANINO

Número Patente: 154084
Número RUC: 1724470115001
Procedimiento: Ordinario - CATEGORIA 2
Predio Local: 348681
Número ICUS: 0

AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS INCLUIDAS EN LA PRESENTE LUAE
PATENTE MUNICIPAL
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE BOMBEROS 19662
PERMISO TURISTICO Registro Turístico: 1701503329 Actividad: CUIDADO Y HOSPEDAJE CANINO

VIGENCIA HASTA: 2020-12-31

LA PRESENTE LICENCIA NO EXIME AL ESTABLECIMIENTO DE POSIBLES SANCIONES POR DESACATO A LAS ORDENANZAS METROPOLITANAS VIGENTES

La presente LUAE podrá ser extinguida por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido emitida sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables.
El establecimiento queda sujeto a supervisión periódica de las condiciones de funcionamiento.
Este documento debe exhibirse obligatoriamente en un lugar visible.

Quito, 08 de Agosto del 2017

MDMQ
Arq. FERNANDO MAURICIO LARA J. (NORTE)

Anexos 2 LUE
Fuente: Google

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

CUERPO DE BOMBEROS
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC 1768097950001

SOLICITUD DE SERVICIO

Quito, a _____ de _____ de 20__

Señores
Dirección de Prevención de Incendios
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.

De mi consideración _____

Yo, _____ con RUC # _____

RAZÓN SOCIAL: _____

ACTIVIDAD: _____ TELEFONOS: _____

DIRECCIÓN

BARRIO-URBANIZACIÓN: _____ PARROQUIA: _____

CALLE: _____ Nº _____ INTERSECCIÓN: _____

EDIFICIO/PROYECTO: _____ PISO: _____ DEPARTAMENTO: _____

CONTACTARSE CON: _____ TELÉFONO: _____

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realizar el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN:	☐	VISTO BUENO DE PLANOS:	☐
INSPECCIÓN ESPECTÁCULO PÚBLICO:	☐	RESELLOS DE PLANOS:	☐
INSPECCIÓN EDIFICIO PÚBLICO/FUNDAIONES:	☐	Ocupación:	☐
FACTIBILIDAD DE GAS:	☐		
DEFINITIVO DE GAS:	☐		
OTROS: _____			

Atentamente,

Propietario: ☐

Administrador: ☐

Delegado del representante legal: ☐

Firma: _____

Nombre: _____

Nº de Cédula: _____

CROQUIS

N

O E

S

NOTA
El CB-QM2 se deslinda de responsabilidad si los datos proporcionados por el usuario son erróneos.

Central Telefónica 3 953 700 / www.bomberosquito.gob.ec

Anexos 3 Cuerpo de Bomberos
Fuente: Google

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1801697937001

APELLIDOS Y NOMBRES: MUÑOZ ZAPATA NORMA IRALDA

NOMBRE COMERCIAL: KARPET'S

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 13/03/1960 **FEC. ACTUALIZACIÓN:** 03/08/2012

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 13/03/2003 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 13/03/2003 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE CONFECCIÓN DE ROPA Y CALZADO INDUSTRIAL

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CALDERON (CARAPUNGU) Calle: 23 DE ABRIL Número: 560 Referencia: JUNTO A IMPORTADORA HUANO Teléfono: 022625088

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán asignar al Régimen Simplificado (R002).

Si supera los límites establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 003 **ABIERTOS:** 1

JURISDICCIÓN: REGIONAL NORTE PICHINCHA **CERRADOS:** 2

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE: **SERVICIO DE PUNTAS INTERNAS**

Declaro: DCE/VS/008 **Lugar de emisión:** QUITO PASEO N22-57 y **Fecha y hora:** 03/08/2012 11:25:21

Página 1 de 2

SRI.gob.ec

Anexos 4 SRI
Fuente: Google

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: MARIA BELEN VASQUEZ COLLAGUAZO.pdf (D30287720)
Submitted: 2017-08-30 09:24:00
Submitted By: mabevasquez1992@hotmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

GRACE LORENA TROYA GÓMEZ.pdf (D30285890)
Proyecto Concluido APA 15102015.docx (D15707926)
CUI STYLE.docx (D11276251)
urkund_vasquez_alexandra_banca_2016.docx (D23182634)

Instances where selected sources appear:

53

CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE PARA RECUPERAR LA COMIDA TÍPICA AUTÓCTONA DEL ECUADOR , UBICADA EN LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO DE PICHINCHA AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO