



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDAS RÁPIDAS ECUATORIANAS, UBICADA EN
LA PARROQUIA QUITUMBE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,
AÑO 2018**

Trabajo de Titulación previo a la obtención de título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Criollo Achote Daniela Emperatriz

Tutor: MSc. Napoleón Wilson Castro Dávila

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**Quito, 20 de noviembre del 2018**

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) CRIOLLO ACHOTE DANIELA EMPERATRIZ, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS RAPIDAS ECUATORIANAS, UBICADA EN LA PARROQUIA QUITUMBE, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2018, 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.



CASTRO DAVILA NAPOLEON WILSON
Tutor de Proyectos



MARTINEZ TOCCHONTE ERIC
Lector de Proyectos



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
CONSEJO DE CARRERA
SALAS RIVERA FRANCISCO
Delegado Unidad de Titulación



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"**
DIRECCIÓN DE CARRERA
BURGA INDIANAYAN FERNANDA
Admin. Bancaria y Producción
Directora de Carrera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordilleraeduc.ec
Pág. Web: www.cordilleraeduc.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOBOROÑO

Calle Logroño C/ 2-84 y
Av. de la Prensa (sup.)
Edif. Cordillera
Teléfono: 2430443 / Fax: 2433689

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163
y Yacumbi (sup.)
Teléfono: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Teléfono: 2249036

CAMPUS 5 - YACUMBI

Yacumbi
C/2-36 y
Bracamoros
Teléfono: 2299994

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Daniela Emperatriz Criollo Achote, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, 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.

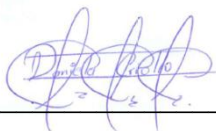


Daniela Emperatriz Criollo Achote

C.C: 0504471673

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Daniela Emperatriz Criollo Achote portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. (0504471673) 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 **Estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante de comidas rápidas ecuatorianas, ubicada en la parroquia Quitumbe, distrito metropolitano de quito, año 2018** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Daniela Emperatriz Criollo Achote

C.C:0504471673

Quito, 25/10/2018

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres pilares fundamentales que me han conducido por la vida, con amor y paciencia, por su apoyo incondicional, siempre estaban dándome los mejores consejos, palabras de aliento, haciendo dar en cuenta que el estudio es el mejor camino para llegar a ser una persona exitosa, siempre están para ayudar a levantarme de nuevo y no desistir en una de mis primeras metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por haber brindado su aporte profesional y humano en todo el periodo de esta carrera que con esfuerzo y sacrificio voy a terminar.

Gracias a mis queridos maestros, a todo el personal docente por sus enseñanzas me servirá de mucho dentro de mi entorno laboral.

A Dios por la bendición y fuerza para obtener un logro más en mi vida.

A mis padres por su apoyo que me han brindado todo el tiempo económicamente y espiritualmente con sus palabras de aliento, dándome inspiración y fuerza para siempre luchar hasta alcanzar.

A mi hermana por su ejemplo de valentía, por sus consejos, apoyo emocionalmente día a día.

Agradecer a mi tutor Ing. Napoleón Castro por el tiempo y paciencia.

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	I
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
LISTA DE FIGURAS	XII
LISTA DE TABLAS	XIV
RESUMEN.....	XVIII
ABSTRAC	XIX
CAPITULO I.....	1
I. INTRODUCCIÓN	1
1.01. JUSTIFICACIÓN	2
1.02. ANTECEDENTES.....	3
CAPITULO II.	7
2. ANÁLISIS SITUACIONAL	7
2.01. AMBIENTE EXTERNO	7
2.01.01. FACTOR ECONÓMICO	7
2.01.01.01. PIB	8
2.01.01.01.01. PIB Sectorial	9
2.01.01.02. Inflación	10
2.01.01.03. Tasa de interés activa	11
2.01.01.04. Tasa de interés pasiva.....	12

2.01.02. FACTOR SOCIAL	13
2.01.02.01. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	13
2.01.02.02. DESEMPLEO.....	14
2.01.03 FACTOR LEGAL	15
2.01.04. .FACTOR POLITICO.....	17
2.01.05. FACTOR TECNOLÓGICO	18
2.02. ENTORNO LOCAL	18
2.02.01. Clientes.....	19
2.02.02. Proveedores	19
2.02.03. Competidores	21
2.03 ANÁLISIS INTERNO	22
2.03.01. PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	23
2.03.01.01 MISIÓN	23
2.03.01.02 VISIÓN.....	24
2.03.01.03. OBJETIVOS.	25
2.03.01.04. PRICIPIOS Y VALORES.....	26
2.03.02. GESTIÓN ADMINISTRATIVA	27
2.03.02.01. Planificación.....	27
2.03.02.02. ORGANIZACIÓN	27
2.03.02.02.01. Organigrama estructural.....	28
2.03.02.03.01. Kardex	33
2.03.03. GESTIÓN OPERATIVA	33
2.03.03.01. Cadena de valor.....	34
2.03.04. GESTIÓN COMERCIAL	34
2.03.04.01. Producto	35

2.03.04.02. Precio	35
2.03.04.03. Plaza	36
2.03.04.04. Promoción	37
2.03.05. NOMBRE DE LA EMPRESA	37
2.03.06. SLOGAN.....	38
2.03.07. LOGOTIPO.....	38
2.03.08. COLORES	38
2.03.09. PUBLICIDAD	39
2.03.09.01. Pagina facebook	39
2.03.09.02. Volantes	40
2.03.09.03. Dúptico.....	41
2.04. ANÁLISIS FODA (FORTALEZA, OPORTUNIDADES ,DEBILIDADES Y AMENAZAS)	42
CAPÍTULO III.....	44
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	44
3.01. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	44
3.01.01. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
3.01.01.01. Población.....	45
3.01.01.02. Muestra.....	46
3.01.02. TÉCNICAS DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.....	47
3.01.02.01. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	47
3.01.02.01.01. Entrevista.....	48
3.01.02.01.02. Ficha de observación.....	48
3.01.02.02. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	48
3.01.02.02.01. La encuesta.....	48

3.01.02.02.02. Prueba Piloto	49
3.01.02.02.03. Modelo de Encuesta	50
3.01.03 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	52
3.02. OFERTA	68
3.02.01. Oferta actual	68
3.02.02. Oferta proyectada	69
3.03. DEMANDA	69
3.03.01. Demanda actual	70
3.03.02 Demanda proyectada	72
3.04. BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	73
CAPÍTULO IV	74
4. ESTUDIO TÉCNICO	74
4.01. TAMAÑO DEL PROYECTO	74
4.01.02. Capacidad Instalada	76
4.01.03. Capacidad óptima.....	77
4.02. LOCALIZACIÓN	78
4.02.01. Macro-localización.....	78
4.02.02. Micro-localización	79
4.02.03. Localización óptima	80
4.03. INGENIERÍA DEL PROYECTO	82
4.03.01. Definición de bienes y servicios	82
4.03.02. Distribución de la planta	83
4.03.02.01. Código de Cercanía	84
4.03.02.02. Razones de Cercanía	84

4.03.02.03. Layout de la planta:	85
4.03.02.04. Plano de la planta	85
4.03.02.05. Descripción de las instalaciones del proyecto	86
4.03.03. PROCESO PRODUCTIVO	87
4.03.03.02. Diagrama de flujo	89
4.03.04. MOBILIARIO Y EQUIPO REQUERIDO	90
CAPÍTULO V	92
5. ESTUDIO FINANCIERO	92
5.01. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	92
5.01.01. Mano de Obra directa	93
5.01.02. Materia prima directa	94
5.01.03. Costos indirectos de fabricación	95
5.01.04. Cálculo de ingresos operacionales	100
5.01.05. Ingresos operacionales proyectados	101
5.02. COSTOS	103
5.02.01. Costo directo	103
5.02.02. Costo indirecto	105
5.03. GASTOS	105
5.03.01. Gastos administrativos	105
5.03.02. GASTOS DE VENTAS	108
5.03.03. Proyección de costos y gastos	110
5.04. INVERSIONES	111
5.04.01. INVERSIÓN FIJA	112
5.04.01.01. Activos fijos	112

5.03.01.02. Activos nominales.....	112
5.03.02. CAPITAL DE TRABAJO	113
5.03.03. FUENTE DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS	113
5.03.04. AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO.....	115
5.03.05. DEPRECIACIONES	117
5.03.06. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	118
5.03.07. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.	119
5.03.08. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	120
5.05. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	122
5.05.01. Tasa de descuento	122
5.05.02. Valor Actual Neto	123
5.05.03. Tasa Interna de Retorno	124
5.05.04. Periodo de recuperación de la inversión).....	125
5.05.05. Relación costo/ beneficio	127
5.05.06. Punto de equilibrio	128
5.05.07. ANÁLISIS DE INDICADORES FINANCIEROS	130
5.05.07.01. ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio).....	131
5.05.07.02. ROA (Rentabilidad del activo)	131
5.04.04. ROI (Retorno de la inversión).....	132
5.04.05. Razones de endeudamiento	133
5.04.05. Razones de rentabilidad	134
5.04.06. Razones de Actividad o Gerencia	135
CAPÍTULO VI.....	136
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS	136

6.01. Impacto Ambiental.....	136
6.02. Impacto económico	137
6.03. Impacto productivo	137
6.04. Impacto Social.....	137
CAPÍTULO VII	138
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
7.01. Conclusiones	138
7.02. Recomendaciones.....	140
ANEXOS	146

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	28
FIGURA 2 KARDEX	33
FIGURA 3. CADENA DE VALOR	34
FIGURA 4. PLAZA	37
FIGURA 5. LOGO.....	38
FIGURA 6. PÁGINA FACEBOOK	39
FIGURA 7. VOLANTE	40
FIGURA 8. DÍPTICO.....	41
FIGURA 9. GÉNERO	53
FIGURA 10. EDAD.....	54
FIGURA 11. NIVEL DE INGRESOS.....	55
FIGURA 12. PREGUNTA 1.....	56
FIGURA 13. PREGUNTA 2.....	58
FIGURA 14. PREGUNTA 3.....	59
FIGURA 15. PREGUNTA 4.....	60
FIGURA 16. PREGUNTA 5.....	61
FIGURA 17. PREGUNTA 6.....	62
FIGURA 18. PREGUNTA 7.....	63
FIGURA 19. PREGUNTA 8.....	65
FIGURA 20. PREGUNTA 9.....	66
FIGURA 21. PREGUNTA 10.....	67
FIGURA 22. OFERTA ACTUAL	68
FIGURA 23. DEMANDA ACTUAL	71
FIGURA 24. MACRO LOCALIZACIÓN	79

FIGURA 25. MICRO LOCALIZACIÓN	80
FIGURA 26. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA	81
FIGURA 27. LAYOUT DE LA PLANTA	85
FIGURA 28. PLANO DE LA PLANTA.....	85
FIGURA 29. DIAGRAMA DE FLUJO.....	89
FIGURA 30. PUNTO DE EQUILIBRIO PINCHOS.....	129
FIGURA 31. PUNTO DE EQUILIBRIO MIX DE HABAS Y CHOCLOS	130

LISTA DE TABLAS

TABLA 1. PIB	8
TABLA 2. PIB SECTORIAL.....	9
TABLA 3. INFLACIÓN.....	10
TABLA 4 TASA DE INTERES ACTIVA.....	11
TABLA 5 TASA DE INTERES PASIVA	12
TABLA 6. POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA.....	13
TABLA 7. DESEMPLEO.....	14
TABLA 8 CLIENTES.....	19
TABLA 9 PROVEEDORES	20
TABLA 10 COMPETIDORES DIRECTOS	21
TABLA 11 COMPETIDORES INDIRECTOS.....	22
TABLA 12 PERFIL PARA EL ADMINISTRADOR GENERAL	29
TABLA 13. PERFIL PARA EL CHEF.....	30
TABLA 14. PERFIL DEL CAJERO	31
TABLA 15. PERFIL DEL MESERO	32
TABLA 16. PRECIO.....	36
TABLA 17. ANÁLISIS FODA	43
TABLA 18. POBLACIÓN	45
TABLA 19. GÉNERO	52
TABLA 20. EDAD	54
TABLA 21. NIVEL DE INGRESOS	55
TABLA 22. PREGUNTA 1	56
TABLA 23. PREGUNTA 2	57
TABLA 24. PREGUNTA 3	59

TABLA 25. PREGUNTA 4	60
TABLA 26. PREGUNTA 5	61
TABLA 27. PREGUNTA 6	62
TABLA 28. PREGUNTA 7	63
TABLA 29. PREGUNTA 8	64
TABLA 30. PREGUNTA 9	66
TABLA 31. PREGUNTA 10	67
TABLA 32. OFERTA PROYECTADA.....	69
TABLA 33. DEMANDA PROYECTADA.....	72
TABLA 34. BALANCE OFERTA/ DEMANDA	73
TABLA 35. MANO DE OBRA REQUERIDA.....	75
TABLA 36. TABLA DE AUTOMATIZACIÓN.....	76
TABLA 37. CAPACIDAD ÓPTIMA.....	77
TABLA 38. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	81
TABLA 39. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	88
TABLA 40. MOBILIARIO Y EQUIPO.....	91
TABLA 41. MANO DE OBRA DIRECTA (PINCHOS)	93
TABLA 42. MANO DE OBRA DIRECTA (MIX DE HABAS Y CHOCLOS)	94
TABLA 43. MATERIA PRIMA DIRECTA (PINCHOS)	94
TABLA 44. MATERIA PRIMA DIRECTA (MIX DE HABAS Y CHOCLOS)	95
TABLA 45. SERVICIOS BÁSICOS.....	96
TABLA 46. SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN	96
TABLA 47. SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN	96
TABLA 48. SERVICIOS BÁSICOS DE VENTAS	97
TABLA 49. MATERIALES DE SEGURIDAD	97

TABLA 50. MATERIALES DE EMPAQUETADO (PINCHOS)	98
TABLA 51. MATERIALES DE EMPAQUETADO (MIX DE HABAS Y CHOCLOS)	98
TABLA 52. TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	98
TABLA 53. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN (PINCHOS)	99
TABLA 54. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN (MIX DE HABAS Y CHOCLOS)	99
TABLA 55. INGRESOS OPERACIONALES (PINCHOS).....	100
TABLA 56. INGRESOS OPERACIONALES (MIX DE HABAS Y CHOCLOS).....	101
TABLA 57. INGRESOS PROYECTADOS (PINCHOS).....	102
TABLA 58. INGRESOS PROYECTADOS (MIX DE HABAS Y CHOCLOS)	102
TABLA 59. INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS TOTALES	103
TABLA 60. COSTO DIRECTO (PINCHOS)	104
TABLA 61. COSTO DIRECTO (MIX DE HABAS Y CHOCLOS).....	104
TABLA 62. COSTOS INDIRECTOS	105
TABLA 63. GASTOS DEL PERSONAL	106
TABLA 64. MATERIAL DE ACEO Y LIMPIEZA	106
TABLA 65. SUMISTRO DE OFICINA.....	107
TABLA 66. OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	107
TABLA 67. TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	108
TABLA 68. GASTOS DE VENTAS (VENDEDOR)	109
TABLA 69. GASTOS DE VENTAS (MARKETING)	109
TABLA 70. TOTAL GASTOS DE VENTAS	110
TABLA 71. PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	110
TABLA 72. PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	111
TABLA 73. PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS	111
TABLA 74. FUENTES DE FINANCIAMIENTO Y USOS DE FONDOS	114

TABLA 75. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO	116
TABLA 76. AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO	117
TABLA 77. DEPRECIACIONES	118
TABLA 78. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	119
TABLA 79. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	120
TABLA 80. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	121
TABLA 81. TASA DE DESCUENTO (TMAR).....	122
TABLA 82. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	124
TABLA 83. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	125
TABLA 84. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN EN AÑOS.....	126
TABLA 85. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN EN MESES.....	126
TABLA 86. RELACIÓN COSTO/ BENEFICIO	127
TABLA 87. PUNTO DE EQUILIBRIO (PINCHOS)	128
TABLA 88. PUNTO DE EQUILIBRIO (MIS DE HABAS Y CHOCLOS).....	129
TABLA 89. RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO (ROE).....	131
TABLA 90. RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS (ROA).....	132
TABLA 91. RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN (ROI).....	132
TABLA 92. RAZON DE ENDEUDAMIENTO	133
TABLA 93. RAZONES DE RENTABILIDAD	134
TABLA 94. ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL	135

RESUMEN

El presente proyecto fue enfocado en realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Restaurante de comidas rápidas del Ecuador ofreciendo productos nutritivos y pinchos.

Tomando en cuenta que se inició con el análisis situacional ya que enfocan y analizan los factores internos y externos que servirá como impacto en el desarrollo del proyecto.

Ubicado en la provincia de Pichincha en la Ciudad de Quito en la parroquia Quitumbe en la calle Av. Cóndor Ñan y Av. Rumichaca Ñan ya que por el terminal terrestre constantemente existen personas de diferentes lugares.

Mediante sus estudios financieros su rentabilidad representa un TIR de 39%, con un VAN de 5.307,22 por lo tanto indica que el proyecto a implementar si es factible, con un costo de productos a ofrecer de \$ 1,50 en el pincho y \$ 2,00, en el mix de habas y choclo, con un ROA 1,11% y un ROI 0,53%, con una inversión de 9.705.26 el restaurante procederá realizar un préstamo con un interés de 14% a 2 años plazo.

Al implementar el negocio, genera fuentes de empleo en la cual refleja el capital fiscal, con el objetivo de emprender, contribuyendo el desarrollo económico.

ABSTRAC

The present project was focused on conducting a feasibility study for the implementation of a fast food restaurant in Ecuador offering nutritious products and snacks.

Taking into account that it began with the situational analysis as they focus and analyze the internal and external factors that will serve as an impact on the development of the project.

Located in the province of Pichincha in the city of Quito in the parish of Quitumbe in the Av. Cóndor Ñan and Av. Rumichaca Ñan, since there are constantly people from different places around the terminal.

Through its financial studies, its profitability represents an TIR of 39%, with a VAN of 5,307,22, therefore it indicates that the project to be implemented if feasible, with a cost to offer of \$ 1.50 in the Pincho and \$ 2, 00, in the mix of beans and corn, with a ROA of 1.11% and an ROI of 0.53%, with an investment of 9,705.26, the restaurant will proceed to make a loan with an interest of 14% for 2 years.

When implementing the business, it generates sources of employment in which it reflects the fiscal capital, with the objective of undertaking, contributing to the economic development.

CAPITULO I

1. Introducción

El crecimiento económico de un país para el desarrollo del mismo, es muy importante, es por eso que se crea, una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de comidas rápidas 100 % ecuatorianas manteniendo calidad y un sabor exquisito con la marca Sabor de Campo para la aceptación en el mercado.

Por lo tanto surge la idea de diseñar este proyecto brindando comida rápida que a su vez satisfaga paladares, gustos y placeres, sobretodo este está enfocado en brindar comidas que no se realizan al diario en casa. Lo cual es muy conveniente para la creación de esta microempresa.

La implementación de esta microempresa también va de la mano con fomentar el desarrollo del país, debido que genera fuente de empleo y apoyara la producción nacional ya que la materia prima que se utilizara para la elaboración de la comida rápida será específicamente nacional.

En el proyecto se investigará la competencia que existe en el sector de Quitumbe, Distrito Metropolitano de Quito, y los posibles clientes que estarían

dispuestos a consumir estos alimentos, como también los proveedores de materia prima basados en estándares de calidad.

Se analizara el análisis de los clientes con productos que satisfagan necesidades por lo tanto el restaurante debe estar activo al cumplir con los requerimientos del consumidor, manteniendo el compromiso de la mejora continua para así poder establecerse en el mercado.

1.01. Justificación

La creación de esta microempresa va enfocada en el ahorro al consumidor ya que brindara productos que estarán al alcance de todos los bolsillos, sin perder la calidad y los estándares necesarios para la satisfacción del cliente. El sabor, los condimentos, la materia prima que utiliza esta microempresa son naturales, dándole un toque tradicional a cada uno de sus platos.

Cabe recalcar que este proyecto contará con todos los permisos adecuados de sanidad e higiene, los impuestos en regla, para lograr un reconocimiento y posicionamiento en el mercado. Además de satisfacer las necesidades de los clientes, y posterior contribuir con el desarrollo artesanal en el Ecuador, generar nuevas plazas de trabajo y tributos que hará que esto se transforme en un aporte hacia la comunidad, generando beneficios a todos los factores directos e indirectos del proyecto.

El proyecto tiene el propósito de mantener productos Ecuatorianos de la sierra ya que a través del tiempo se han ido perdiendo debido a que existe todo tipo de comidas. Esperando que se vuelva apto para el consumo de todo tipo de personas, impulsando el mejor estilo de vida y más que todo la salud.

Con el desarrollo de estudio de factibilidad ayudara a mejorar económicamente ya que se fomentará en el sector estratégico con el fin de aportar el crecimiento de la producción más que todo mejorando la calidad de vida de los consumidores ya que ellos serán la fuerza para impulsar la nueva idea de negocios.

El presente proyecto se relaciona con el objetivo N° 5 “Impulsar Productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable” del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, que promueve la competitividad de los productos Nacionales y el emprendimiento para impulsar el cambio en la matriz productiva, este objetivo impulsa al aprovechamientos de los recursos naturales que incorpore un valor agregado que serán beneficios directos para la población.

1.02. Antecedentes

La comida y la cocina están íntimamente ligadas a la cultura. No es solamente una verdad psicológica aquella que afirma que somos lo que comemos; lo que comemos y como lo hacernos también nos definen como seres sociales. El cocinar asegura la producción material y la reproducción del grupo social, pero este proceso material está estructurado culturalmente.

Cocinar es hablar y significa así como crear y hacer. (Weismantel, 1994)

Tras la Conquista Española del Nuevo Mundo puso en contacto a una variedad de cultivos y formas de cocinar, lo que provocó el tremendo enriquecimiento de las dietas tanto americana como europea. Una enorme diversidad de alimentos, desde el chocolate hasta las patatas, se introdujo a los paladares europeos, mientras que los alimentos domesticados del Viejo Mundo, como las habas, la cebada, y los animales, incluyendo corde ros, cerdos y gallinas, transformaron la dieta andina. Pero los españoles vinieron como conquistadores, y las relaciones de dominación establecidas en el período colonial se representaron en la estigmatización de ciertas comidas nativas como “indias”, y por lo tanto no aptas para el consumo de los no indios. (Weismantel, 1994)

Por otra parte el (Ministerio de Turismo, 2013, pág. 26) indica que “La cocina a través de la historia nos ha permitido encontrar y reiterar nuestra pertenencia social y cultural. A través de ingredientes, recetas y formas de cocinar, hemos logrado marcar pautas de una identidad influenciada por nuestras raíces étnicas: la afro, la europea y la nativa. La fusión de todas estas manifestaciones culturales ha sido determinante en la estructura de nuestra identidad culinaria y de nuestro patrimonio cultural alimentario. ”

Una de las características de nuestra cultura en general es la diversidad de idiomas, de vestimentas, de música y por supuesto de cultura gastronómica. Vivimos

en un mundo donde las transnacionales agroalimentarias y la producción de monocultivos están tratando de estandarizar y homogeneizar los hábitos y patrones de consumo e incluso nuestro sentido del gusto. (Ministerio de Turismo, 2013, pág. 26)

La Agroecología es un modo de producción sostenible que garantiza la diversidad alimentaria, aportando de esta manera al patrimonio cultural culinario y que junto a la producción de alimentos orgánicos, surgen como una alternativa de vida, no solo por la calidad nutricional de sus productos sino que también mantienen los sabores tradicionales de los alimentos. Además, favorecen a que nuestras familias campesinas sigan produciendo ingredientes locales y diversos que enriquecen directamente a la elaboración de recetas que conforman la gastronomía ecuatoriana. (Ministerio de Turismo, 2013, pág. 26)

Existe en la cocina ecuatoriana ciertos valores reconocidos como el aporte de la diversidad de papas, para obtener el sabor natural de los locros; de las variedades de maíz para preparar mote, tostado, chulpi y tortillas; y de los diferentes tipos de verde para preparar sopas, sangos, cazuelas, purés, empanadas, corviches, entre otros. (Ministerio de Turismo, 2013, pág. 26)

“Sin el fundamento de nuestra agro biodiversidad y sin un modo de producción agroecológico, simplemente no podríamos mantener uno de los valores

que conforman nuestra identidad como lo es el Patrimonio Cultural Alimentario. ”

(Ministerio de Turismo, 2013)

CAPITULO II.

2. Análisis Situacional

“El Análisis Situacional es un estudio a profundidad de la organización en que se logran identificar elementos internos como las fuerzas y las debilidades y elementos externos como los riesgos (amenazas) y las oportunidades. ” (Sulser & Pedroza , 2004, pág. 23)

2.01. Ambiente externo

Según (Rodríguez Ardura, 2011) menciona que el ambiente externo son “fuerzas externas y no controlables que configuran el macroentorno (que a veces se denomina entorno genérico) existen con independencia de la relación de intercambio de la empresa con los consumidores. Así, el macro entorno está formado por todos los aspectos demográficos, económicos, socioculturales, medioambientales, tecnológicos, políticos y legales que, de una manera por lo general menos directa e inmediata, condicionan la actuación empresarial. ”

2.01.01. Factor económico

Son variables que afectan a las relaciones de producción, distribución y consumo de una empresa y están determinadas por el sistema económico. Podemos mencionar: La inflación, el gasto público (afecta, por ejemplo a las infraestructuras

de las economías), los tipos de interés (cuanto más elevados, mayor será el coste de financiar las inversiones para la empresa) y el ciclo económico entre otros.

2.01.01.01. PIB

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad- se deriva de la construcción de la Matriz Insumo-Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales. (Banco Central del Ecuador, 2018)

Tabla 1.
PIB.

PIB	2014	2015	2016	2017	2018
%	3,99%	0,16%	-1,90%	3,00%	2,50%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Elaborado: Banco Centra del Ecuador

Análisis:

El producto interno bruto es una variable que no se puede controlar, por lo que representa una amenaza para esta microempresa debido a su cambio constante, además que este depende de la productividad de los bienes y servicios de un país.

2.01.01.01.01. PIB Sectorial

Se entiende que el Producto Interno Bruto a la suma de algún valor que será agregado estando producidas por todas las unidades institucionales de la economía nacional más el valor de sus impuestos menos las subvenciones a los productos.

Tabla 2.
PIB sectorial.

PIB por Sector	Año 2017	Año 2018
Refinación del petróleo	0,38	0,03
Actividades de servicios financieros	0,43	0,17
Comercio	0,54	0,55
correo y comunicación	0,31	0,22
Alojamiento y servicio de comida	0,1	0,13
Suministros de electricidad y agua	0,16	0,21
Acuicultura y pesca de camarón	0,06	0,16
Servicio domestico	0,01	0,00
otros servicios	0,26	0,08
Agricultura	0,15	0,28
Petróleo y minas	-0,14	-0,50
Construcción	-0,8	-0,03

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017)

Elaborado: Banco Centra del Ecuador

Análisis:

El PIB sectorial nos indica un porcentaje estable que se ha mantenido en un valor de 0.13 para este sector lo que representa una amenaza para la microempresa debido al índice bajo de producción que se verá influenciado por el consumo de productos semejantes.

2.01.01.02. Inflación

“El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo. ” (Banco Central del Ecuador, 2018)

Tabla 3.
Inflación.

Año	2014	2015	2016	2017	2018
%	3,59%	3,38%	1,12%	-0,20%	0,19%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Análisis:

Según los datos indicados del Banco central del Ecuador representan en los dos últimos años un porcentaje de inflación negativo. Lo que representa una amenaza para la microempresa debido que es factor determina la demanda de los consumidores en bienes y servicios.

2.01.01.03. Tasa de interés activa

“Es la tasa que los bancos cobran a los usuarios de los diferentes tipos de créditos (por ejemplo, la tasa de una tarjeta de crédito, la tasa de interés que cobra un banco por un préstamo para comprar una casa, un automóvil, etcétera). ” (Rodríguez , Pierdant, & Rodríguez , 2014, pág. 96)

Tabla 4
Tasa de interés activa.

Fecha	% Tasa activa
Diciembre 2013	8,17
Diciembre 2014	8,19
Diciembre 2015	9,12
Diciembre 2016	8,10
Diciembre 2017	7,83

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Análisis:

La tasa de interés activa hace referencia a la microempresa, siendo una oportunidad de acuerdo a las condiciones del mercado y las disposiciones del Banco Central del Ecuador. Debido que podemos acceder a un crédito para poder financiar la microempresa y los porcentajes no están altos y se han mantenido en los últimos años

2.01.01.04. Tasa de interés pasiva

Según Rodríguez , Pierdant, & Rodríguez , (2014). “Es la tasa de interés que los bancos pagan a los ahorradores e inversionistas. ” (pág. 96)

Tabla 5
Tasa de interés pasiva.

Fecha	% Tasa activa
Diciembre 2013	4,53
Diciembre 2014	5,18
Diciembre 2015	5,14
Diciembre 2016	5,12
Diciembre 2017	4,95

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Análisis:

Durante diciembre del 2016 la tasa pasiva tiene un porcentaje de 5.12% y diciembre de 2017 la tasa pasiva tiene un porcentaje de 4.95% hay una variación notable, es así considerado como una amenaza de impacto medio pues ya que en los últimos años ha sufrido cambios y al ver esos cambios constantes no hay una visión clara.

2.01.02. Factor Social

(Nadal, 2018, pág. 3), menciona que “la sociedad tiene unas características específicas vinculadas a su demografía (ej. volumen y tipo de población), organización social (ej. emprendimiento, asociacionismo, redes sociales).

Este factor social es muy importante para la empresa representando una oportunidad de la empresa ya que representa la aceptación del producto como los posibles clientes.

2.01.02.01. Población económicamente activa

“Son todas aquellas personas de 15 años y más que no están empleadas, tampoco buscan trabajo y no estaban disponibles para trabajar. Típicamente las categorías de inactividad son: rentista, jubilados, estudiantes, amas de casa, entre otros. (INEC, 2017, pág. 7)

Tabla 6.
Población Económicamente Activa.

	Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre
	2013	2014	2015	2016	2017
P.E.A.	6.952.986	7.194.521	7.498.528	7.861.661	8.164.425

Fuente: (INEC, 2018, pág. 10)

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Análisis:

Según los datos indicados por el INEC en Diciembre del 2017 representa 8.164.425 de población económicamente activa como se puede observar en el resto de los anteriores años los valores son más bajos cada año fue creciendo por lo tanto para la microempresa será una oportunidad ya que indica los posibles consumidores.

2.01.02.02. Desempleo

Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron empleados y presentan ciertas características: i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar; ii) buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores. (INEC, 2018, pág. 7)

Tabla 7.
Desempleo.

	Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre	Diciembre
	2013	2014	2015	2016	2017
Desempleo	288.745	273.414	357.892	410.441	373.871

Fuente: (INEC, 2017, pág. 10)
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis:

El desempleo representa una amenaza para esta microempresa debido que este representa la población inactiva, es decir que son un porcentaje de personas que no podrán comprar este producto por falta de dinero.

2.01.03 Factor Legal

Los factores legales y reguladores como las políticas monetarias, fiscales, regulaciones en el mercado laboral o en el mercado financiero, actuaciones de empresas públicas, regulaciones de industrias (en las que se fija el precio o la tasa de rentabilidad permitida) o legislación medioambiental. Pueden ser factores restrictivos para la empresa o favorables, como subvenciones, ayudas públicas, protección legal, etc. (Rico & Navarro, 2017, pág. 48)

2.01.03.01 Registro Unico de Contribuyente (RUC)

Requisitos (Personas Naturales)

- Cédula de ciudadanía original y copia
- Contrato de arrendamiento original y copia
- Planilla de servicio basico (Agua,Luz, Teléfono)

LUAE (Licencia Unica Actividades Económicas)

- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte
- Papeleta de Votación actualizada

- Copia de Ruc
- Formulario de solicitud de Licencia Metropolitana Unica para el Ejercicio de la Actividad Económica.

Patente Municipal

- Copia a color de Cédula de Identidad
- Certificado de votación del propietario
- El formulario de declaracion de impuestos en la patente, original y copia
- Registro Unico del contribuyente (RUC) original y copia otorgado por el SRI
- Copia de pago al Cuerpo de Bomberos

Permiso de funcionamiento por el Cuerpo de Bomberos

- Solicitud de inspeccion del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del Ruc
- Copia de cédula
- Copia de papeleta de votación

Permiso del centro de salud

- Copia de cédula
- Copia de papeleta de votación
- Permiso cuerpo de bomberos

- Certificado de categorización emitido por el ministerio de industrias y productividad.

Permiso de funcionamiento

- 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 cédula y papeleta de votación del propietario
- Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Análisis:

El factor legal es muy importante para la microempresa ya que es una responsabilidad cumplir con todos los reglamentos que pide la ley, mismo que representa una oportunidad para la empresa que al pasar todo este proceso y obteniendo todos los permisos indica que las instalaciones están aptas para operar.

2.01.04. Factor político

“Los factores político-legales son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica.” (Villagomez, 2014)

En los factores político-legales podemos observar cierta importancia de los aspectos referentes a las ideologías y partidos políticos relevantes, misma que es una oportunidad para la empresa ya que al estar debatiendo ellos bajan impuesto directos acentuando indirectos.

2.01.05. Factor Tecnológico

Según (Rodríguez Ardura, 2011) menciona que “las innovaciones tecnológicas son una de las principales fuentes de ventaja competitiva. De su introducción no solo se derivan el desarrollo de nuevos productos y la mejora en los procesos de producción y de comercialización, sino también acarrear la obsolescencia de productos y procesos existentes hasta la fecha, así como variaciones de los hábitos de consumo. ”

Este factor representa una oportunidad para la microempresa ya que es muy necesario ir acorde la evolución de la tecnología ya que permite por medio de la misma ser más innovadores.

2.02. Entorno Local

Está compuesta por los elementos externos de la empresa a la que está relacionada ya que esto permitirá ver los factores internos de la organización por lo que tiene una mayor influencia a la microempresa y ayudan a conocer a los posibles clientes, proveedores y competidores que tendrá al momento de su implementación en el dicho mercado.

2.02.01. Clientes

“Dentro de la microempresa los clientes serán aquellos fieles que compran bienes o servicios para su consumo personal, conocido por el perfil de la empresa por su menor precio y para ahorrar tiempo.” (Enrique Garcia Prado, 2015, pág. 37).

Tabla 8
Clientes.

Clientes	Dirección
✓ Personas que habitan en el sur	Quitumbe
✓ Personas visitan Quicentro Sur	Quicentro Sur
✓ Personas que prestan servicio en el mismo lugar	Quitumbe
✓ Trabajadores del sector	Quitumbe
✓ Todo tipo de personas	Quicentro Sur

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Criollo Daniela

Los clientes representan una oportunidad para la empresa, siendo estos el pilar fundamental para que esta microempresa tenga éxito y aceptación dentro del mercado objetivo.

2.02.02. Proveedores

“Es probable mantener una buena relación debido a que la entrega de recursos que la empresa necesitara por lo tanto será muy importante y primordial

ya que necesita para producir bienes o servicios por una satisfacción al cliente. ”

(Enrique Garcia Prado, 2015, pág. 37)

Tabla 9
Proveedores.

Proveedor	Descripción	Dirección
Pequeños productores	Pollos	Mayorista Sector la Argelia
Pronaca	Mayonesa	Naranjos y Av. los Granados
Supermaxi	Vegetales	Quicentro Sur
Empresa agua potable	Agua potable	Sector Mariana de Jesús
Empresa eléctrica	Luz	Av. 10 de Agosto
CNT	Servicio de teléfono e internet	Av. De Mendoza

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Criollo Daniela

La microempresa no cuenta con muchos proveedores pero son distribuidores locales que proporcionaran materia prima de calidad y de forma inmediata por lo tanto vendría a ser una fortaleza para la empresa.

2.02.03. Competidores

Los competidores son aquellos agentes económicos que ofrecen bienes y servicios dentro de un determinado mercado. Para el proyecto se tomará en cuenta a la competencia directa e indirecta.

2.02.03.01. Competencia directa

La competencia directa dentro del estudio, es aquella que brinda los mismos o similares productos relacionados con el giro de negocio. En otras palabras empresas dedicadas a realizar la misma actividad comercial.

Tabla 10
Competidores directos.

Competencia	Dirección	Ciudad
Locales comida rápida	Av. Cóndor	Quito
Restaurantes de comida típica	Av. Morán Valverde	Quito
Puestos de comida (pinchos)	Sector Quitumbe	Quito

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Criollo Daniela

2.02.03.02. Competidores indirectos

Dentro del proyecto son aquellos que están presentes en nuestro entorno que buscan satisfacer las mismas necesidades de alimentación con productos sustitutos.

Tabla 11
Competidores indirectos.

Denominación	Descripción	Dirección
	Mc Donald's	Moran Valverde
	KFC	AV.Guayanay
	Pollo Campero	Av. Pedro Vicente Maldonado

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Criollo Daniela

Para la microempresa sus competidores directos vienen a ser grandes industrias como McDonald, KFC, Pollo Campero son quienes ofrecen variedades de productos similares y a gran escala en la cual representa una amenaza para la microempresa.

2.03 Análisis interno

(Piñero Estrada, 2015, pág. 32) , menciona que “en el análisis interno se pretende conocer, de manera genérica, el conjunto de actividades que hay que realizar para poder satisfacer las necesidades de los clientes con los productos y servicios comprometidos”.

Dentro del análisis interno se identificará fortalezas y debilidades para el desarrollo del proyecto de igual forma se recogerá información que ayudará a obtener una ventaja competitiva dentro de sus actividades.

2.03.01. Propuesta Estratégica

Esta es muy importante por la fundamentación adecuada de las estrategias por lo que ayuda a un desenvolvimiento en la microempresa en un futuro a base de procesos de evaluación sistemática en la cual se planteara objetivos a corto o largo plazo realizando estrategias para poder llegar a cumplir los objetivos trazados donde se establece la misión y visión para tener claro lo que tenemos para un futuro esperado.

El presente proyecto está enfocado en el apoyo de la matriz productiva, fomentando la producción nacional ofreciendo comida rápida ecuatoriana de calidad, con platos nutritivos, desarrollando fuentes de empleo y reduciendo el índice de desempleo, que a su vez permitirá encontrar las estrategias adecuadas para brindar un producto de calidad. Mediante la propuesta se podrá determinar las fortalezas y debilidades que ayudarán a encaminar el proyecto a realizar.

2.03.01.01 Misión

Se considera como una expresión muy general de lo que quiere ser la empresa y será el primer punto de referencia para la actuación empresarial, respondiendo las preguntas: para, que, donde, y quien.

Ser una empresa rentable que ofrezca a las familias, la mejor comida rápida con un sazón único, el sabor de campo, ofreciendo un excelente servicio y

generando un ambiente familiar para sus clientes y de armonía y desarrollo para sus empleados, mediante la preparación de platos de comida rápida 100% ecuatoriana, con altos estándares de calidad, de esta manera pretende buscar la satisfacción del cliente brindando un servicio de calidad y sobre todo que no afecte a la salud de los mismos.

2.03.01.02 Visión

“La visión es aquella idea, aspiración que tiene la empresa a futuro o el sueño de ésta a largo plazo. ” (Luna González, 2014, pág. 82)

Esta microempresa plasma para el año 2022 ser reconocidos dentro del serctor Sur del Distrito Metropolitano de Quito por la calidad y cantidad del producto , convirtiendose en uno de los mejores restaurantes de comida rapida mediante el trabajo optimo que se realizara en equipo,ofreciendo confiabilidad y siempre pensando en el bienestar del cliente.

Define y describe la situacion futura que decea tener la empresa, controla ,guia,alienta a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización.

2.03.01.03. Objetivos.

“El propósito de establecer los objetivos es transformar la declaración de la misión y la dirección de la organización en lineamientos de actuación, por medio de los cuales se puedan medir el avance de la organización. ” (Luna González, 2014, pág. 84)

2.03.01.03.01. Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de un Restaurante de preparación de pinchos y mix de habas y choclos que cubra la demanda insatisfecha en el barrio Quitumbe.

2.03.01.03.02. Objetivos Específicos

- Utilizar productos frescos y de calidad, dar a conocer propiedades del producto para que el cliente tenga la información.
- Expandir los productos para llegar a ser líderes en la comercialización del producto.
- Mantener buena comunicación y confianza para poder sostener el ambiente laboral, con una atención oportuna a los clientes.
- Incentivar y capacitar al grupo de trabajo
- Clientes satisfechos

2.03.01.04. Principios y Valores

Son normas que orientan y regulan la vida de la organización son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en la cultura, en la forma de ser.

Principios

- **Sentido critico:** Empleados tener sentido critico para reconocer falencias de la empresa y poder realizar la mejora continua.
- **Innovación:** Mejoramiento continuo para el crecimiento de la empresa.
- **Calidad:** Productos garantizado hacia los clientes.
- **Compromiso:** Trabajar con responsabilidad mejorando el rendimiento para proporcionar un producto de calidad.
- **Integridad:** Ser amable con todas as personas

Valores

Los valores son muy importantes para el desarrollo de la empresa siendo una oportunidad para la empresa ya que de esto dependerá el personal que rodea la microempresa.

- **Honestidad:** Ser honesto hablar siempre con la verdad
- **Respeto:** Modo de tratar dentro de la empresa como trabajador.
- **Puntualidad:** Llegar puntual al citio de trabajo y al satisfacer los pedidos a los clientes.

- **Reponsabilidad:** Responsablemente cumplir con todas las obligaciones
- **Justicia:** Ser justos con los empleados al momento de exigir .}

2.03.02. Gestión Administrativa

Es de vital importancia para poder alcanzar expectativas objetivos trazados por la empresa utilizando recursos para llegar al objetivo decaado por lo tanto poder mantener al cliente satisfecho .

2.03.02.01. Planificación

Planificacion en una microempresa ayuda al procesos raciaonal para la toma de decisiones, ayudando a decidir con tiempo de anticipacion los objetivos que decea alcanzar y que acciones son necesarias para tomar en ellos , haciendo referencia ala situacion futura decaada.

2.03.02.02. Organización

La organización empresarial se centra en atribuir las diferentes responsabilidades a los miembros que conforman la organización, de igual forma se relaciona con la estructura y administración del recurso humano.

2.03.02.02.01. Organigrama estructural

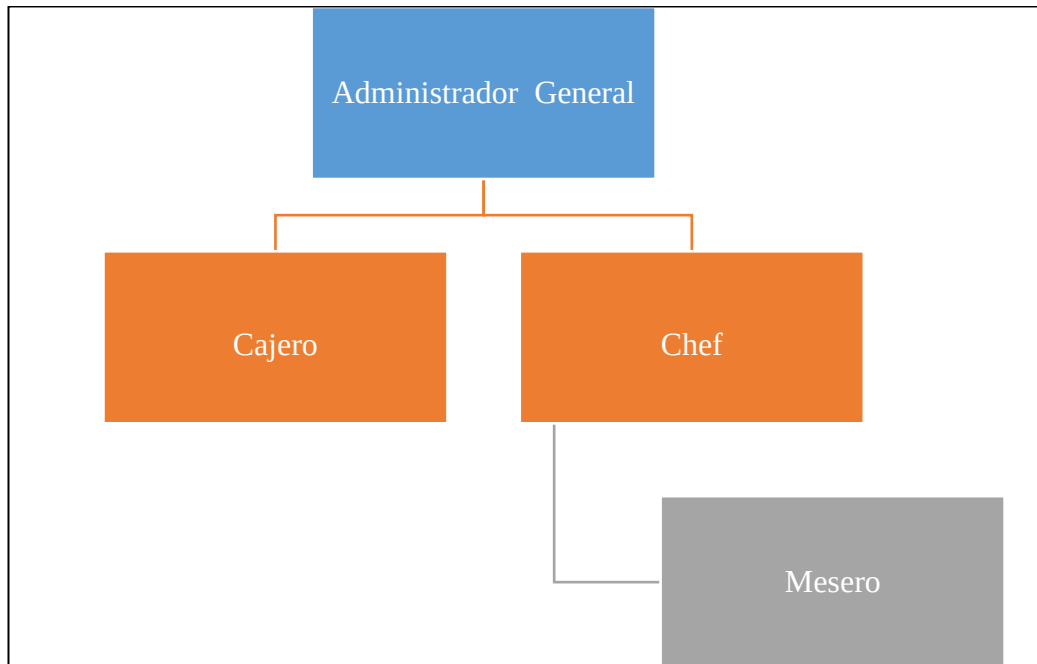


Figura 1. Organigrama estructural
Elaborado por: Criollo Daniela

2.03.02.02.02. Manual de funciones

El manual de funciones permitirá a la microempresa a definir el perfil y la competencia del personal.

Tabla 12

*Perfil para el administrador general.***Restaurante Sabor de Campo****Departamento:**

Gerencia

Cargo:

Administrador General

Perfil de cargo**Instrucción:** Titulo universitario en ingenieria comercial.**Genero:** Indistinto**Experiencia:** 2 años en cargos identicos**Competencia requerida:**

- ✓ Conocimineto en cantabilidad y tributacion.
- ✓ Conocimiento en sistemas.
- ✓ Relación con personas
- ✓ Habilidad en la toma de decicicones
- ✓ Cretividad e iniciativa para abrir nuevos mercados.

Funciones:

- ✓ Organizar estructura a futuro
- ✓ Dirigir a la empresa
- ✓ Toma de decicicones, supervisar, ser el lider .
- ✓ Controlar actividades
- ✓ Contratar personal

Fuente: Investigacion propia

Elaborado por: Criollo Daniela

Tabla 13.
Perfil para el Chef.

Restaurante Sabor de Campo	
Departamento:	Cargo:
Servicio	Chef
Perfil de cargo	
Instrucción: Título en Gastronomía	
Genero: Indistinto	
Experiencia: 1 años	
Competencia requerida:	
✓ Trabajo en equipo ✓ Creatividad ✓ Orden	
Funciones:	
✓ Supervisar la preparación de alimentos ✓ Realizar decoraciones del producto a ofrecer ✓ Determinar las necesidades de productos para el establecimiento ✓ Dirigir la recepción, almacenaje y distribución de insumos. ✓ Aplicar protocolos de seguridad e higiene en alimentos ✓ Preparar el menú	
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Criollo Daniela	

Tabla 14.
Perfil del cajero.

Restaurante Sabor de Campo	
Departamento:	Cargo:
Administrativo	Cajero
Perfil de cargo	
Instrucción: Titulo en Administración	
Genero: Indistinto	
Experiencia: 8 meses	
Competencia requerida:	
✓ Comunoicación efectiva	
✓ Orientación al cliente	
✓ Apego a las politicas de la empresa.	
Funciones:	
✓ Cuadre de caja	
✓ Cobranza	

Fuente: Investigacion propia
Elaborado por: Criollo Daniela

Tabla 15.
Perfil del mesero.

Restaurante Sabor de Campo	
Departamento:	Cargo:
Servicio	Mesero
Perfil de cargo	
Instrucción: Bachiller	
Genero: Indistinto	
Experiencia: 8 meses	
Competencia requerida:	
✓ Cooperador ✓ Puntual ✓ Organizado ✓ Iniciativa y proactividad ✓ Preocupado por la calidad e higiene	
Funciones:	
✓ Limpieza y alineación de sillas del establecimiento ✓ Recibir al cliente y acompañarlo hasta la mesa ✓ Gestionar la cuenta ✓ Realizar algunos trabajos con la preparación de alimentos	
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Criollo Daniela	

La microempresa contará con un liderazgo para llegar a tener integrantes con seguridad en el cumplimiento de cada uno de sus actividades laborales de acuerdo a cada uno de sus áreas y para que así sigan capacitándose cada día, conozcan las opiniones, pensamientos de todas las personas que formaran parte de ello o que tienen conocimientos mas amplios para obtener una mejora continua en la microempresa.

2.03.02.03. Control

Permite controlar o verificar el nivel de comportamiento de la empresa o corrigiendo si existen desviaciones esta de la mano con la planificación para

mantener el orden para ello se utilizará Kardex por lo tanto ayudara a llevar un control a la empresa.

2.03.02.03.01. Kardex

CONTROL DE INVENTARIOS							SABOR DE CAMPO			KADEX		
RESPONSABLE:		Daniela Criollo					CÓDIGO REF.			1450		
ARTÍCULO:		Pollos					EXISTENCIA MÍNIMA:			20		
UNIDAD DE MEDIDA:		Unidades					EXISTENCIA MÁXIMA:			30		
PROVEEDOR:		Pronaca					MÉTODO:			Promedio		
#	FECHA	No. DOCUM.	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
				CANT.	P.U.	VALOR TOTAL	CANT.	P.U.	VALOR TOTAL	CANT.	P.U.	VALOR TOTAL
1.	25/12/2018	Fc# 001	Compra 1	10	4,00	40,00				10	4,00	40,00
2.	25/12/2018	Fc# 001	Dev. Compra 1	-3	8,00	-24,00				7	2,29	16,00

Figura 2. Kardex

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Criollo Daniela

2.03.03. Gestión operativa

Se implementará dependiendo de las areas o departamentos existentes con el fin de determinar funciones en el proceso de mejora de capacida y asu vez plantear estrategias para asi mejorar sus estrategias para ir mejorando en las funciones como una capacitación ya que cada día va mejorando la tecnología.

2.03.03.01. Cadena de valor



Figura 3. Cadena de valor

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Criollo Daniela

2.03.04. Gestión Comercial

“La gestión comercial es toda aquella actividad que se hace cargo de “administrar” y de ejercer “influencia” sobre un resultado o variable comercial. ”

(Morales, pág. 6)

En el proyecto se debe planificar para que el producto se de a conocer en el mercado teniendo sus características para la satisfacción del cliente.

2.03.04.01. Producto

El producto es el instrumento de marketing del que dispone la empresa para satisfacer las necesidades del consumidor. De ahí que no se debe considerar el producto a partir de sus características físicas o formales únicamente, sino teniendo en cuenta todos los beneficios que se derivan de su utilización.

(Rodríguez Ardura, 2011, pág. 70)

La empresa ofrecerá comida rápida ecuatoriana. El menú comprenderá:

- Mix de habas y choclos
- Pinchos

Elaborado con choclos frescos y habas frescas, producto 100% ecuatoriano, de la misma forma para la preparación pinchos se elaborará con carne fresca y selecta y verduras.

2.03.04.02. Precio

El precio es el único elemento del marketing mix que aporta ingresos a la empresa. No solo consiste en la cantidad de dinero que el consumidor paga para obtener el producto, sino que también engloba todos los esfuerzos que supone adquirirlo, como los costes de buscar y comparar información sobre productos alternativos, el tiempo y las molestias que implica desplazarse hasta el establecimiento donde se hace la compra, etc. (Rodríguez Ardura, 2011, pág. 70).

Para determinar el precio se tomará en cuenta la competencia en el sector, se reducirá un porcentaje para ser más competitivo y accesible al consumidor.

Tabla 16.
Precio.

Producto	Precio
Mix de habas y choclo	2,00 \$
Pinchos	1,50 \$

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Criollo Daniela

✓ **Forma de pago**

El pago de los productos se realizará al contado también se otorgará facilidades a los clientes.

2.03.04.03. Plaza

Para que el poroducto llege a sus clientes deben estar en un lugar accesible, visible en disposición de oferta. La empresa estará ubicada en Quitumbe, Distrito Meteopolitano de Quito.

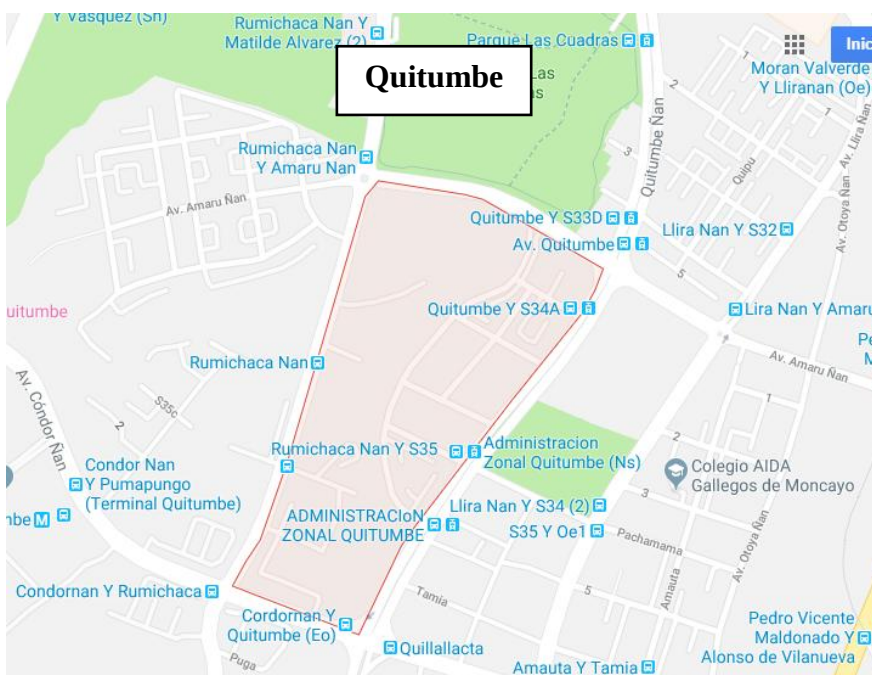


Figura 4. Plaza

Fuente: (Google Maps, 2018)

Elaborado por: (Google Maps, 2018)

2.03.04.04. Promoción

Son incentivos o estrategias que implementara la microempresa para convencer al cliente y obtener la venta de sus productos.

2.03.05. Nombre de la empresa

El nombre comercial de la microempresa es “Restaurante El Sabor de Campo”

2.03.06. Slogan

PICANDO AL PASO

2.03.07. Logotipo



Figura 5. Logo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Criollo Daniela

2.03.08. Colores

- **Verde:** Es el color de la naturaleza. representa armonia, crecimiento, frescura y ferlitudad.
- **Amarillo:** Libera emociones negativas. Seguridad felicidad para los clientes.
- **Blanco:** Representa la paz y pureza.

2.03.09. Publicidad

La publicidad está relacionada con el marketing empresarial, es la forma con la cual se intenta dar a conocer el producto. La publicidad que se utilizará serán las siguientes:

2.03.09.01. Pagina facebook



Figura 6. Página Facebook

Fuente: Facebook

Elaborado por: Criollo Daniela

2.03.09.02. Volantes



Figura 7. Volantes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Criollo Daniela

2.03.09.03. Díptico.



Figura 8. Díptico

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

2.04. Análisis FODA (Fortaleza, Oportunidades ,Debilidades y Amenazas)

Es una herramienta de analisis que puede ser aplicada a cualquier situacion, individuo, producto, empresa, etc., que este actuando como objeto de estudios en un momento determinado. El análisis FODA, presenta en un cuadrante la situación actual de estudio, que permite obtener un diagnóstico preciso en función del cual pueden tomarse decisiones acordes al objetivo planteado.

(Ulloa, 2017, pág. 19)

Para el estudio de factibilidad del “restaurante de campo” se realizó un FODA ponderado, que es una herramienta en donde se observa los factores estudiados anteriormente.

Tabla 17.
Análisis FODA.

Variables	Ponderación		
	Alto	Medio	Bajo
Fortalezas (Interno) (P)			
Calidad de producto	x		
Ubicación geográfica	X		
Gestión comercial		X	
Oportunidades (Externo)			
Competencia (baja)	X		
Población ecómicamente activa		X	
Factor legal		X	
Debilidades (Interno) (P)			
Gestión operativa		X	
Poca variedad de productos	X		
Micro empresa nueva en el sector			X
Amenazas (Externo)			
PIB	X		
Desempleo		X	
Inflación	X		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Criollo Daniela

El FODA refleja que la empresa debe mantenerse de manera cautelosa ya que el ambiente externo es una variable que no se pueden controlar y por lo tanto la empresa debe aprovechar sus oportunidades para que pueda mantenerse en el mercado.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

“La investigación de mercado no se limita a los productos, se lleva a cabo para responder preguntas sobre los segmentos potenciales de mercado, las tiendas enteras, las marcas, la publicidad, los precios y cualquier otro aspecto del marketing.” (Stanton, 2011, pág. 198)

El estudio de mercado para el presente proyecto con el objetivo de obtener información valiosa en cuanto a tendencias de consumo, aceptación de precios, frecuencia de compra, entre otros para de esa manera realizar el cálculo de la oferta, demanda y demanda insatisfecha.

3.01. Análisis del Consumidor

“Es necesario realizar una investigación de marketing o investigación de mercado para introducir un producto o a lo largo de la vida útil del mismo con el objetivo de conocer los mercados y su funcionamiento.” (Stanton, 2011, pág. 201)

El proyecto se basará en la investigación cualitativa que da a conocer los aspectos, preferencias del producto y la investigación cuantitativa mediante la

tabulación, representación gráfica de las encuestas que se realizaran y sirve para la toma de decisiones. A continuación detallaremos los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizará.

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01. Población

“Una población es cualquier grupo de elementos; los elementos son las unidades individuales que componen la población. Mientras que la población se refiere a un grupo finito, el universo se refiere a sucesos que no tienen límite, infinitos.” (Navarro, 2014, pág. 237)

De esta manera en el estudio se ha determinado como la población a las personas de 16 años en adelante del sector Sur, en la Ciudadela Quitumbe del D.M.Q. De acuerdo a la información obtenida del INEC.

Tabla 18.
Población.

Provincia	Cantón	Parroquia	Población
Pichincha	Quito	Todas	1.619.146
Pichincha	Quito	Administración Quitumbe	319056
Pichincha	Quito	Quitumbe	79075

Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

De acuerdo al estudio realizado, de la población considerada se encuentran dentro del rango de acuerdo al INEC el 67% de la población total de la parroquia, es decir 52980 habitantes se consideran como el mercado objetivo y población del proyecto.

3.01.01.02. Muestra

“Es un subconjunto, parte de la población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros. ” (Sappag Chain, 2013, pág. 161)

La muestra es una parte representativa de la población objeto de estudio, que sirve para establecer tendencias y lograr los objetivos del estudio de mercado.

3.01.01.03. Cálculo de la muestra

Para poblaciones infinitas (Mayores a 30.000 elementos)

Cálculo de muestra fórmula infinita:

N = Población (52980)

p = probabilidad de éxito 50% (0.50)

q = probabilidad de fracaso 50% (0.50)

z = porcentaje de confianza 95% (1.96)

e = porcentaje de error del 5% (0.05)

n = muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2} ; \quad n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} ; \quad n = 384.16 ; \quad \mathbf{n = 384}$$

Facilitado al nivel de confianza del 95% de 52980; con un margen de error del 5%, con un grado de aceptación del 50% y con un grado de rechazo del 50% el número de encuestas estimado es de 384 encuestas.

3.01.02. Técnicas de obtención de información

3.01.02.01. Investigación cualitativa

“Proporciona información de grupos reducidos por lo que no es posible realizar análisis estadísticos. Se orienta por conocer y comprender el comportamiento del consumidor. ” (Merino & Pintado, 2015, pág. 20). Dentro de esta investigación se utilizan técnicas de obtención de información, tales como: entrevistas y fichas de observación.

3.01.02.01.01. Entrevista

“La entrevista como instrumento de recolección de datos, supone una alta interacción del encuestador, con la finalidad de poder conocer con la mayor certeza posible aspectos inherentes a una investigación. ” (Hernández Sampieri, 2012, pág. 83)

3.01.02.01.02. Ficha de observación

“Las fichas de observación pertenecen al grupo de observación no participante, ya que las personas solo son objeto de la visualización de las actividades, de la misma manera puede suponer un alto costo por las actividades que la misma implica. ” (Hernández Sampieri, 2012, pág. 87)

3.01.02.02. Investigación cuantitativa

Según Merino y Pintado, (2015), la investigación cuantitativa “pretende obtener información que describa hechos cuantificables, mediante técnicas más estructuradas que las cualitativas. Los datos admiten algún tipo de medida y su análisis se realiza con posterioridad a los tratamientos estadísticos empleados. ” (pág. 22)

3.01.02.02.01. La encuesta

“La encuesta es un medio por el cual se puede tomar un criterio más amplio sobre un tipo de consumidor, gustos, preferencias, frecuencia de compra entre otros,

logrando con esto tener una herramienta que se puede aplicar a una población más grande. ” (Hernández Sampieri, 2012, pág. 93)

Se considera como técnicas de obtención de la información a las herramientas administrativas que sirven de apoyo para obtener información. De esta manera gracias a este estudio se podrá determinar si el producto tendrá una aceptación positiva para la elaboración del plan de negocios planteado, para lo cual se utilizará la encuesta aunque supone costos, estos no son tan elevados y es una herramienta muy versátil, puesto que la misma puede ser aplicada de forma presencial o virtual en el presente estudio.

3.01.02.02.02. Prueba Piloto

“Una prueba piloto es una puesta en práctica de un experimento tendiente a considerar las posibilidades de un determinado desarrollo posterior. ” (Stanton, 2011, pág. 214)

Con el objetivo de realizar la prueba piloto, se ha determinado las preguntas necesarias para el estudio, las mismas que están orientadas a determinar aspectos puntuales necesarios para la investigación de campo, por lo tanto es una experimentación que se realiza por primera vez con el objetivo de comprobar ciertas cuestiones, en caso de no ser entendida por los encuestados pues se debe realizar

cambios con palabras familiarizadas con la intención de considerar las facilidades en la implementación.

3.01.02.02.01. Informe de la encuesta piloto

Al realizar la prueba piloto se tomó el 10% del total de la muestra, es decir se realizó 38 encuestas, con lo que concluimos que no se presentó ningún tipo de inconveniente al encuestar a las personas objetivo.

3.01.02.02.03. Modelo de Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA” ENCUESTA

Objetivo de Encuestas

Obtener información estadística respecto a la implementación de un restaurante de comida rápida ecuatoriana.

Instructivo: Marcar con una “X” una sola opción de respuesta por pregunta.

Género:	Femenino	☐	Masculino	☐
Edad:	16 – 25	☐	26-35	☐
			35-43	☐
			44 o más	☐
Nivel de Ingreso	\$385 - \$500	☐	\$501-\$800	☐
			\$ 801 o más	☐

1. ¿Consumen usted alimentos elaborados fuera de casa?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Qué tipo de comidas preparadas consume usualmente fuera de casa?

Comida rápida	
Platos a la carta	
Comida gourmet	
Comida tradicional	
Otros	

3. ¿Cuáles son los lugares donde usted compra los alimentos preparados usualmente?

Patios de comidas ☐ Restaurantes ☐ Otros ☐

4. ¿Cada qué tiempo, consume este tipo de alimentos?

Diario ☐ Semanal ☐ Quincenal ☐ Mensual ☐

5. ¿Qué cantidad de dinero destina a la adquisición de este tipo de comida en promedio por cada ocasión de compra?

De 2 a 4 dólares	
De 4 a 6 Dólares	
De 6 a 8 Dólares	
De 9 dólares o más	

6. ¿Qué es lo que determina su preferencia de compra?

Precio	
Calidad	
Variedad	
Rapidez en la entrega	
Otros	

7. ¿Tiene usted un lugar de su preferencia para adquirir alimentos preparados?

SI ☐ NO ☐

8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le brinde el lugar donde consume los alimentos?

Área de niños	
Zona de WIFI	
Zona de no fumadores	
Servicio a domicilio	
Otros	

9. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de un restaurante de comida rápida ecuatoriana en el sector de Quitumbe?

SI ☐ NO ☐

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer los productos del restaurante?

Facebook	☐
Hojas volantes	☐
Radio	☐
Otros	☐

Gracias por su atención.

3.01.03 Análisis de la Información

3.01.03.01. Género

Tabla 19.
Género.

Variable	Frecuencia	%
Masculino	83	21,62%
Femenino	301	78,38%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

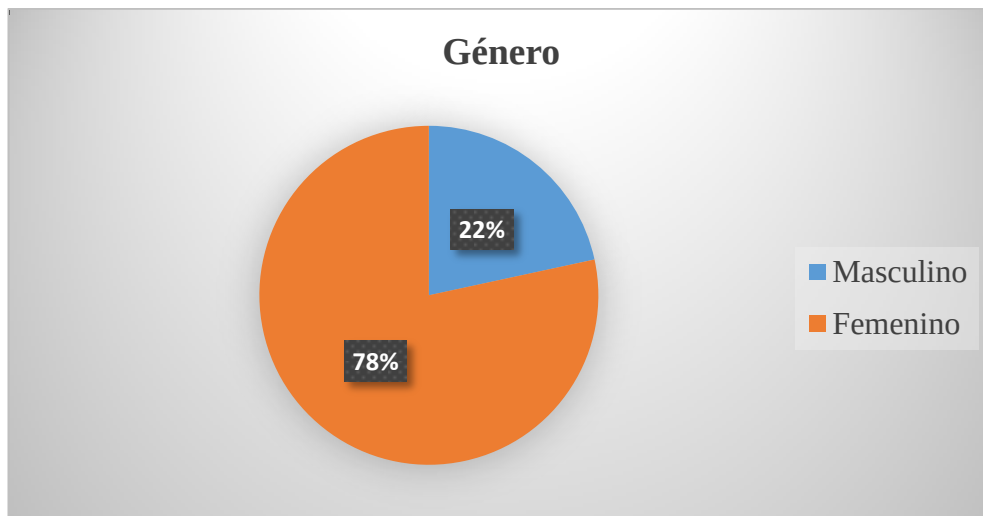


Figura 9. Género

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Daniela Criollo

Análisis:

En el gráfico del Género, se realiza la encuesta a un total de 384 personas, en ella la mayoría pertenece al género femenino con un porcentaje del 78,38% y el género masculino obtiene un porcentaje de 21,62% lo que al sumar los dos valores representa el 100% del total de las encuestas realizadas.

3.01.03.02. Edad

Tabla 20.
Edad.

Variable	Frecuencia	%
16 a 25	50	13,02%
26 a 35	150	39,06%
35 a 43	110	28,65%
44 o más	74	19,27%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

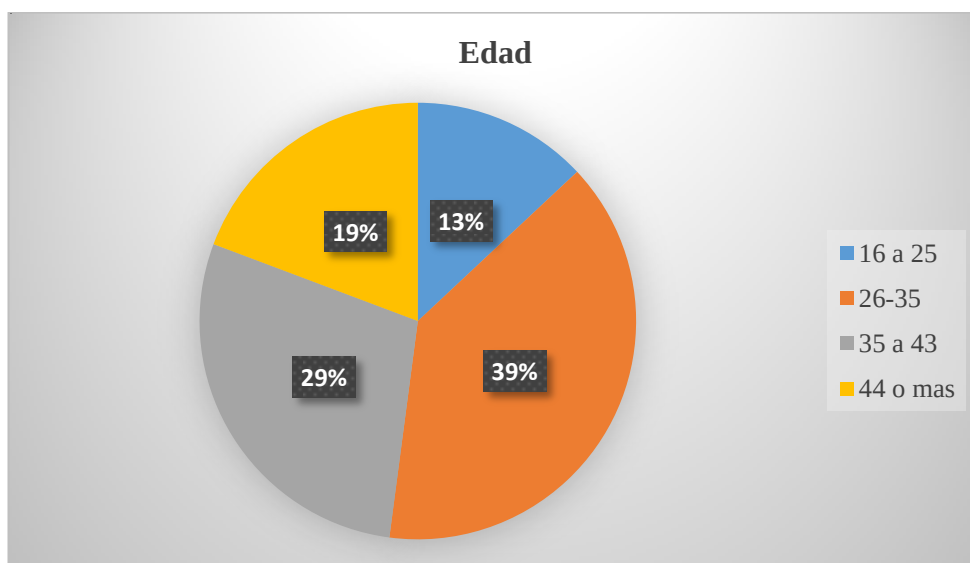


Figura 10. Edad

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis:

Se puede observar en el gráfico de edades de las personas encuestadas que el 13% fueron personas de 16 a 25 años de edad, el 39% fueron personas de 26 a 35 años de edad, el 29% fueron personas de 35 a 43 años de edad, y el restante que es el

19% fueron personas de 44 a más años de edad, sumando estos porcentajes da el 100% del total de las encuestas realizadas

3.01.03.03. Nivel de ingresos

Tabla 21.
Nivel de ingresos

Variable	Frecuencia	%
\$385 - \$500	117	30,47%
\$501 - \$800	181	47,14%
\$801 o más	86	22,40%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

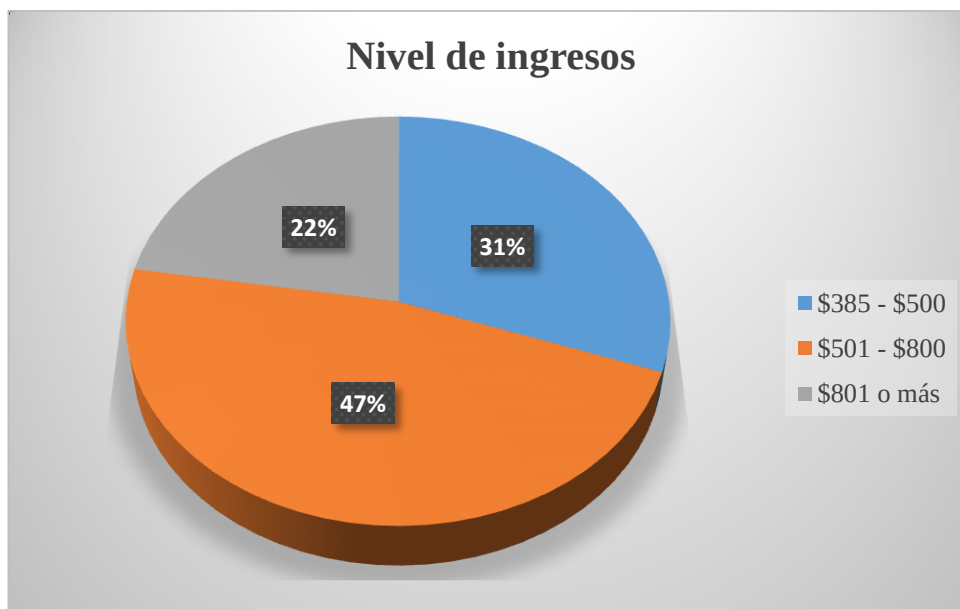


Figura 11. Nivel de ingresos
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis:

De acuerdo con los valores obtenidos en la encuesta se puede determinar que un 30,47% percibe un ingreso de \$385 a \$500 dólares, un 47,14% percibe entre \$501 - \$800 y un 22,40%, \$801 o más.

3.01.03.04. Pregunta 1. ¿Consume usted alimentos elaborados fuera de casa?

Tabla 22.
Pregunta 1.

Variable	Frecuencia	%
Si	346	90,10%
No	38	9,90%
Total	384	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

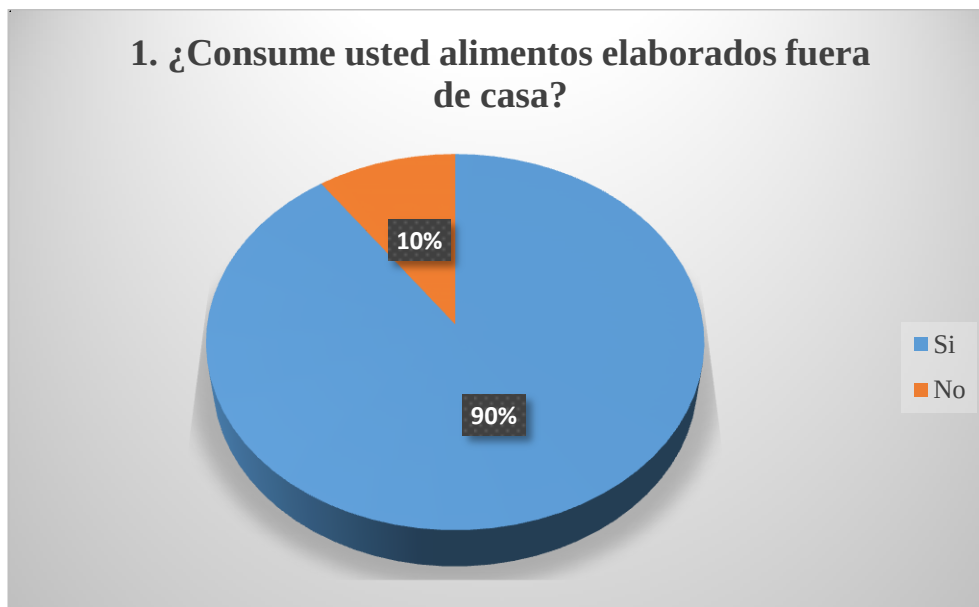


Figura 12. Pregunta 1.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

De acuerdo al análisis realizado se ha determinado que el 90,10% de las personas consumen usualmente alimentos fuera de casa mientras un 9,90% afirma no hacerlo.

3.01.03.05. Pregunta 2. ¿Qué tipo de comidas preparadas consume usualmente fuera de casa?

Tabla 23.
Pregunta 2.

Variable	Frecuencia	%
Comida rápida	135	35,16%
Platos a la carta	94	24,48%
Comida gourmet	66	17,19%
Comida tradicional	42	10,94%
Otros	47	12,24%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

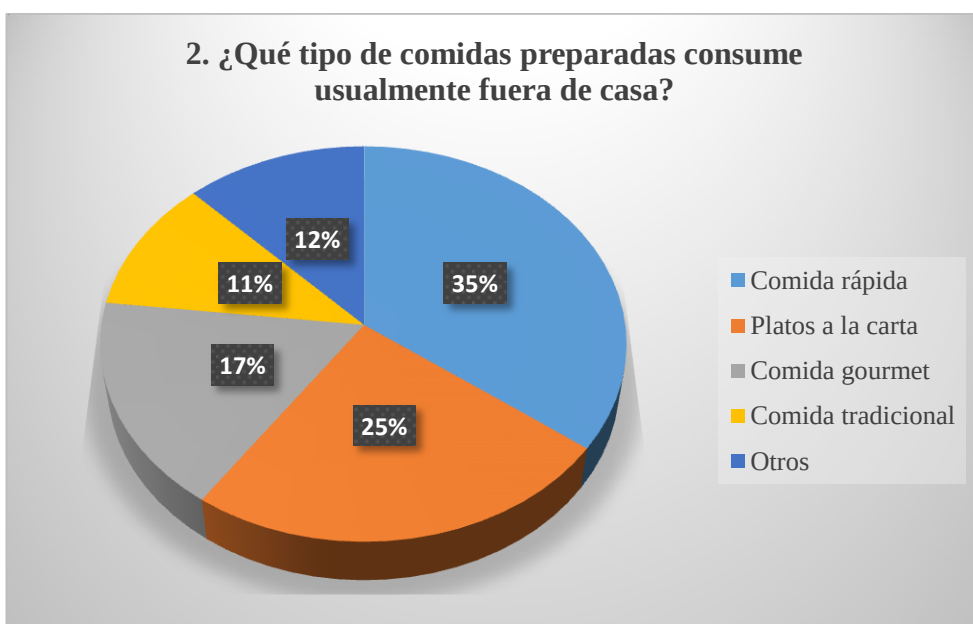


Figura 13. Pregunta 2

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

En el estudio se evidencia que el 35,16% prefiere la comida rápida, el 24,48% los platos a la carta, el 17,19% comida gourmet o especializada, el 10,94% comida tradicional y un 12,24% de los encuestados otro tipo de comida.

3.01.03.06. Pregunta 3. ¿Cuáles son los lugares donde usted compra los alimentos preparados usualmente?

Tabla 24.
Pregunta 3.

Variable	Frecuencia	%
Patio de comidas	117	30,48%
Restaurante	169	44,00%
Otros	98	25,52%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

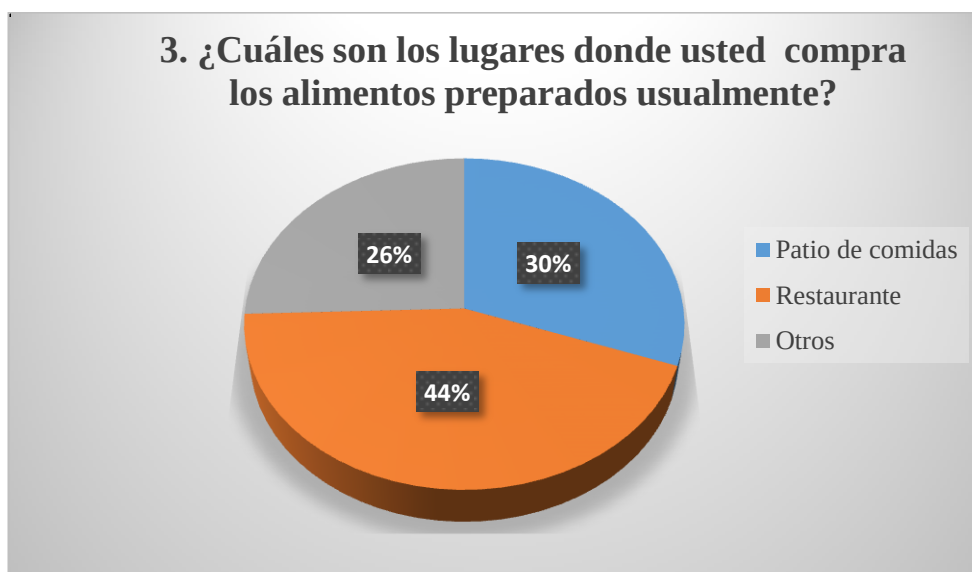


Figura 14. Pregunta 3

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

Las personas presentaron preferencias en cuanto a sus preferencias de consumo, de esta manera el 30,48% prefiere hacerlo en patios de comida, el 44% en restaurantes y un 25,52% en otros lugares no especificados, de los 384 encuestados.

3.01.03.07. Pregunta 4. ¿Cada qué tiempo, consume este tipo de alimentos?

Tabla 25.
Pregunta 4.

Variable	Frecuencia	%
Diario	72	18,76%
Semanal	156	40,64%
Quincenal	109	28,40%
Mensual	47	12,20%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

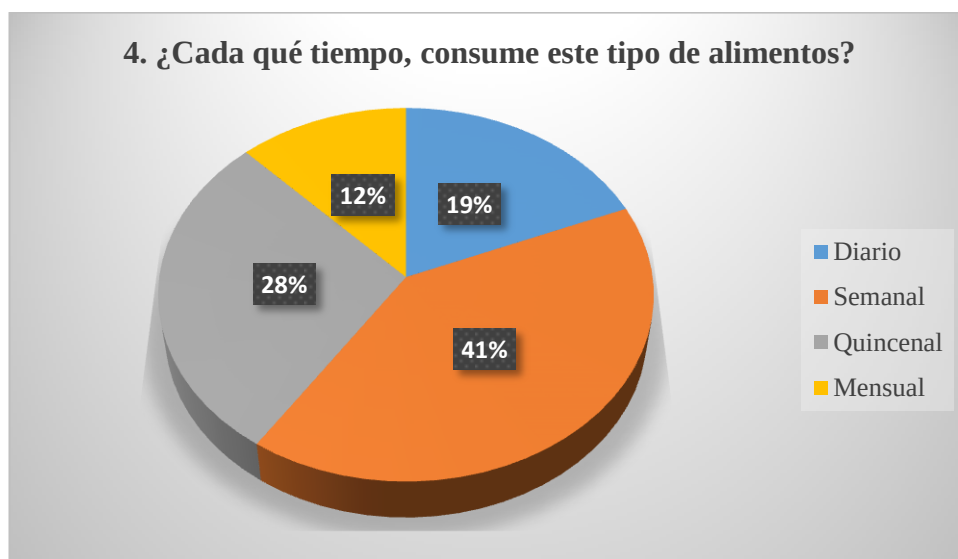


Figura 15. Pregunta 4
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

Las personas encuestadas manifestaron su frecuencia de consumo de estos alimentos con un 18,76% diario, 40,64% semanal, 28,40% quincenal y un 12,20% mensual, de lo que se establece que la mayoría lo hace al menos una vez por semana.

3.01.03.08. Pregunta 5. ¿Qué cantidad de dinero destina a la adquisición de este tipo de comida en promedio por cada ocasión de compra?

Tabla 26.
Pregunta 5.

Variable	Frecuencia	%
De 2 a 4 dólares	124	32,29%
De 4 a 6 dólares	87	22,66%
De 6 a 8 dólares	97	25,26%
De 9 dólares o más	76	19,79%
Total	384	100,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

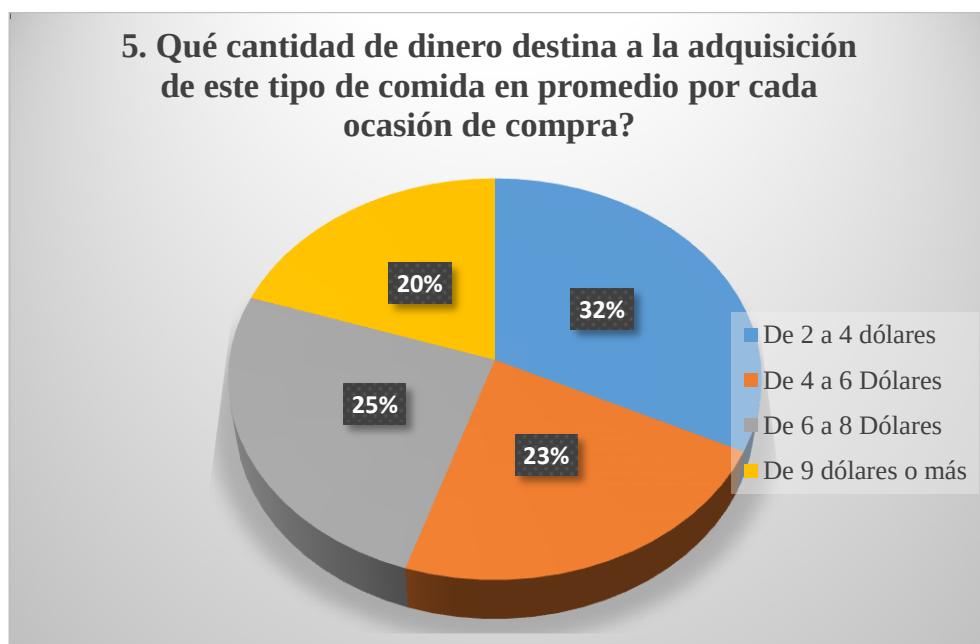


Figura 16. Pregunta 5.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

Se estableció que la cantidad de dinero que destina cada cliente por cada oportunidad de compra fue de 2 a 4 dólares con un 32,29%, de 4 a 6 dólares un 22,66%, de 6 a 8 dólares un 25,26% y de 9 dólares o más un 19,79%.

3.01.03.09. Pregunta 6. ¿Qué es lo que determina su preferencia de compra?

Tabla 27.
Pregunta 6.

Variable	Frecuencia	%
Precio	97	25,27%
Calidad	120	31,26%
Variedad	100	26,05%
Rapidez en la entrega	20	5,21%
Otros	47	12,20%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

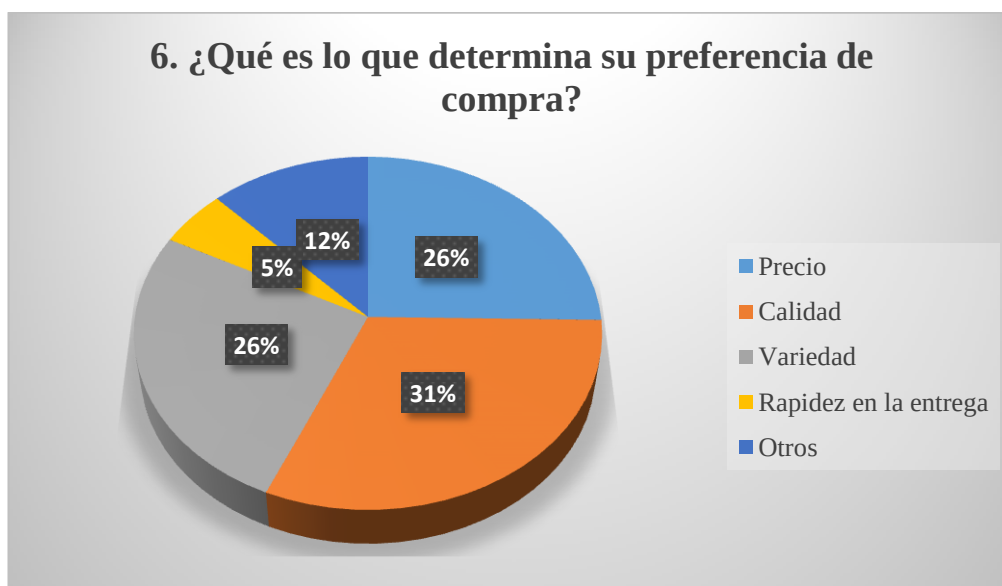


Figura 17. Pregunta 6.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

De acuerdo al estudio se ha establecido que un 25,27% de las personas se preocupan por el precio como prioridad, mientras que un 31,26% indicó que prefiere la calidad de los alimentos, un 26,05% variedad en el menú, un 5,21% por rapidez en la entrega y un 12,20% otras preferencias.

3.01.03.10. Pregunta 7. ¿Tiene usted un lugar de su preferencia para adquirir alimentos preparados?

Tabla 28.
Pregunta 7.

Variable	Frecuencia	%
Si	233	60,68%
No	151	39,32%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

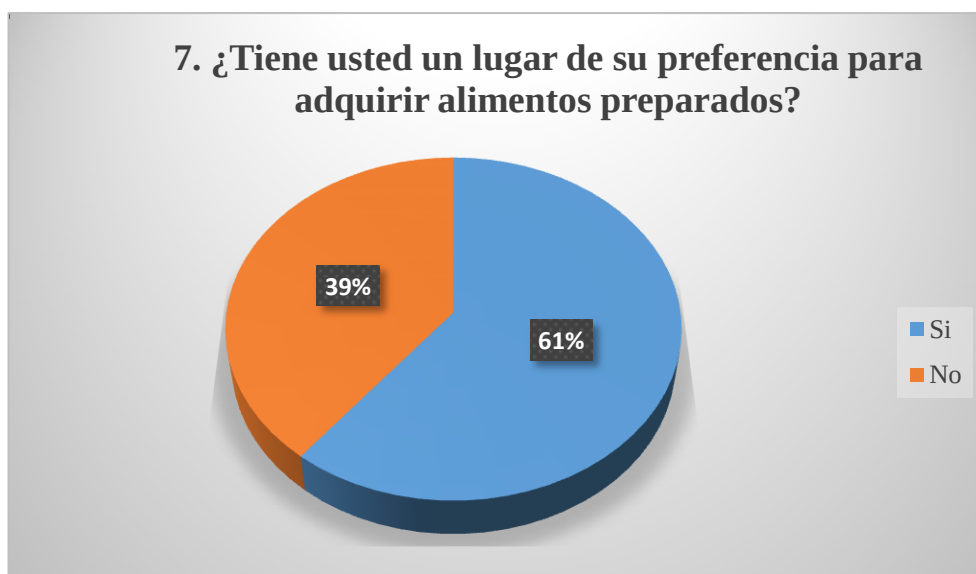


Figura 18. Pregunta 7.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

Se estableció que un 60,68% tienen un establecimiento o lugar de preferencia para la compra de los alimentos elaborados, mientras que un 39,32% no lo tiene, es decir no tienen una elección totalmente definida en cuanto a un establecimiento en particular.

3.01.03.11. Pregunta 8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le brinde el lugar donde consume los alimentos?

Tabla 29.
Pregunta 8.

Variable	Frecuencia	%
Área de niños	87	22,66%
Zona de WIFI	125	32,55%
Zona de no fumadores	28	7,29%
Servicio a domicilio	89	23,18%
Otros	55	14,32%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

8. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que le brinde el lugar donde consume los alimentos?

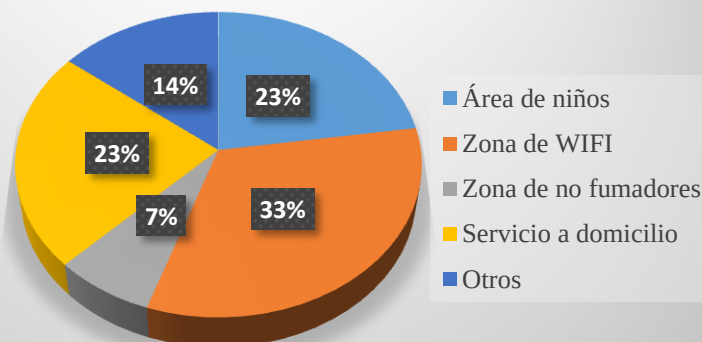


Figura 19. Pregunta 8.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

En la pregunta se refiere a algún tipo de servicio adicional que desee el cliente, ante lo cual respondieron un 22,66% con un Área de niños, un 32,55% una Zona WIFI, un 7,29% Zona de no fumadores, un 23,18% prefieren un servicio a domicilio y un 14,32% otro tipo de servicios complementarios a la alimentación.

3.01.03.12. Pregunta 9. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de un restaurante de comida rápida ecuatoriana en el sector de Quitumbe?

Tabla 30
Pregunta 9.

Variable	Frecuencia	%
Si	325	84,64
No	59	15,36
Total	384	100,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

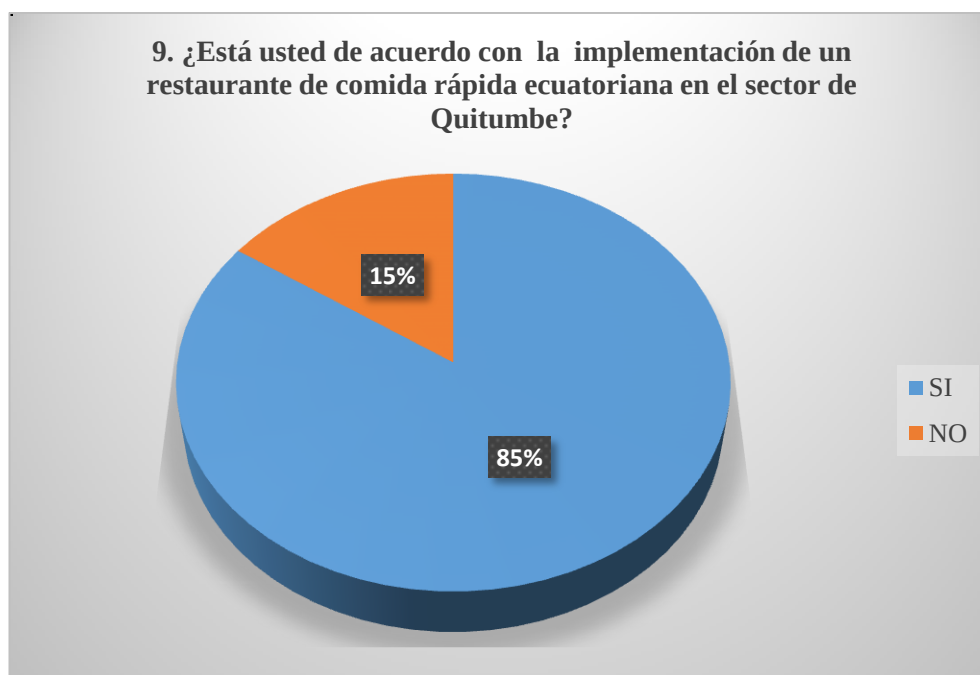


Figura 20. Pregunta 9.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

Esta pregunta define la preferencia del nuevo emprendimiento en el sector de incidencia de mercado, ante lo cual de los 384 encuestados, un 84,64% manifestaron

que si aceptarían la implementación del restaurante, mientras que un 15,36% indicaron que no, sin embargo no manifestaron una razón en especial.

3.01.03.13. Pregunta 10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer los productos del restaurante?

Tabla 31.
Pregunta 10.

Variable	Frecuencia	%
Facebook	167	43,46%
Hojas volantes	100	26,02%
Radio	84	21,93%
Otros	33	8,59%
Total	384	100,00%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela



Figura 21. Pregunta 10.
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

Análisis

Del estudio las personas afirmaron que desearían conocer más sobre el restaurante a través de Facebook un 43,46%, por hojas volantes un 26,02%, por cuñas de radio un 21,93% y por otros medios un 8,59%.

3.02. Oferta

El término oferta puede definirse como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto a los de los compradores. Un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida. (Sappag Chain, 2013, pág. 215)

3.02.01. Oferta actual

“Se relaciona con la capacidad productiva vigente por parte de las empresas que conforman el mercado. ” (Baca Urbina, 2011, pág. 210)

Aceptación Marca o Preferencia			
Si	60,68%	763.478,19	* 0,6068
No	39,32%	463.278,57	Oferta actual

Figura 22. Oferta actual

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Criollo Daniela

3.02.02. Oferta proyectada

Se realiza un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se ha tomado en consideración la inflación acumulada del mes de agosto del 2018 (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2011, pág. 213)

Tabla 32.
Oferta proyectada.

Año	Factor (Inflación Acumulada)	Oferta	Cantidad	Fuente: Estudio de mercado Elaborado por: Criollo
2018	1	\$463.278,57	154.426	Fuente: Estudio de mercado Elaborado por: Criollo
2019	0,08%	\$463.649,19	154.550	
2020	0,08%	\$464.020,11	154.673	
2021	0,08%	\$464.391,32	154.797	
2022	0,08%	\$464.762,84	154.921	
2023	0,08%	\$465.134,65	155.045	

Daniela

3.03. Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos

centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio. (Sappag Chain, 2013, pág. 224)

3.03.01. Demanda actual

“Volumen total que compararía un grupo de consumidores concreto, en una zona geografía determinada, en un periodo de tiempo preciso, en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específicos.” (Stanton, 2011)

De esta manera se ha realizado el cálculo de la demanda actual tomando en cuenta la población y los factores que determinan la demanda, así mismo se ha realizado el cálculo en dólares y unidades como se presenta a continuación.

Aceptación

1. Consume usted	Si	90,10%
alimentos elaborados fuera de casa?	No	9,90%

Población * Porcentaje de aceptación mayor
Aceptación de personas **47.734,98**

Frecuencia	Diario	18,76%
2. Cada qué tiempo	Semanal	40,64%
consume este tipo de	Quincenal	28,40%
alimentos?	Mensual	12,20%

Aceptación * Porcentaje de frecuencia * tiempo
Frecuencia de compra **931.175,80**

Precio promedio

5. Qué cantidad de dinero	De 2 a 4 dólares	32,29%
destina a la adquisición de	De 4 a 6 dólares	22,66%
este tipo de comida en	De 6 a 8 dólares	25,26%
promedio por cada	De 9 dólares o más	19,79%
ocasión de compra?		

Rango de precios / 2
(2,00 \$ + 4,00 \$) / 2
Precio promedio **3,00 \$**

Cálculo de la demanda actual

Frecuencia de compra * Precio promedio de aceptación
Aceptación de personas **902.030,00**

9. Está usted de acuerdo con la implementación de un restaurante de comida rápida ecuatoriana en el sector de Quitumbe?	Si	84,64%
	No	15,36%

Aceptación de las personas * 0,8464

Demanda actual \$ **763.478,19**

Figura 23. Demanda actual

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Criollo Daniela

3.03.02 Demanda proyectada

Se realiza un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cerca a uno. (Baca Urbina, 2011, pág. 201).

Se ha realizado la proyección tomando como factor la tasa crecimiento poblacional determinado en el último censo poblacional realizado en el año 2010 en el país, para obtener una proyección más cercana.

Tabla 33.
Demanda proyectada.

Año	Factor (Tasa de crecimiento poblacional)	Demanda	Cantidad
2018	1	\$763.478,19	254.493
2019	1,56%	\$775.388,45	258.463
2020	1,56%	\$787.484,51	262.495
2021	1,56%	\$799.769,27	266.590
2022	1,56%	\$812.245,67	270.749
2023	1,56%	\$824.916,70	274.972

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Daniela Criollo

3.04. Balance Oferta-Demanda

“Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. ” (Baca Urbina, 2011, pág. 231)

Se ha establecido de acuerdo al estudio que si existe una demanda insatisfecha, es decir existe una oportunidad de mercado ya que los proveedores de alimentos elaborados no cubren totalmente la demanda del sector.

Tabla 34.
Balance Oferta/Demanda.

Año	Demanda	Oferta	Demanda	Cantidad
	Proyectada	Proyectada	Insatisfecha	
2018	\$763.478,19	\$463.278,57	\$300.199,62	100.067
2019	\$775.388,45	\$463.649,19	\$311.739,26	103.913
2020	\$787.484,51	\$464.020,11	\$323.464,40	107.821
2021	\$799.769,27	\$464.391,32	\$335.377,94	111.793
2022	\$812.245,67	\$464.762,84	\$347.482,83	115.828
2023	\$824.916,70	\$465.134,65	\$359.782,05	119.927

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Daniela Criollo

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

“Se define como estudio técnico a las actividades orientadas a resolver los aspectos de dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, tomando en cuenta los factores de producción disponibles. ” (Sappag Chain, 2013, pág. 108)

Es el estudio que se realiza una vez terminado el estudio de mercado ya que permite obtener una base para calcular el financiero y la evaluación económica ,permitiendo mostrar todas las maneras que se pueda elaborar los productos por lo tanto es necesario realizar con precisión su proceso de elaboración.

4.01. Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto” (Baca Urbina, 2010, pág. 75).

La cantidad de producción definirá los ingresos potenciales máximos de la micro empresa, por lo que es importante determinar de una manera técnica la

capacidad de elaboración de los platos que se van a servir en el restaurante, estableciendo mínimos y máximos de producción.

4.01.01. Mano de obra requerida

“Se considera a las personas necesarias para realizar una actividad física o intelectual en un proceso de producción o prestación de servicios.” (Sapag, 2012, pág. 142)

En el caso puntual, se trata de determinar las personas necesarias para llevar a cabo el proceso de cocción y presentación de los alimentos al público, acorde a los requerimientos del cliente en cuanto a cantidad y otros.

Tabla 35.
Mano de obra requerida.

Cargo	Cantidad	Sueldo
Cajero	1	\$ 386,00
Chef	1	\$ 400,00
Mesero (polifuncional)	1	\$ 386,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

4.01.02. Capacidad Instalada

“Se considera capacidad instalada a la capacidad máxima del factor de producción de una organización, tomando en cuenta el 100% de los recursos a su máxima capacidad. ” (Baca Urbina, 2010, pág. 75)

Tabla 36.
Tabla de automatización.

Operación	Tiempo de la operación	Capacidad de la máquina	Número de máquinas	Frecuencia por día	Número de obreros	Tiempo total por día
Recepción del pedido	3 min.	-	-	25	0,01	75 min.
Verificación de disponibilidad	3 min.	-	-	25	0,01	75 min.
Preparación / Presentación	7 min.	2,5	1	25	0,03	175 min.
Entrega del plato seleccionado	2 min.	-	-	25	0,01	50 min.
Cobro del consumo total	3 min.	-	-	25	0,01	75 min.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Criollo Daniela

4.01.03. Capacidad óptima

“Tamaño óptimo o capacidad óptima es la capacidad instalada de producción considerada óptima cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. ” (Baca Urbina, 2010, pág. 76)

Muchos autores coinciden que se debe buscar la capacidad de producción que optimice los proceso de producción, son embargo determinar o cuantificar las contingencias suele ser un problema, puesto que el futuro es incierto, sin embargo de acuerdo a Gabriel Baca Urbina, se puede establecer como una media que el 80% de la capacidad instalada sea la capacidad óptima, es decir se establece un promedio del 20% de la producción esperada para contingencias o eventos fuera de control en la línea de elaboración de platos de comida rápida ecuatoriana en este caso.

Tabla 37.
Capacidad óptima.

Menú	Diario	Semanal	Capacidad Instalada	Capacidad óptima
			Mensual	mensual
Pinchos	80	480	1920	1536
Mix de habas y choclo	60	360	1440	1152

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

4.02. Localización

“La localización del proyecto se refiere al espacio físico que ocupará la empresa para realizar sus actividades de negocio. ” (Sappag Chain, 2013, pág. 234)

En el caso del restaurante se ha determinado que el lugar de trabajo será en el Sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

4.02.01. Macro-localización

“Se refiere a la ubicación geográfica con área de influencia por las operaciones de la empresa. ” (Sappag Chain, 2013, pág. 235)

Como parte del estudio se realizó el análisis de toda la parroquia de Quitumbe, por cuanto en el lugar se considera que existe una importante cantidad de demandantes, lo que resulta atractivo a la gestión del negocio.



Figura 24. Macro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.02.02. Micro-localización

“Se refiere al área específica de la ubicación de una organización, es decir la dirección o lugar exacto. ” (Sappag Chain, 2013, pág. 237).

Dado los resultados del estudio se ha determinado que la misma estará ubicada en la Av. Condor Ñan y Av. Rumichaca Ñan, sin número.



Figura 25. Micro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.02.03. Localización óptima

“Comprende el estudio del entorno referente a una organización o empresa, tomando en cuenta factores que sean relevantes para su implementación exitosa. ”

(Sappag Chain, 2013, pág. 239).

Derivado del concepto se ha realizado el estudio, con lo cual se determinó los factores de mayor importancia para el proyecto, tales como: el espacio físico, costo de arriendo, cercanía al cliente, vías de acceso, infraestructura, proveedores y permisos legales.

Tabla 38.
Localización óptima.

Factores	Calificación
Espacio físico	20%
Costo de arriendo	5%
Vías de Acceso	20%
Cercanía al cliente	15%
Infraestructura	14%
Proveedores	16%
Permisos Legales	10%
Total	100%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Criollo Daniela

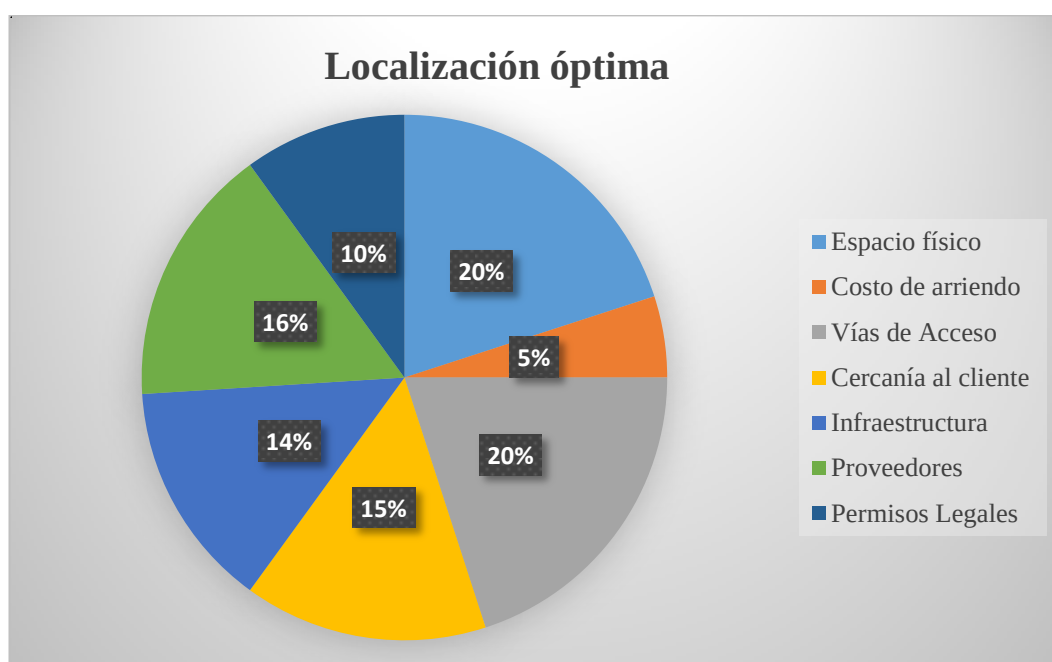


Figura 26. Localización óptima
 Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Criollo Daniela

4.03. Ingeniería del proyecto

“Dentro de un proyecto de inversión usualmente se debe considerar los aspectos relevantes en cuanto a la infraestructura, distribución de la planta, distribución de las maquinarias y equipos, entre otros aspectos que deben definirse para cumplir con las metas de productividad. ” (Sappag Chain, 2013, pág. 112)

Debido a que se debe tomar en cuenta aspectos más importantes respecto a la infraestructura y toda la planta con su debida distribución y maquinarias para poder dar cumplimiento con las ideas esperadas.

4.03.01. Definición de bienes y servicios

“Un bien es el resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado. Un servicio es una actividad que puede identificarse, aisladamente son actividades prestación, un esfuerzo o una acción; esencialmente intangibles que proporcionan satisfacción. ” (Stanton, 2011, pág. 215).

El estudio que se realiza es específicamente para la implementación de un restaurante, el cual va a producir y comercializar comida ecuatoriana como; pichos de carne, pollo y mix de habas y choclos.

4.03.02. Distribución de la planta

Layout específica el orden de los proceso, de las máquinas, de los equipos asociados a ellas, y de las áreas de trabajo y consecuentemente condiciona también el flujo de personal dentro y fuera de tales áreas. Por lo tanto, el objetivo de una estrategia de Layout es desarrollar uno que resulte económico y al mismo tiempo satisfaga los requerimientos. (Sappag Chain, 2013, pág. 127).

Indica el orden en los que va a seguir cada uno de los procedimientos, las maquinas que serán utilizadas, indicando el área tanto como dentro y fuera para un desarrollo óptimo; con el fin de ahorrar, pero a la vez brindando un servicio eficaz.

Áreas

- 1) Baños
- 2) Caja (recepción de dinero)
- 3) Cocina
- 4) Área de distribución

4.03.02.01. Código de Cercanía

- A Absolutamente importante
- E Especialmente importante
- I Importante
- O Cercanía ordinaria
- U No importante
- X Indeseable

4.03.02.02. Razones de Cercanía

- 1 = Por peligro.
- 2 = Por cercanía del proceso.
- 3 = Por higiene.
- 4 = Por contaminación.
- 5 = Por ruido.
- 6 = Por cuestiones administrativa

4.03.02.03. Layout de la planta:

Áreas	Tamaño	
Cocina	2m. largo por 3.50m. ancho	A
Área de distribución	9m. largo por 6.43m. ancho	2 O I X
Caja	2m. largo por 2.30m. ancho	I 2 U 3
Baños	2.45m. largo por 1.99m. ancho	O 3

Figura 27. Layout de la planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

4.03.02.04. Plano de la planta

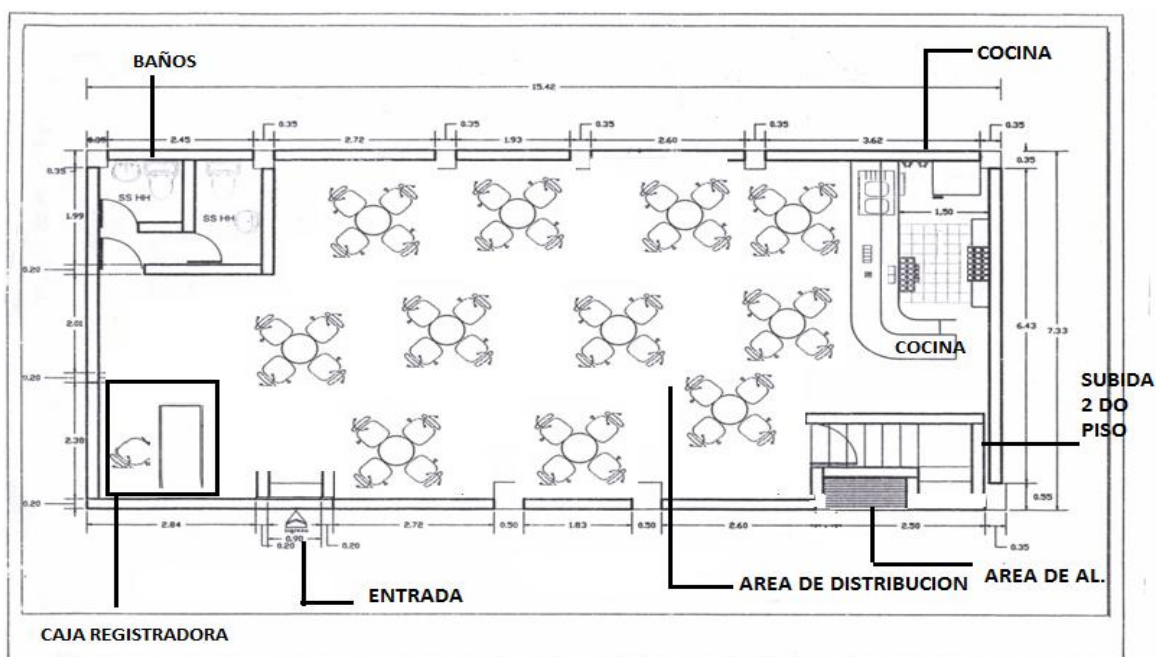


Figura 28. Plano de la planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Criollo Daniela

4.03.02.05. Descripción de las instalaciones del proyecto

1) Caja (recepción de dinero)

Condiciones:

Ergonomía agradable, acceso a internet, excelentes conexiones eléctrica, útiles de oficina disponibles.

Tamaño:

2 m^2 de largo por 2.30 m^2 de ancho.

Función:

Aquí se receptara el pago del consumo por parte de los clientes.

2) Cocina

Condiciones:

Lugar seco, Ventilación, Flujo de energía eléctrica.

Tamaño:

2 m^2 de largo por 3.50 m^2 de ancho.

Función:

En el área de cocina se empezara el proceso de cocción y/o freír, todos los productos.

De aquí se despacharan todos los pedidos hacia las mesas.

3) Área de distribución

Condiciones:

Ergonomía agradable, Ventilación, Flujo de energía eléctrica, facilidad de movilidad

Tamaño:

9 m² de largo por 6.43 m² De ancho.

Función:

Aquí estarán ubicadas las mesas y sillas respectivamente, brindando comodidad al cliente mientras espera su pedido.

4) Baño

Condiciones:

Asepsia, Ventilación, Implementos necesarios para una buena higiene.

Tamaño:

2.45m² de largo por 1.99m² De ancho.

4.03.03. Proceso productivo

Un bien o servicio de bajo volumen, único y altamente diferenciado, es más económico cuando su producción se centra en el proceso: ésta es la forma en que se organizan los restaurantes finos y los hospitales generales. De la misma manera en que los procesos pueden generar costos bajos, cuando se seleccionan y administran bien, también los cuatro pueden tener respuesta rápida y generar productos diferenciados. (Render, 2007, pág. 99)

Solucionar los aspectos derivados de la capacidad instalada, corresponde al aplicar un estándar de las actividades, esto se logra a través de un diagrama de flujo que va a generar una forma específica de llevar a cabo el proceso productivo.

4.03.03.01. Descripción de las actividades

Tabla 39.
Descripción del proceso.

Orden	Actividades
1	Necesidad del cliente
2	Bienvenida y ubicación del cliente
3	Entrega de la carta (menú)
4	Decisión de compra del cliente
5	Verificación de existencias
6	Requerimiento de insumos
7	Aprobación de compra de insumos
8	Realizar el pedido al chef
9	Preparación de los alimentos
10	Presentación final del plato
11	Entrega del plato al mesero por parte del chef
12	Entrega del plato al cliente por parte del mesero
13	El cliente realiza el pago
14	Facturación y cobranza (cajero)

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Criollo Daniela

4.03.03.02. Diagrama de flujo

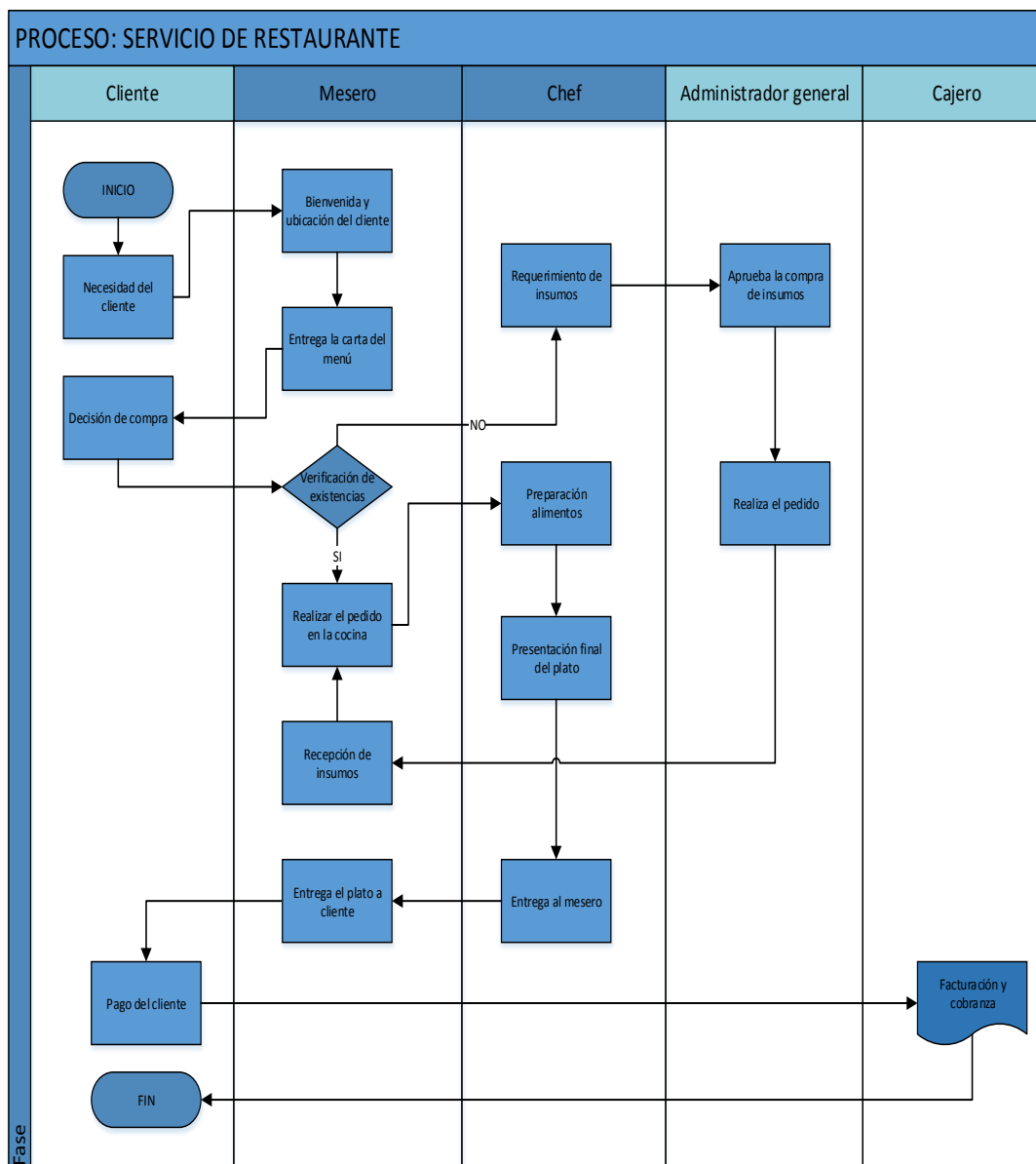


Figura 29. Diagrama de flujo
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: Criollo Daniela

4.03.04. Mobiliario y equipo requerido

“Se refiere a la cantidad y características de maquinaria necesaria para realizar las actividades económicas de una organización. ” (Sapag, 2012, pág. 142)

En este apartado se describirán los mobiliarios y equipos de cocina que se van a necesitar para la adecuada elaboración de los productos de acuerdo al giro del negocio determinado.

Tabla 40.
Mobiliario y equipo.

Detalle	Características	Cantidad
Mesas para el público	De 1,20 m * 1,20 m	8
Mesas recubierta de ac. Inox	De 1,50 m* 1,50 m	1
Vitrinas	De 1,50 m *1,50 m	2
Manteles de mesa	De 2,00 m * 2,00 m	8
Campana para restaurante con extractor	Ac. Inox	1
Cocina industrial	Capacidad 5 quemadores	2
Tanques de gas	De 25 kg, industriales	3
Asador con plancha externo	De 1,20 x 1,20 m	1
Congeladora	Durex de 1,70 m	1
Licuada	Oster	1
Ollas industriales acero Inox	40 Litros	3
Bandejas	40cm *20 cm	4
Platos tipo vajillas	Gibson	24
Cucharas	20 cm	100
Tenedores	20 cm	100
Cuchillos	20 cm	100
Cocina	1,20 x 1,70 m	1
Juego de utensilios Inox (Espumadera, cucharón, espátula)	35 cm	2

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Criollo Daniela

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

“El estudio financiero tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio. ” (Palacio, 2012, pág. 187)

En el presente apartado se detallarán todos los ingresos, costos, gastos, estados financieros y los indicadores de evaluación financiera que determinarán la factibilidad económica - financiera del proyecto.

5.01. Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos son cuentas que representan los réditos operativos y los financieros en los que adquiere el ente económico por el desarrollo de una empresa. Existen dos tipos de ingresos los operacionales que son los causados por el giro de negocio directo y los no operacionales que son los que se generan por la venta de un bien o alguna manera de financiamiento adicional.(Josué, 2017)

La empresa contará únicamente con ingresos operacionales, que son los derivados de la venta de los productos comestibles que se elaboran en el negocio, no se tienen ingresos no operacionales por cuanto no se producen otros bienes.

5.01.01. Mano de Obra directa

“Se conoce como la fuerza humana utilizada para la elaboración de un bien o prestación de un servicio, interviniendo de forma directa en el proceso de transformación.” (Pérez, 2005, pág. 91)

Del anterior concepto se debe establecer el valor del trabajo de una persona en las actividades para la cual fue contratada, especialmente interesándose en el aspecto de producción directa del producto.

Tabla 41.
Mano de obra directa (Pinchos).

Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva 8,33%	Aporte patronal 12,15%	Total mensual	Total anual	Costo diario	Costo unitario de producción
Chef	\$ 200,00	\$ 16,67	\$ 14,17	-	\$ 24,30	\$ 255,13	\$ 3.061,60	\$ 8,50	\$ 1,06
Mesero (polifuncional)	\$ 193,00	\$ 16,08	\$ 14,17	-	\$ 23,45	\$ 246,70	\$ 2.960,39	\$ 8,22	\$ 1,03
Total	\$ 393,00	\$ 32,75	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 47,75	\$ 501,83	\$ 6.021,99	\$ 16,73	\$ 2,09

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 42.

Mano de obra directa (Mix de habas y choclos).

Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva 8,33%	IESS 12,15%	Total mensual	Total anual	Costo diario	Costo unitario de producción
Chef	\$ 200,00	\$ 16,67	\$ 28,33	-	\$ 24,30	\$ 269,30	\$ 3.231,60	\$ 8,98	\$ 1,12
Mesero (polifuncional)	\$ 193,00	\$ 16,08	\$ 14,17	-	\$ 23,45	\$ 246,70	\$ 2.960,39	\$ 8,22	\$ 1,03
Total	\$ 393,00	\$ 32,75	\$ 42,50	\$ 0,00	\$ 47,75	\$ 516,00	\$ 6.191,99	\$ 17,20	\$ 2,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

5.01.02. Materia prima directa

Tabla 43.

Materia prima directa (Pinchos).

Detalle	Cantidad	Medida	Precio	Costo Un. Prod.	Costo total diario	Costo mensual (22 días)	Costo anual
Sal	0,05	Kg	\$ 0,20	\$ 0,01	\$ 0,80	\$ 17,60	\$ 211,20
Aliño	0,10	Kg	\$ 0,50	\$ 0,05	\$ 4,00	\$ 88,00	\$ 1.056,00
Embutidos	0,05	Libras	\$ 1,50	\$ 0,08	\$ 6,00	\$ 132,00	\$ 1.584,00
Carne y pollo	0,20	Kilos	\$ 2,25	\$ 0,45	\$ 36,00	\$ 792,00	\$ 9.504,00
Aceite	0,05	Lt	\$ 0,80	\$ 0,04	\$ 3,20	\$ 70,40	\$ 844,80
Vegetales	0,05	Unidad	\$ 1,00	\$ 0,05	\$ 4,00	\$ 88,00	\$ 1.056,00
Total			\$ 6,25	\$ 0,68	\$ 54,00	\$ 1.188,00	\$ 14.256,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 44.
Materia prima directa (mix de habas y choclos).

Detalle	Cantidad	Medida	Precio	Costo unitario	Costo	Costo	Costo anual
					total diario	mensual (22 días)	
Sal	0,05	Kg	\$ 0,20	\$ 0,01	\$ 0,60	\$ 13,20	\$ 158,40
Habas	0,2	Libras	\$ 0,80	\$ 0,16	\$ 9,60	\$ 211,20	\$ 2.534,40
Choclos	1	Unidades	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 12,00	\$ 264,00	\$ 3.168,00
Vegetales	0,15	Unidades	\$ 1,20	\$ 0,18	\$ 10,80	\$ 237,60	\$ 2.851,20
Queso	0,12	Unidades	\$ 1,50	\$ 0,18	\$ 10,80	\$ 237,60	\$ 2.851,20
Total			\$ 3,90	\$ 0,73	\$ 43,80	\$ 963,60	\$ 11.563,20

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.01.03. Costos indirectos de fabricación

“Los costos indirectos son costos que afectan la producción pero que no pueden ser asignados directamente al producto, son costos de gran importancia ya que son necesarios para la planeación, el presupuesto, la toma de decisiones.”

(Contable Consultoria, 2018)

Tabla 45.
Servicios básicos.

Servicios básicos			Producción	Administración	
			65%	25%	Ventas 10%
Concepto	Costo Mensual	Costo Anual	Anual	Anual	Anual
Agua	25,00	300,00	195,00	75,00	30,00
Luz	25,00	300,00	195,00	75,00	30,00
Teléfono	14,00	168,00	-	42,00	16,80
Internet	22,00	264,00	-	66,00	26,40
Total	86,00	1032,00	390,00	258,00	103,20

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 46.
Servicios básicos de producción.

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	16,25	195,00
Luz	16,25	195,00
Total	32,50	390,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 47.
Servicios básicos de administración.

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	6,25	75,00
Luz	6,25	75,00
Teléfono	3,50	42,00
Internet	5,50	66,00
Total	21,50	258,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 48.
Servicios básicos de ventas.

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Agua	2,50	30,00
Luz	2,50	30,00
Teléfono	1,40	16,80
Internet	2,20	26,40
Total	8,60	103,20

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 49.
Materiales de seguridad.

Concepto	Costo por unidad	Cantidad Mensual	Cantidad Trimestral	Costo Mensual	Costo Anual
Guante de cocina	\$ 2,50	10		\$ 25,00	\$ 300,00
Mascarilla (caja)	\$ 1,00	20		\$ 20,00	\$ 240,00
Gorras	\$ 2,00	4		\$ 8,00	\$ 96,00
Mandil (2)	\$ 4,00	7		\$ 28,00	\$ 336,00
Total				\$ 81,00	\$ 972,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 50.
Materiales de empaquetado (Pinchos).

Concepto	Costo	Cantidad	Costo	Costo anual
	unitario	mensual	mensual	
Platos desechables	\$ 0,05	500	\$ 25,00	\$ 300,00
Fundas	\$ 0,01	200	\$ 2,00	\$ 24,00
Total	\$ 0,06		\$ 27,00	\$ 324,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 51.
Materiales de empaquetado (Mix de habas y choclos).

Concepto	Costo	Cantidad	Costo	Costo Anual
	unitario	Mensual	mensual	
Contenedor desechable	\$ 0,05	400	\$ 20,00	\$ 240,00
Fundas	\$ 0,01	200	\$ 2,00	\$ 24,00
Total	\$ 0,06		\$ 22,00	\$ 264,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 52.
Total costos indirectos de fabricación.

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual	Cantidad	Costo Unitario
Servicios básicos	\$ 86,00	\$ 1.032,00	36960	\$ 0,00
Material de seguridad	\$ 81,00	\$ 972,00	36960	\$ 0,00
Empaquetado	\$ 49,00	\$ 588,00	36960	\$ 0,00
Total	\$ 216,00	\$ 2.592,00		\$ 0,01

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 53.

Costo unitario de producción (Pinchos).

Concepto	Costo unitario
Mano de obra directa	\$ 0,29
Materia prima directa	\$ 0,68
Costos indirectos de fabricación	\$ 0,06
Total	\$ 1,02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 54.

Costo unitario de producción (Mix de habas y choclos).

Detalle	Costo unitario
Mano de obra directa	\$ 0,39
Materia prima directa	\$ 0,73
Costos indirectos de fabricación	\$ 0,08
Total	\$ 1,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

5.01.04. Cálculo de ingresos operacionales

Tabla 55.

Ingresos operacionales (Pinchos).

Ingresos operacionales (Pinchos)	
Costo de producción	
unitario	\$ 1,02
Utilidad 47%	\$ 0,48
P.V.P	\$ 1,50
Cantidad	1760
Ingreso mensual	\$ 2.642,81
Ingreso anual	\$ 31.713,77
Fuente: Investigación propia	
Elaborado por: Daniela Criollo	

Para la identificación de los ingresos para la producción de pinchos se ha tomado en consideración una utilidad del 47%, la misma que está entre los parámetros de ganancia aceptable para una inversión.

Tabla 56.

Ingresos operacionales (Mix de habas y choclos).

Ingresos operacionales mix de habas y choclos	
Costo de producción unitario	\$ 1,20
Utilidad 66%	\$ 0,79
P.V.P	\$ 2,00
Cantidad	1320
Ingreso mensual	\$ 2.635,42
Ingreso anual	\$31.624,98

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Dentro de la identificación de los ingresos de la producción del mix de habas y choclos se ha tomado en consideración una utilidad del 66%, la misma que está entre los parámetros de ganancia aceptable para una inversión.

5.01.05. Ingresos operacionales proyectados

Para los cálculos posteriormente realizados se considerará un tiempo de duración estándar de 5 años, tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional (1.56%).

Tabla 57.
Ingresos proyectados (Pinchos).

Ingresos proyectados (en millones)				
Años	Ingreso anual	Tasa de crecimiento por		Total ingresos
		sector		
2018	\$ 31.713,77	1		\$ 31.713,77
2019	\$ 31.713,77	1,0156		\$ 32.208,51
2020	\$ 32.208,51	1,0156		\$ 32.710,96
2021	\$ 32.710,96	1,0156		\$ 33.221,25
2022	\$ 33.221,25	1,0156		\$ 33.739,50
2023	\$ 33.739,50	1,0156		\$ 34.265,84

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 58.
Ingresos proyectados (Mix de habas y choclos).

Años	Ingreso anual	Tasa de crecimiento		Total ingresos
		2018 (1,56%)		
2018	\$ 31.624,98	1		\$ 31.624,98
2019	\$ 31.624,98	1,0156		\$ 32.118,33
2020	\$ 32.118,33	1,0156		\$ 32.619,38
2021	\$ 32.619,38	1,0156		\$ 33.128,24
2022	\$ 33.128,24	1,0156		\$ 33.645,04
2023	\$ 33.645,04	1,0156		\$ 34.169,90

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 59.

Ingresos operacionales proyectados totales.

Años	Ingreso anual	Tasa de crecimiento	Total ingresos
		por sector	
2018	\$ 63.338,75	1	\$ 63.338,75
2019	\$ 63.338,75	1,0156	\$ 64.326,84
2020	\$ 64.326,84	1,0156	\$ 65.330,34
2021	\$ 65.330,34	1,0156	\$ 66.349,49
2022	\$ 66.349,49	1,0156	\$ 67.384,54
2023	\$ 67.384,54	1,0156	\$ 68.435,74

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

5.02. Costos

“Es el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar, a cambio de bienes o servicios que se adquieren. ” (Gitman, 2012)

Se determinan como los valores que se destinan a la producción del bien o prestación del servicio, directo, es decir lo que se debe erogar para poder llevar a cabo la gestión empresarial.

5.02.01. Costo directo

La técnica de los costos directos se basa en la división de los elementos del costo en variables y fijos (Pérez, 2005, pág. 86), “son aquellos en los que incurre el

productor como determinantes para la función de producción, es decir están directamente relacionados con la elaboración del bien. ”

Tabla 60.
Costo directo (Pinchos).

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	\$ 1.188,00	\$ 14.256,00
Mano Obra Directa	\$ 501,83	\$ 6.021,99
Total		\$ 20.277,99

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 61.
Costo directo (Mix de habas y choclos).

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	\$ 963,60	\$ 11.563,20
Mano Obra Directa	\$ 516,00	\$ 6.191,99
Total		\$ 17.755,19

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.02.02. Costo indirecto

Tabla 62.
Costos indirectos.

Descripción	Costo Anual
Servicios básicos	\$ 1.032,00
Material de seguridad	\$ 972,00
Empaquetado	\$ 588,00
Total	\$ 2.592,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03. Gastos

5.03.01. Gastos administrativos

“Los gastos, al contrario de las inversiones, no se recuperan por lo tanto afectan directamente las utilidades del proyecto y son un parámetro importante en la búsqueda de la viabilidad económica del mismo. ” (Mejía, 2015)

Son gastos administrativos aquellos que se contrajeron en el control, planeación, organización y dirección de una empresa, pero no directamente con la financiación, comercialización o las operaciones de producción.

Tabla 63.
Gastos de personal.

Personal	Sueldo mensual	Aporte patronal 12,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Valor mensual	Valor anual
Administrador General	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 510,27	\$ 6.123,20
Total	\$ 400,00	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 0,00	\$ 510,27	\$ 6.123,20

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 64.
Material de aseo y limpieza.

Descripción	Cantidad anual	Costo unitario	Costo anual	Costo mensual
Escoba	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 0,25
Trapeador	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 0,33
Recogedor	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 0,25
Desinfectante	8	\$ 4,00	\$ 32,00	\$ 2,67
Cloro	8	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 0,67
Eliminador de olores	6	\$ 4,00	\$ 24,00	\$ 2,00
Total	28	\$ 14,00	\$ 74,00	\$ 6,17

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 65.
Suministro de oficina.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo
	anual		anual
Resmas de papel	4	\$ 3,75	\$ 15,00
Bolígrafos	20	\$ 0,25	\$ 5,00
Lápices	5	\$ 0,20	\$ 1,00
Grapas	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Grapadora	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Clips	5	\$ 0,95	\$ 4,75
Perforadora	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Tinta impresora	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Archivadores	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Total	44	\$ 18,65	\$ 55,75

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 66.
Otros gastos administrativos.

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Servicios básicos	\$ 21,50	\$ 258,00
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Contador externo	\$ 50,00	\$ 600,00
Total	\$ 271,50	\$ 3.258,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 67.
Total gastos administrativos.

Descripción	Total mensual	Total anual
Gasto Sueldos	\$ 510,27	\$ 6.123,20
Suministros de Oficina	\$ 4,65	\$ 55,75
Materiales de limpieza	\$ 6,17	\$ 74,00
Servicios básicos	\$ 21,50	\$ 258,00
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Contador externo	\$ 50,00	\$ 600,00
Total	\$ 792,58	\$ 9.510,95

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03.02. Gastos de ventas

Son ingresos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los ingresos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los ingresos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta.

(Nunes, 2006)

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los Ingresos en que se incurre al realizar las ventas.

Tabla 68.

Gastos de ventas (Vendedor).

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Fondos de Reserva		Total Anual
					de	Total Mensual	
Cajero	386,00	32,17	28,33	46,90	0,00	493,40	5920,79
Total	386,00	32,17	28,33	46,90	0,00	493,40	5920,79

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 69.

Gasto de ventas (marketing).

Descripción	Cantidad		Valor	
	Anual	Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad en radio	4	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 100,00
Volantes (500u)	4	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 60,00
Promotora	4	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 100,00
Servicios básicos			\$ 8,60	\$ 103,20
Sueldo vendedor			\$ 493,40	\$ 5.920,79
Total			\$ 572,00	\$ 6.283,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 70.
Total gasto de ventas.

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Gasto de ventas	\$ 572,00	\$ 6.283,99
Total	\$ 572,00	\$ 6.283,99

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03.03. Proyección de costos y gastos

Tabla 71.
Proyección de costos de producción.

Concepto	Venta Anual	Costo	Año Actual (2018)	Tasa de crecimiento 2018 (1,56%)	2019	2020	2021	2022	2023
Pinchos	21120	\$ 1,02	\$ 21.573,99	1,02	\$ 21.910,55	\$ 22.252,35	\$ 22.599,49	\$ 22.952,04	\$ 23.310,09
Mix de habas y choclos	15840	\$ 1,20	\$ 19.051,19	1,02	\$ 19.348,39	\$ 19.650,23	\$ 19.956,77	\$ 20.268,10	\$ 20.584,28
Total			\$ 40.625,19		\$ 41.258,94	\$ 41.902,58	\$ 42.556,26	\$ 43.220,14	\$ 43.894,37

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 72.

Proyección de gastos administrativos.

Descripción	Año base 2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto Sueldos	\$ 6.123,20	\$ 6.218,72	\$ 6.315,73	\$ 6.414,26	\$ 6.514,32	\$ 6.615,95
Suministros de Oficina	\$ 55,75	\$ 56,62	\$ 57,50	\$ 58,40	\$ 59,31	\$ 60,24
Materiales de limpieza	\$ 74,00	\$ 75,15	\$ 76,33	\$ 77,52	\$ 78,73	\$ 79,95
Servicios básicos	\$ 258,00	\$ 262,02	\$ 266,11	\$ 270,26	\$ 274,48	\$ 278,76
Arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.437,44	\$ 2.475,46	\$ 2.514,08	\$ 2.553,30	\$ 2.593,13
Contador externo	\$ 600,00	\$ 609,36	\$ 618,87	\$ 628,52	\$ 638,33	\$ 648,28
Total	\$ 9.510,95	\$ 9.659,32	\$ 9.810,01	\$ 9.963,04	\$ 10.118,47	\$ 10.276,31

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 73.

Proyección de gastos de ventas.

Concepto	Año base 2018	2019	2020	2021	2022	2023
Gasto de ventas	\$ 6.283,99	\$ 6.382,02	\$ 6.481,58	\$ 6.582,69	\$ 6.685,38	\$ 6.789,67
Total gastos ventas	\$ 6.283,99	\$ 6.382,02	\$ 6.481,58	\$ 6.582,69	\$ 6.685,38	\$ 6.789,67

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

5.04. Inversiones

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.” (Bembibre, 2009)

5.04.01. Inversión fija

La inversión de activos fijos se refiere a la compra de bienes tangibles como, terrenos edificios, vehículos muebles y enseres.

5.04.01.01. Activos fijos

“Son bienes de una Empresa, los mismos que pueden ser tangibles o intangibles y que no pueden convertirse en líquidos a corto plazo. ” (Gitman, 2012, pág. 167)

De la misma forma son necesarios para el funcionamiento de la compañía. A continuación se presenta un detalle de la inversión en activos fijos, los mismos que se depreciarán bajo el método de línea recta.

5.03.01.02. Activos nominales

“Los activos nominales o diferidos son aquellos ingresos pagados por anticipado y no son recuperables por la Empresa. ” (Gitman, 2012, pág. 201)

Al considerar los activos nominales como parte de la inversión, se establece una necesidad de inversión en este caso para la constitución de la empresa, en la cual entran los requerimientos relacionados con permisos, trámites varios entre otros.

5.03.02. Capital de trabajo

“El capital de trabajo es una medida que las Empresas tienen para de esta forma continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. ”

(Gitman, 2012, pág. 205)

La cuenta de capital de trabajo se refiere a la cantidad de dinero destinada como contingencia en el caso de una baja demanda inicial de un bien o servicio, definiendo una cantidad de dinero destinada a los costos fijos de la operación.

5.03.03. Fuente de financiamiento y uso de fondos

“Para la mayoría de los negocios, la principal fuente de capital, proviene de ahorros y otras formas de recursos personales. Frecuentemente, también se suelen utilizar las tarjetas de crédito para financiar las necesidades de los negocios. ” (Luis L. B., 2014)

El financiamiento a Corto o Largo Plazo que diariamente utilizan las distintas organizaciones, son importantes ya que le brinda la posibilidad de mantener una economía y una continuidad de sus actividades comerciales estable y eficiente y por consecuencia otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan.

Tabla 74.
Fuente de financiamiento y uso de fondos.

Concepto	Uso de fondos	Recursos propios	Recursos Financiados
Activos Fijos			
Muebles y Enceres	\$ 1.355,00	\$ 0,00	\$ 1.355,00
Maquinaria y equipo	\$ 2.695,00	\$ 2.695,00	\$ 0,00
Equipo de Computación	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 55,25	\$ 55,25	\$ 0,00
Total de Activos Fijos	\$ 4.655,25	\$ 3.300,25	\$ 1.355,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 0,00
Total de Activos Diferidos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 0,00
Capital de trabajo			
Costos de producción	\$ 3.385,43	\$ 0,00	\$ 3.385,43
Gasto Administrativo	\$ 792,58	\$ 792,58	\$ 0,00
Gasto Ventas	\$ 572,00	\$ 431,53	\$ 140,47
Otros gastos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total capital de trabajo	\$ 4.750,01	\$ 1.224,11	\$ 3.525,90
Total de inversión	\$ 9.705,26	\$ 4.824,36	\$ 4.880,90
Participación	100%	50%	50%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

La inversión total será de \$ 9.705,26 de la cual el 50% provendrá de recursos propios y el otro 50% será financiado a través de un crédito realizado en la Cooperativa Occidental.

5.03.04. Amortización de financiamiento

“El término amortización de préstamos se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo. Estos pagos brindan a un prestamista un rendimiento de intereses específico y permiten reembolsar el principal del préstamo en un periodo determinado. ”(Gitman, 2012)

La amortización del crédito supone el pago por el uso del dinero financiado, es decir el pago de intereses establecidos en la tabla de amortización por concepto de préstamos y otros.

Tabla 75.

Tabla de amortización del préstamo.

Inversión:	100%	\$ 9.705,26	
Cap. Propio:	50%	\$ 4.824,36	
Financiamiento:	50%	\$ 4.880,90	
Plazo:	24	Meses	
Interes:	14,00%	0,58%	
Pagos:	Mensual		

Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	\$ 4.880,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 4.880,90
1	\$ 4.880,90	\$ 28,47	\$ 218,53	\$ 190,06	\$ 4.690,84
2	\$ 4.690,84	\$ 27,36	\$ 218,53	\$ 191,17	\$ 4.499,68
3	\$ 4.499,68	\$ 26,25	\$ 218,53	\$ 192,28	\$ 4.307,39
4	\$ 4.307,39	\$ 25,13	\$ 218,53	\$ 193,40	\$ 4.113,99
5	\$ 4.113,99	\$ 24,00	\$ 218,53	\$ 194,53	\$ 3.919,46
6	\$ 3.919,46	\$ 22,86	\$ 218,53	\$ 195,67	\$ 3.723,79
7	\$ 3.723,79	\$ 21,72	\$ 218,53	\$ 196,81	\$ 3.526,98
8	\$ 3.526,98	\$ 20,57	\$ 218,53	\$ 197,96	\$ 3.329,02
9	\$ 3.329,02	\$ 19,42	\$ 218,53	\$ 199,11	\$ 3.129,91
10	\$ 3.129,91	\$ 18,26	\$ 218,53	\$ 200,27	\$ 2.929,64
11	\$ 2.929,64	\$ 17,09	\$ 218,53	\$ 201,44	\$ 2.728,20
12	\$ 2.728,20	\$ 15,91	\$ 218,53	\$ 202,62	\$ 2.525,58
13	\$ 2.525,58	\$ 14,73	\$ 218,53	\$ 203,80	\$ 2.321,79
14	\$ 2.321,79	\$ 13,54	\$ 218,53	\$ 204,99	\$ 2.116,80
15	\$ 2.116,80	\$ 12,35	\$ 218,53	\$ 206,18	\$ 1.910,62
16	\$ 1.910,62	\$ 11,15	\$ 218,53	\$ 207,39	\$ 1.703,23
17	\$ 1.703,23	\$ 9,94	\$ 218,53	\$ 208,60	\$ 1.494,64
18	\$ 1.494,64	\$ 8,72	\$ 218,53	\$ 209,81	\$ 1.284,82
19	\$ 1.284,82	\$ 7,49	\$ 218,53	\$ 211,04	\$ 1.073,79
20	\$ 1.073,79	\$ 6,26	\$ 218,53	\$ 212,27	\$ 861,52
21	\$ 861,52	\$ 5,03	\$ 218,53	\$ 213,50	\$ 648,02
22	\$ 648,02	\$ 3,78	\$ 218,53	\$ 214,75	\$ 433,27
23	\$ 433,27	\$ 2,53	\$ 218,53	\$ 216,00	\$ 217,26
24	\$ 217,26	\$ 1,27	\$ 218,53	\$ 217,26	\$ 0,00
Cuota de pago		\$ 363,83	\$ 5.244,73	\$ 4.880,90	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Análisis

Para el inicio de actividades la empresa contará con un capital inicial de 9.705,26 USD, tomando en cuenta que el 50% será propio y el 50% financiado, la cantidad de financiamiento se relocizará mediante un crédito la Cooperativa Occidental, a continuación se detalla el pago que se realizará de manera mensual, el método a utilizar es el Francés (Cuota Fija). El pago mensual será de \$218,53.

Tabla 76.
Amortización del activo diferido.

Detalle	Valor	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de						
constitución	\$ 300,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03.05. Depreciaciones

“La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo.” (Burguillo, 2016)

La depreciación permite aproximar y ajustar el valor del bien a su valor real en cualquier momento en el tiempo, es decir es n dinero que se guarda para la reposición del bien adquirido.

Tabla 77.
Depreciaciones.

Descripción	Año 0	Vida Útil	2019	2020	2021	2022	2023
Muebles y Enceres	\$ 1.355,00	10	\$ 135,50	\$ 135,50	\$ 135,50	\$ 135,50	\$ 135,50
Equipo y maquinaria	\$ 2.695,00	10	\$ 269,50	\$ 269,50	\$ 269,50	\$ 269,50	\$ 269,50
Equipo de Computación	\$ 550,00	3	\$ 183,33	\$ 183,33	\$ 183,33	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 55,25	10	\$ 5,53	\$ 5,53	\$ 5,53	\$ 5,53	\$ 5,53
Total	\$ 4.655,25		\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 410,53	\$ 410,53

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03.06. Estado de situación inicial

“El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. ”

(Luis L. B., 2014, pág. 167)

En el presente estudio se han establecido las cuentas que corresponden al balance de situación inicial basado en las inversiones y el financiamiento de las mismas.

Tabla 78.
Estado de situación inicial.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
Al 01 De Octubre Del 2018			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	\$ 4.750,01	Prestamo Bancario por Pagar	\$ 4.880,90
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 4.750,01	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 4.880,90
ACTIVO FIJO		TOTAL PASIVO	
Maquinaria y Equipo	\$ 2.695,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Equipo de computación	\$ 550,00	Capital Inicial	\$ 0,00
Muebles y Enseres	\$ 1.355,00	Propietario	\$ 4.824,36
Equipos de Oficina	\$ 55,25	TOTAL PATRIMONIO	\$ 4.824,36
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 4.655,25		
ACTIVO DIFERIDO			
Gasto Constitución	\$ 300,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 300,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 9.705,26	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 9.705,26
GERENTE		CONTADOR	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03.07. Estado de resultado proyectado.

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, es un reporte financiero que muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en un período de tiempo. (Sapag, 2012)

.El estudio realizado ha arrojado los resultados que se presentarán a continuación, los mismos han determinado la salud financiera de la organización, a través del cual se ha establecido el estado de flujo de efectivo.

Tabla 79.
Estado de resultados proyectado.

ESTADO DE RESULTADOS						
Descripción	Año base (2018)	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas						
Ingreso 1 pinchos	\$ 31.713,77	\$ 32.208,51	\$ 32.710,96	\$ 33.221,25	\$ 33.739,50	\$ 34.265,84
Ingreso 2 mix de habas y choclos	\$ 31.624,98	\$ 32.118,33	\$ 32.619,38	\$ 33.128,24	\$ 33.645,04	\$ 34.169,90
Total Ventas		\$ 64.326,84	\$ 65.330,34	\$ 66.349,49	\$ 67.384,54	\$ 68.435,74
(-) Costo de Venta		\$ 41.258,94	\$ 41.902,58	\$ 42.556,26	\$ 43.220,14	\$ 43.894,37
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 23.067,90	\$ 23.427,76	\$ 23.793,23	\$ 24.164,40	\$ 24.541,37
(-) Gastos Administrativos		\$ 9.659,32	\$ 9.810,01	\$ 9.963,04	\$ 10.118,47	\$ 10.276,31
(-) Gasto de Ventas		\$ 6.382,02	\$ 6.481,58	\$ 6.582,69	\$ 6.685,38	\$ 6.789,67
(-) Gastos Financieros		\$ 267,05	\$ 96,78	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Depreciaciones		\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 410,53	\$ 410,53
(-) Amortización del Diferido		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(=) Utilidad Operacional		\$ 6.105,65	\$ 6.385,53	\$ 6.593,64	\$ 6.890,03	\$ 7.004,86
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.		\$ 6.105,65	\$ 6.385,53	\$ 6.593,64	\$ 6.890,03	\$ 7.004,86
(-) 15% Participación Laboral		\$ 915,85	\$ 957,83	\$ 989,05	\$ 1.033,50	\$ 1.050,73
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 5.189,80	\$ 5.427,70	\$ 5.604,59	\$ 5.856,53	\$ 5.954,13
(-) 22% Impuesto a la Renta PNOC		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad Neta		\$ 5.189,80	\$ 5.427,70	\$ 5.604,59	\$ 5.856,53	\$ 5.954,13

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.03.08. Flujo de caja proyectado

“El flujo de caja hace referencia a las entradas y salidas de dinero que tiene una empresa como resultado de sus operaciones en un plazo determinado de tiempo.” (Gitman, 2012)

El flujo de caja que se ha elaborado ha tenido como característica que presenta los flujos netos positivos para la organización, con lo cual se va a calcular los indicadores financieros para determinar la factibilidad del proyecto.

Tabla 80.
Flujo de caja proyectado.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año base					
Descripción	(2018)	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas						
Ingreso 1 pinchos	\$ 31.713,77	\$ 32.208,51	\$ 32.710,96	\$ 33.221,25	\$ 33.739,50	\$ 34.265,84
Ingreso 2 mix de habas y choclos	\$ 31.624,98	\$ 32.118,33	\$ 32.619,38	\$ 33.128,24	\$ 33.645,04	\$ 34.169,90
Total Ventas		\$ 64.326,84	\$ 65.330,34	\$ 66.349,49	\$ 67.384,54	\$ 68.435,74
(-) Costo de Venta		\$ 41.258,94	\$ 41.902,58	\$ 42.556,26	\$ 43.220,14	\$ 43.894,37
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 23.067,90	\$ 23.427,76	\$ 23.793,23	\$ 24.164,40	\$ 24.541,37
(-) Gastos Administrativos		\$ 9.659,32	\$ 9.810,01	\$ 9.963,04	\$ 10.118,47	\$ 10.276,31
(-) Gasto de Ventas		\$ 6.382,02	\$ 6.481,58	\$ 6.582,69	\$ 6.685,38	\$ 6.789,67
(-) Gastos Financieros		\$ 267,05	\$ 96,78	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Depreciaciones		\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 410,53	\$ 410,53
(-) Amortización del Diferido		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(=) Utilidad Operacional		\$ 6.105,65	\$ 6.385,53	\$ 6.593,64	\$ 6.890,03	\$ 7.004,86
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.		\$ 6.105,65	\$ 6.385,53	\$ 6.593,64	\$ 6.890,03	\$ 7.004,86
(-) 15% Participación Laboral		\$ 915,85	\$ 957,83	\$ 989,05	\$ 1.033,50	\$ 1.050,73
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 5.189,80	\$ 5.427,70	\$ 5.604,59	\$ 5.856,53	\$ 5.954,13
(-) 22% Impuesto a la Renta PNOC		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad Neta		\$ 5.189,80	\$ 5.427,70	\$ 5.604,59	\$ 5.856,53	\$ 5.954,13
(+) Depreciaciones		\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 593,86	\$ 410,53	\$ 410,53
(+) Amortización del Diferido		\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
(-) Amortización de la Deuda		\$ 2.355,32	\$ 2.525,58			
(-) Inversión	\$ 9.705,26					
(-) Capital de Trabajo	\$ 4.750,01					
(+) Préstamo	\$ 4.880,90					
(=) Flujo de caja de periodo	\$ 9.574,37	\$ 3.488,34	\$ 3.555,98	\$ 6.258,45	\$ 6.327,05	\$ 6.424,65

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.05. Evaluación financiera

Dentro del estudio financiero se procede a la evaluación financiera la misma que permitirá conocer si el proyecto es rentable en conformidad a determinados indicadores financieros.

5.05.01. Tasa de descuento

“La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. ”(Burguillo, 2015)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva. En el apartado se puede evidenciar la suma de los valores mencionados, que es una manera de establecer la tasa mínima aceptable de retorno.

Tabla 81.
Tasa de descuento (TMAR).

Tasa de descuento	
Tasa activa	11,83%
Tasa pasiva	4,91%
TMAR =	16,74%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Para el cálculo de la Tasa de Descuento o TMAR se tomó como referencia la tasa activa y la tasa pasiva del sector de producción del mes de septiembre, publicada por el Banco Central del Ecuador 2018.

5.05.02. Valor Actual Neto

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

En este factor de evaluación financiera se determina el valor del dinero en el tiempo, en esta caso resultó un valor positivo, lo que da como resultado una factibilidad del proyecto, es decir si es viable llevar a cabo la implementación del mismo.

Tabla 82.
Valor actual neto.

Concepto	Valor
Tasa de descuento =	16,74%
Inversión =	-\$ 9.705,26
Año 2019	\$ 3.488,34
Año 2020	\$ 3.555,98
Año 2021	\$ 6.258,45
Año 2022	\$ 6.327,05
Año 2023	\$ 6.424,65
VAN	\$ 5.307,22

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Mediante los cálculos realizados para encontrar el valor del VAN, se desprende que el valor actual neto es de \$ 5.307,22, por lo tanto muestra que el proyecto no es viable.

5.05.03. Tasa Interna de Retorno

“Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Arias, 2015)

Esta operación da una medida relativa de la rentabilidad, en este caso resulta un valor superior a la TMAR, estableciendo así la factibilidad del proyecto.

Tabla 83.
Tasa interna de retorno.

Concepto	Valor
Inversión =	-\$ 9.705,26
Año 2019	\$ 3.488,34
Año 2020	\$ 3.555,98
Año 2021	\$ 6.258,45
Año 2022	\$ 6.327,05
Año 2023	\$ 6.424,65
TIR	39%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

El proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, en base al resultado obtenido del 39%, significa que el proyecto es rentable según los criterios de la TMAR.

5.05.04. Periodo de recuperación de la inversión)

“Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. ” (Váquiro, 2010)

Tabla 84.

Periodo de recuperación de la inversión. (Años).

Año	Periodo	Flujos de Efectivo Actuales	Factor de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
	0	-\$ 9.705,26	1,00	-\$ 9.705,26	\$ 0,00
2019	1	\$ 3.488,34	0,86	\$ 2.988,13	\$ 2.988,13
2020	2	\$ 3.555,98	0,73	\$ 2.609,27	\$ 5.597,40
2021	3	\$ 6.258,45	0,63	\$ 3.933,76	\$ 9.531,16
2022	4	\$ 6.327,05	0,54	\$ 3.406,61	\$ 12.937,77
2023	5	\$ 6.424,65	0,46	\$ 2.963,13	\$ 15.900,91

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 85.

Periodo de recuperación de la inversión (Meses).

Mes	Ingresos	Inversión a Recuperar
Año 1	\$ 3.406,61	\$ 9.531,16
1 Mes	\$ 283,88	\$ 9.815,05
2 Mes	\$ 283,88	\$ 10.098,93
3 Mes	\$ 283,88	\$ 10.382,82
4 Mes	\$ 283,88	\$ 10.666,70
5 Mes	\$ 283,88	\$ 10.950,58
6 Mes	\$ 283,88	\$ 11.234,47
7 Mes	\$ 283,88	\$ 11.518,35
8 Mes	\$ 283,88	\$ 11.802,24
9 Mes	\$ 283,88	\$ 12.086,12
10 Mes	\$ 283,88	\$ 12.370,01
11 Mes	\$ 283,88	\$ 12.653,89
12 Mes	\$ 283,88	\$ 12.937,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

El tiempo en el que se recuperará la inversión del proyecto será de: 3 años y un mes lo que indica que el proyecto es rentable.

5.05.05. Relación costo/ beneficio

“La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto. ”(Váquiro, 2010)

Tabla 86.

Relación costo/ beneficio.

Relación costo beneficio	
RCB =	$\frac{\text{Sumatoria Flujos Actualizados}}{\text{Inversión}}$
RCB =	$\frac{\$ 15.900,91}{\$ 9.705,26}$
RCB =	1,64

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene \$0.64 de ganancia lo cual es un excelente indicador de rentabilidad del proyecto.

5.05.06. Punto de equilibrio

“Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos.” (Merino, 2009)

Tabla 87.

Punto de equilibrio pinchos.

Punto de Equilibrio Pinchos				
Fórmula:	P.E.	=	$\frac{CF}{p - C_{vu}}$	
Costos Fijos:				
Gastos Administrativos	\$ 9.510,95			
Gastos de Ventas	\$ 6.283,99			
Gasto Financiero	\$ 267,05			
Total Costo Fijo	\$ 16.061,99			
Precio de Venta	\$ 1,50			
Costo Variable Unitario	\$ 1,02			
P.E. en dólares =	$\frac{CF}{p - C_{vu}}$	=	$\frac{\$ 16.061,99}{\$ 0,48}$	= \$ 33.455,29 Unidades

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

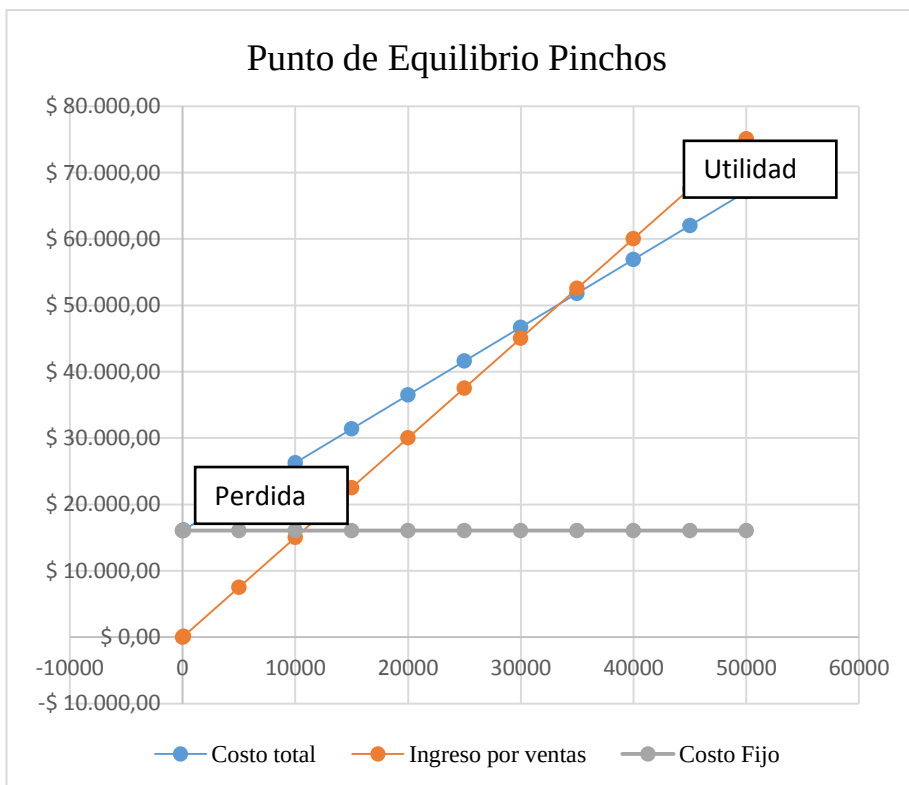


Figura 30. Punto de equilibrio pinchos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Tabla 88.

Punto de equilibrio (Mix de habas y choclos).

Punto de Equilibrio Mix de habas y choclos				
Fórmula:	P.E. =	CF		
		p - Cvu		
Costos Fijos:				
Gastos Administrativos	\$ 9.510,95			
Gastos de Ventas	\$ 6.283,99			
Gasto Financiero	\$ 267,05			
Total Costo Fijo	\$ 16.061,99			
Precio de Venta	\$ 2,00			
Costo Variable Unitario	\$ 1,20			
P.E. en dólares =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	=	$\frac{\$ 16.061,99}{\$ 0,79}$	= 20.234,31 Unidades

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

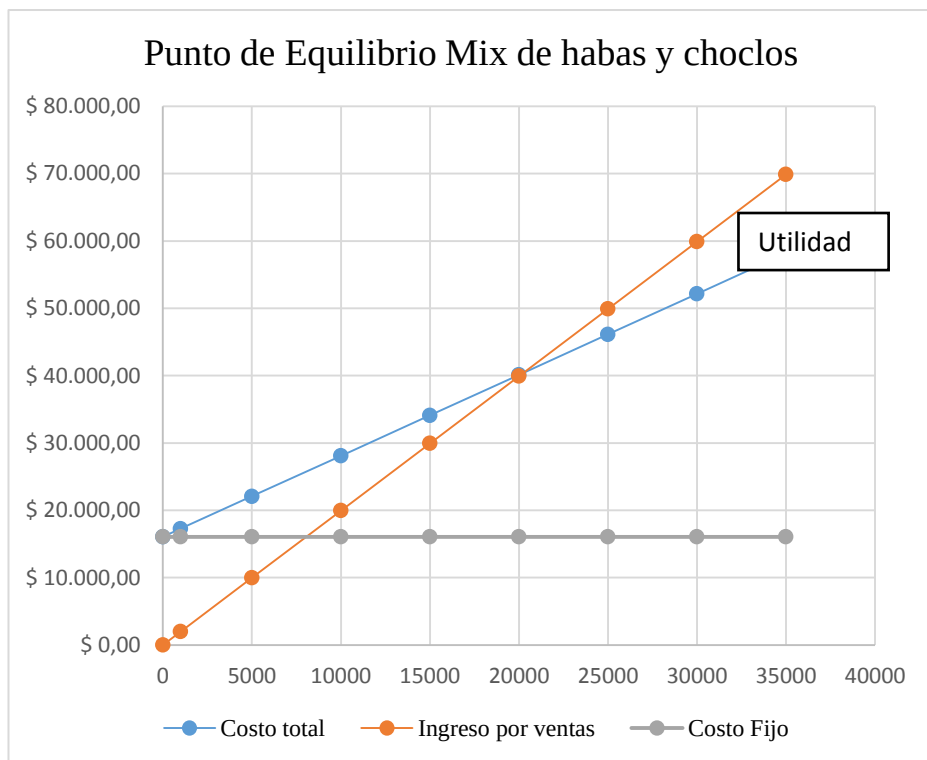


Figura 31. Punto de equilibrio Mix de habas y choclos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Al apreciar las cifras se puede evidenciar que existe una rentabilidad de las operaciones ya que la cantidad monetaria del punto de equilibrio de los productos estrella está situada sobre el nivel de ventas establecido en el estudio.

5.05.07. Análisis de indicadores financieros

“El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos.” (Luis H. C., 2005)

5.05.07.01. ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio)

“Se denomina rentabilidad financiera a aquellos beneficios económicos obtenidos a partir de los recursos propios e inversiones realizadas. ”(Pedrosa, 2015)

Tabla 89.
R.O.E.

Rentabilidad Sobre el Patrimonio	
R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{\$ 5.189,80}{\$ 4.824,36}$
R.O.E =	$\$ 1,08$

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.05.07.02. ROA (Rentabilidad del activo)

“Consiste en la relación entre el beneficio obtenido en un determinado período y los activos globales de una empresa. ” (Alonso, 2017)

Tabla 90.
R.O.A.

Rentabilidad Sobre Activos	
R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$
R.O.A =	$\frac{\$ 5.189,80}{\$ 4.655,25}$
R.O.A =	$\$ 1,11$

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.04.04. ROI (Retorno de la inversión)

Este indicador nos permite medir el rendimiento que hemos obtenido de una inversión.

Tabla 91.
R.O.I.

Rentabilidad Sobre la Inversión	
R.O.I =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión total}}$
R.O.I =	$\frac{\$ 5.189,80}{\$ 9.705,26}$
R.O.I =	$\$ 0,53$

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

5.04.05. Razones de endeudamiento

Tabla 92.
Endeudamiento.

Endeudamiento			
Razón de endeudamiento	=	Total Pasivo	*100
		Total Activo	
Razón de endeudamiento	=	\$ 4.880,90	*100
		\$ 9.705,26	
Razón de endeudamiento	=	50,29 %	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Daniela Criollo

Para el proyecto el 50.29% del total de la inversión de (activos totales) ha sido financiada con recursos de terceros (endeudamientos).

5.04.05. Razones de rentabilidad

Tabla 93.

Razones de rentabilidad.

Margen de utilidad neta			
Margen de utilidad neta	=	Utilidad neta	*100
		Ventas	
Margen de utilidad neta	=	\$ 5.189,80	*100
		\$ 64.326,84	
Margen de utilidad neta	=	8,07 %	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

El porcentaje que está quedando a los propietarios por operar la empresa es de 8.07%.

5.04.06. Razones de Actividad o Gerencia

Tabla 94.

Rotación del activo total.

Rotación del Activo total		
Rotación del Activo total	=	Ventas
		Total Activos
Rotación del Activo total	=	\$ 64.326,84
		\$ 9.705,26
Rotación del Activo total	=	6,6

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Daniela Criollo

Para la empresa la rotación es de 6,6, lo que significa que la empresa está generando ingresos equivalentes a seis veces y media la inversión en activos totales

CAPÍTULO VI

6. Análisis de impactos

El análisis de impactos supone las actividades orientadas a identificar los posibles aspectos que pueden generar un aporte negativo o positivo a los aspectos económico, social, ambiental y productivo, como parte de la gestión de la micro empresa.

6.01. Impacto Ambiental

La microempresa por el hecho de producir alimentos genera una cantidad importante de desechos sobre todo orgánicos, los mismos que son degradables, por lo que el impacto negativo de los mismos no es tan alto, sin embargo en las operaciones se va a tratar de reciclar en los posible los tipos de desecho, es decir separar los desechos orgánicos de los inorgánicos, los cuales además deberán tener fundas o contenedores que los identifiquen como tal.

Otra de las acciones preventivas estará orientada al manejo de los desechos líquidos, para los cual de igual manera se va a trabajar con mallas protectoras en los fregaderos, con el objetivo de evitar que desechos sólidos pasen directamente a los desagües.

6.02. Impacto económico

Supone la incidencia que se genere en las actividades económicas del país, para esto se puede manifestar que la actividad económica que genera la microempresa como son tributos, renta, entre otros si aporta positivamente al desarrollo a través de la recaudación fiscal, sin embargo existe además un aporte económico por las actividades que generan no solo los clientes, sino también los proveedores con sus actividades en general.

6.03. Impacto productivo

La producción supone transformación de materia prima en un bien final, precisamente es lo que se va a realizar en este proyecto como giro del negocio, si bien es cierto se va a generar un producto final, los procedimientos son los tradicionales, no se va a generar un nuevo procedimiento o algo innovador, lo que sí se puede determinar como novedoso es el manejo de la higiene del lugar y los ingredientes que se van a utilizar en la micro empresa.

6.04. Impacto Social

La sociedad genera permanentemente nuevas necesidades las mismas que deben ser satisfechas por los oferentes, en este caso no solo se pretende brindar un alimento fresco, sino que también aporte de manera positiva al organismo y bienestar físico de las personas, los productos que se van a comercializar son una opción saludable para las personas de todas las edades, por lo que su consumo puede aportar nutrientes, vitaminas y proteínas necesarias para el cuerpo.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

Es el capítulo final de todo documento de trabajo de investigación, debe mostrar una síntesis de los resultados obtenidos en la investigación, respondiendo a los objetivos; y debe finalizar con recomendaciones desde la perspectiva de la validez y confiabilidad de los resultados, como de consideraciones para tener en cuenta en futuras investigaciones sobre el tema.

7.01. Conclusiones

El presente trabajo se lo puede considerar como un estudio de investigación descriptiva y exploratorio, puesto que se han tomado referencias estadísticas y bibliográficas de estudios realizados, tales como factores macroeconómicos, entre otros.

Por otra parte se ha podido establecer en el estudio la aplicación de herramientas administrativas que aportan directamente al proyecto como son la gestión administrativa, gestión operativa, gestión comercial, propuesta estratégica, como algunas que se menciona de forma general.

Se realizó además un estudio de campo donde a través de la información obtenida en las encuestas, se pudo determinar los valores de la oferta y demanda para establecer finalmente la demanda insatisfecha, lo cual evidenció que si existe una oportunidad de mercado ya que aún existe un grupo de personas que no tiene una opción para satisfacer por completo sus necesidades de alimentación saludable.

Se realizó el estudio técnico, donde se establecieron los parámetros para las necesidades de maquinarias y equipos, se estableció una adecuada distribución de la planta y lo más importante se estandarizaron las actividades operacionales, es decir se va a realizar todo bajo un mismo parámetro, lo cual garantiza una gestión adecuada en la elaboración de los productos de la micro empresa.

Se realizó con toda esta información el estudio financiero, donde se obtuvieron los ingresos, costos, gastos para determinar los estados de resultados y finalmente los factores de evaluación financiera como el VAN, TIR, indicadores financieros, donde los resultados fueron favorables en todos los aspectos estableciendo que si es factible económicamente la implementación de la micro empresa, la cual si va a gozar de una buena salud financiera.

Por último se llevó a cabo el análisis de impactos, donde se evalúa los impactos positivos y negativos del proyecto, para lo cual se evidenció que un adecuado manejo de desechos y las operaciones productivas adecuadas generan un aporte importante al proyecto y el logro de los objetivos empresariales como tal.

7.02. Recomendaciones

Las recomendaciones son aspectos que se sugieren para lograr obtener los resultados esperados acorde a las actividades planeadas.

Se recomienda de la misma manera aplicar la gestión comercial como está descrita en el Capítulo II, sin embargo no es una camisa de fuerza, puesto que si existe la posibilidad de aplicar nuevas estrategias acorde a como vayan cambiando las características del mercado.

En el estudio técnico se estandarizó el proceso productivo, lo cual se recomienda mantenerlo de esa forma, para mantener un estándar de calidad, sabor y servicio.

Es importante manifestar que en el negocio de los alimentos las personas que son los clientes logran una fidelización por el gusto que obtiene al probar alimentos bien hechos, saludables y sobre todo que vengan acompañados de un excelente servicio, por lo que estos factores deben ser muy tomados en cuenta en el día a día de la micro empresa, es decir mantener siempre la calidad, higiene y buen trato al cliente para lograr la fidelización de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, M. A. (2017). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <https://www.gestion.org/que-es-el-roa-y-como-se-calcula/>

Arco, E., & Vazquez, B. (2009). *Empresa y Iniciativa Emprendedora*. España: Paraninfo S.A.

AREAS, A. S. (2015). *ECONOMIPEDIA*. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/gastos-financieros.html>

Arias, A. S. (2015). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (2017). *Producto Interno Bruto*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>

Banco Central del Ecuador. (2018). *Glosario de Significado de Indicadores y Fuentes de Información Consultadas*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/GLOSARIO%20DEL%20SIGNIFICADO%20DE%20INDICADORES%20Y%20FUENTES_____.pdf

Banco Central del Ecuador. (2018). *Inflación*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

Banco Central del Ecuador. (2018). *Información Estadística Mensual*. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/m1998/IE-M-1101-e.xlsx>

Bembibre, V. (01 de 02 de 2009). *Definición ABC*. Recuperado el 26 de 02 de 2018, de <https://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>

- Burguillo, R. V. (2015). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Burguillo, R. V. (2016). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de
<http://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
- Contable Consultoria. (15 de Septiembre de 2018). *CONSULTORIA CONTABLE*. Recuperado el 20 de 02 de 2018, de <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/nota.pdf>
- CreceNegocios. (17 de 07 de 2014). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de
<https://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
- Enrique Garcia Prado. (2015). *Dirección De La Actividad Empresarial de Pequeños Negocios O microempresas*. España: Ediciones Nobel S.A. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de
<https://books.google.com.ec/books?id=8HvYCwAAQBAJ&pg=PA37&dq=concepto+de+clientes+en+una+microempresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj9d-Z9MncAhWL2FMKHWrsBWYQ6AEILzAC#v=onepage&q=concepto%20de%20clientes%20en%20una%20microempresa&f=false>
- Gitman, L. J. (2012). *Principios de administración financiera*. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de
<https://www.gestiopolis.com/que-es-amortizacion/>
- Google Maps. (2018). *Quitumbe*. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de
<https://www.google.com.ec/maps/place/Quitumbe,+Quito+170146/@-0.2936046,-78.5536755,16z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x91d598a7558bc88b:0xcd68b40d279ff3a!8m2!3d-0.2930405!4d-78.5497592>
- Hernández Sampieri, R. (2012). *Metodología de la investigación*. Santa Fé de Bogotá: Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- INEC. (03 de 2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf

- INEC. (03 de 2018). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Recuperado el 15 de 07 de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf
- INEC. (03 de 2018). *Encueta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Recuperado el 04 de 07 de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/032018_Presentacion_M_Laboral.pdf
- Josué. (23 de 03 de 2017). *financiamiento.org.m*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de <https://financiamiento.org.mx/gastos-operacionales-y-gastos-no-operacionales/>
- Luis, H. C. (03 de 11 de 2005). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
- Luis, L. B. (26 de 03 de 2014). *Fuentes de financiamiento para las empresas*. México: Pearson. Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- Luna González, A. (2014). *Administración Estratégica*. México: Patira.
- Mejía, T. A. (2015). Estructura Presupuestal de un Proyecto. En T. A. MEJIA, *ESTRUCTURA PRESUPUSTAL DE UN PROYECTO*. Bogotá: Aida María. Recuperado el 12 de 03 de 2018
- Merino, J. P. (2009). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de (<https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>)
- Merino, M., & Pintado, T. (2015). *Introducción a la Investigación de Mercados*. Madrid: Esic.
- Morales, Á. (s.f.). *Gestión Comercial*. Recuperado el 20 de 08 de 2018, de Un desafío constante en un mundo globalizado: <http://espanol.free-ebooks.net/ebook/Gestion-Comercial-en-un-Mundo-Globalizado/pdf?dl&preview>
- Nadal, S. (2018). *La empresa y su entorno*. Recuperado el 30 de 07 de 2018, de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Documento.pdf>
- Navarro, J. (2014). *Epistemología y metodología*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Nunes, P. (17 de 01 de 2006). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>

- Palacio, E. (23 de 06 de 2012). *El estudio financiero del plan de negocios*. Recuperado el 15 de 02 de 2018, de <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>
- Pedrosa, S. J. (2015). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-financiera-roe.html>
- Pérez, E. R. (2005). Contabilidad de Costos . En *Contabilidad de costos*. México: Nriega Editores.
- Piñero Estrada, E. (2015). *Estrategias y Modelos de Negocios: Casos Prácticos y una Guía para Emprendedores*. Madrid: Universitaria Ramón Areces .
- Prado, E. G. (s.f.). (E. Nobel, Ed.) Ediciones Nobel S.A. Recuperado el 16 de 07 de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=8HvYCwAAQBAJ&pg=PA37&dq=concepto+de+clientes+en+una+microempresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj9d-Z9MncAhWL2FMKHWrsBWYQ6AEILzAC#v=onepage&q=concepto%20de%20clientes%20en%20una%20microempresa&f=false>
- Render, H. H. (2007). *Adminstración de la producción*. México: Pearson educación.
- Rico, M., & Navarro, M. (2017). *Fundamentos Empresariales*. Madrid: Esic.
- Rodríguez , J., Pierdant, A., & Rodríguez , E. (2014). *Matemáticas Financieras 1*. México: Grupo Editorial Patria S.A.
- Rodríguez Ardura, I. (2011). *Principios y Estrategias de Marketing*. Barcelona: UOC.
- Sapag, C. (2012). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Mc Graw Hill.
- Sappag Chain, N. (2013). *Inversión, Evaluación de proyectos de*. México: Pearson Editoriales.
- Stanton, W. (2011). *Fundamentos de marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Sulser , R., & Pedroza , J. (2004). *Analisis Situacional*. (S. Guzman, Ed.) Mexico: ISEF S.A. Recuperado el 26 de 07 de 2018, de http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/431/Analisis_situacional_III.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Ulloa, M. (2017). *Análisis sobre la deserción de alumnos*. Digital UNID.

Váquiro, J. D. (23 de 02 de 2010). Recuperado el 12 de 03 de 2018, de

<https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

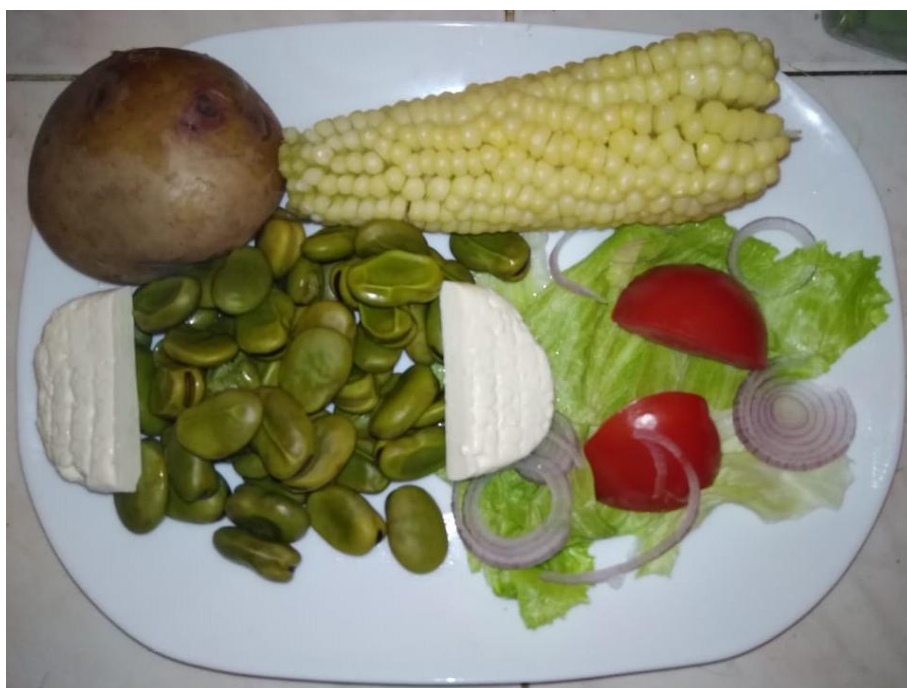
Váquiro, J. D. (23 de 02 de 2010). Recuperado el 13 de 03 de 2018, de

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

Villagomez, A. (2014). *Entorno General*. Recuperado el 2018, de

<http://www.crearempresas.com/proyectosalumnos04/computergreen/entornogeneral.htm>

ANEXOS





Urkund Analysis Result

Analysed Document: CORRECCION TESIS DANIELA 2.docx (DN3085349)
 Submitted: 10/26/2018 6:50:00 AM
 Submitted By: danielitacriollo96@hotmail.com
 Significance: 4 %

Sources included in the report:

yanduncastillo_jonathanleonardo_ip_2018.docx (D37057422)
 HOTEL PARA MASCOTAS JONIS OCTUBRE 2015 con indice.doc (D15755752)
 Daniel-Chicaiza.pdf (D19819811)
 tesis Fernanda Granda.docx (D19523834)
 TESIS VANESSA CHAVEZ BAN-CHOC CANDIES.docx (D23394502)
 KATHERINE GISSELA CARRILLO ROSERO.docx (D19726649)
<http://upcommons.upc.edu/handle/2117/84934>
<https://www.gestion.org/que-es-el-roa-y-como-se-calcula/>
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
<http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
<http://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
<http://www.safit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/nota.pdf>
<https://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
<https://www.gestiopolis.com/que-es-amortizacion/>
<https://financiamiento.org.mx/gastos-operacionales-y-gastos-no-operacionales/>
<https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
<https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
<http://espanol.free-ebooks.net/ebook/Gestion-Comercial-en-un-Mundo-Globalizado/pdf/d18preview>
<http://knowow.net/es/ieeconcom/contabilidad/gastos-de-venta/>
<https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>
<http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-financiera-roe.html>
<http://www.crearempresas.com/proyectosalumnos04/computergreen/entornogeneral.htm>

Instances where selected sources appear:

42



MSC. CASTRO NAPOLEÓN

Tutor del proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **CRIOLLO ACHOTE DANIELA EMPERATRIZ**, portador de la cédula de identidad N° 0504471673, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 13 de noviembre del 2018


13 NOV 2018

Sra. Mariela Balseca

CAJA DE EMPASTADO
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Francisco Salas M.

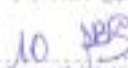
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN


BIBLIOTECA

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

13 NOV 2018


COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
RECIBIDO

NOV 2018

Ing. María Fernanda Burga

DIRECTOR DE CARRERA
Administración Bancaria y Financiera



Sra. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA