



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS CON ENTREGA
A DOMICILIO PARA EL PERSONAL DOCENTE EN LAS**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORAS: ESPINOSA R. GABRIELA M

VÁSQUEZ E. MERCEDES M

ASESOR: MSC. MARLON PINEDA

IBARRA, DICIEMBRE 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto surge como respuesta a una idea en el que se busca resolver una necesidad en el mercado de servicios dado que se encontró una oportunidad de negocio para brindar servicio de almuerzos al personal docente en las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, que se ven afectados por la modificación de la Ley de Educación, en donde se establece una reforma del horario de trabajo, extendiéndose a ocho horas laborales; además que se ven afectados por la falta de lugares cercanos de comida o de instalaciones de alimentación. Tomando en cuenta que los docentes solo tienen media hora para salir a almorzar y la distancia es larga de sus viviendas. Por tal, el propósito del servicio de almuerzos será entregado en su lugar de trabajo en cada establecimiento educativo. Al observar la necesidad por la que están pasando los docentes, lograríamos satisfacer su alimentación sana y saludable, obtendrían su tiempo prudente y tranquilo para comer. Ofrecer cobertura de un servicio rentable a un mercado saturado como el de las comidas puede ejercer presión sobre la elección de nuestros consumidores potenciales. Pero, al ser este un servicio personalizado y dirigido a clientes que funciona bajo contratación de servicio directo permitirá la determinación de un exclusivo grupo de demandantes, el cual podrá causar características de una demanda rígida que a mediano plazo aspiramos se flexibilice con adición de nuevos consumidores por el constante mejoramiento del servicio que pretendemos lograr. Este servicio contará con una excelente atención, dándoles a conocer variedades de comidas nutritivas y saludables al adquirir nuestros servicios, la creatividad y los altos estándares son los elementos claves que harán de nuestro servicio un éxito. Considerando los resultados del estudio de mercado se puede afirmar que existe un déficit de oferta de servicios gastronómicos a domicilio, específicamente a las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, por lo cual existe un mercado alentador para poner en marcha este proyecto, ya que cuenta con las condiciones y

factores óptimos para este servicio. Además obteniendo un impacto empresarial con mayor incidencia ,puesto que a más de lograr la unión de quienes participan en este proyecto con fines económicos, permitirá formar gente con mentes emprendedoras, que puedan desempeñarse de la mejor manera incluso hasta llegar a ser buenos líderes.

EXECUTIVE SUMMARY

This project is a response to an idea which seeks to address a need in the market for services since found a business opportunity to provide lunch service to teachers in educational institutions of the city of Ibarra, who are affected by the amendment of the Education Act, which establishes a reform of working hours, extending to eight hours labor, plus they are affected by the lack of places near food or food facilities. Considering that teachers only have half an hour to go to lunch and the distance is long from their homes. As such, the purpose of the lunch service will be delivered in your workplace in each school. Noting the need for teachers who are going, we would achieve satisfy their healthy food, would get cautious and quiet time to eat. Offering a cost effective coverage to a saturated market like meals can put pressure on the election of our potential consumers. But, as this is a personalized service aimed at customers who works under direct service contracts allow the determination of an exclusive group of applicants, which may cause a rigid demand characteristics in the medium term aim is more flexible with the addition of new consumers continued improvement of service we intend to achieve. This service will have excellent care, making them aware of varieties of healthy and nutritious foods to purchase our services, creativity and high standards are key elements of our service that will make a success. Considering the results of the market research we can say that there is a shortage of supply of food services at home, specifically at educational institutions of the city of Ibarra, thus encouraging market exists to implement this project, as it has with optimal conditions and factors for this service. Besides obtaining a business impact with higher incidence, as to achieve more than the union of those involved in this project for economic purposes, will train people with entrepreneurial minds, they can perform even the best way to become good leaders

AUTORÍA

Gabriela Margoth Espinosa Rivadeneira y Mercedes Margarita Vásquez Escobar portadoras de las cédulas número 100320558-8 y 100342489-0 respectivamente; declaramos bajo juramento que en el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS CON ENTREGA A DOMICILIO PARA EL PERSONAL DOCENTE EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

Gabriela Espinosa
100320558-8

Mercedes Vásquez
100342489-0

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las egresadas Gabriela Margoth Espinosa Rivadeneira y Mercedes Margarita Vásquez Escobar para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría (CPA). Cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS CON ENTREGA A DOMICILIO PARA EL PERSONAL DOCENTE EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 11 días del mes de diciembre del 2012.

Msc. Marlon Pineda
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Gabriela Margoth Espinosa Rivadeneira con CI: 100320558-8 y Mercedes Margarita Vásquez Escobar con CI: 100342489-0, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS CON ENTREGA A DOMICILIO PARA EL PERSONAL DOCENTE EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA (CPA) en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):

Nombre: Gabriela Margoth Espinosa Rivadeneira 100320558-8

(Firma):

Nombre: Mercedes Margarita Vásquez Escobar 100342489-0

Ibarra, a los 11 días del mes de Diciembre 2012



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y existencia de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentado nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100320558-8	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Espinosa Rivadeneira Gabriela Margoth	
DIRECCIÓN:		Parroquia San Antonio de Ibarra. Calle Ezequiel Rivadeneira 5-18 y Bolívar	
EMAIL:		flaquitags@hotmail.es	
TELÉFONO FIJO:	2550-576	TELÉFONO MOVIL:	0997744422

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100342489-0	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Vásquez Escobar Mercedes Margarita	
DIRECCIÓN:		Cantón Antonio Ante. Parroquia Andrade Marín. Calle 10 de agosto y Sánchez y Cifuentes	
EMAIL:		mmvasqueze@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	2906-862	TELÉFONO MOVIL:	0939211818

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS CON ENTREGA A DOMICILIO PARA EL PERSONAL DOCENTE EN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA”
AUTOR(ES):	Espinosa Gabriela y Vásquez Mercedes
FECHA: AAAAMMDD	2012-12-11
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/DIRECTOR:	MGS. Marlon Pineda

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Gabriela Margoth Espinosa Rivadeneira con cédula de identidad n° 100320558-8 y Mercedes Margarita Vásquez Escobar con cédula de identidad n° 100342489-0, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacen la entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizan a la Universidad Técnica del Norte la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 147.

3. CONSTANCIA

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar los derechos de autor de terceros, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la universidad en caso de la reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de diciembre del 2012

LAS AUTORAS:

ACEPTACIÓN:

.....
Nombre: Espinosa R. Gabriela M
CC: 100320558-8

.....
Nombre:.....
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

.....
Nombre: Vásquez E. Mercedes M
CC: 100342489-0

Facultado por resolución del H. Consejo Universitario.....

DEDICATORIA

El presente trabajo de corazón va dedicado en primer lugar a Dios que con su luz nos guió y que gracias a su ayuda logramos alcanzar esta meta profesional.

A nuestros padres por su apoyo incondicional, sacrificio y entrega constante al brindarnos la oportunidad de superarnos día a día y lograr un escalón más de felicidad.

A nuestros familiares quienes con sus palabras de ánimo supieron apoyarnos en toda nuestra etapa universitaria.

Las autoras

AGRADECIMIENTO

Al culminar con éxito este trabajo nuestro agradecimiento a Dios por brindarnos salud y fortaleza en nuestra etapa educativa y por ser la guía de nuestros caminos.

Nuestros sinceros agradecimientos para los docentes de la Universidad Técnica del Norte por su entrega en la enseñanza, sus conocimientos compartidos y experiencias laborales; especialmente a nuestro Director de Tesis Mgs. Marlon Pineda, quien desinteresadamente, con paciencia y predisposición supo guiarnos con ética y calidad para culminar con éxito el presente proyecto.

A nuestras familias y amigos que día a día supieron darnos su apoyo incondicional en todo el proceso de este trabajo y de esta manera se sientan orgullosos y satisfechos por nuestros logros alcanzados.

Las autoras

PRESENTACIÓN

La sociedad actualmente presenta cambios de transición en todos los campos económicos, de aquí la importancia de explotar la iniciativa empresarial con el servicio gastronómico dirigido a los docentes de la ciudad de Ibarra, propiciando y creando nuevas oportunidades de empleo y colaborando con la economía; este cambio exige una demanda productiva con productos y servicios de calidad. Para esta gestión que se pretende cumplir se describe el presente trabajo de investigación en el cual contiene lo siguiente.

En el primer capítulo se efectuó un diagnóstico situacional con la determinación de variables diagnósticas e indicadores, aplicando técnicas de recopilación de información como: encuestas, entrevistas, observación con el fin de conocer la situación actual del servicio gastronómico

El capítulo dos se estableció las bases teóricas científicas formulando los conceptos teóricos que se utilizan durante el desarrollo del proyecto, con la recopilación de información de fuentes bibliográficas, datos de internet, revistas, datos referentes al sector gastronómico, con lo que sustenta todo el marco teórico y referencial del estudio.

En el proceso del tercer capítulo se realizó un estudio de mercado del sector gastronómico especialmente a las empresas dedicadas al servicio a domicilio de la Ciudad de Ibarra, determinando que existe demanda insatisfecha con relación a la oferta existente. Además se analiza la percepción por parte del consumidor hacia el servicio a ofrecer.

En el cuarto capítulo se desarrolló el estudio técnico e ingeniería del proyecto donde se estableció la micro y macro localización de la empresa a desarrollarse; además se consideró los factores de distribución de la planta de las áreas que se requieren para la realización de las actividades en las que emprenda el proyecto, el proceso de producción, servicios, costos y requerimiento de personal.

En el quinto capítulo se ejecutó el estudio económico y financiero, estableciendo la inversión del proyecto, la forma de financiamiento. Además se utilizó los evaluadores económicos con la finalidad de determinar la viabilidad y rentabilidad que generará el proyecto.

En el sexto capítulo se determinó la organización de la empresa, donde se puntualizó el tipo de empresa, normas legales, objetivos, organigrama estructural y funciones que cumplirán cada miembro de la empresa.

Finalmente, se establecieron los posibles impactos que tendrá la realización de este nuevo proyecto en el aspecto económico, social, ambiental y empresarial.

Se concluye con la exposición del trabajo de grado con las conclusiones de cada capítulo y se especifican las recomendaciones a las mismas, se detalla la bibliografía utilizada y se presentan los anexos que complementan el trabajo.

ÍNDICE GENERAL

Resumen ejecutivo	ii
Autoría	v
Certificación del asesor	vi
Cesión de derechos	vii
Autorización de uso y publicación	viii
Dedicatoria	xi
Agradecimiento	xii
Presentación	xiii

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

Antecedentes	29
Objetivos	30
Objetivo general	30
Objetivos específicos	30
Variables diagnósticas	30
Indicadores de las variables	31
Matriz de relación diagnóstica	32
Mecánica operativa	33
Identificación de la población	33
Identificación de la muestra	34
Instrumentos para la recolección de información	35
Tabulación y evaluación de la información	45
Análisis del diagnóstico externo	45
Aliados	45
Oponentes	45
Oportunidades	45
Riesgos	46
Matriz AOOR	46
Determinar la oportunidad de la inversión	47

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

La empresa	49
Definición	49
Clasificación de la empresa	50
Requisitos para la constitución de una empresa	50
Gastronomía	51
Definición	51
Importancia de la gastronomía	53
Gastronomía en el Ecuador	53
Tipos de servicios gastronómicos	54
El servicio a domicilio	55
Personal docente	56
Definición	56
Instituciones educativas	57
Tipos de instituciones educativas	57
La enseñanza dentro de las instituciones educativas	59
Ley Orgánica de Educación	60
Artículo 117. De la Jornada Laboral	60
Aspectos económicos financieros	60
El balance general	60
Estado de resultados	61
Estado de flujo de efectivo	62
Valor presente neto	63
Tasa interna de retorno	64
Punto de equilibrio	65
Beneficio costo	66
Período de recuperación	67
Normas internacionales de información financiera aplicables a la pymes	68

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	75
Objetivos	76
Objetivo general	76
Objetivos específicos	76
Identificación del servicio	76
Mercado	77
Mercado total	77
Mercado potencial	78
Mercado meta	83
Identificación de la población	83
Cálculo de la muestra	83
Tabulación y análisis de resultados	84
Identificación de la demanda	91
Proyección de la demanda	92
Análisis de la oferta	94
Demanda insatisfecha	94
Proveedores	95
Comercialización	96
Conclusiones del estudio de mercado	96

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Localización	99
Macrolocalización	99
Microlocalización	100
Tamaño del proyecto	101
Cobertura del mercado	102
Detalle de inversiones	102
Requerimiento de equipo de cocina	103
Requerimiento de muebles	103

Requerimiento de equipo de computación y oficina	104
Requerimiento de menaje y utilería	104
Requerimiento de materia prima	105
Requerimiento de mano de obra	106
Infraestructura	107
Características de las instalaciones	107
Diseño de las instalaciones	108
Proceso productivo	109
Flujograma del proceso productivo	111
Flujograma del proceso de comercialización	112

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Estructura de la inversión	113
Inversiones	113
Inversión en activos fijos	113
Inversión en capital de trabajo	115
Inversión diferida	115
Costo de oportunidad y tasa de redescuento	116
Tabla de pagos financieros	117
Costos y gastos	119
Materia prima	119
Mano de obra directa	119
Costos indirectos de fabricación	120
Gastos administrativos	121
Gastos de venta	121
Costo del producto	122
Presupuestos	122
Presupuesto de ingresos	122
Presupuesto de costos	123
Presupuesto de gastos	123
Balance general proforma	123

Balance de pérdidas y ganancias presupuestado	124
Flujos de caja	124
Evaluadores del proyecto	125
Valor actual neto (VAN)	125
Tasa interna de retorno (TIR)	126
Beneficio-costo	127
Tasa de rendimiento beneficio costo	128
Tiempo de recuperación de la inversión	128
Punto de equilibrio	129

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa	131
Nombre o razón social	131
Logotipo	131
Titularidad de la propiedad de la empresa	131
Tipo de empresa	132
Aspectos legales	132
Base filosófica de la empresa	139
Misión	139
Visión	139
Valores institucionales	139
Objetivos	139
Políticas	140
Estrategias	141
Organización administrativa	141
Estructura orgánica	141
Organigrama	142
Descripción de funciones	142

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Análisis de los impactos	149
Impacto social	149
Impacto económico	150
Impacto ambiental	151
Impacto empresarial	151
Impacto general	152

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro nro. 1 Matriz de relación diagnóstica	32
Cuadro nro. 2 Empresas de servicios gastronómicos a domicilio	33
Cuadro nro. 3 Docentes de las instituciones educativas	34
Cuadro nro. 4 Entrevista a los administradores de las empresas de servicios gastronómicos	36
Cuadro nro. 5 Servicio de alimentación	39
Cuadro nro. 6 Compradores	40
Cuadro nro. 7 Alimentación	41
Cuadro nro. 8 Nivel de satisfacción	42
Cuadro nro. 9 Horario	43
Cuadro nro. 10 Preferencia de alimentación	44
Cuadro nro. 11 Matriz AOOD	46
Cuadro nro. 12 Clasificación de las empresas	50
Cuadro nro. 13 Requisitos para la constitución de una empresa	51
Cuadro nro. 14 NIIF para pymes	68
Cuadro nro. 15 Componentes del menú diario	77
Cuadro nro. 16 Docentes de las instituciones de Ibarra	78
Cuadro nro. 17 Mercado potencial	78
Cuadro nro. 18 Instituciones educativas fiscales de la ciudad de Ibarra	80
Cuadro nro. 19 Cuadro de distribución	83
Cuadro nro. 20 Frecuencia de consumo	84
Cuadro nro. 21 Presupuesto para la alimentación	85
Cuadro nro. 22 Nivel de aceptación	86
Cuadro nro. 23 Menú diario	87
Cuadro nro. 24 Forma de pago	88
Cuadro nro. 25 Información del menú	89
Cuadro nro. 26 Posibles nombres	90
Cuadro nro. 27 Diario frecuente	91

Cuadro nro. 28 Demanda potencial	92
Cuadro nro. 29 Demanda proyectada	93
Cuadro nro. 30 Oferta proyectada	94
Cuadro nro. 31 Balance oferta – demanda	95
Cuadro nro. 32 Balance oferta – demanda. Estudio técnico	102
Cuadro nro. 33 Cobertura del mercado	102
Cuadro nro. 34 Maquinaria y equipo	103
Cuadro nro. 35 Muebles de oficina	103
Cuadro nro. 36 Equipo de oficina y computación	104
Cuadro nro. 37 Menaje y utilería	104
Cuadro nro. 38 Materia prima directa	105
Cuadro nro. 39 Materia prima indirecta	105
Cuadro nro. 40 Mano de obra directa	106
Cuadro nro. 41 Mano de obra indirecta	107
Cuadro nro. 42 Infraestructura	107
Cuadro nro. 43 Estructura de la inversión	113
Cuadro nro. 44 Inversión fija	114
Cuadro nro. 45 Depreciación de los activos fijos	114
Cuadro nro. 46 Distribución de la depreciación del edificio	114
Cuadro nro. 47 Distribución de la depreciación de muebles y enseres	115
Cuadro nro. 48 Inversión variable	115
Cuadro nro. 49 Inversión diferida	116
Cuadro nro. 50 Estudio de factibilidad	116
Cuadro nro. 51 Gastos de constitución de la empresa	116
Cuadro nro. 52 Costo de oportunidad	117
Cuadro nro. 53 Tabla de amortización	117
Cuadro nro. 54 Pagos anuales de interés y capital	118
Cuadro nro. 55 Costo de materia prima	119
Cuadro nro. 56 Rol de pagos de la mano de obra directa	119
Cuadro nro. 57 Costos indirectos de fabricación unitarios	120
Cuadro nro. 58 Resumen de costos indirectos de fabricación	120

Cuadro nro. 59 Rol de pagos del personal administrativo	121
Cuadro nro. 60 Resumen de gastos administrativos	121
Cuadro nro. 61 Resumen de los gastos de venta	122
Cuadro nro. 62 Costo del producto	122
Cuadro nro. 63 Presupuesto de ingresos	122
Cuadro nro. 64 Presupuesto de costos	123
Cuadro nro. 65 Presupuesto de gastos	123
Cuadro nro. 66 Balance de pérdidas y ganancias	124
Cuadro nro. 67 Flujo de caja con protección	124
Cuadro nro. 68 Flujo de caja libre	125
Cuadro nro. 69 Cálculo del VAN	126
Cuadro nro. 70 Cálculo del TIR	126
Cuadro nro. 71 Cálculo del beneficio costo	127
Cuadro nro. 72 Tiempo de recuperación de la inversión	128
Cuadro nro. 73 Funciones de la junta de accionistas	143
Cuadro nro. 74 Funciones del gerente	144
Cuadro nro. 75 Funciones del contador	145
Cuadro nro. 76 Funciones del chef	145
Cuadro nro. 77 Funciones de los trabajadores de cocina	147
Cuadro nro. 78 Funciones de los ayudantes de cocina	147
Cuadro nro. 79 Escala de evaluación de los impactos	149
Cuadro nro. 80 Impacto social	150
Cuadro nro. 81 Impacto económico	150
Cuadro nro. 82 Impacto ambiental	151
Cuadro nro. 83 Impacto empresarial	152
Cuadro nro. 84 Impacto general	152

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico nro. 1 Servicio de alimentación	39
Gráfico nro. 2 Compradores	40
Gráfico nro. 3 Alimentación	41
Gráfico nro. 4 Nivel de satisfacción	42
Gráfico nro. 5 Horario de almuerzo	43
Gráfico nro. 6 Alimentación preferida	44
Gráfico nro. 7 Frecuencia de consumo	85
Gráfico nro. 8 Presupuesto para la alimentación	85
Gráfico nro. 9 Nivel de aceptación del proyecto	86
Gráfico nro. 10 Menú de preferencia	87
Gráfico nro. 11 Forma de pago	88
Gráfico nro. 12 Información del menú	89
Gráfico nro. 13 Posibles nombres	90
Gráfico nro. 14 Diario frecuente	91
Gráfico nro. 15 Diseño de las instalaciones	108
Gráfico nro. 16 Flujograma del proceso productivo	111
Gráfico nro. 17 Flujograma del proceso de comercialización	112
Gráfico nro. 18 Organigrama	142

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Se realizó una importante modificación a la jornada laboral de los maestros fiscales que inicialmente trabajaban seis horas reloj y con la publicación de la Ley Orgánica de Educación Intercultural, el 31 de marzo del 2011, deben laborar ocho horas diarias reloj como se establece en el artículo 117 de la ley referida.

Actualmente los maestros poseen media hora para el almuerzo, tiempo que no les permite trasladarse a sus domicilios para almorzar o acudir a restaurantes por el lapso que en éstos se tardan en servir. El tráfico de las horas de medio día también impide que los docentes se movilicen a sus domicilios en el período del almuerzo. En el cantón Ibarra existen 1800 docentes aproximadamente, los cuales han experimentado este cambio de horario y expresan su inconformidad porque dicha disposición afecta su programa de trabajo al que estaban acostumbrados y adicionalmente altera los programas de alimentación de cada persona, provocando afectaciones de salud, en algunos individuos.

Algunas de las enfermedades producto de la inadecuada nutrición de las cuales pueden ser víctimas los maestros son: anemia, obesidad, gastritis, deterioro del aparato digestivo y circulatorio, entre otras; considerando que una adecuada nutrición diaria debe contener carbohidratos, proteínas, grasas y fibra para que una persona pueda desarrollar sus actividades diarias correctamente.

La ciudad de Ibarra, objeto de nuestro estudio de factibilidad está ubicada en la provincia Imbabura siendo su capital. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región uno conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. Ibarra posee 139721 habitantes de acuerdo al censo del 2010.

JUSTIFICACIÓN

Con el estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora de almuerzos al personal docente en las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, se pretende ofrecer a los educadores una alternativa cómoda para su alimentación diaria, evitando que estos alteren su horario de almuerzo tradicional ya que la provisión de sus alimentos se los realizará en las instituciones educativas.

Se plantea la organización de este negocio porque generará beneficios en la salud de los maestros contribuyendo a su nutrición adecuada y evitando que éstos dejen de almorzar por el corto período que tienen para este propósito. También se producirá beneficios económicos para sus propietarios y trabajadores que se determinarán con el desarrollo del estudio económico del mismo.

Adicionalmente es importante este proyecto porque dinamiza la economía generando fuentes de ocupación para las personas que sean contratadas y por ende incrementando sus ingresos y el consumo en otros sectores de la economía.

Los aspectos citados justifican el desarrollo del estudio de factibilidad, pudiendo en el futuro ampliar la cobertura del mismo para proveer almuerzos en las instituciones financieras, empresas privadas, familias, entre otras.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa proveedora de almuerzos al personal docente en las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar aliados, oponentes, debilidades y amenazas que inciden en el desarrollo del proyecto mediante un diagnóstico técnico situacional.

- Estructurar las bases teóricas y científicas que permitan la comprensión del estudio.
- Determinar a través del estudio de mercado la existencia de demanda potencial a satisfacer en la ciudad de Ibarra.
- Diseñar el estudio técnico estableciendo la ubicación, recursos y proceso para la provisión de los almuerzos en las instituciones educativas.
- Determinar la estructura y organización de la empresa, su tipo y bases filosóficas.
- Evaluar económica y financieramente al proyecto determinando su rentabilidad mediante el estudio económico financiero.
- Analizar los posibles impactos producto de la implementación del proyecto

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El presente estudio se lo realizó en la ciudad de Ibarra, capital de la Provincia de Imbabura, ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" y es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región uno conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona.

El año anterior se realizó una importante modificación a la Ley Orgánica de Educación Intercultural, lo cual la ciudad de Ibarra también sufrió ese cambio. En la nueva ley de educación se establece que la jornada semanal de trabajo de los profesores será de cuarenta horas semanales distribuidas de la siguiente manera: seis horas pedagógicas diarias, cumplidas de lunes a viernes y diez horas semanales restantes para actualización, capacitación pedagógica, coordinación con los padres, trabajo en la comunidad, entre otras actividades. Estos cambios en el sector público propuestos por el gobierno pretenden ser aprovechados para desarrollar proyectos rentables que permitan dinamizar la economía y generar empleo.

Actualmente, los educadores laboran desde las 07:00 hasta las 15:30 horas con media hora para el almuerzo, considerando que es un tiempo corto para que éstos puedan trasladarse a su domicilio para alimentarse. Cabe mencionar que el tráfico de las horas de medio día es muy

congestionado, aspecto que también dificulta la movilización. Esta circunstancia hace pensar en organizar un negocio de servicios gastronómicos que provea alimentación a los maestros en sus respectivas instituciones educativas, evitando que éstos dejen de alimentarse.

Los servicios gastronómicos comprenden la prestación de alimentación institucional o alimentación colectiva que provee una cantidad determinada de comida y bebida en fiestas, eventos, instituciones y presentaciones de diversa índole; siendo el objetivo proveer de alimentos a los maestros de las instituciones educativas de Ibarra.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico técnico situacional de los servicios gastronómicos con entrega a domicilio para el personal docente de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, a fin de determinar aliados, oponentes, debilidades y amenazas que inciden en el desarrollo del proyecto.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el sistema de producción de una empresa de servicios gastronómicos.
- Analizar los sistemas de control contable financiero de las empresas que ofrecen alimentación a domicilio.
- Indagar las formas de comercialización de los alimentos en las empresas de servicios gastronómicos.
- Conocer la forma de alimentación de los maestros en los planteles educativos.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Producción

- Control contable y financiero
- Comercialización
- Alimentación

1.4 INDICADORES DE LAS VARIABLES

1.4.1 PRODUCCIÓN

- Materias primas
- Talento humano
- Proceso de producción
- Tecnología
- Logística
- Infraestructura
- Tratamiento de desechos

1.4.2 CONTROL CONTABLE Y FINANCIERO

- Capital de trabajo
- Costos
- Sistema contable
- Precio de venta
- Rentabilidad

1.4.3 COMERCIALIZACIÓN

- Servicio a domicilio
- Compradores

1.4.4 ALIMENTACIÓN

- Alimentación
- Satisfacción
- Horario
- Preferencias

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N° 1
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN	INFORMANTES
Analizar el sistema de producción de una empresa de servicios gastronómicos	PRODUCCIÓN	Materias primas	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Talento humano	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Proceso de producción	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Tecnología	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Logística	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Infraestructura	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Tratamiento de los desechos	Entrevista	Primaria	Restaurantes
Analizar los sistemas de control contable financiero de las empresas que ofrecen alimentación a domicilio.	CONTROL CONTABLE Y FINANCIERO	Capital de trabajo	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Costos	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Sistema contable	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Precio de venta	Entrevista	Primaria	Restaurantes
		Rentabilidad	Entrevista	Primaria	Restaurantes
Indagar las formas de comercialización de los alimentos en las empresas de servicios gastronómicos	COMERCIALIZACIÓN	Servicio a domicilio	Encuesta	Primaria	Restaurantes
		Compradores	Encuesta	Primaria	Restaurantes
Conocer la forma de alimentación de los maestros en los planteles educativos.	ALIMENTACIÓN	Alimentación	Encuesta	Primaria	Consumidores
		Satisfacción	Encuesta	Primaria	Consumidores
		Horarios	Encuesta	Primaria	Consumidores
		Preferencias	Encuesta	Primaria	Consumidores

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

1.6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

En la ciudad de Ibarra tenemos una población de 313 restaurantes que son potenciales competidores ya que varios de estos negocios ofrecen el servicio a domicilio; para determinar este aspecto se realizó un censo a la totalidad de restaurantes.

Adicionalmente, para diagnosticar la situación actual del sector de servicios gastronómicos se entrevistó a ocho restaurantes con servicio a domicilio en general, aleatoriamente.

CUADRO N° 2
EMPRESAS DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS A DOMICILIO

NOMBRE DEL PROPIETARIO/ENTREVISTADO	DIRECCIÓN	PERSONERÍA
JORGE VACA	BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA	NATURAL
LIGIA VILLALBA	SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y OVIEDO	NATURAL
MARTHA CASTRO	MALDONADO 993	NATURAL
ELIZABETH DELGADO	PILANQUÍ PO2 MZ05 1-33	NATURAL
MARITZA NARVÁEZ	AV 17 DE JULIO 10-23	NATURAL
CARMEN JÁCOME	AV ATAHUALPA 15-94	NATURAL
MELVA FERNÁNDEZ	ERNESTO MONGE Y PEDRO PÉREZ	NATURAL
PAOLA BÁEZ	OVIEDO Y SALINAS	NATURAL

FUENTE: Catastro de patentes municipales de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

También se ha tomado como unidad de análisis a los docentes de las instituciones educativas mismo que está conformado por 1356 maestros que trabajan en los planteles de la ciudad de Ibarra, a los cuales tenemos acceso fácil para llegar con el servicio a domicilio.

CUADRO N° 3
DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD IBARRA

INSTITUCIONES	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
JARDINES DE INFANTES	78	8	86
ESCUELAS	414	172	586
COLEGIOS	327	357	684
TOTAL	819	537	1356

FUENTE: Registro de la Dirección de Educación de Imbabura
ELABORADO POR: Autoras

1.6.2 IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

CÁLCULO DE LA MUESTRA DE DOCENTES

$$n = \frac{N * Z^2 * \delta^2}{E^2(N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

n = muestra

N = población

Z = nivel de confianza (1.96)

δ^2 = varianza (0.25)

E = error (0.05)

$$n = \frac{1356 * 1.96^2 * 0.25}{0.05^2(1356 - 1) + 1.96^2 * 0.25}$$

n = 299

La muestra es de 299 docentes que van a ser encuestados.

1.6.3 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El presente diagnóstico se lo realizó utilizando las técnicas de investigación de campo, y para la recolección de información se utilizó los cuestionarios de entrevistas y encuestas para obtener información primaria.

▪ ENCUESTAS

Esta técnica se utilizó a través de un cuestionario adecuado que permitió recopilar información de la población sujeta de estudio. Las preguntas se enfocaron en determinar el servicio a domicilio que se ofrece en los restaurantes de la ciudad de Ibarra; también en establecer la forma de alimentación de los docentes y su nivel de satisfacción actual.

▪ ENTREVISTAS

La entrevista se aplicó a los propietarios de las empresas de servicios gastronómicos que únicamente prestan el servicio a domicilio con el objetivo de obtener información sobre el sistema de producción y el control contable financiero que se lleva a cabo en este tipo de negocios.

1.6.4 TABULACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA

Se realizó ocho entrevistas a propietarios de restaurantes que ofrecen el servicio a domicilio para determinar aspectos importantes que nos permiten diagnosticar como se encuentra el sector de los servicios gastronómicos y su proceso de producción. Se elaboró una matriz con las respuestas:

CUADRO N° 4

ENTREVISTA A LOS ADMINISTRADORES DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS A DOMICILIO

	¿EN DÓNDE ADQUIERE LAS MATERIAS PRIMAS?	¿CON QUÉ RECURSO HUMANO CUENTA EN SU NEGOCIO?	¿CÓMO ES EL PRECISO DE ELABORACIÓN DE LOS ALIMENTOS?	¿DISPONDE DE TECNOLOGÍA EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN?	¿CÓMO ES LA ORGANIZACIÓN PARA ENTREGAR LOS ALIMENTOS A DOMICILIO?	¿CON QUÉ ÁREAS FÍSICAS CUENTA SU NEGOCIO?	¿CÓMO SE REALIZA EL CONTROL DE LOS DESECHOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS?	¿LOS COSTOS DE LAS MATERIAS PRIMAS SON ALTOS O BAJOS?	¿CÓMO REGISTRA SUS INGRESOS Y GASTOS?	¿ES RENTABLE ESTE TIPO DE NEGOCIO?	¿CUÁL ES EL PRECIO DE LOS ALIMENTOS A DOMICILIO?	¿ENTRE SUS CLIENTE, USTED ENTREGA ALIMENTOS A LOS DOCENTES EN LAS INSITUACIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA?	¿EN QUÉ RECIPIENTES ENTREGA LOS ALIMENTOS A DOMICILIO?
JORGE VACA. BOLÍVAR Y OBISPO MOSQUERA	MERCADO MAYORISTA Y AMAZONAS	4	PROPIETARIO ES EL COCINERO Y LOS EMPLEADOS AYUDAN EN EL PROCESO	CORTADORA, COCINAS INDUSTRIALES, NEVERAS, HORNOS	BAJO PEDIDO A COOPERATIVAS, BANCOS	LOCAL, COCINA, PATIO, BAÑOS	TRES BASUREROS PARA CLASIFICAR RESIDUOS	COSTOS ALTOS	LLEVA CONTABILIDAD	SI	2,80	SI	TARRINAS DESECHABLES
LIGIA VILLABA. SÁNCHEZ Y CIFUENTES Y OVIEDO	MERCADOS DE LA CIUDAD Y SUPERMERCADOS	3	CON LOS MENÚS DEFINIDOS EMPIEZAN EN LA MAÑANA A PREPARAR LOS ALIMENTOS	UTENSILLOS MODERNOS	UNA PERSONA SE ENCARGA DE REPARTIR LOS ALIMENTOS A UNA HORA DETERMINADA	COCINA, COMEDOR, BAÑOS, BODEGA	TACHOS PARA CADA TIPO DE BASURA	VARIAN DEPENDIENDO DE LA TEMPORADA DE CADA PRODUCTO	REGISTROS DE GASTOS Y VENTAS	SI	3,00	SI	RECIPIENTES PLÁSTICOS
MARTHA CASTRO. MALDONADO 993	MERCADO MAYORISTA Y PROVEEDORES	3 MESEROS Y 3 COCINEROS	PRIMERO LA COMPRA, LIMPIEZA Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTOS	LO BÁSICO DE LA COCINA	LLEVAN EN OLLAS Y REPARTEN LOS ALIMENTOS	SALÓN PRIVADO, SALÓN GRANDE, COCINA. BODEGA, VASILLERO, OFICINA	CLASIFICACIÓN DE TODOS LOS DESECHOS	ACTUALMENTE ALTOS	CONTROL DIARIO EN UN CUADERNO, ENTRADAS Y SALIDAS DE EFECTIVO	ESTA EMPEZANDO	2,50	NO	VAJILLA, SOLO TRANSPORTA LA COMIDA EN OLLAS
ELIZABETH DELGADO. PILANQUÍ PO2 MZ 05 133	MERCADOS Y SUPERMERCADOS	2 AYUDANTES	LLEVAN UN REGISTRO DIARIO DE LOS ALIMENTOS	TECNOLOGÍA MODERNA	UNA PERSONA ENCARGADA DE LA ENTREGA	COCINA, PATIO Y BAÑOS	CLASIFICACIÓN DE LOS DESECHOS	DEPENDEN DE LA TEMPORADA	LLEVA CONTABILIDAD	SI	2,80	NO	PLÁSTICOS

MARITZA NARVÁEZ. AV 17 DE JULIO 10-23	MERCADO MAYORISTA Y PROVEEDORES	3 COCINEROS Y UN AYUDANTE	INICIA ALAS 8:00 DE LA MAÑANA CON LA PREPARACIÓN	TECNOLOGÍA MODERNA	SE ENTREGA A LAS HORAS DEFINIDAS POR LOS CLIENTES	COCINA, BODEGA, BAÑOS, COMEDOR	CLASIFICACIÓN EN VARIOS RECIPIENTES	VARIÁN DEPENDIENDO DE LA TEMPORADA	CONTROL DIARIO DE INGRESOS Y GASTOS	SI	2,75	NO	PLÁSTICOS
CARMEN JÁCOME. AV ATAHUALPA 15-94	PROVEEDORES Y SUPERMERCADOS	2 PERSONAS EN LA COCINA Y UN AYUDANTE		UTENSILLOS MODERNOS EN SU MAYORÍA	A LA HORA QUE LOS CLIENTES SOLICITAN	COCINA, BODEGA, BAÑO, ALACENA	VARIOS RECIPIENTES	GENERALMENTE SUBEN	CONTROL DIARIO DE INGRESOS Y GASTOS E INVENTARIOS	SI	DEPENDE DEL MENÚ 3,50	NO	TARRINAS DESECHABLES
MELVA FERNÁNDEZ. ERNESTO MONGE Y PEDRO PÉREZ 1-57	MERCADO MAYORISTA	2 PERSONAS FIJAS Y UNA TEMPORAL	PRIMERO DE DETERMINA EL MENÚ DEL DIA PARA PREPARAR	SI	UNA PERSONA ENCARGADA DE LA ENTREGA	COCINA, COMEDOR Y BAÑO	RECIPIENTES PARA CADA TIPO DE BASURA	ALTOS ACTUALMENTE	AL FINAL DEL DÍA SE CONTABILIZA	CUANDO LOS COSTOS ESTÁN BAJOS	2,50	NO	DESECHABLES
PAOLA BÁEZ. OVIEDO Y SALINAS	MERCADO AMAZONAS Y MAYORISTA	DOS COCINEROS Y UN REPARTIDOR	SE COCINA EN OLLAS POR SEPARADO PARA REALIZAR LAS MEZCLAS	SI SE USA TECNOLOGÍA	EXISTE UNA PERSONA QUE SE ENCARGA DE LA LOGÍSTICA	COCINA, SALÓN DE EVENTOS, BAÑO Y BODEGA	SEPARADO CADA DESECHO	ALTOS ACTUALMENTE	UN CUADERNO PARA VENTAS Y OTRO PARA GASTOS	SI	2,80	NO	BANDEJAS Y VAJILLAS

FUENTE: Entrevistas a los propietarios de varios restaurantes de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

En la matriz se puede observar que la totalidad de entrevistados adquieren las materias primas en los mercados de la ciudad, especialmente en el mercado mayorista porque se obtienen precios más bajos.

El promedio de personas que laboran en los restaurantes es tres empleados, contando siempre con la supervisión de los propietarios que en algunos casos son los cocineros.

En las entrevistas, al indagar sobre el proceso de producción no se obtuvo una respuesta concreta sobre el proceso en sí; es decir, no tienen un procedimiento homogéneo para cada día de trabajo.

La tecnología en los negocios de servicios gastronómicos es básica donde se emplea los utensilios típicos y equipos comunes de toda cocina, cabe recalcar que no existen aparatos avanzados que faciliten la preparación de alimentos ya que es un proceso manual.

En la mayoría de los negocios entrevistados existe una persona que se encarga de la logística y entrega de los alimentos a domicilio, coordinando las horas en las que los clientes solicitan recibir el servicio.

Las áreas con las que cuentan la totalidad de restaurantes son: cocina, comedor o salón y baños, adicionalmente algunos poseen bodega, vasillero, patio, oficina, salón privado, entre otras.

El control de los desechos por su tipo es importante y se puede observar que la totalidad de restaurantes separan los remanentes orgánicos e inorgánicos en varios recipientes.

Se puede determinar que la mayoría de entrevistados expresan que en la actualidad los precios de las materias primas están altos, aunque éstos dependen de la temporada.

La contabilidad de los restaurantes es básica, únicamente llevan un registro de ingresos y gastos diarios para determinar la utilidad. Esta información no es real ya que no llevan un sistema contable que les permita establecer los costos fijos y variables y determinar su ganancia real.

Para entregar los alimentos a domicilio se utilizan recipientes desechables y plásticos, dependiendo del tipo de alimento y su precio promedio es de 2,80 usd.

CENSO A LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE IBARRA

INDICADOR: Comercialización

1 ¿Ofrece el servicio de alimentación a domicilio?

CUADRO N° 5
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN

VARIABLES	TOTAL	%
Si	88	28,12%
No	225	71,88%
TOTAL	313	100,00%

FUENTE: Censo a los restaurantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Censo a los restaurantes de la ciudad de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

Análisis

La oferta de servicio de alimentación a domicilio por parte de las empresas de servicios gastronómicos de la ciudad de Ibarra es muy limitada, por lo que

podemos utilizar esta herramienta como una ventaja competitiva para poder cubrir la demanda existente en lo que se refiere a alimentación a domicilio y mucho más dirigida a los docentes del sector público.

INDICADOR: Compradores

2 Si la respuesta es sí ¿A qué instituciones presta ese servicio?

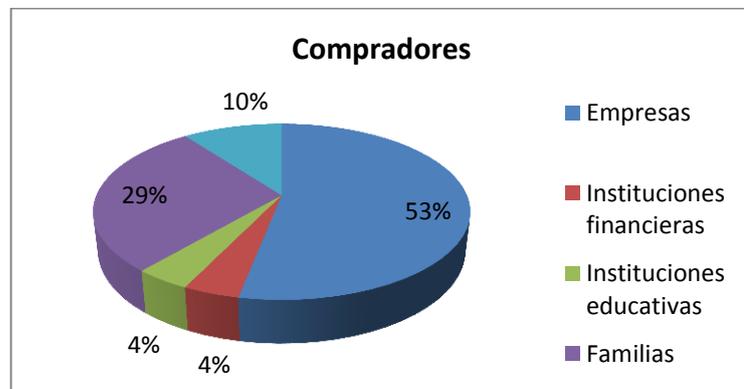
CUADRO N° 6
COMPRADORES

VARIABLES	TOTAL	%
Empresas	47	53,41%
Instituciones financieras	4	4,55%
Instituciones educativas	4	4,55%
Familias	25	28,41%
Otras	9	10,23%
TOTAL	88	100,00%

FUENTE: Censo a los restaurantes de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Censo a los restaurantes de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

El servicio de alimentación a domicilio tiene más demanda por parte de las empresas en vista de que sus trabajadores se rigen a una hora determinada para su alimentación, que por lo general es de 30 minutos, por lo cual deben buscar opciones que les permita optimizar su tiempo

para su almuerzo. Este proyecto está enfocado a satisfacer las necesidades de las instituciones educativas, esto en vista de que este mercado aún no ha sido explotado. Los resultados obtenidos van en función a la respuesta positiva de la pregunta 1.

ENCUESTA A LOS DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

INDICADOR: Alimentación

1 ¿En la institución donde usted trabaja, quién le provee la alimentación?

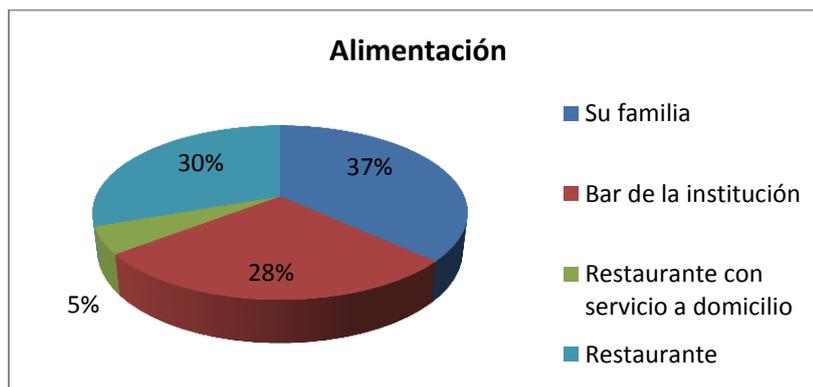
CUADRO N° 7
ALIMENTACIÓN

VARIABLE	TOTAL	%
Su familia	110	36,79%
Bar de la institución	83	27,76%
Restaurante con servicio a domicilio	15	5,02%
Otros	0	0,00%
Restaurante	91	30,43%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 3



FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

En la actualidad debido a los cambios en la carga horaria de trabajo hacia los docentes impuesto por el régimen educativo; los docentes se han visto

en la obligación de adaptarse y buscar soluciones para la satisfacción de una necesidad básica como es la alimentación, en este caso un alto porcentaje ha optado por proveerse los alimentos directamente desde su hogar, sea con la ayuda de algún familiar o propiamente por parte del docente, además otro grupo prefiere salir a almorzar a diferentes restaurantes o consumir los productos que el bar de la institución les oferta, ajustándose a la realidad actual en la que se desenvuelven. Por lo que no se ha cubierto aún la demanda de servicios gastronómicos a domicilio para los docentes del sector público.

INDICADOR: Satisfacción

2 ¿Cuál es el nivel de satisfacción con el servicio de alimentación actual que recibe?

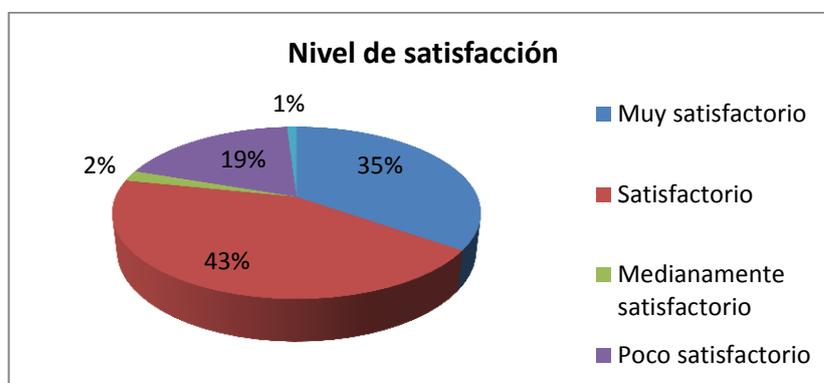
CUADRO N° 8
NIVEL DE SATISFACCIÓN

VARIABLE	TOTAL	%
Muy satisfactorio	104	34,78%
Satisfactorio	130	43,48%
Medianamente satisfactorio	6	2,01%
Poco satisfactorio	56	18,73%
Insatisfactorio	3	1,00%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

El nivel de satisfacción va en función de diferentes factores como el lugar de donde provienen los alimentos, así pues los docentes manifiestan estar muy satisfechos con los alimentos de sus propios hogares, por otro lado los docentes califican como satisfactorio y en menor rango poco satisfactorio a los alimentos proporcionados por los restaurantes y bares de las instituciones.

INDICADOR: Horarios

3 ¿Qué horario tiene para almorzar?

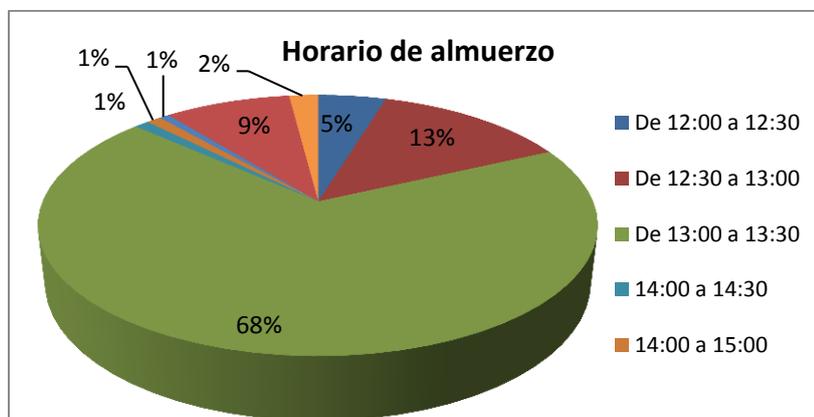
CUADRO N° 9
HORARIO

VARIABLE	TOTAL	%
De 12:00 a 12:30	14	4,68%
De 12:30 a 13:00	40	13,38%
De 13:00 a 13:30	205	68,56%
Otro	0	0,00%
14:00 a 14:30	3	1,00%
14:00 a 15:00	3	1,00%
14:30 a 15:00	2	0,67%
12:45 a 13:15	26	8,70%
No tiene horario fijo	6	2,01%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

Como es de carácter público el horario establecido para la alimentación en instituciones públicas y privadas es de 30 minutos, en su mayoría los docentes se han adaptado a un horario de entre las 13:00 a 13:30 destinada para el almuerzo, esta información será muy útil para la propuesta de nuestro proyecto permitiendo que se oferte un mejor servicio en función al tiempo que tienen los docentes para su alimentación.

INDICADOR: Preferencias

4 ¿Qué tipo de alimentación prefiere usted?

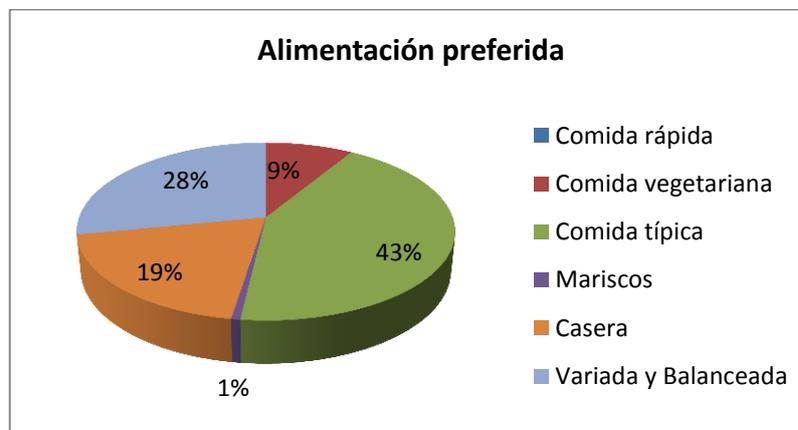
CUADRO N° 10
PREFERENCIA DE ALIMENTACIÓN

VARIABLE	TOTAL	%
Comida rápida	0	0,00%
Comida vegetariana	26	8,70%
Comida típica	129	43,14%
Mariscos	2	0,67%
Otros	0	0,00%
Casera	58	19,40%
Variada y Balanceada	84	28,09%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO NRO. 6



FUENTE: Encuesta a los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

La preferencia hacia el tipo de alimentación varía dependiendo de la cultura, costumbres y preferencia de los docentes, en este caso el tipo de comida que tiene más favoritismo es la comida típica, ya que en su gran mayoría estos son de la región sierra y prefieren comida preparada con productos de la región, otro grupo investigado de docentes argumenta que gustan de almuerzos variados y balanceados además que conserven su estilo casero.

1.7 ANÁLISIS DEL DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.7.1 ALIADOS

- Los mercados de la ciudad que ofrecen productos variados a menores precios que los supermercados.
- El recurso humano calificado que se puede contratar en la empresa de servicios gastronómicos para brindar un servicio excelente.
- Las instituciones educativas que deseen adquirir el servicio.
- Política gubernamental: modificación de la jornada laboral de los maestros a cuarenta horas reloj.

1.7.2 OPONENTES

- Escasa tecnología existente para preparar comida tradicional y agilizar el proceso de la preparación.
- La competencia que ofrece alimentos a precios bajos.

1.7.3 OPORTUNIDADES

- Las actividades logísticas para entregar el servicio a tiempo y en buenas condiciones.
- La oferta limitada de alimentación a domicilio.
- Horario restringido para el almuerzo en las instituciones educativas.
- Los gustos de los profesores que en su mayoría prefieren comida típica, variada y casera.

1.7.4 RIESGOS

- Tratamiento inadecuado de desechos.
- Temporadas de alzas de precios de los alimentos.
- Falta de registros contables.
- Alteraciones del clima que produce escasez de algunos alimentos.
- Modificación de la ley que regula los horarios de los maestros eliminando la obligatoriedad de laborar las ocho horas.

1.8 MATRIZ AOR

CUADRO N° 11
MATRIZ AOR

ALIADOS - OPORTUNIDADES	ALIADOS – RIESGOS
<p>Los mercados de la ciudad ofrecen productos variados a menores precios, aspecto que permite satisfacer los gustos y preferencias de los profesores que en su mayoría prefieren comida típica, variada y casera.</p> <p>El recurso humano calificado permitirá desarrollar las actividades logísticas para entregar el servicio a tiempo y en buenas condiciones.</p> <p>En las instituciones educativas los profesores tienen un horario restringido para el almuerzo y existe una oferta limitada del servicio de alimentación a domicilio.</p> <p>Las políticas gubernamentales vigentes establecen un horario restringido para el almuerzo de los profesores en las instituciones educativas, situación que</p>	<p>En los mercados de la ciudad se ofrecen productos variados a menores precios, dónde se podrá contrarrestar la escasez de algunos alimentos debido a las alteraciones climáticas porque existen varios proveedores.</p> <p>El recurso humano calificado en el área contable, evitará que no se lleve un control del movimiento de la empresa en los registros contables.</p> <p>Los docentes de las instituciones educativas son clientes fijos a los cuales se ofrecerá el servicio a un determinado precio y no se podrá alterarlo en temporadas de alzas de precios.</p> <p>Las políticas gubernamentales también regulan el tratamiento de los desechos para evitar la contaminación e incentivando el reciclaje.</p>

favorece al proyecto.	
OPONENTES - OPORTUNIDADES	OPONENTES – RIESGOS
<p>La escasa tecnología existente para agilizar el proceso de preparación de los alimentos se puede compensar al tener una buena logística para la entrega de un buen servicio a tiempo y en buenas condiciones.</p> <p>La competencia que ofrece alimentos a precios bajos es un oponente importante que se puede analizar para desarrollar una estrategia de precios apoyándonos en la logística de la empresa y en concordancia con los gustos de los profesores.</p>	<p>Formular acciones que correspondan a mejorar la escasa tecnología existente para preparar comida tradicional que nos permita minimizar el tratamiento inadecuado de desechos.</p> <p>Enfrentar la competencia con precios bajos a través de la elaboración de un plan que me permita afrontar cuando existan alteraciones del clima que produce escases de algunos alimentos.</p> <p>Con el mejoramiento de la práctica tradicional de la preparación de la comida, podemos tener un mayor manejo técnico de la producción en los registros contables.</p>

FUENTE: Entrevistas y censo a los propietarios de restaurantes; encuesta a docentes de las instituciones educativas
 ELABORADO POR: Autoras

1.9 DETERMINAR LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Como consecuencia de las políticas y leyes gubernamentales, el horario restringido que tienen los maestros de las instituciones educativas y la oferta escasa alimentación a domicilio se constituye en una oportunidad que la empresa de servicios gastronómicos aprovechará para entregar este servicio a los docentes, manejando una buena logística para entregar los alimentos a tiempo y en buenas condiciones.

Para cumplir con su objetivo la empresa contará con disponibilidad de recurso humano calificado en la especialidad de gastronomía y

disponibilidad de materias primas en los mercados de la ciudad que ofrecen los productos a precios cómodos.

La empresa ofrecerá este servicio para satisfacer las necesidades de alimentación de los maestros de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, adaptándose a sus gustos y preferencias.

De acuerdo a los resultados obtenidos es viable realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios gastronómicos con entrega a domicilio para el personal docente en las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 LA EMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN

<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa> (2012) define: “Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica.”

GARCÍA Julio y CASANUEVA, Cristóbal (2011) mencionan: “La empresa como una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados.”

BRAVO, Mercedes (2008) manifiesta: “La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”

La página web <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa> afirma que una empresa es un sistema plasmada en una idea para dar satisfacción a los clientes mediante una actividad económica; mientras que García Julio y Casanueva Cristóbal contribuyen diciendo que es una entidad agrupada de personas donde aportan sus conocimientos y recursos para elaborar productos y/o servicios con la finalidad de lograr un objetivo determinado y por último Bravo Mercedes menciona que es una entidad compuesta por

capital y trabajo con fin de operar a beneficio de la colectividad. Con este análisis se define a la empresa de la siguiente manera.

La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio.

2.1.2 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

El Ecuador a través de la Superintendencia de Compañías se acoge a la siguiente clasificación de las PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente:

CUADRO N° 12
CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES

VARIABLES	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA	GRANDES EMPRESAS
PERSONAL OCUPADO	de 1 a 9	de 10 a 49	de 50 a 199	Mayor a 200
VALOR BRUTO DE VENTAS ANUALES	≤ 100.000	100.001 hasta 1.000.000	1.000.001 hasta 5.000.000	> 5.000.000
MONTO DE ACTIVOS	Hasta 100.000	de 100.001 hasta 750.000	de 750.001 a 3 999.999	≥ 4.000.000

FUENTE: Superintendencia de Compañías

ELABORADO POR: Autoras

2.1.3 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA

Los requisitos para constituir una empresa depende de su clasificación, en el siguiente cuadro se presenta los requerimientos para una persona jurídica y una persona natural:

CUADRO N° 13
REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA

PERSONA JURÍDICA	PERSONA NATURAL
<ul style="list-style-type: none"> • Aprobación del nombre de la empresa o compañía • Apertura cuenta de integración de capital • Celebrar la escritura pública • Obtener la resolución de aprobación de las escrituras • Cumplir con las disposiciones de la resolución • Inscribir las escrituras en el registro mercantil • Elaborar nombramientos de la directiva de la compañía • Inscribir nombramientos en el registro mercantil • Reingresar los documentos a la Superintendencia de Compañías • Obtener el RUC • Retirar la cuenta de integración de capital • Aperturar una cuenta bancaria a nombre de la Empresa • Obtener permiso para imprimir facturas 	<ul style="list-style-type: none"> • Obtención del RUC • Obtención de la patente municipal • Obtener el permiso sanitario

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

2.2 GASTRONOMÍA

2.2.1 DEFINICIÓN

*<http://www.universidadperu.com/gastronomia-peru.php> (2011)
define: “Gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento. A menudo se piensa erróneamente que el término*

gastronomía únicamente tiene relación con el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.”

***<http://www.misrespuestas.com/que-es-la-gastronomia.html>
(2012) dice: “La gastronomía significa arte de preparar una buena comida. Pero también podemos observar, que la gastronomía, no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Ya que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país.”***

<http://www.definiciones.com> (2012) menciona: “La Gastronomía es sencillamente el estudio de la relación entre la cultura y comida. Es un concepto pues más amplio que el comprendido por el arte de la culinaria (arte de cocina, la habilidad con la preparación de comidas que son tan agradables al paladar como a la vista).”

Podemos señalar que las tres definiciones citadas anteriormente tienen coincidencia al manifestar que la gastronomía es un estudio que tiene relación entre la cultura y el alimento; es decir, con la preparación de la comida. Esta disciplina abarca muchas culturas dentro de un país. Aportando a este análisis podemos señalar:

A pesar de estar vinculada casi de manera exclusiva con la comida, en realidad, la gastronomía es la conjunción de aspectos culinarios con aspectos culturales que hacen a cada sociedad o comunidad. Es por esto que la gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias.

2.2.2 IMPORTANCIA DE LA GASTRONOMÍA

Esta es una disciplina muy antigua podemos observar, que la gastronomía, no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Ya que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. Todas cuales, se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino que también por su excelencia en la preparación de diversos platos. Platos que han logrado imponerse, en los distintos paladares nacionales.

La comida, tal como otras necesidades y expectativas humanas, ha estado al centro, a la derecha y a la izquierda de la mayoría de las religiones y sistemas políticos. La nutrición no es sólo una necesidad fisiológica, sino que además la cultura, las tradiciones y las convenciones sociales imponen lo que comemos; es así que cada uno de los países se han ido diferenciando por el aspecto gastronómico, mismo que ha sido un anclaje de desarrollo turístico y polo de desarrollo económico, por lo que se puede decir que en nuestro país dado la heterogeneidad, de las diferentes regiones nuestra cultura culinaria tiene una variedad increíble de alimentos y bebidas, razón por la cual se genera una necesidad en las instituciones de educación superior la creación de la escuelas de Gastronomía con el único objeto de aprovechar esta biodiversidad alimenticia para el beneficio de los turistas nacionales y extranjeros.

2.2.3 GASTRONOMÍA DEL ECUADOR

A pesar de ser un país pequeño, la gastronomía de Ecuador es bastante variada, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, andes, amazonia e insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones. En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales.

La cocina ecuatoriana como toda la gastronomía latinoamericana es una integración de la cultura autóctona con el aporte de la herencia europea. Gran parte de los ingredientes utilizados para la creación de los platos son aportados por los españoles en la época de la colonización; así son habituales: las cebollas, las coles, el trigo, etc; integradas con los productos autóctonos, como el maíz o choclo, la papa o patata y el fréjol.

2.2.4 TIPOS DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS

Existen cinco tipos de servicios comúnmente asociados al servicio comercial de comidas.

- El servicio francés permite demostrar bien las habilidades del chef y de otros miembros del equipo. Algunos platos son preparados parcialmente en la cocina y terminados por el chef u otro miembro del equipo de servicio dentro del salón comedor.
- El servicio a la rusa que requiere que la cocina arregle la comida en grandes fuentes las cuales son presentadas al cliente y servidas por el personal del salón comedor.
- El servicio a la inglesa mediante el cual se hace la presentación de la comida en grandes fuentes. Tradicionalmente el cliente principal de la mesa sirve a los otros invitados. Es como el estilo familiar, en donde grandes fuentes se ponen en el centro de la mesa y los comensales se sirven ellos mismos.
- El servicio a la americana en el que el emplatado de la comida se hace en la cocina. A pesar de que requiere más trabajo para la cocina, también permite un control más estricto de las porciones y sus tamaños y una mayor eficiencia del personal en el salón comedor.
- El servicio estilo buffet se refiere a la presentación de comida en grandes cantidades en una línea de servicio. Los clientes son servidos por el personal o se sirven ellos mismos. Las bebidas se sirven en la mesa.

El factor más importante en la relación entre servicio y preparación es si la comida es cocinada o no al ser ordenada. El tipo de clientela que se desea tener, determina el tipo de servicio a usar. Cuando el tipo de servicio es establecido, la cocina se organiza de acuerdo a este servicio. Una adaptación correcta a los métodos de preparación requiere que los cocineros entiendan la relación entre la preparación y el servicio.

2.3 EL SERVICIO A DOMICILIO

Actualmente los clientes se ganan con valor agregado, creatividad y servicios cada vez más exclusivos. Las épocas en las que el cliente acudía a un negocio pacientemente están cada vez más lejanas y ahora es tiempo de ir al cliente y conquistarlo.

Las entregas a domicilio representan uno de los servicios de gran valor para los clientes. Cualquier negocio: venta de comida, suministros de computación, limpieza de autos, clases particulares, etc. Los clientes lo apreciarán más si se ofrece atenderles en la puerta de su casa y este servicio ayuda a mejorar sustancialmente las ventas.

Existen muchas ventajas al ofrecer el servicio a domicilio, pero al utilizarlo hay que considerar los siguientes aspectos:

- El servicio a domicilio debe ser una herramienta de ventas ya que el objetivo principal es incrementar las ventas en un porcentaje suficiente para que se cubran los costos de implementación del servicio. No tiene sentido incrementar un 15% en ventas si este mismo porcentaje te lo gastas en costos de envío.
- El servicio debe tener como objetivo ahorrarle tiempo al cliente. Una de las claves del éxito de las entregas a domicilio es la rapidez. Un cliente valora este servicio si le ahorra tiempo, distancia y gasolina.
- Asegurar que los tiempos sean alcanzables y para ello comenzar cubriendo solamente una zona o zonas aledañas e irse expandiendo.

- En la planeación se deben tomar en cuenta todos los factores. La logística de todo envío será afectado por distintos factores: el tráfico, la ruta, el piloto, la fragilidad del producto, la vulnerabilidad de la zona, el clima, el horario, etc. Todos estos factores deben considerarse cuidadosamente al momento de la programación de los envíos, los tiempos y las tarifas (si es que aplican).
- Usualmente, los servicios de entrega a domicilio suelen ofrecerse como gratuitos para que el cliente no resienta como un incremento directo al precio. Sin embargo, es muy común que los precios de los productos para envío a puerta ya consideren el recargo indirectamente en el precio o bien, como una estrategia alterna se puede solicitar al cliente un mínimo de compra para poder ofrecerle el servicio sabiendo que en este mínimo ya cubren los costos del envío.

2.4 PERSONAL DOCENTE

2.4.1 DEFINICIÓN

<http://es.wikipedia.org/wiki/Profesor> cita: “Profesor, docente o enseñante es quien se dedica profesionalmente a la enseñanza, bien con carácter general, bien especializado en una determinada área de conocimiento, asignatura, disciplina académica, ciencia o arte. Además de la transmisión de valores, técnicas y conocimientos generales o específicos de la materia que enseña, parte de la función pedagógica del profesor consiste en facilitar el aprendizaje para que el alumno (estudiante o discente) lo alcance de la mejor manera posible.”

<http://definicion.de/docente/> define: “El docente o profesor es la persona que imparte conocimientos enmarcados en una determinada ciencia o arte. Sin embargo, el maestro es aquel al que se le reconoce una habilidad extraordinaria en la materia que instruye. De esta forma, un docente puede no ser un maestro (y viceversa). Más allá de esta distinción, todos deben

poseer habilidades pedagógicas para convertirse en agentes efectivos del proceso de aprendizaje.”

Considerando las definiciones expuestas podemos aportar que el docente es la persona que comparte sus conocimientos con los alumnos utilizando su habilidad pedagógica de enseñar con facilidad.

El docente, en definitiva, reconoce que la enseñanza es su dedicación y profesión fundamental. Por lo tanto, sus habilidades consisten en enseñar de la mejor forma posible a quien asume el rol de educando, más allá de la edad o condición que éste posea. Cabe resaltar que existen docentes en todos los niveles (primario, secundario, terciario y universitario), que pueden ejercer su trabajo en la enseñanza pública o en instituciones privadas. Un docente puede trabajar por cuenta propia (como profesional libre) o bajo alguna modalidad de contratación con su empleador.

Además de establecer que existen docentes en diversos niveles también hay que subrayar que estos también pueden clasificarse en función de las asignaturas o materias que impartan en los centros educativos en los que trabajen. De esta manera, podemos encontrar docentes especializados en Matemáticas, en Lengua y Literatura, en Geografía e Historia, en Biología o en Física y Química.

2.5 INSTITUCIONES EDUCATIVAS

2.5.1 TIPOS DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

En el capítulo séptimo, De las Instituciones Educativas, de la Ley Orgánica de Educación en su artículo 53 se menciona: “Las instituciones educativas pueden ser públicas, municipales, fiscomisionales y particulares, sean éstas últimas nacionales o binacionales, cuya finalidad es impartir educación escolarizada a las niñas, niños, adolescentes, jóvenes y adultos según sea el caso.

Las instituciones educativas cumplen una función social, son espacios articulados a sus respectivas comunidades y, tanto las públicas como las privadas y fiscomisionales, se articulan entre sí como parte del Sistema Nacional de Educación, debiendo cumplir los fines, principios y disposiciones de la presente Ley. Los centros educativos, incluidos los privados si así lo deciden, son espacios públicos”

- **Instituciones educativas públicas.** Las instituciones educativas públicas son: fiscales o municipales, de fuerzas armadas o policiales. La educación impartida por estas instituciones es gratuita, por lo tanto no tiene costo para los beneficiarios. Su educación es laica y gratuita para el beneficiario. La comunidad tiene derecho a la utilización responsable de las instalaciones y servicios de las instituciones educativas públicas para actividades culturales, artísticas, deportivas, de recreación y esparcimiento que promuevan el desarrollo comunitario y su acceso, organización y funcionamiento será normado en el Reglamento respectivo.
- **Instituciones educativas fiscomisionales.** Son instituciones educativas fiscomisionales aquellas cuyos promotores son congregaciones, órdenes o cualquiera otra denominación confesional o laica. Son de carácter religioso o laica, de derecho privado y sin fines de lucro, garantizando una educación gratuita y de calidad.
- **Instituciones educativas particulares.** Las instituciones educativas particulares están constituidas y administradas por personas naturales o jurídicas de derecho privado podrán impartir educación en todas las modalidades, previa autorización de la Autoridad Educativa Nacional y bajo su control y supervisión. La educación en estas instituciones puede ser confesional o laica. Las instituciones educativas particulares están autorizadas a cobrar pensiones y matrículas, de conformidad con la Ley y los reglamentos que, para el efecto, dicte la Autoridad Educativa Nacional.

2.5.2 LA ENSEÑANZA DENTRO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

La educación es derecho irrenunciable de las personas, deber inexcusable del Estado, la sociedad y la familia; área prioritaria de la inversión pública, requisito del desarrollo nacional y garantía de la equidad social. Es responsabilidad del Estado definir y ejecutar políticas que permitan alcanzar estos propósitos. La educación constituye instrumento de transformación de la sociedad; contribuye a la construcción del país, de los proyectos de vida y de la libertad de sus habitantes, pueblos y Nacionalidades.

La educación es un proceso de socialización y endoculturación de las personas a través del cual se desarrollan capacidades físicas e intelectuales, habilidades, destrezas, técnicas de estudio y formas de comportamiento ordenadas con un fin social (valores, moderación del diálogo-debate, jerarquía, trabajo en equipo, regulación fisiológica, cuidado de la imagen, etc.).

La función de la educación es ayudar y orientar al educando para conservar y utilizar los valores de la cultura que se le imparte fortaleciendo la identidad nacional. La educación abarca muchos ámbitos; como la educación formal, informal y no formal.

Pero el término educación se refiere sobre todo a la influencia ordenada ejercida sobre una persona para formarla y desarrollarla a varios niveles complementarios; en la mayoría de las culturas es la acción ejercida por la generación adulta sobre la joven para transmitir y conservar su existencia colectiva. Es un ingrediente fundamental en la vida del ser humano y la sociedad y se remonta a los orígenes mismos del ser humano. La educación es lo que transmite la cultura, permitiendo su evolución.

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores.

2.6 LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN

2.6.1 ARTÍCULO 117. DE LA JORNADA LABORAL

“La jornada semanal de trabajo será de cuarenta horas reloj, de la siguiente manera: seis horas pedagógicas diarias, cumplidas de lunes a viernes. El tiempo restante hasta cumplir las ocho horas diarias estará distribuido en actualización, capacitación pedagógica, coordinación con los padres, actividades de recuperación pedagógica, trabajo en la comunidad, planificación, revisión de tareas, coordinación de área y otras actividades contempladas en el respectivo Reglamento.”

Este artículo de la Ley de Educación modifica el horario de los maestros para que éstos trabajen ocho horas diarias terminando sus actividades a las 15:30, jornada que incluye media hora para el almuerzo.

2.7 ASPECTOS ECONÓMICOS FINANCIEROS

2.7.1 EL BALANCE GENERAL

<http://definicion.de/balance-general/> (2011) define: “El balance general es el estado financiero de una empresa en un momento determinado. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos (el patrimonio neto).”

<http://www.definicionabc.com/economia/balance-general.php> (2012) cita: “Un balance general es un informe financiero que da cuenta del estado de la economía y finanzas de una institución

en un momento o durante un lapso determinado. El balance general, también conocido como estado de situación patrimonial o balance de situación, es un conjunto de datos e informaciones presentados a modo de documento final que incluye un panorama de la situación financiera de una entidad o empresa y que a menudo tiene lugar una vez al año. El balance o estado de situación conjuga en sí mismo los conceptos de activos, pasivos y patrimonio neto, como los tres elementos fundamentales que configuran la contabilidad de una institución.”

Las dos definiciones consultadas concluyen en que el balance general revela la situación financiera de una empresa en un momento determinado conjugando lo que posee la misma y lo que debe.

En conclusión, podemos decir, el balance general se constituye en una fotografía de la situación financiera de la empresa que se refleja en documento donde se determina los activos, pasivos y la diferencia entre estos que forma el patrimonio del negocio. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

2.7.2 ESTADO DE RESULTADOS

<http://www.monografias.com/trabajos89/estadoresultados/estado-resultados.shtml> (2012) manifiesta: “El Estado de Resultado o Estado de Ganancias y Pérdidas, es uno de los estados financieros básicos, el cual muestra la utilidad o pérdida obtenida en un período determinado por actividades ordinarias y extraordinarias. Se habla de un período determinado, por cuanto una utilidad o pérdida se obtiene por actividades de diversa naturaleza y realizadas a lo largo del tiempo. Desde el punto de vista financiero, reviste una importancia fundamental el determinar la correspondencia de ingresos, costos y gastos en diferentes períodos. El Estado de Resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea

las cuentas de ingresos, gastos y costos, cuyos saldos deben ser cerradas al finalizar el ejercicio contable.”

BREITNER, Leslie (2010) menciona: “El Estado de resultados proporciona un resumen de las ganancias de una empresa durante un período determinado. Es importante porque el resultado es el principal determinante de los flujos de caja de una empresa y por consiguiente del valor de sus acciones.”

Podemos observar que en monografías.com se cita que el estado de resultados muestra la utilidad o pérdida de una empresa obtenida durante un período; y Breitner expresa que este estado es un resumen de las ganancias durante un período. Finalmente, podemos concluir que el estado de resultados es de vital importancia porque proporciona el resultado de la gestión en una empresa reflejándose como pérdida o ganancia durante un lapso de tiempo o período contable.

2.7.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

BREITNER, Leslie (2010) indica: “Este estado documenta los orígenes y aplicaciones de dinero durante el período contable. Dado que el estado de flujo de caja se usa para explicar el cambio en la cuenta de caja de un balance al siguiente, en esencia es un resumen de los cambios en cada cuenta del balance.”

James C. Van Horne, Jr. Wachowicz, John M. (2002) expresan: “En contabilidad el estado de flujo de efectivo (EFE) es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento.”

Breitner cita que el estado de flujo de efectivo revela los orígenes y aplicaciones del efectivo en un período contable y Van Horne coincide en expresar que el estado informa sobre los movimientos de efectivo.

El flujo de efectivo es un estado que proporciona información sobre los movimientos del dinero de una empresa durante un período contable detallando los orígenes y aplicaciones de efectivo por tipo de actividad, surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales

2.7.4 VALOR PRESENTE NETO

<http://es.wikipedia.org/wiki/Valor> (2012) cita “El Valor Actual Neto también conocido como valor actualizado neto (en inglés Net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.”

<http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm> (2012) manifiesta: “El Valor Presente Neto (VPN) es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.”

La página <http://es.wikipedia.org/wiki/Valor> señala al valor actual neto como una forma que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión, mientras tanto la página <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm> menciona que nos permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión. Podemos añadir que las citas también concuerdan en que el valor actual neto muy importante para la valoración de inversiones de los proyectos durante la operación de los flujos de efectivo. Ante todo lo mencionado expresamos:

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado. El VPN de una secuencia de flujos de efectivo toma como datos los flujos de efectivo y una tasa de descuento o curva de los precios.

2.7.5 TASA INTERNA DE RETORNO

www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm (2012) dice: “La tasa interna de retorno es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.”

ARBOLEDA, Germán (2010) define: “La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero.”

<http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculoyconcepto/>(2011) menciona: “La tasa interna de retorno o tasa interna de

rentabilidad (TIR) de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. La Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.”

Deduciendo de estas puntualizaciones podemos aludir en términos simples como la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad. A este anunciado podemos puntualizar lo siguiente.

La tasa interna de retorno es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el Valor Actual Neto es igual a cero.

2.7.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

<http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/080401-el-punto-de-equilibrio.asp> expone: “Es la cifra de ventas que se requiere alcanzar para cubrir los gastos y costos de la empresa y en consecuencia no obtener ni utilidad ni pérdida.”

<http://www.definicion.org/puntodeequilibrio> explica: “El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que éste viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas.”

Las páginas citadas tienen coincidencia en manifestar su punto de vista con respecto al punto de equilibrio, donde señalan que es una herramienta que nos permite verificar si las ventas de la empresa cubren tanto los gastos y costos y en consecuencia mostrando un punto de referencia como lo es obtener utilidad o pérdida. Nosotros podemos concluir:

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importe a sus correspondientes en gastos y costos de una empresa.

2.7.7 BENEFICIO COSTO

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html> define: “La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.”

ARBOLEDA, Germán (2010) puntualiza: “La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés i es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés i entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés i .”

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión, la página <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html> señala que sirve para determinar el beneficio por cada dólar invertido utilizando ingresos y egresos netos; mientras que Arboleda dice es el cociente de la división de la sumatoria entre ingresos netos y egresos netos a una tasa de interés. Ante estas especificaciones podemos añadir.

En un método de Evaluación de Proyectos, que se basa en el del "Valor Presente", y que consiste en dividir el Valor Presente de los Ingresos entre el Valor Presente de los egresos. Si este índice es mayor que 1 se

acepta el proyecto; si es inferior que 1 no se acepta, ya que significa que la rentabilidad del proyecto es inferior al costo del capital.

2.7.8 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

<http://www.pymesfuturo.com/pri.htm> menciona: “Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.”

ARBOLEDA, Germán (2010) detalla: “El período de recuperación de la inversión se define como el tiempo requerido para que la suma de los flujos de efectivo netos positivos, producidos por una inversión, sea igual a la suma de los flujos de efectivo netos negativos, requeridos por la misma inversión.”

Analizando con las dos definiciones podemos explicar que el período de recuperación es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Este método de evaluación de proyectos indica el plazo en que la inversión original se recupera con las utilidades futuras. Mediante este análisis podemos afirmar:

El tiempo de recuperación de la inversión es el que necesita el empresario para poder recuperar el dinero que invirtió inicialmente en un negocio o proyecto. Podemos también pensar en el tiempo de recuperación de la inversión como el tiempo que le toma a la operación del negocio o proyecto generar el suficiente flujo de efectivo para compensar o cubrir la inversión realizada por el empresario. El tiempo de recuperación se conoce también con el nombre de período de recuperación”.

2.8 NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA APLICABLES A LA PYMES.

Las NIIF para las pymes tienen como objetivo presentar un estándar apto únicamente para la preparación de estados financieros con propósitos de información general. Estas NIIF caracterizan a las pequeñas y medianas entidades como aquellas que no tienen obligación pública de rendir cuentas y publican estados financieros con propósito de información general para usuarios externos.

Los requerimientos en materia de revelación de información que incluyen las NIIF para las pymes son menores y menos exigentes que los incorporados en las NIIF completas, tales como la determinación de ganancia por acción, la presentación de información por segmentos de operación o la presentación de información financiera intermedia.

Se presenta un resumen de las secciones de las NIIF para las pymes en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 14
NIIF PARA PYMES

SECCIÓN 1 Pequeñas y Medianas Entidades	Brinda la definición de PYME de acuerdo al IASB
SECCIÓN 2 Conceptos y Principios generales	Presenta el objetivo de los estados financieros de las PYMES. Establece características cualitativas de la información. Presenta definiciones de activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos. Incluye conceptos básicos de reconocimiento y medición. Indica el concepto de ganancia y pérdida
SECCIÓN 3 Presentación de Estados Financieros	Se establece que un juego completo de estados financieros está de acuerdo a las NIIF para las PYMES si cumple todos sus requerimientos, haciendo énfasis en el párrafo de declaración de cumplimiento de la NIIF para las PYMES. Requiere que la información contenida en los estados financieros se presente – al menos –comparativamente con el año anterior Establece que un conjunto de estados financieros completos, de acuerdo a la NIIF para las PYMES, estará integrado por: <ul style="list-style-type: none"> • un estado de situación financiera;

	<ul style="list-style-type: none"> • un estado del resultado integral (que puede presentarse en un único estado o en dos estados separados – un estado de resultados y un estado del resultado integral); • un estado de cambios en el patrimonio; • un estado de flujos de efectivo; • notas explicativas.
SECCIÓN 4 Estado de Situación Financiera	<p>La clasificación entre «partidas corrientes y no corrientes» no es requerida en aquellas entidades en los casos que se concluya que un enfoque basado en el orden de liquidez resultaría más adecuado. Se requieren algunas partidas mínimas. Algunas partidas pueden mostrarse en el estado o en notas.</p> <p>No existen formatos de presentación obligatorios.</p>
SECCIÓN 5 Estado de Resultados Integrales	<p>Admite que se presente como un único estado o como dos estados separados.</p> <p>Se requiere que se desagreguen las operaciones discontinuadas.</p> <p>Se debe presentar el subtotal de ganancias y pérdidas, cuando la entidad tenga partidas del otro resultado integral.</p>
SECCIÓN 6 Estado de cambios en el patrimonio y estado de resultados y ganancias acumuladas	<p>Muestra todos los cambios en el patrimonio, incluyendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el resultado integral total; • aportes de los propietarios y retiros; • distribuciones a los propietarios (dividendos); • transacciones con acciones. <p>Incluye la opción de presentar el estado de resultados y ganancias acumuladas.</p>
SECCIÓN 7 Estado de flujos de efectivo	<p>Todas las PYMES deben presentar un estado de flujos de efectivo.</p> <p>Se puede utilizar opcionalmente, para la presentación de las actividades operativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el método directo; o • el método indirecto.
SECCIÓN 8 Notas a los estados financieros	<p>Se requiere la presentación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • una declaración de que los estados financieros se ha elaborado cumpliendo con la NIIF para las PYMES; • un resumen de las políticas contables significativas aplicadas; • información de apoyo para las partidas presentadas en los estados financieros en el mismo orden en que se presente cada estado y cada partida;

	<ul style="list-style-type: none"> • cualquier otra información a revelar sobre los supuestos clave acerca del futuro y otras causas clave de incertidumbre en las estimaciones efectuadas.
SECCIÓN 9 Estados financieros consolidados y separados	<p>Los estados financieros consolidados de una PYME incluirán a todas las subsidiarias de una controladora. Existen excepciones limitadas para no presentar estados financieros consolidados.</p> <p>Las entidades de cometidos específicos (ECE) deben incluirse en los estados financieros consolidados de su controladora.</p>
SECCIÓN 10 Políticas contables, estimaciones y errores	<p>Admite no seguir las políticas indicadas por la NIIF para PYMES cuando ello no sea material.</p> <p>Establece que la definición de políticas contables por parte de la gerencia, debe generar información relevante y fiable.</p> <p>Indica una jerarquía para la resolución de cuestiones no previstas.</p> <p>Los cambios de políticas contables se contabilizarán:</p> <ul style="list-style-type: none"> • si fueran requeridos por la NIIF para las PYMES: de acuerdo a una norma de transición; • en los restantes casos: aplicación retroactiva. <p>Los cambios en estimaciones se reconocerán prospectivamente.</p> <p>Cuando se detecten errores, se deberán corregir retroactivamente.</p>
SECCIÓN 11 Instrumentos financieros básicos	<p>Activos financieros y pasivos financieros — medición inicial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precio de la transacción (no incluye costos si se mide posteriormente a valor razonable). <p>Activos financieros y pasivos financieros — medición posterior:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrumentos de deuda: costo amortizado (utilizando el método de la tasa efectiva). • Instrumentos de patrimonio con cotización: valor razonable con cambios en resultados. • Otros: costo (menos deterioro).
SECCIÓN 12 Otros temas relacionados con los instrumentos financieros	<p>Se admite que sea reemplazada por NIC 39 (salvo en cuestiones de información a revelar).</p> <p>Se aplica para el tratamiento contable de instrumentos financieros «complejos» (todos los no incluidos en la Sección 11).</p> <p>Presenta las directrices para aplicar contabilidad de coberturas.</p>

<p>SECCIÓN 13 Inventarios</p>	<p>Los inventarios se deberán medir por el menor entre el costo o el valor neto realizable (VNR). Se requiere el empleo de un sistema de costeo completo. El costo de los inventarios incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • costos de compra; • los costos de transformación; • otros costos. <p>Se admite el uso de técnicas de costeo diferentes (v.g. costos estándar; método del minorista). Para valuar el costo, se deberá emplear:</p> <ul style="list-style-type: none"> • descarga de inventarios a través de «identificación específica»; o • hipótesis de flujos de inventarios (cuando no es posible lo anterior), sólo admitiéndose los métodos primero entrado-primer salida (FIFO) o de costo promedio ponderado (CPP). <p>Se requiere la realización de una prueba del deterioro, aunque el procedimiento no se incluye en esta sección.</p>
<p>SECCIÓN 14 Inversiones en asociadas</p>	<p>Las inversiones en asociadas se medirán usando una de las siguientes opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el modelo del costo (menos deterioro); • el método de la participación;
<p>SECCIÓN 15 Inversiones en negocios conjuntos</p>	<p>Se presentan guías para la contabilización de operaciones bajo control conjunto, activos bajo control conjunto, y entidades bajo control conjunto. Las inversiones en entidades bajo control conjunto se medirán usando una de las siguientes opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • el modelo del costo (menos deterioro); • el método de la participación; • el modelo del valor razonable (MVR).
<p>SECCIÓN 16 Propiedades de inversión</p>	<p>La medición inicial se realizará por su costo. La medición posterior se hará por su valor razonable, si el mismo puede obtenerse sin esfuerzos desproporcionados. Los cambios en el valor razonable se reconocerán en el resultado.</p>
<p>SECCIÓN 17 Propiedades, planta y equipo</p>	<p>La medición inicial se realizará por su costo (excepto los adquiridos bajo arrendamiento financiero). El único modelo admitido para la medición posterior es el costo menos depreciaciones acumuladas y menos deterioros acumulados. La depreciación se realiza a nivel de los «componentes significativos» de cada partida. Las bases para el cálculo de las depreciaciones se</p>

	revisarán si existen ciertos indicadores que revelen que podrían haber cambiado.
SECCIÓN 18 Activos intangibles distintos de la plusvalía	<p>Como pauta para su reconocimiento, se requiere que sean identificables (es decir, separables o de base contractual).</p> <p>Su medición inicial será por su costo,</p> <p>No se pueden reconocer gastos de investigación ni de desarrollo.</p> <p>El único modelo admitido para la medición posterior es el costo menos amortizaciones acumuladas y menos deterioros acumulados.</p> <p>Si se puede estimar la vida útil, a los fines del cálculo de la amortización se usará la vida útil definida; caso contrario, se amortizarán en 10 años.</p>
SECCIÓN 19 Combinaciones de negocios y plusvalía	<p>Todas las combinaciones de negocios (CN) se contabilizan aplicando el método de la adquisición.</p> <p>El costo de la CN incluye los costos directamente atribuibles a la transacción.</p> <p>Se deberán reconocer los activos identificables adquiridos y los pasivos asumidos por su valor razonable.</p> <p>Se establece un «período de la medición» que cubre los 12 (doce) meses posteriores a la fecha de la adquisición.</p>
SECCIÓN 20 Arrendamientos	<p>Se requiere su clasificación como operativos o financieros.</p> <p>Medición inicial de un arrendamiento financiero:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arrendatario: por el menor entre el valor razonable y el valor descontado de los pagos mínimos del contrato de arrendamiento (se deben activar los gastos de transacción). • Arrendador: valor descontado de las cuotas mínimas de arrendamiento por cobrar <p>Medición posterior de un arrendamiento financiero:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arrendatario: de acuerdo a la Sección 17. • Arrendador: método del interés efectivo. <p>Arrendamientos operativos – Medición:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arrendatario: reconoce un gasto de forma lineal a lo largo del plazo del arrendamiento. • Arrendador: reconoce un gasto de forma lineal a lo largo del plazo del arrendamiento, salvo ciertas excepciones; activa los costos iniciales ocasionados por el arrendamiento.
SECCIÓN 21 Provisiones y	<p>Las provisiones se deben reconocer cuando:</p> <ul style="list-style-type: none"> • provienen de hechos pasados;

contingencias	<ul style="list-style-type: none"> • son probables; • se pueden medir de manera fiable. <p>Las provisiones deben medirse en base a la mejor estimación, requiriéndose el uso de modelos de flujos de efectivo descontados si el efecto financiero resultase significativo.</p>
SECCIÓN 22 Pasivos y patrimonio	<p>Se establecen guías para la distinción entre pasivo y patrimonio desde la perspectiva de la entidad emisora. Esta distinción deberá efectuarse en base a la sustancia económica de los instrumentos financieros emitidos.</p> <p>En la emisión inicial de instrumentos de patrimonio, éstos se medirán por el importe neto de gastos, considerando el efecto fiscal de los mismos.</p>
SECCIÓN 23 Ingresos de actividades ordinarias	<p>Los ingresos de actividades ordinarias se medirán por el valor razonable de la contraprestación recibida (o por recibir).</p> <p>Se deberá efectuar un análisis de riesgos y beneficios asociados para considerar si la contrapartida es un ingreso. Se presentan indicadores para ello.</p> <p>Los ingresos por prestaciones de servicios se medirán de acuerdo al grado de avance (aunque existen requerimientos para que así sea).</p>

FUENTE: www.grantthornton.ec

ELABORADO POR: Autoras

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El presente estudio de mercado se realizó en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura para identificar la existencia de un nicho de mercado donde podamos establecer nuestro producto alimenticio, considerando que está dirigido al magisterio de la ciudad.

Esta investigación pretende fundamentalmente identificar los gustos y preferencias respecto a la alimentación diaria de los educadores que integran nuestro mercado potencial. Para cumplir este propósito, el estudio pretende identificar aspectos como: características del producto, mercado meta, demanda potencial e insatisfecha, principales competidores, entre otros.

El primer aspecto que se presenta en el estudio es la descripción de las características cualitativas y cuantitativas del servicio a ofrecer, identificando su cantidad, peso, composición química y propiedades.

La identificación del mercado potencial se obtuvo en la Dirección de Educación de Imbabura, donde nos proporcionaron un listado de los maestros de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra con el número de profesores que trabajan en cada una.

Se establece los objetivos del estudio para identificar las variables con sus indicadores y se establece la técnica para obtener información de cada uno. Posteriormente se aplicó las técnicas de investigación según corresponde a cada indicador y en aquellos que lo ameritan se realizó la encuesta y análisis de las mismas.

Finalmente, se realizó el análisis de la oferta y demanda, estableciendo la existencia de la demanda insatisfecha que pretendemos satisfacer con nuestro servicio.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de mercado para identificar la existencia de demanda insatisfecha en el magisterio de la ciudad de Ibarra.

3.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la demanda de servicios gastronómicos en el sector educativo de la ciudad de Ibarra.
- Conocer la oferta existente de servicios gastronómicos para los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra.
- Determinar los gustos y preferencias de los posibles consumidores en los servicios gastronómicos a ofrecer
- Establecer los posibles proveedores de materias primas para la preparación de los alimentos.
- Describir la forma de comercialización de los almuerzos para su entrega en las instituciones educativas.

3.3 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El servicio a ofrecer comprende la elaboración de los almuerzos y su entrega en cada establecimiento educativo coordinando la hora que éste tiene para el lunch.

Cada almuerzo contiene entrada, plato fuerte, postre y bebida como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 15
COMPONENTES DEL MENÚ DIARIO

ENTRADA	Sopas Consomés Cremas Caldos
PLATO FUERTE	CARBOHIDRATOS Arroz Papas Legumbres Verduras Harinas
	PROTEÍNAS Carne Mariscos Granos
	GRASAS Carnes Alimentos procesados Aceites de las preparaciones
	VITAMINAS Mayoría de alimentos descritos
POSTRE	Frutas Gelatinas Tortas Crepes Dulces Otros alimentos dulces
BEBIDAS	Jugos (agua purificada) Batidos (leche de funda)

FUENTE: Investigación bibliográfica

ELABORADO POR: Autoras

Finalmente, se utiliza vajilla desechable para servir y entregar los alimentos donde cada plato tiene su propio recipiente que luego de utilizado es desechado a la basura.

3.4 MERCADO

3.4.1 MERCADO TOTAL

La empresa de servicios gastronómicos está dirigida a satisfacer las necesidades de alimentación de los maestros de las instituciones educativas preprimarias, primarias y secundarias del cantón Ibarra.

En el siguiente cuadro se presenta el mercado meta, constituido por los docentes de sexo femenino y masculino de los colegios, escuelas y jardines del cantón Ibarra. Según el registro de la Dirección de Educación de Imbabura tenemos un total de 1.886 docentes, formados por 1.139 profesoras y 747 profesores.

CUADRO N° 16
DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES DE IBARRA

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
COLEGIOS	376	429	805
ESCUELAS	672	306	978
JARDINES	91	12	103
TOTAL	1139	747	1886

FUENTE: Registro de la Dirección Distrital de Educación de Imbabura

ELABORADO POR: Autoras

3.4.2 MERCADO POTENCIAL

El mercado potencial de la empresa está constituido por los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, del sector urbano que se constituye por lugares de fácil acceso que se puede llegar con el servicio de alimentación a domicilio.

A continuación se presenta el cuadro donde se resume el mercado potencial para la empresa de servicios gastronómicos, segmentado en función de la ubicación de los centros educativos donde trabajan los docentes, de los cuales se consideran como mercado potencial aquellos maestros que desempeñan sus funciones en el área urbana y de fácil acceso con el servicio a ofrecer.

CUADRO N° 17
MERCADO POTENCIAL

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
COLEGIOS	327	357	684
ESCUELAS	414	172	586
JARDINES	78	8	86
TOTAL	819	537	1.356

FUENTE: Registro de la Dirección Distrital de Educación de Imbabura

ELABORADO POR: Autoras

También presentamos en el siguiente cuadro el detalle de los establecimientos que componen nuestro mercado potencial de 1.356 maestros, especificando su nombre, docentes y ubicación geográfica, información que fue tomada del registro de la Dirección de Educación de Imbabura.

CUADRO N° 18
INSTITUCIONES EDUCATIVAS FISCALES DE LA CIUDAD DE IBARRA

PARROQUIA	INSTITUCIONES EDUCATIVAS	DOCENTES			DIRECCIÓN
		FEMENINO	MASCULINO	TOTAL	
	COLEGIOS				
CARANQUI	COLEGIO ATAHUALPA	17	13	30	AV ATAHUALPA 6-63 RÍO TIPUTINI
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	LINCOLN LARREA	5	8	13	GUAYAQUIL 1203 Y PELÍKANO
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	COLEGIO YAHUARCOCHA	21	14	35	CALLE GUAYAS Y 13 DE ABRIL
LA DOLOROSA DEL PRIORATO	COLEGIO 28 DE SEPTIEMBRE	7	9	16	MOJANDA TRAS EL CONQUISTADOR
SAGRARIO	COLEGIO CIUDAD DE IBARRA	6	15	21	SERGIO PALACIOS 203 Y MONSEÑOR JORGE VILLACÍS
SAGRARIO	INSTITUTO TECNOLÓGICO 17 DE JULIO	19	55	74	JOSÉ NICOLÁS HIDALGO Y ALFREDO GÓMEZ JAIME
SAGRARIO	COLEGIO UNIVERSITARIO UTN	11	14	25	LUIS ULPIANO DE LA TORRE Y ARGENIO TORRES
SAN FRANCISCO	COLEGIO ELOY ALFARO	8	5	13	5 DE JUNIO Y 8 DE MARZO (EL EJIDO)
SAN FRANCISCO	COLEGIO IBARRA	82	53	135	AV MARIANO ACOSTA 14-27 Y OBISPO ALEJANDRO PASQUEL MONJE
SAN FRANCISCO	COLEGIO MARIANO SUÁREZ VEINTIMILLA	26	19	45	GUALLUPE/EL EJIDO S/N 325 VICTORIA CASTELLO
SAN FRANCISCO	UNIDAD EDUCATIVA TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE	36	81	117	AV. TEODORO GÓMEZ 3-101 PEDRO VICENTE MALDONADO
SAN FRANCISCO	COLEGIO VÍCTOR MANUEL GUZMÁN	36	29	65	AVENIDA EL RETORNO 3176 RÍO TAHUANDO Y RÍO CHINCHIPE
SAN FRANCISCO	COLEGIO VÍCTOR MANUEL PEÑAHERRERA	14	15	29	DR. HUGO GUZMÁN LARA S/N JOSÉ MARÍA LARREA Y JIJON
SAN FRANCISCO	4 DE JULIO	18	6	24	EUGENIO ESPEJO Y RICARDO SÁNCHEZ
SAN FRANCISCO	ALFREDO ALBUJA GALINDO	21	21	42	FRAY BARTOLOMÉ DE LAS CASAS 570 Y AV. JOSÉ TOBAR
		327	357	684	
	ESCUELAS				
CARANQUI	AGUSTÍN CUEVA DÁVILA	6	4	10	ROSA ZÁRATE Y TERESA DE JESÚS CEPEDA
CARANQUI	JOSÉ NICOLÁS VACAS	11	8	19	AV. ATAHUALPA 28-101 PRINCESA CORY CORY, BARRIO CENTRAL
CARANQUI	JUAN MIGUEL SUÁREZ	9	7	16	EMPERADOR CACHA 51-99 GRAL PINTAG
CARANQUI	LEOPOLDO N CHÁVEZ	0	1	1	JUNTO A LA CAPILLA DEL BARRIO SAN CRISTÓBAL
CARANQUI	MARÍA OLIMPIA GUDIÑO VÁSQUEZ	7	3	10	24 DE MAYO Y AV. ATAHUALPA, FRENTE AL PUENTE 24 DE MAYO
CARANQUI	MEDARDO PROAÑO ANDRADE	7	5	12	ATAHUALPA 34-10 Y PINTAG
CARANQUI	OSCAR EFREN REYES	8	3	11	PRINCESA PACHA Y AGOSTO

CARANQUI	PEDRO VICENTE MALDONADO	2	1	3	BARRIO TURUPAMBA
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	24 DE JUNIO	10	3	13	QUITO 246 E IBARRA (CANCHA DEPORTIVAS DE VOLEIBOL)
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	GUAYAQUIL	11	8	19	TUNGURAGUA Y TENA
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	JOSE TOBAR TOBAR	10	3	13	MACHALA 335 y ALCÓN
LA DOLOROSA DEL PRIORATO	MARTÍN ZUMETA	15	5	20	PIMAN 556 Y PIÑAN
LA DOLOROSA DEL PRIORATO	SEBASTIÁN DE BENALCÁZAR	6	2	8	JUNTO AL ESTADIO DE YAHUARCOCHA
SAGRARIO	28 DE ABRIL	20	5	25	QUITO 246 E IBARRA (CANCHA DEPORTIVAS DE VOLEIBOL)
SAGRARIO	17 DE JULIO	11	1	12	TUNGURAGUA Y TENA
SAGRARIO	28 DE SEPTIEMBRE	15	9	24	MACHALA 335 Y ALCÓN
SAGRARIO	AMÉRICA	9	4	13	PIMAN 556 PIÑAN
SAGRARIO	ANA LUISA LEORO	18	5	23	JUNTO AL ESTADIO DE YAHUARCOCHA
SAGRARIO	CIUDAD DE IBARRA	18	3	21	HONDURAS Y LUIS FELIPE BORJA
SAGRARIO	DR. ALFREDO PÉREZ GUERRERO	12	4	16	GRIJALVA 1-54 Y SALINAS
SAGRARIO	LUIS ZULETA VINUEZA	9	4	13	BARRIO EL MILAGRO - VÍA URCUQUÍ
SAGRARIO	MARÍA ANGÉLICA IDROBO	27	2	29	RAFAEL TROYA 1-67 BOLÍVAR
SAGRARIO	PRESIDENTE VELASCO IBARRA	13	12	25	CHICA NARVÁEZ 2-20 JOSÉ MEJÍA
SAGRARIO	RAFAEL LARREA	8	2	10	VICENTE ROCAFUERTE 681 Y MIGUEL OVIEDO
SAGRARIO	RAFAEL TROYA	1	2	3	GRIJALVA 1-54 SALINAS Y JUAN MONTALVO
SAN FRANCISCO	ABELARDO PÁEZ TORRES	11	4	15	SAN FRANCISCO TRAS LA IGLESIA
SAN FRANCISCO	AIDA LEÓN	12	1	13	JUAN FRANCISCO BONILLA 561 JULIO ANDRADE
SAN FRANCISCO	ALEJANDRO PASQUEL MONJE	14	8	22	LAS BUGAMBILLAS 2-24 LOS NARDOS Y TULIPANES
SAN FRANCISCO	FABIÁN JARAMILLO DÁVILA	14	1	15	TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE 11-132 JUAN SALINAS
SAN FRANCISCO	FEDERICO GONZÁLEZ SUÁREZ	10	4	14	EL TEJAR, FRENTE AL ESTADIO PABLO JURADO
SAN FRANCISCO	LUIS LEORO FRANCO	9	14	23	DIRCT. ENC.LIC.JÁTIVA SEVILLANO JOSE LUIS
SAN FRANCISCO	MARÍA GUILLERMINA GARCÍA ORTÍZ	6	4	10	BARRIO LA CAMPIÑA
SAN FRANCISCO	MERCEDES TROYA DE SUÁREZ	14	9	23	10 DE AGOSTO 2-127 CAMINO A LA FLORIDA
SAN FRANCISCO	PEDRO MONCAYO	18	4	22	AV. MARIANO ACOSTA 1047 EUGENIO ESPEJO Y LUIS CABEZAS BORJA
SAN FRANCISCO	RAFAEL SUÁREZ MENESES	21	7	28	RÍO PASTAZA 6-40 Y RÍO JUBONES
SAN FRANCISCO	VÍCTOR MANUEL PEÑAHERRERA	9	4	13	CALLE SÁNCHEZ Y CIFUENTES AV. TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE
SAGRARIO	ESCUELA FE Y ALEGRÍA	13	6	19	AVENIDA VÍCTOR MANUEL GUZMÁN 313 Y ALFREDO GÓMEZ JURADO
		414	172	586	

JARDINES DE INFANTES					
CARANQUI	J. I. AVELINA LASSO PLAZA	3	1	4	PRINCESA PACCHA 3110 YHUIRACocha
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	J. I. AZAYA	4	0	4	CUENCA 1-124 ISLA BALTRA
GUAYAQUIL DE ALPACHACA	J.I.CARLOS MANTILLA	6	0	6	MACHALA 5-70 PUYO
LA DOLOROSA DEL PRIORATO	J. I. LIDIA INÉS MOLINA	5	1	6	CUNRRO 5-25 MOJANDA
LA DOLOROSA DEL PRIORATO	J. I. SOS YAHUARCOCHA	1	1	2	PISTA YAHUARCOCHA ALDEA SOS
SAGRARIO	J. I. PIEDAD GÓMEZ JURADO	8	0	8	HONDURAS Y BOLIVIA
SAGRARIO	J.I. ROSA MATILDE PALACIOS CASTELÓ	1	1	2	NELSON DÁVILA YPLUTARCO LARREA
SAGRARIO	J. I. UNE	6	1	7	SÁNCHEZ Y CIFUENTES 1-84 OBISPO CHECA
SAN FRANCISCO	J. I. ALBERTINA FRANCO DE LEORO	11	0	11	TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE 1387 Y EUGENIO ESPEJO
SAN FRANCISCO	J. I. CAMILO GALLEGOS	5	0	5	FRAY VACAS GALINDO ELÍAS ALMEIDA, URB PILANQUÍ DEL IESS
SAN FRANCISCO	J. I. JORGE GUZMÁN RUEDA	2	0	2	BUGAMBILLAS BARRIO LA FLORIDA
SAN FRANCISCO	J. I. LUCILA CRISTINA YÉPEZ LARA	2	0	2	CARRERA LA CAROLINA 1-71 EL ALPARGATE
SAN FRANCISCO	J. I. LUCILA MAYA DE PROAÑO	1	0	1	CARLOS BARAHONA PASAJE 7
SAN FRANCISCO	J. I. RAFAEL SUÁREZ	4	0	4	RÍO BLANCO Y RÍO JUBONES SN LOS CEIBOS
SAN FRANCISCO	J. I. SEMILLITAS DE AMOR	2	0	2	ANA LUISA 234 GUALLUPE
SAGRARIO	J.I. LUIS ZULETA VINUEZA	1	0	1	EL GUAVO PANAMERICANA VÍA URCUQUÍ
SAGRARIO	J. I. MARIA MONTESORI N 1	12	2	14	GARCÍA MORENO 2-24 JUAN DE SALINAS
SAN FRANCISCO	J. I. AGUILAR POZO	4	1	5	MARIETA DE VEINTIMILLA Y ESTHER CEVALLOS
		78	8	86	
TOTAL		819	537	1.356	

FUENTE: Registro de la Dirección Distrital de Educación de Imbabura

ELABORADO POR: Autoras

3.4.3 MERCADO META

Este mercado está formado por el segmento del mercado potencial que desea adquirir el servicio y tiene las condiciones para hacerlo, en función de la pregunta 3 de la encuesta dirigida a los docentes, el nivel de aceptación del proyecto es del 72,24%.

El mercado meta se especifica en el cuadro n° 22 de la página 86.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población investigada mediante las encuestas está constituida por los maestros de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, sean éstos de los jardines, escuelas y colegios fiscales del área urbana, información que se detalla en el cuadro n° 18 de la página 80.

3.6 CÁLCULO DE LA MUESTRA

La muestra está integrada por 299 docentes que fueron encuestados y su cálculo está en la página 34 del diagnóstico situacional.

Luego de haber calculado la muestra de 299 docentes los cuales van hacer encuestados; presentamos el listado de las Instituciones Educativas con el número de docentes a los que se va a aplicar la encuesta, por lo que se realizó en forma aleatoria la selección de los mismos, dependiendo el número de profesores que laboran en cada institución.

CUADRO N° 19
CUADRO DE DISTRIBUCIÓN

NRO.	INSTITUCIONES EDUCATIVAS	No. DOCENTES
1	COLEGIO VICTOR MANUEL PEÑAHERRERA	15
2	COLEGIO YAHUARCOCHA	18
3	COLEGIO MARIANO SUÁREZ VEINTIMILLA	13
4	UNIDAD EDUCATIVA TEODORO GÓMEZ	23
5	COLEGIO UNIVERSITARIO	13

6	COLEGIO 17 DE JULIO	25
7	COLEGIO CIUDAD DE IBARRA	12
8	COLEGIO VICTOR MANUEL GUZMAN	20
9	COLEGIO IBARRA	10
10	COLEGIO ATAHUALPA	14
11	ESCUELA ALFREDO ALBUJA	15
12	ESCUELA PEDRO MONCAYO	15
13	ESCUELA ANA LUISA LEORO	12
14	ESCUELA MEDARDO PROAÑO ANDRADE	8
15	ESCUELA JUAN MIGUEL SUÁREZ	8
16	ESCUELA JOSÉ NICOLAS VACAS	10
17	ESCUELA MARÍA ANGÉLICA HIDROBO	14
18	ESCUELA 28 DE SEPTIEMBRE	12
19	ESCUELA RAFAEL LARREA	12
20	ESCUELA JUAN VELASCO IBARRA	12
21	ESCUELA GUAYAQUIL	10
22	ESCUELA FABIAN JARAMILLO	8
	TOTAL	299

FUENTE: Registro de la Dirección Distrital de Educación de Imbabura

ELABORADO POR: Autoras

3.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

1 ¿Cuántos días a la semana usted almuerza en su trabajo?

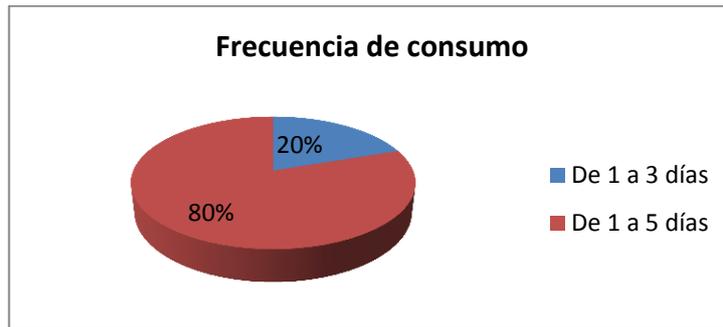
CUADRO N° 20
FRECUENCIA DE CONSUMO

VARIABLE	TOTAL	%
De 1 a 3 días	59	19,73%
De 1 a 5 días	240	80,27%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

Análisis

Por diferentes circunstancias los docentes han optado por adaptarse a su jornada diaria de trabajo, en su mayoría acuden los 5 días laborales al mismo lugar de consumo, pero en ocasiones cambian su hábito en base a circunstancias o imprevistos que afecten su jornada laboral.

2 ¿Cuánto destina para su alimentación diaria?

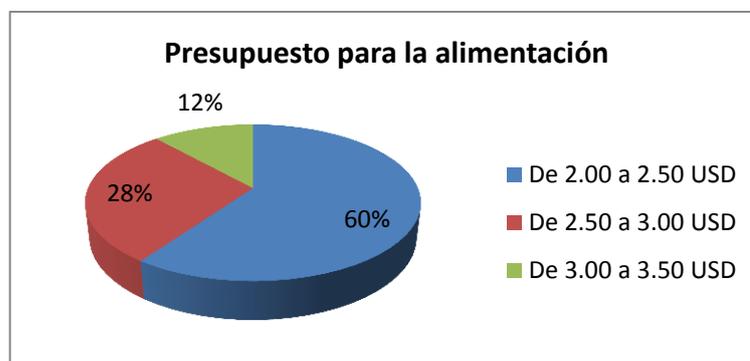
CUADRO N° 21

PRESUPUESTO PARA LA ALIMENTACIÓN

VARIABLE	TOTAL	%
De 2,00 a 2.50 USD	113	59,79%
De 2.50 a 3.00 USD	54	28,57%
De 3.00 a 3.50 USD	22	11,64%
TOTAL	189	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

Análisis

El valor que destinan los docentes que consumen alimentos en restaurantes y bares de las instituciones diariamente en su mayoría oscila entre 1.50 a 2.00 dólares, sin embargo existen docentes que invierten hasta un máximo de 3.00 usd, esto en vista a la economía actual y al manejo de sus ingresos. Esta información nos permite darnos cuenta del poder adquisitivo del consumidor para este tipo de servicio.

3 *¿Le gustaría que una empresa de servicios gastronómicos le provea de su almuerzo en esta institución?*

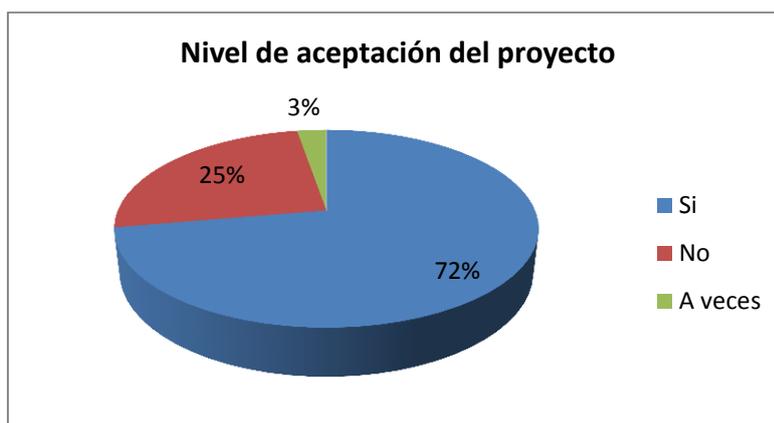
CUADRO N° 22
NIVEL DE ACEPTACIÓN

VARIABLE	TOTAL	%
Si	216	72,24%
No	75	25,08%
A veces	8	2,68%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

En base a la necesidad latente actual, la mayor parte de la población investigada ha visto pertinente la creación de una empresa dedicada a

ofertar servicios gastronómicos a domicilio, permitiendo optimizar el tiempo de los docentes y facilitar la provisión de alimentos por medio del servicio a domicilio.

4 ¿Le gustaría que su menú diario contenga?

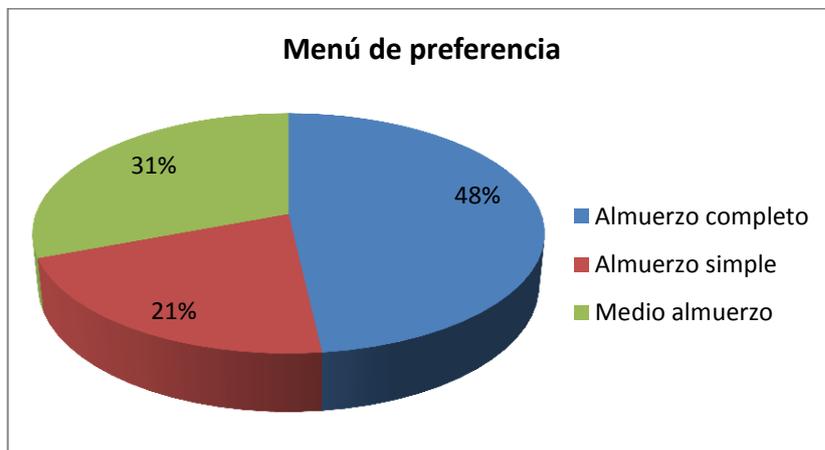
CUADRO N° 23
MENU DIARIO

VARIABLE	TOTAL	%
Almuerzo completo (<i>entrada, consomé, plato fuerte, postre y bebida</i>)	108	48,21%
Almuerzo simple (<i>consomé, plato fuerte y bebida</i>)	47	20,98%
Medio almuerzo (<i>almuerzo completo en menor cantidad</i>)	69	30,80%
TOTAL	224	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 10



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

El contenido del menú diario para una gran parte de los docentes se inclinaría por el almuerzo completo ya que esta opción les permitirá cubrir su necesidad alimenticia y satisfacerla en su totalidad por la variedad de alimentos que éste contiene, por otro lado existen docentes que prefieren

el medio almuerzo o almuerzo simple, todo dependiendo del género y condiciones de salud. Los resultados obtenidos van en función a la respuesta positiva de la pregunta 3.

5 ¿El pago de sus almuerzos lo haría de forma?

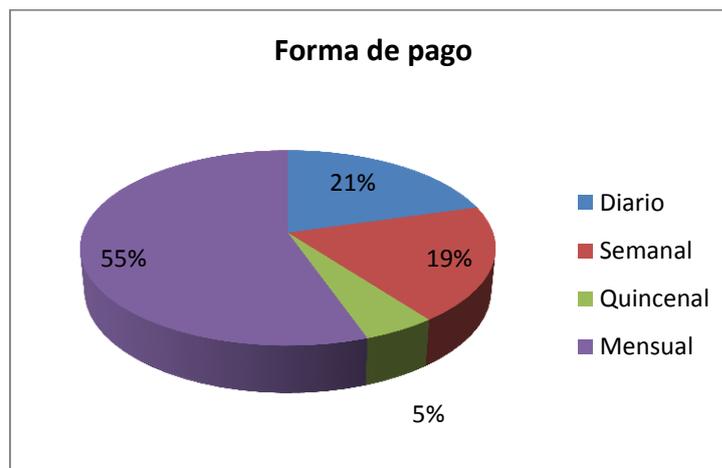
CUADRO N° 24
FORMA DE PAGO

VARIABLE	TOTAL	%
Diario	46	20,54%
Semanal	43	19,20%
Quincenal	11	4,91%
Mensual	124	55,36%
TOTAL	224	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 11



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

Por mayor comodidad de los docentes preferirían realizar sus pagos de manera mensual, ya que el cobro de sus ingresos lo hacen mensualmente, permitiendo así destinar prioritariamente un presupuesto para alimentación, sin embargo hay docentes que desearían pagar diariamente y semanalmente por sus almuerzo ya que estos consumirían

ocasionalmente este tipo de servicio. Los resultados obtenidos van en función a la respuesta positiva de la pregunta 3.

6 ¿Le gustaría recibir el menú para informarse semanalmente de los alimentos que recibirá?

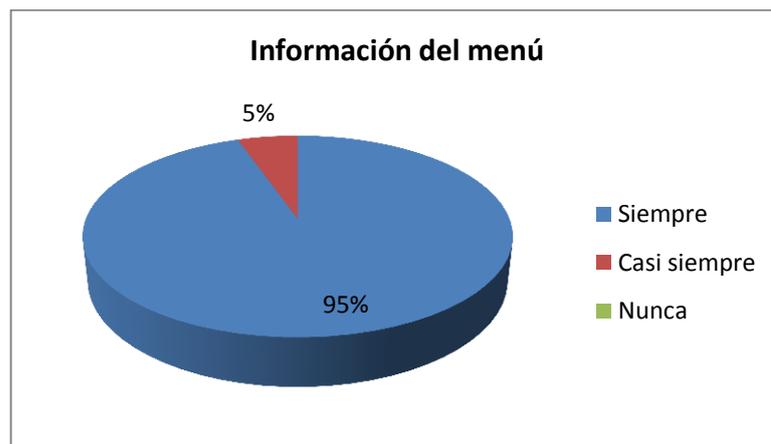
CUADRO N° 25
INFORMACIÓN DEL MENÚ

VARIABLE	TOTAL	%
Siempre	212	94,64%
Casi siempre	12	5,36%
Nunca	0	0,00%
TOTAL	224	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO NRO. 12



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

La mayoría de los docentes opinan que desearían informarse semanalmente de manera anticipada de los alimentos que recibirán en el transcurso de la semana, esto con la finalidad de permitir al cliente seleccionar un producto que sea de su agrado y esté acorde a sus requerimientos. Esto nos permitirá tener una ventaja competitiva. Los resultados obtenidos van en función a la respuesta positiva de la pregunta 3.

7 ¿Qué nombre le parece adecuado para la empresa de servicios gastronómicos?

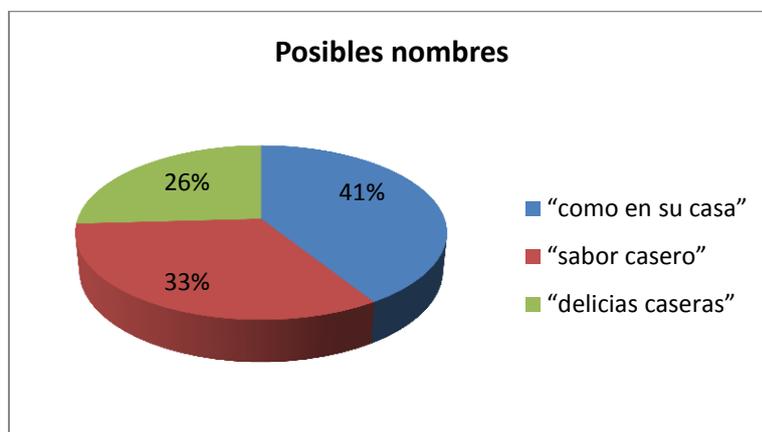
CUADRO N° 26
POSIBLES NOMBRES

VARIABLE	TOTAL	%
“como en su casa”	92	41,07%
“sabor casero”	74	33,04%
“delicias caseras”	58	25,89%
TOTAL	224	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 13



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra

ELABORADO POR: Autoras

Análisis

El nombre más atractivo y que llamó la atención de los docentes en su gran mayoría es “como en su casa”, ya que denota un ámbito familiar y casero, como también en un menor porcentaje “sabor casero” tuvo acogida, por lo que se acogerá la opción más relevante para dar nombre a este proyecto, lo cual nos permitirá introducir en el mercado y con el tiempo posicionarnos en el mismo. Los resultados obtenidos van en función a la respuesta positiva de la pregunta 3.

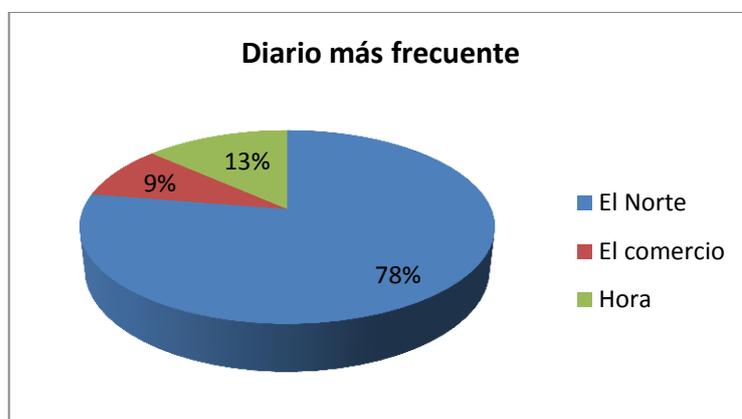
8 ¿Qué diario usted lee con frecuencia?

CUADRO N° 27
DIARIO FRECUENTE

VARIABLE	TOTAL	%
El Norte	232	77,59%
El Comercio	27	9,03%
Hora	40	13,38%
TOTAL	299	100,00%

FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

GRÁFICO N° 14



FUENTE: Entrevista a los docentes de las instituciones educativas de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

Análisis

Los resultados de esta pregunta nos permitirá conocer el diario más leído por parte de los docentes, el cual es el mercado objetivo al que va dirigido nuestro proyecto, en este caso el diario del Norte es el que más acogida tiene en este grupo investigado, por lo que se utilizará para realizar campañas de publicidad y promoción.

3.8 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

En la actualidad el servicio a domicilio es trascendental en las empresas que pueden ofertarlo, ya que su demanda tiende a incrementarse porque esta particularidad beneficia a ciertas personas que tienen un tiempo limitado para trasladarse a realizar sus compras.

El servicio de alimentación a domicilio en la ciudad de Ibarra ha venido diversificándose en los últimos años, ofreciendo una variedad de comida preparada que puede ser entregada en el lugar que el demandante lo solicite.

A pesar de esta multiplicidad del servicio aún no existen empresas que se dediquen específicamente a entregar alimentación a los maestros en sus lugares de trabajo. La empresa de servicios gastronómicos pretende cubrir este nicho de mercado que es relativamente nuevo y en el cual existe una reducida oferta.

De acuerdo a la encuesta aplicada a los docentes se obtuvo como resultado que el 72,24% desearía que una empresa de servicios gastronómicos le provea de los almuerzos en la institución educativa donde trabajan.

En el siguiente cuadro se especifica la demanda potencial que se calculó tomando el porcentaje del 72,24% del mercado meta.

CUADRO N° 28
DEMANDA POTENCIAL

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
COLEGIOS	236	258	494
ESCUELAS	299	124	423
JARDINES	56	6	62
TOTAL	592	388	980

FUENTE: Encuesta a los docentes de la instituciones educativas

ELABORADO POR: Autoras

La demanda potencial para el proyecto está constituida por 980 profesores de los cuales 592 son de sexo femenino y 388 de sexo masculino.

3.8.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda se utilizó el modelo exponencial, cuya fórmula es:

$$Q_t = Q_0(1+i)^n$$

Q_t = cantidad a pronosticar

Q_0 = cantidad inicial o de partida

i = tasa de crecimiento

n = períodos de análisis

**CUADRO N° 29
DEMANDA PROYECTADA**

AÑOS	POBLACIÓN PROYECTADA (PROFESORES)	CONSUMO 3 DÍAS POR SEMANA (19,73%)	CONSUMO 5 DÍAS POR SEMANA (80,27%)	CONSUMO ANUAL (3 DÍAS POR SEMANA)	CONSUMO ANUAL (5 DÍAS POR SEMANA)	DEMANDA PROYECTADA (ALMUERZOS)
2012	980	193	787	25.523	173.062	198.585
2013	1.013	200	813	26.382	178.890	205.272
2014	1.081	213	868	28.153	190.898	219.051
2015	1.192	235	957	31.044	210.500	241.544
2016	1.358	268	1.090	35.367	239.815	275.182
2017	1.599	315	1.284	41.644	282.374	324.018

FUENTE: Encuesta a los docentes de la instituciones educativas. Registro de la Dirección Distrital de Educación

ELABORADO POR: Autoras

La proyección anterior se realizó en base a la información proporcionada por la Dirección de Educación de Imbabura, donde se obtuvo el listado de profesores de las instituciones educativas del cantón Ibarra y la tasa de crecimiento promedio de los maestros en la provincia de Imbabura que es el 3,32% anual.

En la tabla se clasificó a los maestros que desean comprar tres almuerzos a la semana que son el 19,73% y los maestros que desean comprar cinco almuerzos a la semana que corresponde al 80,27%; consecuentemente se proyectó el consumo anual por los once meses laborables que tiene el magisterio.

3.9 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Según el catastro del Municipio de Ibarra tenemos 313 restaurantes que ofrecen almuerzos, de los cuales 88 ofrecen al servicio de alimentación a domicilio, considerando que solamente el 4.55% de éstos tiene como clientes los docentes de las instituciones educativas. Es decir, cuatro restaurantes son nuestra competencia directa. Esta información se obtuvo del censo a los restaurantes de la ciudad de Ibarra en la pregunta 1 y 2 de la página 10 y 11 respectivamente.

CUADRO N° 30
OFERTA PROYECTADA

AÑOS	POBLACIÓN PROYECTADA (RESTAURANTES)	OFERTA DIARIA	OFERTA PROYECTADA (ALMUERZOS)
2012	4	28	24.640
2013	6	28	36.960
2014	9	28	55.440
2015	14	28	86.240
2016	22	28	135.520
2017	34	28	209.440

FUENTE: Encuesta a la competencia. Registro de patentes del Municipio de Ibarra
ELABORADO POR: Autoras

La proyección de la oferta se realizó con la tasa del 55,68% que se obtuvo del análisis del catastro municipal de restaurantes con el año de inicio de actividades de cada uno, donde se pudo calcular que estos negocios crecen aproximadamente en un 55,68% anual. La fórmula que se utilizó para proyectar la oferta es mediante el método de crecimiento exponencial.

3.10 DEMANDA INSATISFECHA

Haciendo la comparación entre oferta y demanda se obtiene la siguiente información:

CUADRO N° 31
BALANCE OFERTA – DEMANDA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DÉMANDA INSATISFECHA
2012	198.585	24.640	173.945
2013	205.272	36.960	168.312
2014	219.051	55.440	163.611
2015	241.544	86.240	155.304
2016	275.182	135.520	139.662
2017	324.018	209.440	114.578

FUENTE: Encuesta a la competencia. Encuesta a los docentes

ELABORADO POR: Autoras

Con los resultados obtenidos podemos determinar que la demanda es superior a la oferta; es decir, existe un nicho de mercado insatisfecho que podemos cubrir con nuestra empresa de servicios gastronómicos, en consecuencia, el proyecto es factible.

3.11 PROVEEDORES

En la ciudad de Ibarra existe gran cantidad de grandes y pequeños proveedores de las materias primas para la empresa de servicios gastronómicos, entre estos tenemos los mercados, supermercados, abastos, tiendas y distribuidores de productos de consumo.

Entre los principales proveedores tenemos:

- Mercado Mayorista
- Mercado Amazonas
- Mercado La Bahía
- Supermaxi
- GranAkí
- Akí
- Comisariato Municipal
- Bodegas del sector del mercado amazonas
- La minga

3.12 COMERCIALIZACIÓN

Canal de comercialización es el circuito a través del cual los productores ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución, transporte y comercialización de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

La empresa de servicios gastronómicos entregará los alimentos únicamente a domicilio a los docentes en las instituciones educativas que soliciten el servicio y el despacho de los alimentos se realizará a las once de la mañana para que éstos lleguen a su destino hasta las doce, considerando el tráfico de la ciudad y las distancias de cada institución. Los alimentos se entregarán en recipientes desechables para su fácil transporte al lugar de destino.

No existirá intermediarios dentro de la comercialización, la empresa ofrecerá directamente el servicio al consumidor para ofrecer un precio cómodo acorde con la calidad del producto entregado.

3.13 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Mediante el estudio de mercado se determinó que en la ciudad de Ibarra existe demanda de profesores que les gustaría que una empresa de servicios gastronómicos les provea de alimentación en su lugar de trabajo, específicamente la demanda potencial es el 72,24% del magisterio de la ciudad.

En la ciudad de Ibarra existen 313 restaurantes de los cuales cuatro prestan el servicio a domicilio para los docentes, en mínima cantidad, aspecto que favorece a la empresa de servicios gastronómicos porque no tiene competencia directa.

Se pudo identificar que los docentes prefieren comida típica y casera en su alimentación diaria por los beneficios nutricionales de ésta y desean recibir un almuerzo completo con postre, adicionalmente optan por mantenerse informados sobre el menú semanal.

Actualmente, en la ciudad contamos con una buena disposición de proveedores de materias primas que facilitan la producción de nuestro servicio.

Los almuerzos se ofrecerán directamente al consumidor sin intermediarios, se entregarán a domicilio a los docentes en las instituciones educativas donde trabajan.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 LOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, cantón que posee 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres, razón por la cual se concentran la mayoría de las instituciones educativas de Imbabura.

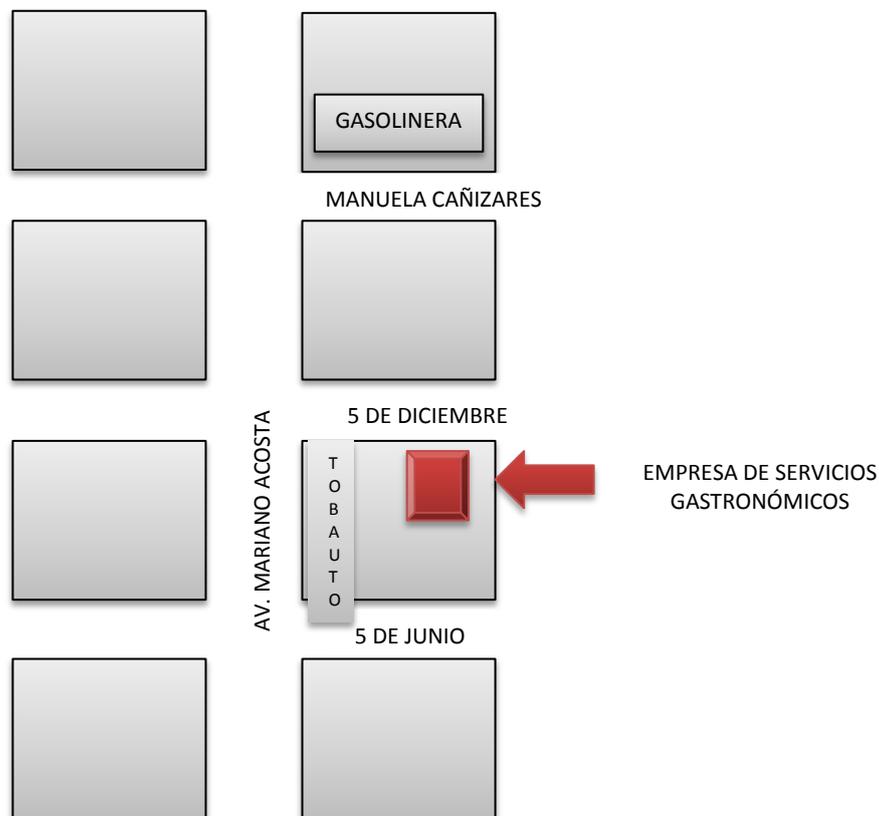
4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

Ibarra se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su temperatura oscila entre los 12° y los 32°. El clima de la ciudad es templado seco-mediterráneo, dado que Ibarra se halla en un valle tiene una temperatura promedio de 18 grados, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año.

Está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; con una superficie total de 1.162,22 km².



4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN



La empresa de servicios gastronómicos estará ubicada en la Av. Mariano Acosta y 5 de diciembre 1-78, barrio Nuevo Amanecer, parroquia San Francisco.

En este sector existen propiedades donde ubicar la empresa y disponibilidad de espacio físico para futuras ampliaciones, a precios razonables ya que pueden variar de acuerdo al sector. También se puede adquirir o arrendar un edificio ya existente que puede resultar más conveniente, siempre y cuando sea posible adaptar las instalaciones al proceso.

Para la empresa de servicios gastronómicos el transporte se constituye en el vínculo con la totalidad de los clientes, en la dirección escogida existe disponibilidad y eficacia de los transportes, aspecto importante para el buen funcionamiento de la producción y distribución. Conjuntamente las

vías de comunicación están en perfecto estado para no tener retrasos en el proceso de entrega de los alimentos.

La localización de los clientes o usuarios es un factor importante debido a razones de carácter competitivo; pero este factor no fue tomado en cuenta para la ubicación de la empresa de servicios gastronómicos, ya que la entrega de los alimentos es a domicilio y tiene clientes fijos que esperan todos los días para recibirlos.

Las fuentes de abastecimiento y disponibilidad de materias primas se encuentran en la misma ciudad y cerca de la ubicación de la empresa, aproximadamente el transporte de las mismas dura cinco minutos.

La mano de obra y personal de administración es un factor básico del sistema de producción ya que no es un proceso mecanizado o automatizado, en la ciudad de Ibarra existe disponibilidad de personal para cubrir las necesidades de la empresa

Los requerimientos para la eliminación de desechos contaminantes de una industria cada día son más regulados para evitar la contaminación y su impacto en el medio ambiente. Este es un factor muy importante en la empresa de servicios gastronómicos ya que a diario produce desechos orgánicos, los cuales serán vendidos a personas del sector que utilizan como alimentación de animales y otros como abono orgánico.

Para el funcionamiento legal de la empresa de acuerdo a la ubicación es necesario poseer el ruc, la patente municipal, el permiso sanitario y el permiso de los bomberos.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de la empresa depende de la inversión que permite establecer la capacidad instalada para cubrir el nicho de mercado escogido.

Para definir el tamaño del proyecto se ha tomado en cuenta la demanda insatisfecha de almuerzos para los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra.

CUADRO N° 32
BALANCE OFERTA – DEMANDA

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DÉFICIT
2012	198585	24640	173945
2013	205272	36960	168312
2014	219051	55440	163611
2015	241544	86240	155304
2016	275182	135520	139662
2017	324018	209440	114578

FUENTE: Estudio de mercado

ELABORADO POR: Autoras

4.2.1 COBERTURA DEL MERCADO

Se proyecta que la empresa de servicios gastronómicos con su capacidad instalada pretende cubrir el 50 % de la demanda insatisfecha en el primer año y posteriormente se proyecta un crecimiento del 5% anual en la producción, aprovechando la gran cantidad de demanda insatisfecha.

CUADRO N° 33
COBERTURA DEL MERCADO

AÑOS	VENTAS ANUALES PROYECTADAS (almuerzos)
2013	86973
2014	91322
2015	95888
2016	100682
2017	105716

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.3 DETALLE DE INVERSIONES

Para el desarrollo del proyecto es necesario determinar la maquinaria, equipos y herramientas necesarios para que el proceso productivo se realice eficazmente, sin retrasos por la falta de algún equipo, debido a que

en la empresa de servicios gastronómicos la organización y optimización del tiempo es importante para entregar los alimentos a domicilio en la hora prevista; un descuido de este aspecto producirá una venta menos y el desperdicio del alimento.

4.3.1 REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE COCINA

CUADRO N° 34
MAQUINARÍA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina industrial 8 quemadores	1	750,00	750,00
Mesa de trabajo con dos divisiones	1	250,00	250,00
Fregadero con dos servicios	1	300,00	300,00
Refrigerador vertical	2	750,00	1500,00
Congelador horizontal	1	1029,00	1029,00
Licuadaora	3	85,00	255,00
Batidora	1	85,00	85,00
Microondas	1	95,00	95,00
Horno	1	350,00	350,00
Cilindro de gas	3	50,00	150,00
Subtotal			4764,00
TOTAL (5% imprevistos)			5002,20

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.3.2 REQUERIMIENTO DE MUEBLES

CUADRO N° 35
MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	2	275,00	550,00
Silla de escritorio	2	30,00	60,00
Silla básica	5	25,00	125,00

Archivador	1	95,00	95,00
Mesa de madera	1	180,00	180,00
Estantería	2	280,00	560,00
Muebles de cocina	1	500,00	500,00
TOTAL			2070,00
TOTAL (5% imprevistos)			2173,50

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.3.3 REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA

CUADRO N° 36
EQUIPO DE OFICINA Y COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	2	695,00	1390,00
Impresora laser	1	210,00	210,00
Sumadora	1	90,00	90,00
Teléfono	1	60,00	60,00
Radio	1	170,00	170,00
TOTAL			1920,00
TOTAL (5% imprevistos)			2016,00

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.3.4 REQUERIMIENTO DE MENAJE Y UTILERÍA

CUADRO N° 37
MENAJE Y UTILERÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Olla sancocheras nro 40	4	75,00	300,00
Caldero de fundición grande	3	96,00	288,00
Cacerola	2	68,00	136,00
Satén grande	2	45,00	90,00
Juego de cuchillos para chef	1	180,00	180,00
Juego de cubiertos	1	35,00	35,00

Vasos	12	1,00	12,00
Cucharones	8	12,00	96,00
Espátulas	2	15,00	30,00
Batidores	2	16,00	32,00
Coladores doble malla	2	7,00	14,00
Cucharas para servir	4	8,00	32,00
Tabla para picar	2	12,00	24,00
Molde	2	18,00	36,00
Repostero grande plástico	3	8,00	24,00
Repostero mediano	3	5,00	15,00
Jarras 4 litros	3	16,00	48,00
Baldes	2	15,00	30,00
Bandejas	3	16,00	48,00
Plato sopero	6	3,00	18,00
Plato grande	6	4,00	24,00
Pinzas	2	8,00	16,00
Tijeras de cocina	1	27,00	27,00
TOTAL			1555,00
TOTAL (5% imprevistos)			1632,75

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.3.5 REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

En la empresa de servicios gastronómicos la materia prima depende del menú diario que se prepara cada día y q se determina los días viernes para la siguiente semana; básicamente contiene arroz, papas, carne y fruta que se constituye en la materia prima directa y las verduras, condimentos y otras especias que se utilizan en menor cantidad corresponden a la materia prima indirecta.

CUADRO N° 38
MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arroz	100 gramos	0,001	0,10

Papas	250 gramos	0,0008	0,20
Carne (pollo, pescado o res)	142 gramos	0,004	0,57
Fruta	1 unidad	0,20	0,20
TOTAL			1,07

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 39
MATERIA PRIMA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	COSTO POR ALMUERZO
Verduras (ensalada y sopa)	0,10
Sal	0,02
Condimentos (comino, ajo, especias)	0,03
Azúcar o endulzantes	0,05
Aceite o manteca	0,03
Otros (harinas, mermeladas, vinagre)	0,05
Recipientes desechables	0,15
Fundas plásticas	0,03
Gas	0,02
TOTAL	0,48

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.3.6 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

La mano de obra directa en la empresa de servicios gastronómicos está constituida por aquella que trabaja en la cocina en la preparación de los alimentos: un chef, un cocinero y un ayudante y la mano de obra indirecta corresponde al área administrativa formada con un gerente y un contador.

CUADRO N° 40
MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Chef	1	400,00	4800,00
Cocinero	1	340,00	4080,00

Ayudante de cocina	1	292,00	3504,00
TOTAL			12384,00

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

**CUADRO N° 41
MANO DE OBRA INDIRECTA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Gerente	1	450,00	5400,00
Contador	1	400,00	4800,00
TOTAL			10200,00

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.4 INFRAESTRUCTURA

La empresa de servicios gastronómicos funcionará en una edificación de 153 metros cuadrados con dimensiones de 9 metros de ancho y 17 de largo y cuenta con las siguientes áreas:

**CUADRO N° 42
INFRAESTRUCTURA**

ÁREA	CANTIDAD	METROS CUADRADOS
Cocina	1	65 m ²
Oficina	2	16 m ² c/u
Alacena	1	10 m ²
Cuarto para distribución	1	25 m ²
Baño	1	9 m ²
Patio	1	28 m ²
SUPERFICIE DE LA EDIFICACIÓN		153 m²

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

4.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES

La edificación es de concreto y ladrillo, el techo es de hormigón para evitar que el ambiente sea caliente y los alimentos perezcan rápidamente y los pisos son de cerámica para su fácil limpieza diaria.

La cocina es muy amplia en donde se ubicará una cocina industrial de ocho quemadores en el centro y en el lado derecho se pondrá los congeladores y refrigeradores; a la izquierda estará el fregadero con dos servicios y la mesa de trabajo con dos divisiones. También en la cocina estará una estantería y muebles para guardar el menaje y la utilería.

El baño es completo para que puedan utilizar todos los empleados de la empresa de servicios gastronómicos.

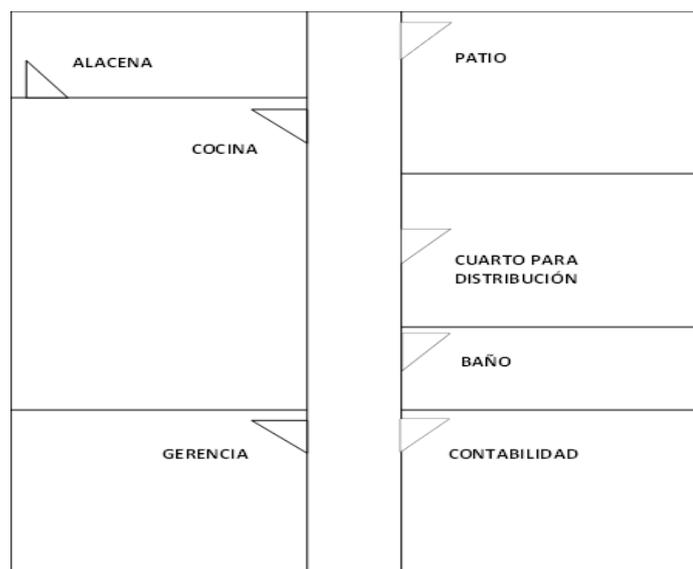
El contador y gerente tendrán una oficina cada uno de 16 metros cuadrados respectivamente con escritorio, sillas y equipo de computación completo para desarrollar sus funciones cómodamente.

La alacena es un cuarto destinado para el almacenamiento de las materias primas e insumos ambientado para conservarlos frescos lejos de cualquier tipo de contaminación.

Finalmente, existe un cuarto para colocar los almuerzos listos para la distribución; es decir la entrega al transportador de los mismos hacia cada institución educativa.

4.4.2 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

GRÁFICO N° 15
DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



ELABORADO POR: Autoras

4.5 PROCESO PRODUCTIVO

El proceso para la preparación de los alimentos es manual, se utilizan equipos que ayudan a optimizar el tiempo pero en su totalidad intervienen las personas encargadas de la cocina; inicia desde muy temprano para lavar y separar los ingredientes a utilizar, posteriormente se los corta o pica para empezar la cocción.

4.5.1 LIMPIEZA DE LOS ALIMENTOS

En el proceso de limpieza intervienen todos los ingredientes del menú que se prepara en un día de la siguiente manera:

- Lavar las papas
- Escoger los granos de arroz blancos
- Lavar el arroz
- Escoger y limpiar las verduras
- Lavar la carne
- Separar la carne que no es adecuada
- Lavar las frutas

4.5.2 TROZAR LOS ALIMENTOS

Esta etapa del proceso de elaboración de los alimentos se corta los ingredientes de acuerdo a las porciones que necesita cada almuerzo como es el caso de la carne evitando los desperdicios que provocan pérdidas económicas. El proceso es el siguiente:

- Pelar y cortar las papas
- Picar las verduras
- Rebanar la carne en filetes
- Picar la fruta

4.5.3 COCCIÓN DE LOS ALIMENTOS

Una vez que todos los ingredientes están limpios y cortados, se inicia la cocción de los mismos empezando por aquellos que demoran más tiempo para que estén listos. En este proceso se prepara la entrada, la sopa o consomé, el plato principal, el jugo y postre.

4.5.4 COLOCAR LOS ALIMENTOS EN LOS RECIPIENTE

Cuando los alimentos están listos se procede a colocarlos en los recipientes desechables y en fundas para que sea fácil la entrega. Este proceso no puede demorar mucho tiempo para evitar que los alimentos se enfríen es por eso que en esta actividad interviene todo el personal de la cocina.

4.5.5 COMERCIALIZACIÓN

La distribución de los alimentos se lo hace en forma rápida, considerando que no se reparte individualmente cada almuerzo, más bien en cada institución educativa se entrega varios. Cuando llegan los alimentos a cada institución, éstos se los deja en el comedor de los maestros o en el aula destinada para este fin.

4.6 FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO

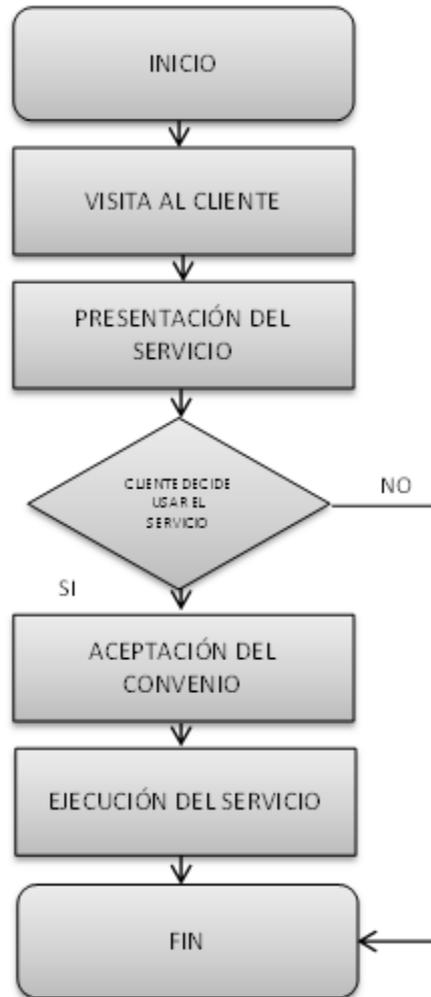
GRÁFICO N° 16
FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



FUENTE: Investigación
ELABORADO POR: Autoras

4.7 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

GRÁFICO N° 17
FLUJOGRAMA DEL PROCESO
DE COMERCIALIZACIÓN



FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero tiene como objetivo determinar y cuantificar la rentabilidad del proyecto utilizando la información del estudio de mercado y del estudio técnico.

5.1 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN TOTAL

La inversión total del proyecto es de \$ 63.997,40 formada por inversión diferida, variable y fija y los rubros se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 43
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

INVERSIÓN TOTAL	
Inversión diferida	2.264,95
Inversión variable	15.540,75
Inversión fija	46.191,70
TOTAL	63.997,40

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.2 INVERSIONES

En las inversiones se detalla los activos fijos, capital de trabajo e inversión variable que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo se calculó para el período de un mes, debido a que el valor de los almuerzos se cobrará mensualmente a los docentes para invertirlo en el siguiente período.

5.2.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son los bienes que se utilizan en el curso normal de las operaciones de una empresa y debe tener las siguientes

características: tener una vida útil relativamente larga, sus beneficios deben extenderse a más de un ciclo normal de operaciones y ser utilizados en la producción o comercialización de bienes y servicios. En el siguiente cuadro se describe los activos fijos del proyecto:

CUADRO N° 44
INVERSIÓN FIJA

CONCEPTO	VALOR
Terreno	12.000,00
Edificio	25.000,00
Equipo de cocina	5.002,20
Muebles y enseres	2.173,50
Equipo de computación	1.680,00
Equipo de oficina	336,00
TOTAL	46.191,70

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

La depreciación de los activos fijos se realizan con el método de línea recta según la Ley de Régimen Tributario Interno:

CUADRO N° 45
DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	%	VALOR	DEPRECIACIÓN
Edificio	0,05	25.000,00	1.250,00
Equipo de cocina	0,10	5.002,20	500,22
Muebles y enseres	0,10	2.173,50	217,35
Equipo de computación	0,33	1.680,00	559,94
Equipo de oficina	0,10	336,00	33,60
TOTAL		34.191,70	2.561,11

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 46
DISTRIBUCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN DEL EDIFICIO

DEPRECIACIÓN EDIFICIO			
Áreas	metros	%	Depreciación
Producción	75,00	49,02	612,75
Administración	53,00	34,64	433,01
Ventas	25,00	16,34	204,25
	153,00	100,00	1.250,00

CUADRO N° 47
DISTRIBUCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN DE LOS
MUEBLES Y ENSERES

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES			
Áreas	valor	%	Depreciación
Producción	1.113,00	0,51	111,30
Administración	871,50	0,40	87,15
Ventas	189,00	0,09	18,90
	2.173,50	1,00	217,35

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.2.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. En el proyecto el capital de trabajo se calculó para un mes, ya que es el ciclo en que se recuperará los valores del servicio entregado a los docentes, el pago es mensual.

CUADRO N° 48
INVERSIÓN VARIABLE

CONCEPTO	VALOR
Materias primas	8.460,10
Mano de obra	1.094,51
Costos indirectos	4.002,67
Gastos administrativos	1.026,80
Gastos de ventas	956,67
TOTAL	15.540,75

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.2.3 INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida se constituye por los gastos que se realizan para la constitución de la empresa, en este caso, los gastos del estudio de factibilidad y de constitución de la empresa como se describen a continuación:

CUADRO N° 49
INVERSIÓN DIFERIDA

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	1.006,95
Gastos de constitución	1.258,00
TOTAL	2.264,95

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 50
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

CONCEPTO	VALOR
Recursos humanos	210,00
Recursos materiales	749,00
Imprevistos	47,95
TOTAL	1.006,95

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 51
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR
Asesoría legal	300,00
Cuenta de integración de capital	400,00
Elaboración de estatutos	200,00
Elaboración de la minuta de escritura de constitución	100,00
Elevación de la minuta a escritura pública	100,00
Registro mercantil	100,00
Pago bomberos	8,00
Pago patente municipal	15,00
RUC	5,00
Permiso sanitario	30,00
TOTAL	1.258,00

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.3 COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE REDESCUENTO

En el cálculo del costo de oportunidad la inversión propia representa el 63,36% de la inversión total y la inversión financiada el 36,64% de la misma, considerando una tasa de inflación del 4,94%

CUADRO N° 52
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión propia	40.550,58	63,36	8,00	5,07
Inversión financiada	23.446,82	36,64	15,00	5,50
	63.997,40	100,00	Costo de Capital	10,56
			Inflación	4,94

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

$$TRM = (1 + Ck)(1 + inflación) - 1$$

$$TRM = (1 + 10,56)(1 + 4,94) - 1$$

$$TRM = 0,16$$

5.4 TABLA DE PAGOS FINANCIEROS

El crédito será financiado por el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 15% anual para cuatro años plazo con pagos mensuales y cuotas fijas de 652,54 como se detalla en la siguiente tabla de amortización:

CUADRO N° 53
TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERÍODO	SALDO INICIAL	DIVIDENDO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERÉS	SALDO FINAL
1	23.446,82	652,54	359,46	293,09	23.087,36
2	23.087,36	652,54	363,95	288,59	22.723,41
3	22.723,41	652,54	368,50	284,04	22.354,91
4	22.354,91	652,54	373,11	279,44	21.981,81
5	21.981,81	652,54	377,77	274,77	21.604,04
6	21.604,04	652,54	382,49	270,05	21.221,54
7	21.221,54	652,54	387,27	265,27	20.834,27
8	20.834,27	652,54	392,11	260,43	20.442,16
9	20.442,16	652,54	397,02	255,53	20.045,14
10	20.045,14	652,54	401,98	250,56	19.643,16
11	19.643,16	652,54	407,00	245,54	19.236,16
12	19.236,16	652,54	412,09	240,45	18.824,07
13	18.824,07	652,54	417,24	235,30	18.406,83
14	18.406,83	652,54	422,46	230,09	17.984,37
15	17.984,37	652,54	427,74	224,80	17.556,63
16	17.556,63	652,54	433,08	219,46	17.123,55
17	17.123,55	652,54	438,50	214,04	16.685,05
18	16.685,05	652,54	443,98	208,56	16.241,07
19	16.241,07	652,54	449,53	203,01	15.791,54

20	15.791,54	652,54	455,15	197,39	15.336,39
21	15.336,39	652,54	460,84	191,70	14.875,56
22	14.875,56	652,54	466,60	185,94	14.408,96
23	14.408,96	652,54	472,43	180,11	13.936,53
24	13.936,53	652,54	478,34	174,21	13.458,19
25	13.458,19	652,54	484,32	168,23	12.973,88
26	12.973,88	652,54	490,37	162,17	12.483,51
27	12.483,51	652,54	496,50	156,04	11.987,01
28	11.987,01	652,54	502,70	149,84	11.484,30
29	11.484,30	652,54	508,99	143,55	10.975,31
30	10.975,31	652,54	515,35	137,19	10.459,96
31	10.459,96	652,54	521,79	130,75	9.938,17
32	9.938,17	652,54	528,32	124,23	9.409,85
33	9.409,85	652,54	534,92	117,62	8.874,93
34	8.874,93	652,54	541,61	110,94	8.333,33
35	8.333,33	652,54	548,38	104,17	7.784,95
36	7.784,95	652,54	555,23	97,31	7.229,72
37	7.229,72	652,54	562,17	90,37	6.667,55
38	6.667,55	652,54	569,20	83,34	6.098,35
39	6.098,35	652,54	576,31	76,23	5.522,04
40	5.522,04	652,54	583,52	69,03	4.938,52
41	4.938,52	652,54	590,81	61,73	4.347,71
42	4.347,71	652,54	598,20	54,35	3.749,52
43	3.749,52	652,54	605,67	46,87	3.143,84
44	3.143,84	652,54	613,24	39,30	2.530,60
45	2.530,60	652,54	620,91	31,63	1.909,69
46	1.909,69	652,54	628,67	23,87	1.281,02
47	1.281,02	652,54	636,53	16,01	644,49
48	644,49	652,54	644,49	8,06	0,00

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

Durante el período del crédito se pagará los siguientes valores anuales de interés y capital:

CUADRO N° 54
PAGOS ANUALES DE INTERÉS Y CAPITAL

AÑO	INTERÉS	CAPITAL
1	3.207,76	4.622,75
2	2.464,63	5.365,88
3	1.602,04	6.228,47
4	600,79	7.229,72

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.5 COSTOS Y GASTOS

Comprende los costos de materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación del producto, así como los gastos administrativos y de ventas que permiten determinar el costo de producción.

5.5.1 MATERIA PRIMA

En cada almuerzo la materia prima tiene un valor de \$ 1,07 y sus ingredientes se calculan en gramos:

CUADRO N° 55
COSTO DE MATERIA PRIMA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Arroz	100 gramos	0,001	0,10
Papas	250 gramos	0,0008	0,20
Carne (pollo, pescado o res)	142 gramos	0,004	0,57
Fruta	1 unidad	0,20	0,20
TOTAL			1,07

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.5.2 MANO DE OBRA DIRECTA

El personal que interviene directamente en la preparación de los almuerzos es un chef, un cocinero y un ayudante de cocina que se considera la mano de obra directa.

CUADRO N° 56
ROL DE PAGOS DE LA MANO OBRA DIRECTA

NOMINA	SUELDO ANUAL	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	FONDOS DE RESERVA	INGRESOS	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	TOTAL A PAGAR
Chef	4.800,00	318,00	400,00	0,00	5.518,00	448,80	583,20	5.069,20
Cocinero	4.080,00	318,00	340,00	0,00	4.738,00	381,48	495,72	4.356,52
Ayudante	3.816,00	318,00	292,00	0,00	4.426,00	356,80	463,64	4.069,20
TOTAL	12.696,00	954,00	1.032,00	0,00	14.682,00	1.187,08	1.542,56	13.494,92

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.5.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos de fabricación que se aplican al producto son los condimentos, especias y otros que son parte del producto pero en una cantidad menor.

CUADRO N° 57
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN UNITARIOS

DESCRIPCIÓN	COSTO POR ALMUERZO
Verduras (ensalada y sopa)	0,10
Sal	0,02
Condimentos (comino, ajo, especias)	0,03
Azúcar o endulzantes	0,05
Aceite o manteca	0,03
Otros (harinas, mermeladas, vinagre)	0,05
Recipientes desechables	0,15
Fundas plásticas	0,03
Gas	0,02
TOTAL	0,48

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

En el siguiente cuadro se describe todos los costos anuales, incluye los gastos indirectos de fabricación por servicios básicos, aporte patronal al IESS, depreciaciones y otros aplicables al producto como el menaje y utilería:

CUADRO N° 58
RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CONCEPTO	VALOR
Materia prima indirecta	41.747,04
<i>Gastos indirectos de fabricación</i>	
IESS patronal	1.542,56
Energía eléctrica (400 kw)	408,00
Agua potable (105 m3)	277,20
Útiles de limpieza	300,00
Menaje y utilería	1.632,75
<i>Subtotal</i>	<i>45.907,55</i>

<i>Depreciaciones</i>	
Edificio	612,75
Equipo de cocina	500,22
Muebles y enseres	111,30
TOTAL	47.131,82

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.5.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos comprenden los sueldos del gerente y contador, aporte patronal al IESS, útiles de limpieza, servicios básicos y depreciaciones del área administrativa.

CUADRO N° 59
ROL DE PAGOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

NOMINA	SUELDO ANUAL	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	FONDOS DE RESERVA	INGRESOS	IESS PERSONAL	IESS PATRONAL	TOTAL A PAGAR
Gerente	5.400,00	318,00	450,00	0,00	6.168,00	504,90	656,10	5.663,10
Contador	4.800,00	318,00	400,00	0,00	5.518,00	448,80	583,20	5.069,20
TOTAL	10.200,00	636,00	850,00	0,00	11.686,00	830,28	1.239,30	10.732,30

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 60
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	VALOR
Sueldos	10.732,30
IESS patronal	1.239,30
Energía eléctrica (100 kw)	102,00
Útiles de oficina	300,00
<i>Subtotal</i>	<i>12.373,60</i>
<i>Depreciaciones</i>	
Edificio	433,01
Muebles y enseres	87,15
Equipo de computación	33,60
TOTAL	12.927,36

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.5.5 GASTOS DE VENTA

Los gastos de venta incluyen la publicidad anual en el diario del norte, el servicio de transporte que será contratado a dos vehículos con un sueldo mensual de \$ 500,00 y las depreciaciones del área de ventas.

CUADRO N° 61
RESUMEN DE GASTOS DE VENTA

CONCEPTO	VALOR
Publicidad	480,00
Transporte	11.000,00
<i>Depreciaciones</i>	
Edificio	204,25
Muebles y enseres	18,90
TOTAL	11.703,15

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.5.6 COSTO DEL PRODUCTO

CUADRO N° 62
COSTO DEL PRODUCTO

Materia prima	1,07
Mano de obra directa	0,16
Costos indirectos de fabricación	0,54
COSTO DE PRODUCCIÓN	1,77
Gastos administrativos	0,15
Gastos de venta	0,13
COSTO TOTAL	2,05

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.6 PRESUPUESTOS

5.6.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para determinar el precio del producto se consideró las encuestas realizadas a los profesores de las instituciones educativas de Ibarra, donde el 60% destina para su alimentación de 2 a 2,50 usd. La empresa de servicios gastronómicos fijó el precio a 2,50 y cada año se incrementará en función de la tasa de inflación del 5%.

CUADRO N° 63
PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen proyectado	86.973	91.322	95.888	100.682	105.716
Precio proyectado	2,50	2,63	2,76	2,89	3,04
TOTAL VENTAS	217.432,50	239.719,33	264.290,56	291.380,35	321.246,83

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.6.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

El costo del producto es de 1,77 y se proyecta con la tasa de inflación del 5%.

CUADRO N° 64
PRESUPUESTO DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen proyectado	86.973	91.322	95.888	100.682	105.716
Costo proyectado	1,77	1,86	1,95	2,05	2,15
TOTAL COSTOS	153.687,85	169.440,86	186.808,55	205.956,42	227.066,96

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.6.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

CUADRO N° 65
PRESUPUESTO DE GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos administrativos	12.373,60	12.992,28	13.641,89	14.323,99	15.040,19
Gastos de venta	11.703,15	12.288,31	12.902,72	13.547,86	14.225,25
Gastos financieros	3.207,76	2.464,63	1.602,04	600,79	0,00
Gastos de constitución	251,60	251,60	251,60	251,60	251,60
TOTAL GASTOS	27.284,51	27.745,22	28.146,66	28.472,63	29.265,44

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.7 BALANCE GENERAL PROFORMA

El balance general proforma constituye el balance de arranque para poner en operaciones al proyecto que inicia con los siguiente rubros:

ESTADO PROFORMA

ACTIVOS		PASIVOS	
Inversión fija	46.191,70	Inversión financiada	23.446,82
Inversión diferida	2.264,95		
Inversión variable	15.596,91	PATRIMONIO	
		Inversión fija	40.606,74
TOTAL ACTIVOS	64.053,56	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	64.053,56

5.8 BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PRESUPUESTADO

CUADRO N° 66
BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas proyectadas	217.432,50	239.719,33	264.290,56	291.380,35	321.246,83
<Costos proyectados>	153.687,85	169.440,86	186.808,55	205.956,42	227.066,96
Utilidad bruta en ventas proyectada	63.744,65	70.278,47	77.482,02	85.423,92	94.179,88
<Gastos proyectados>	28.038,70	29.300,00	30.624,36	32.014,95	33.475,06
Gastos administrativos	12.321,60	12.937,68	13.584,56	14.263,79	14.976,98
Gastos de venta	11.703,15	12.288,31	12.902,72	13.547,86	14.225,25
Depreciaciones	2.561,11	2.561,11	2.561,11	2.561,11	2.561,11
Gastos de constitución	251,60	251,60	251,60	251,60	251,60
Imprevistos	1.201,24	1.261,30	1.324,36	1.390,58	1.460,11
Utilidad operativa proyectada	35.705,95	40.978,47	46.857,65	53.408,98	60.704,82
Gastos financieros	3.207,76	2.464,63	1.602,04	600,79	0,00
Utilidad antes de participación trabajadores	32.498,19	38.513,84	45.255,61	52.808,19	60.704,82
<15% Participación trabajadores>	4.874,73	5.777,08	6.788,34	7.921,23	9.105,72
Utilidad antes de impuestos	27.623,46	32.736,77	38.467,27	44.886,96	51.599,10
<22% Impuesto a la renta>	6.077,16	7.202,09	8.462,80	9.875,13	11.351,80
Utilidad neta proyectada	21.546,30	25.534,68	30.004,47	35.011,83	40.247,29

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.9 FLUJOS DE CAJA

CUADRO N° 67
FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Inversión	<51829,21>					
Ingresos						
Utilidad neta proyectada		21.546,30	25.534,68	30.004,47	35.011,83	40.247,29
Depreciación		2.561,11	2.561,11	2.561,11	2.561,11	2.561,11
Total ingresos		24.107,41	28.095,79	32.565,58	37.572,94	42.808,41
Egresos						
Pago principal		4.622,75	5.365,88	6.228,47	7.229,72	0,00
Total egresos		4.622,75	5.365,88	6.228,47	7.229,72	0,00
Flujo neto	<51829,21>	19.484,66	22.729,91	26.337,12	30.343,22	42.808,41

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 68
FLUJO DE CAJA LIBRE

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas proyectadas	217.432,50	239.719,33	264.290,56	291.380,35	321.246,83
Total ingresos	217.432,50	239.719,33	264.290,56	291.380,35	321.246,83
Egresos					
Costos	153.687,85	169.440,86	186.808,55	205.956,42	227.066,96
Gastos administrativos	12.373,60	12.992,28	13.641,89	14.323,99	15.040,19
Gastos de venta	11.703,15	12.288,31	12.902,72	13.547,86	14.225,25
Depreciaciones	2.561,11	2.561,11	2.561,11	2.561,11	2.561,11
Gastos constitución	251,60	251,60	251,60	251,60	251,60
Obligaciones financieras	7.830,51	7.830,51	7.830,51	7.830,51	0,00
Imprevistos	1.201,24	1.261,30	1.324,36	1.390,58	1.460,11
Total egresos	189.609,06	206.625,97	225.320,75	245.862,07	260.605,22
Flujo neto	27.823,44	33.093,36	38.969,81	45.518,27	60.641,61

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

5.10 EVALUADORES DEL PROYECTO

La evaluación financiera permite conocer si la inversión propuesta será económicamente rentable para determinar la factibilidad del proyecto.

5.10.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor actual neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión con la siguiente fórmula:

$$VAN = < inversión > + \sum \frac{\text{flujos de caja netos}}{(1 + i)^n}$$

CUADRO N° 69
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS (LIBRE)	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS (CON PROTECCIÓN)	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	27.823,44	23.980,73	19.484,66	16.793,63
2	33.093,36	24.583,53	22.729,91	16.885,00
3	38.969,81	24.950,73	26.337,12	16.862,55
4	45.518,27	25.118,43	30.343,22	16.744,35
5	60.641,61	28.842,25	42.808,41	20.360,45
TOTAL		127.475,67		87.645,99
<inversión>		64.053,56		64.053,56
VALOR ACTUAL NETO		63.422,12		23.592,43

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

El VAN es positivo, es decir, el proyecto producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida. El proyecto es viable.

5.10.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. La tasa interna de retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Para su cálculo se utiliza el método de interpolación, se escoge dos tipos de van uno positivo y otro negativo y se realiza la diferencia de tasas y valores para aplicar la siguiente fórmula y determinar el valor de la tasa interna de retorno.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

CUADRO N° 70
CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJOS NETOS	VAN 20%	VAN 61%
1	27.823,44	23.186,20	17.281,64
2	33.093,36	22.981,50	12.767,01
3	38.969,81	22.551,98	9.337,93
4	45.518,27	21.951,33	6.774,58
5	60.641,61	24.370,50	5.605,85
TOTAL		115.041,50	51.767,00
<inversión>		-53.630,15	-53.630,15
VALOR ACTUAL NETO		61.411,35	-1.863,15

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

$$TIR = 0,20 + (0,61 - 0,20) \frac{61.411,35}{61.411,35 - (-1.863,15)}$$

$$TIR = 60\%$$

La tasa interna de retorno es 60%, valor superior a la tasa mínima aceptable, siendo un proyecto factible y rentable para ponerlo en marcha.

5.10.3 BENEFICIO-COSTO

El beneficio de un proyecto está dado por los ingresos. A mayores ingresos obtendremos mayor beneficio pero en términos del poder adquisitivo actual.

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{\sum \frac{ingresos}{(1+i)^n}}{\sum \frac{egresos}{(1+i)^n}}$$

CUADRO N° 71
CÁLCULO DEL BENEFICIO COSTO

INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
217.432,50	189.609,06	187.402,82	163.422,09

239.719,33	206.625,97	178.076,41	153.492,88
264.290,56	225.320,75	169.214,15	144.263,41
291.380,35	245.862,07	160.792,93	135.674,50
321.246,83	260.605,22	152.790,80	123.948,56
TOTAL		848.277,12	720.801,45

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{848.277,12}{720.801,45}$$

$$BENEFICIO/COSTO = 1,18$$

Por cada dólar que tiene el costo del proyecto el beneficio es de 1,18. Los ingresos superan a los egresos en 0,18. El proyecto es factible porque el beneficio supera a 1.

5.10.4 TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTO

Este indicador compara los ingresos deflactados con la inversión total del proyecto.

$$TASA DE RENDIMIENTO B/C = \frac{\sum \frac{ingresos}{(1+i)^n}}{inversión\ total\ del\ proyecto}$$

$$TASA DE RENDIMIENTO B/C = \frac{848.277,12}{64.053,56}$$

$$TASA DE RENDIMIENTO B/C = 13,24$$

Por cada dólar invertido el proyecto genera ingresos de 13,24

5.10.5 TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO N° 72

TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	FLUJOS DE CAJA	SUMATORIA
------	----------------	-----------

1	27.823,44	27.823,44
2	33.093,36	60.916,80
3	38.969,81	99.886,61
4	45.518,27	145.404,88
5	60.641,61	206.046,50

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

La inversión total del proyecto es de 64.053,56 y se la recupera en dos años y un mes de operación de la empresa, pudiendo posteriormente invertir en vehículos, ya que este servicio es contratado.

5.10.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto y se calcula con la siguiente fórmula:

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{\text{costo fijo} + \text{inversión fija}}{\text{precio de vta} - \text{costos variables}}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{29.228,08 + 46.191,70}{2,50 - 1,61}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = 30.166,30$$

El proyecto absorberá los costos fijos cuando produzca y venda 30166,30 unidades y cuando supere este nivel generará rentabilidad.

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1 LA EMPRESA

6.1.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

En las encuestas a los potenciales consumidores se presentó tres opciones para seleccionar el nombre de la empresa de servicios gastronómicos con entrega a domicilio para el personal docente de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra, las cuales fueron:

- Como en su casa
- Sabor casero
- Delicias caseras

El nombre que tuvo más aceptación por la mayoría de los encuestados fue *“COMO EN SU CASA”* que se constituye en la razón social de la empresa.

6.1.2 LOGOTIPO



“Comida con sabor de hogar”

6.1.3 TITULARIDAD DE LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA

La empresa de servicios gastronómicos será una compañía anónima formada por dos socios los cuales aportan el 50% de las acciones cada uno.

En consecuencia, la razón social de la empresa es: *COMO EN SU CASA SOCIEDAD ANÓNIMA*

6.1.4 TIPO DE EMPRESA

COMO EN SU CASA S. A. es una empresa que pertenece al sector de servicios de la ciudad de Ibarra, que entrega alimentación a domicilio, específicamente a los docentes de las instituciones fiscales en su horario de almuerzo.

6.2 ASPECTOS LEGALES

De acuerdo a la Ley de Compañías podemos mencionar ciertos puntos claros sobre la constitución de una Sociedad Anónima.

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima” o las correspondientes siglas.

No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de la empresa como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, etc, no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de la Ley de Compañías para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas.

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente.

Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías.

En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán valuados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrario.

En la constitución sucesiva, los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.

Los suscriptores harán sus aportes en dinero, mediante depósito en cuenta especial, a nombre de la compañía en promoción, bajo la designación especial de "Cuenta de Integración de Capital", la que será abierta en los bancos u otras instituciones de crédito determinadas por los promotores en la escritura correspondiente.

La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda al capital aportado. La emisión que viole esta norma será nula. El contrato de formación de la compañía determinará la forma de emisión y suscripción de las acciones.

La suscripción de acciones es un contrato por el que el suscribiente se compromete para con la compañía a pagar un aporte y ser miembro de la misma, sujetándose a las normas del estatuto y reglamentos, y aquella a realizar todos los actos necesarios para la constitución definitiva de la compañía, a reconocerle la calidad de accionista y a entregarle el título correspondiente a cada acción suscrita.

Este contrato se perfecciona por el hecho de la suscripción por parte del suscriptor, sin que pueda sujetarse a condición o modalidad que, de existir, se tendrán por no escritas.

Las acciones serán nominativas. La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no estén totalmente pagadas. Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.

Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto. Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas.

Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía.

El monto de las acciones preferidas no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito de la compañía.

Es prohibido a la compañía constituir o aumentar el capital mediante aportaciones recíprocas en acciones de propia emisión, aún cuando lo hagan por interpuesta persona.

Los títulos correspondientes a las acciones suscritas en el acto de constitución de la compañía, serán expedidos dentro de los sesenta días siguientes a la inscripción del contrato en el Registro Mercantil.

En la constitución sucesiva de una compañía, los títulos se expedirán dentro de los ciento ochenta días siguientes a la inscripción en el Registro Mercantil de la escritura de constitución definitiva.

Antes de obtener la aprobación definitiva de la Superintendencia de Compañías para la constitución de la compañía, solamente se otorgará certificados provisionales o resguardos. Los títulos de acción conferidos antes de la inscripción de la escritura de constitución o del contrato en que se aumente el capital son nulos.

Siempre que se haya pagado el cincuenta por ciento, por lo menos, del capital inicial o del aumento anterior, la compañía podrá acordar un aumento del capital social.

Los títulos en acciones estarán escritos en idioma castellano y contendrán las siguientes declaraciones:

- El nombre y domicilio principal de la compañía;
- La cifra representativa del capital autorizado, capital suscrito y el número de acciones en que se divide el capital suscrito;
- El número de orden de la acción y del título, si éste representa varias acciones, y la clase a que pertenece;
- La fecha de la escritura de constitución de la compañía, la notaría en la que se la otorgó y la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, con la indicación del tomo, folio y número;
- La indicación del nombre del propietario de las acciones;
- Si la acción es ordinaria o preferida y, en este caso, el objeto de la preferencia;
- La fecha de expedición del título; y,
- La firma de la persona o personas autorizadas.
- Los títulos y certificados de acciones se extenderán en libros talonarios correlativamente numerados.

Entregado el título o el certificado al accionista, éste suscribirá el correspondiente talonario. Los títulos y certificados nominativos se inscribirán, además, en el libro de Acciones y Accionistas, en el que se anotarán las sucesivas transferencias, la constitución de derechos reales y las demás modificaciones que ocurran respecto al derecho sobre las acciones.

La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley de Compañías.

La acción es indivisible. En consecuencia, cuando haya varios propietarios de una misma acción, nombrarán un apoderado o en su falta un administrador común; y, si no se pusieren de acuerdo, el nombramiento será hecho por el juez a petición de cualquiera de ellos.

Los copropietarios responderán solidariamente frente a la compañía de cuantas obligaciones se deriven de la condición de accionista.

Los accionistas tendrán derecho preferente, en proporción a sus acciones, para suscribir las que se emitan en cada caso de aumento de capital suscrito. Este derecho se ejercerá dentro de los treinta días siguientes a la publicación por la prensa del aviso del respectivo acuerdo de la junta general.

La compañía podrá acordar el aumento del capital social mediante emisión de nuevas acciones o por elevación del valor de las ya emitidas.

El aumento de capital por elevación del valor de las acciones requiere el consentimiento unánime de los accionistas si han de hacerse nuevas aportaciones en numerario o en especie. Se requerirá unanimidad de la junta si el aumento se hace por capitalización de utilidades. Pero, si las nuevas aportaciones se hicieren por capitalización de reserva o por compensación de créditos, se acordarán por mayoría de votos.

El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones. Las compañías anónimas consideran como socio al inscrito como tal en el libro de acciones y accionistas.

Los fundadores y promotores son responsables solidaria e ilimitadamente, frente a terceros, por las obligaciones que contrajeren para constituir la compañía.

El contrato social fijará la estructura administrativa de la compañía.

La Superintendencia de Compañías no aprobará la constitución de una compañía anónima si en el contrato social no aparece claramente determinado quién o quiénes tienen su representación judicial y extrajudicial. Esta representación podrá ser confiada a directores, gerentes, administradores u otros agentes.

La representación de la compañía se extenderá a todos los asuntos relacionados con su giro o tráfico, en operaciones comerciales o civiles, incluyendo la constitución de prendas de toda clase. El contrato podrá limitar esta facultad. Se necesitará autorización de la junta general para enajenar o hipotecar los bienes sociales.

Los administradores, miembros de los organismos administrativos y agentes, solo podrán ser nombrados temporal y revocablemente.

Los administradores tendrán la responsabilidad derivada de las obligaciones que la ley y el contrato social les impongan como tales y las contempladas en la ley para los mandatarios; igualmente, la tendrán por la contravención a los acuerdos legítimos de las juntas generales.

No pueden ser administradores de la compañía sus banqueros, arrendatarios, constructores o suministradores de materiales por cuenta de la misma.

Para desempeñar el cargo de administrador se necesita tener la capacidad necesaria para el ejercicio del comercio y no estar comprendido en las prohibiciones e incompatibilidades que el Código de Comercio establece por ello.

El administrador continuará en el desempeño de sus funciones, aún cuando hubiere concluido el plazo para el que fue designado, mientras el sucesor tome posesión de su cargo.

Si la Superintendencia de Compañías estableciere que los datos y cifras constantes en el balance y en los libros de contabilidad de una compañía no son exactos o contienen errores comunicará al representante legal y a los comisarios de la compañía respectiva las observaciones y conclusiones a que hubiere lugar, concediendo el plazo de hasta treinta días para que se proceda a las rectificaciones o que se formulen los descargos pertinentes. El Superintendente de Compañías, a solicitud fundamentada de la compañía, podrá ampliar dicho plazo.

6.3 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

6.3.1 MISIÓN

Como en su casa es una empresa de servicios gastronómicos a domicilio, dirigida a satisfacer las necesidades de alimentación de los docentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ibarra con alimentos de calidad y un servicio eficiente y cortés.

6.3.2 VISIÓN

En el año 2018, Como en su casa, será una empresa de servicios gastronómicos a domicilio referente en la provincia de Imbabura que brinde sus servicios a varios sectores de la economía local.

6.3.3 VALORES INSTITUCIONALES

Como en su casa tiene como filosofía institucional los siguientes valores que se constituyen en hábitos para sus colaboradores.

- **SERVICIO:** brindar a los consumidores alimentación nutritiva.
- **CALIDAD:** elaborar cuidadosamente los alimentos con materia prima y mano de obra de calidad.
- **MEJORA CONTINUA:** siempre buscar hacer mejor nuestro trabajo
- **HONESTIDAD:** actuar con respeto a la verdad
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EL AMBIENTE:** manejar de forma correcta los desperdicios para reducir el riesgo medio ambiental.
- **COMPROMISO CON EL CLIENTE:** orientar las acciones hacia el cliente, satisfaciendo sus necesidades y expectativas con un servicio excelente.

6.3.4 OBJETIVOS

- Brindar un servicio ágil y oportuno a nuestros clientes para lograr su satisfacción y lealtad a nuestros productos

- Ser participativos y efectivos trabajando juntos para el cumplimiento de nuestras metas empresariales.
- Adoptar las mejores prácticas para una adecuada administración de los procesos, buscando la mejora continua y un alto grado de calidad de servicio.
- Crecer día a día para lograr convertirse en la mayor factoría de la ciudad de Ibarra de servicios gastronómicos a domicilio.
- Lograr el desarrollo integral de la empresa mejorando la calidad de servicios y rentabilidad.

6.3.5 POLÍTICAS

- Garantizar la satisfacción de los clientes entregando servicios eficientes, a través de un equipo humano competente y comprometido.
- La empresa es de todos sus clientes y por ello busca el reconocimiento, la valoración, para lo cual mantendrá una permanente comunicación y brindará toda la información necesaria de los servicios.
- Buscamos que cada uno que integra la empresa maneje un diálogo amable y positivo, proyecte una excelente imagen empresarial y haga lo necesario para entender y satisfacer las necesidades de los clientes en forma oportuna, continua y eficiente, de forma que la orientación hacia el servicio sea nuestra primera prioridad.
- La empresa hará una gestión ambiental integral de los desechos bajo responsabilidad directa.
- La empresa investigará y aplicará las mejores prácticas de gestión en sus servicios.
- Buscamos alcanzar los fines organizacionales con la participación de todo el personal directo de la empresa, creando un ambiente empresarial amable, productivo, basado en el respeto integral por las personas y promoviendo una remuneración justa, para hacer del trabajo una fuente de desarrollo humano y profesional.

- La empresa cumplirá su función de atención oportuna y adecuada de los servicios, de forma que el desarrollo de sus actividades se realice con calidad.
- La empresa se proyectará al mercado local para posicionarse y generar confianza en la prestación de sus servicios.

6.3.6 ESTRATEGIAS

- Consolidar el reconocimiento local.
- Alcanzar la excelencia en nuestros servicios
- Mejorar la calidad en la gestión integral en nuestros servicios.
- Fortalecer una familia empresarial comprometida con los objetivos y direccionamiento estratégico.
- Garantizar la sostenibilidad financiera.
- Promocionar los servicios.
- Evacuación y tratamiento de desechos residuales.
- Lograr la participación del personal, promoviendo la actitud y aptitud que facilite los objetivos de la empresa
- Gestión del conocimiento para el capital humano.
- Controlar los recursos financieros.

6.4 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

6.4.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto se necesita de una estructura administrativa sencilla que de acuerdo a la actuación de la demanda y la capacidad de producción se considerará el aumento de personal requerido.

Cada uno de los integrantes del proyecto cuenta con una labor específica con el fin de canalizar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más adecuada posible.

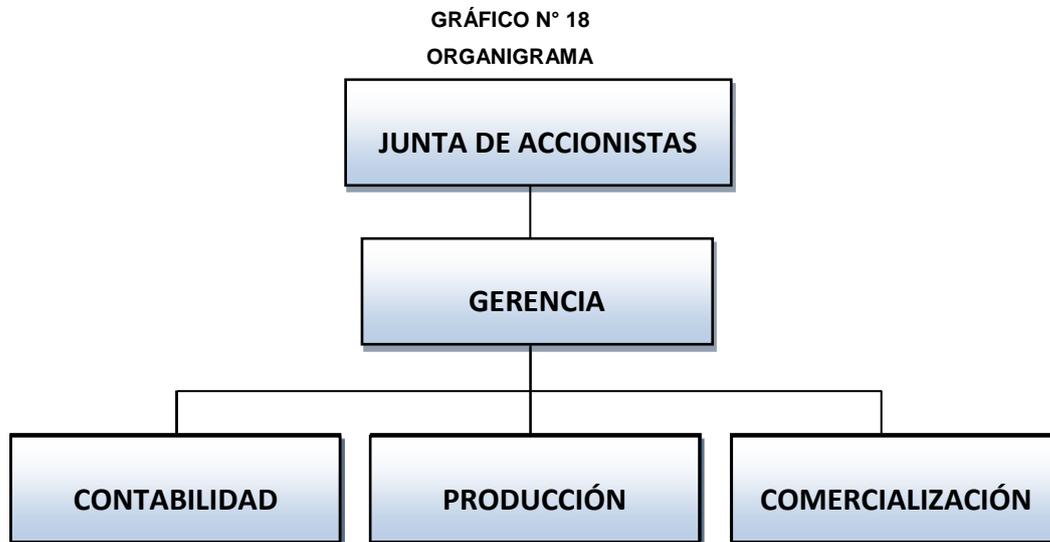
En desarrollo del mismo podrá la sociedad ejecutar todos los actos o contratos que fueren convenientes o necesarios para el cabal

cumplimiento de su objeto social y que tengan relación directa con el objeto mencionado.

6.4.2 ORGANIGRAMA

La estructura del organigrama está formada piramidalmente desde la dirección general hasta las unidades operativas según los niveles jerárquicos. Pues nos ayuda a tener una debida organización y división de tareas y responsabilidades para los diferentes puestos de trabajo, esto implica una gran responsabilidad pues se deberán tomar decisiones que beneficien a la empresa pues cada cargo lo ocupan personas capaces y responsables de realizar su trabajo de forma eficaz, eficiente y efectiva para la empresa con una adecuada coordinación y comunicación ya que es un elemento clave

La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama a través de las áreas por las que está constituida.



ELABORADO POR: Autoras

6.4.3 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

El análisis de cargos es indispensable ya que luego de conocer el organigrama debemos conocer funciones, requerimientos mínimos y demás aspectos de los cargos que se van a crear con la microempresa.

CUADRO N° 73
FUNCIONES DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS

PUESTO	COMPETENCIAS	INDICADORES	NIVEL DE EXIGENCIAS	PERFIL ROL	FUNCIONES
Junta de Accionistas	<p>TÉCNICO FUNCIONAL Asamblea de accionistas</p> <p>ESTRUCTURAL Toma de decisiones que guiarán el presente y el futuro</p>	<p>Normas y estatutos</p> <p>Ordenamientos jurídicos</p>	<p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p> <p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p>	Constitución en forma legal de acuerdo a la ley pública	<p>Encargada de dirigir a los administradores de la empresa.</p> <p>Obligación de cubrir, al ente social, el monto de su aportación en el plazo convenido.</p> <p>Los socios deben participar de las utilidades que la sociedad obtenga anualmente, proporcionalmente al monto de su aportación.</p> <p>Corporativos: destacan desde luego el derecho que tienen los socios de participar en las deliberaciones de la sociedad mediante el voto, de manera proporcional a su participación accionaria.</p> <p>Puede considerar el derecho que tienen los socios de ocupar cargos en la administración o vigilancia de la sociedad.</p> <p>En desarrollo del mismo podrá la sociedad ejecutar todos los actos o contratos que fueren convenientes o necesarios para el cabal cumplimiento de su objeto social y que tengan relación directa con el objeto mencionado.</p> <p>Aprobar su propio reglamento, así como sus modificaciones posteriores. Aprobar las cuentas anuales individuales y consolidadas de la empresa</p>

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 74
FUNCIONES DEL GERENTE

PUESTO	COMPETENCIAS	INDICADORES	NIVEL DE EXIGENCIAS	PERFIL ROL	FUNCIONES
Gerente	<p>TÉCNICO FUNCIONAL Habilidad para negociar con clientes y proveedores</p> <p>ESTRUCTURAL Capacidad para la toma de decisiones en situaciones imprevistas.</p>	<p>Volumen de ventas registradas en los primeros seis meses.</p> <p>Aseguramiento de la operación de manera rentable y eficiente.</p>	<p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p> <p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p>	<p>Sólida experiencia aprobada en negocios de servicios gastronómicos</p> <p>Habilidad administrativa y capacidad para dirigir personal.</p> <p>Muy buenas relaciones humanas.</p> <p>Ética en sus transacciones</p> <p>Trabajo a presión.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo a nivel profesional.</p> <p>Altos niveles de liderazgo</p> <p>Desarrollo profesional.</p>	<p>Representar a la empresa tanto en lo legal como administrativo.</p> <p>Planificación, dirección y control de la gestión técnica y administrativa con el objetivo de incrementar las ventas.</p> <p>Motivar a los empleados a la mayor participación de las tareas.</p> <p>Realizar la gestión económica y financiera de los créditos con entidades financieras.</p> <p>Formular estrategias de comercialización para expandir el mercado.</p> <p>Prever, adquirir, distribuir y controlar los recursos materiales entregados para efectuar las respectivas tareas de producción.</p> <p>Responsabilizarse del mantenimiento de la infraestructura, de la integridad y buen uso de los muebles y herramientas.</p> <p>Realiza un análisis del beneficio del restaurante y el nivel de ventas</p> <p>Responsabilizarse de las tareas administrativas y logísticas de la microempresa.</p>

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 75
FUNCIONES DEL CONTADOR

PUESTO	COMPETENCIAS	INDICADORES	NIVEL DE EXIGENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES
Contador	<p>TÉCNICO FUNCIONAL Conocimientos especializados en el área contable</p> <p>ESTRUCTURAL Calidad, eficiencia y eficacia en la función por desempeñar</p>	<p>Balances contables reales</p> <p>Manejar los recursos financieros con eficiencia y transparencia</p>	<p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p> <p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p>	<p>Transparencia en sus actuaciones</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Vocación de servicio.</p> <p>Capacidad organizativa.</p> <p>Capacidad para resolver problemas.</p> <p>Discreción y honestidad comprobadas.</p> <p>Manejar buenas relaciones interpersonales.</p> <p>Facilidad de trabajo en equipo.</p> <p>Estabilidad emocional.</p> <p>Valores éticos.</p> <p>Capacidad para desarrollarse en las funciones determinadas</p>	<p>Diseñar implementar y mantener el sistema de contabilidad.</p> <p>Vigilar que los registros contables se lleven correctamente.</p> <p>Llevar a cabo el registro de todas las operaciones contables de la empresa.</p> <p>Elaborar semestralmente los estados financieros e informes especiales que le sean solicitados.</p> <p>Velar porque los libros de contabilidad se mantengan al día.</p> <p>Dirigir el inventario de activos cada seis meses.</p> <p>Mantener registro actualizado de la disponibilidad de fondos en las cuentas de la empresa</p>

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 76
FUNCIONES DEL CHEF

PUESTO	COMPETENCIAS	INDICADORES	NIVEL DE EXIGENCIAS	PERFIL ROL	FUNCIONES
Chef	<p>TÉCNICO FUNCIONAL Conocimientos especializados en el área de gastronomía</p> <p>ESTRUCTURAL Calidad, eficiencia</p>	<p>Nivel de calidad en el producto final.</p> <p>Apropiado</p>	<p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p>	<p>Manejar buenas relaciones interpersonales.</p> <p>Facilidad de trabajo en</p>	<p>Planificar y coordinar todas las actividades de producción de la microempresa</p> <p>Responsable de planear los menús.</p>

	y eficacia en la función por desempeñar	manejo de personal e insumos.	<input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo	<p>equipo.</p> <p>Don de mando</p> <p>Persona capaz de asumir retos, creatividad, liderazgo, ímpetu en las actividades propuestas a realizar.</p> <p>Tener conocimiento de inventarios de alimentos.</p> <p>Conocimiento en la creación de recetas estándar y los gramajes y cantidades requeridas para cada plato a crear.</p> <p>Ser capaz de tomar decisiones en los momentos que sean necesarias.</p>	<p>Establecer los máximos y mínimos del stock de los alimentos para que se tenga en almacén.</p> <p>Responsable de ordenar, supervisar y proveer todos los productos alimenticios e insumos para la cocina.</p> <p>Responsabilidad para pedir el equipamiento de la cocina, y para la limpieza.</p> <p>Capacidad para contratar y dirigir a todo el personal de la cocina.</p> <p>Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</p> <p>Coordinar y supervisar la producción/servicio</p> <p>Resolver los problemas que se presenten para producir y comercializar el producto.</p> <p>Garantizar la calidad del producto y capacidad para satisfacer la demanda.</p> <p>Brindar permanente asistencia técnica</p> <p>Mantener los más altos estándares de la higiene en la cocina.</p> <p>Formular, junto con el gerente, las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la planta física.</p> <p>Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así</p>
--	---	-------------------------------	--	---	---

					como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.
--	--	--	--	--	---

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 77
FUNCIONES DE LOS TRABAJADORES DE COCINA

PUESTO	COMPETENCIAS	INDICADORES	NIVEL DE EXIGENCIAS	PERFIL ROL	FUNCIONES
Trabajadores de cocina	<p>TÉCNICO FUNCIONAL Conocimiento sobre cocción de alimentos</p> <p>ESTRUCTURAL Responsabilidad y honestidad a toda prueba.</p>	<p>Nivel de eficacia en la productividad.</p> <p>Nivel de satisfacción del consumidor.</p>	<p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p> <p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p>	<p>Disponibilidad de tiempo inmediato.</p> <p>Puntualidad y responsabilidad</p> <p>Ser proactivo.</p> <p>Formación académica básica</p> <p>Estabilidad emocional</p> <p>Ser cuidadoso e higiénico</p>	<p>Tendrán a su cargo la despensa diaria.</p> <p>Cumplir con las tareas designadas a cada uno de los trabajadores</p> <p>Ayudar al chef a desarrollar los menús que crea necesario para la empresa.</p> <p>Efectuar los turnos de trabajo destinados.</p> <p>Comunicar oportunamente a su jefe inmediato de cualquier eventualidad.</p> <p>Contribuir al logro de los objetivos planteados por la empresa.</p> <p>Mantener la higiene.</p> <p>Buena utilización de los desechos</p>

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CUADRO N° 78
FUNCIONES DE LOS AYUDANTES DE COCINA

PUESTO	COMPETENCIA	INDICADORES	NIVEL DE EXIGENCIAS	PERFIL ROL	FUNCIONES
Ayudante de Cocina	<p>TÉCNICO FUNCIONAL Conocimiento sobre cocción de alimentos</p> <p>ESTRUCTURAL</p>	Nivel de eficacia en las tareas designadas	<p><input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo</p>	<p>Vocación de servicio.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Disponibilidad</p>	<p>Cuidar del aseo integral del local.</p> <p>Colaborar con el chef y con las trabajadoras de cocina y en todo lo que se</p>

	Responsabilidad y honestidad a			de tiempo inmediato. Puntualidad y responsabilidad. Ser cuidadoso e higiénico	requiera. Colaborar con el jefe de cocina en las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento oportuno, suministro y control de los inventarios con respecto a productos destinados para su área de trabajo. Efectuar los turnos de trabajo destinados. Comunicar oportunamente a su jefe inmediato de cualquier eventualidad. Mantener la higiene de la empresa. Buena utilización de los desechos
--	--------------------------------	--	--	---	---

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

7.1 ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS

Los impactos son los efectos derivados del desarrollo del proyecto y pueden observarse en la etapa de implementación, se refieren a las consecuencias planeadas o no previstas.

Sin embargo realizaremos estrategias para minimizar aquellos impactos negativos y de igual manera potenciaremos determinados impactos que se originen positivos.

Para determinar el nivel de los impactos del proyecto se utilizó una matriz que nos permite determinar la consecuencia negativa o positiva del mismo, utilizando la siguiente escala:

CUADRO N° 79
ESCALA DE EVALUACIÓN DE LOS IMPACTOS

PONDERACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3
IMPACTO	ALTO NEGATIVO	MEDIO NEGATIVO	BAJO NEGATIVO	NO HAY IMPACTO	BAJO POSITIVO	MEDIO POSITIVO	ALTO POSITIVO

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

7.2 IMPACTO SOCIAL

El impacto social tiene un efecto alto positivo, es decir, el proyecto beneficiará tanto a los trabajadores como a sus clientes, mejorando su calidad de vida y reduciendo las necesidades de obtener un puesto de trabajo estable y de alimentación, respectivamente.

CUADRO N° 80
IMPACTO SOCIAL

PONDERACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores y clientes							X	3
Reducción de las necesidades						X		2
Generación de fuentes de empleo							X	3
Estabilidad laboral de trabajadores							X	3
Beneficios sociales de trabajadores							X	3
TOTAL						2	12	14
PROMEDIO 14/5								2.8

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

7.3 IMPACTO ECONÓMICO

Un efecto medio positivo tiene el impacto económico del proyecto, considerando que la ejecución del mismo contribuye al desarrollo de la economía local, incrementando el poder adquisitivo de sus propietarios y trabajadores debido a la rentabilidad que se estima obtener con el proyecto. También existe un efecto económico para los consumidores porque se establecerá un precio razonable para el servicio ofrecido.

CUADRO N° 81
IMPACTO ECONÓMICO

PONDERACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Obtención de una buena rentabilidad						X		2
Impuestos para el fisco						X		2
Incremento del poder adquisitivo de propietarios y empleados						X		2
Contribución al desarrollo de la economía							X	3
Precios justos para los consumidores						X		2
TOTAL						8	3	11
PROMEDIO 11/5								2.2

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

En la actualidad las acciones para evitar la contaminación son relevantes en las organizaciones y familias que observamos los cambios en el ambiente debido a la contaminación. La presente propuesta tendrá un impacto ambiental mínimo, puesto que el efecto al medio ambiente será reducido. Se tomará medidas para clasificar los residuos orgánicos e inorgánicos y se reciclará aquellos que sea posible realizarlo. Adicionalmente, se utilizará productos naturales y en buen estado para la preparación de alimentos. Además emprenderá planes de vigilancia y control ambiental con el fin de detectar los problemas a tiempo y así darles una solución inmediata.

CUADRO N° 82
IMPACTO AMBIENTAL

PONDERACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clasificación de desperdicios							X	3
Reciclaje de residuos orgánicos							X	3
Contaminación al entorno		X						-2
Basura biodegradable					X			1
Utilización de productos naturales en la preparación de los alimentos							X	3
Aparecimiento de plagas	X							-3
TOTAL	-3	-2			1		9	5
PROMEDIO 5/5								0.71

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

7.5 IMPACTO EMPRESARIAL

El impacto empresarial del proyecto es alto positivo porque es una idea nueva de negocio que surge de una política de estado para el magisterio ecuatoriano. La microempresa busca posicionarse en el mercado de los servicios de alimentación a domicilio a docentes para posteriormente incursionar en otros sectores y lograr la fidelización de sus clientes. También busca ser reconocida por la excelente atención al

cliente y calidad del producto ofrecido, aspecto que produce una publicidad boca o boca entre los consumidores.

**CUADRO N°83
IMPACTO EMPRESARIAL**

PONDERACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Emprendimiento							X	3
Excelente atención al cliente							X	3
Gestión de los recursos						X		2
Competitividad. Creatividad						X		2
Adaptación a las preferencias del mercado							X	3
Posicionamiento							X	3
Fidelización de los clientes							X	3
TOTAL						4	15	19
PROMEDIO 19/7								2.71

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

7.6 IMPACTO GENERAL

El proyecto tiene un impacto general alto positivo, en consecuencia, su ejecución beneficia a sus propietarios, trabajadores, consumidores y la sociedad en general. La empresa de servicios gastronómicos con entrega a domicilio para el personal docente de la ciudad de Ibarra tiene efectos positivos que hacen relevante su puesta en marcha.

**CUADRO N°84
IMPACTO GENERAL**

PONDERACIÓN	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto social							X	3
Impacto económico						X		2
Impacto ambiental					X			1
Impacto empresarial							X	3
TOTAL						2	6	9
PROMEDIO 11/4								2.25

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autoras

CONCLUSIONES

- Se determinó que existe escasez de servicios de alimentación a domicilio en la ciudad de Ibarra, los restaurantes actuales no prestan ese servicio en forma adecuada y no existen empresas que se dediquen específicamente a ofrecer este producto que es prácticamente nuevo pero necesario en una ciudad donde el ritmo de vida es acelerado.
- Se pudo concluir que la oferta de alimentación a domicilio para los docentes de la ciudad de Ibarra es insuficiente, existiendo un nicho de mercado relativamente nuevo que se debe aprovechar en las circunstancias actuales.
- En la provincia de Imbabura no existen proveedores específicos de los equipos y utensilios necesarios para implementar un restaurante con los requerimientos técnicos suficientes para brindar un buen servicio.
- No existe, hasta el momento, una ley o disposición gubernamental sobre el uso de gas doméstico e industrial por lo que se sigue utilizando el gas doméstico en restaurantes ya que tiene un costo bajo.
- Se identificó que el negocio de alimentación es muy rentable cuando es administrado adecuadamente y cuando se optimiza la capacidad instalada y el recurso humano.
- La adecuada asignación y segregación de funciones permite optimizar los recursos, evitando conflictos entre el personal integrante de cada área, ya que tienen establecido individualmente sus funciones.
- En los restaurantes el impacto ambiental es importante y sus efectos negativos en el medio ambiente provocan contaminación si los desechos no son manejados adecuadamente.

RECOMENDACIONES

- El servicio de alimentación a domicilio debería ser una actividad aprovechada para emprender negocios creativos y crear empresas donde se generen fuentes de empleo y permita mejorar la calidad de vida de quienes estén involucrados directa o indirectamente con estos negocios.
- Las constantes regulaciones gubernamentales deben ser aprovechadas, se debe analizar los efectos positivos, antes de rechazarlas y oponerse a los cambios que sabemos son ejecutados por el gobierno nacional.
- Se debería emprender en negocios que asesoren y provean de equipos e implementos de trabajo para las empresas que elaboran alimentos, sería una fuente de empleo más que aportaría con el mejoramiento de las condiciones de vida de sus involucrados.
- Las autoridades deben regular los costos y utilización del gas para los negocios donde se utiliza como materia prima en el proceso productivo, analizando el tipo de negocio y el nivel de producción de cada uno.
- Se debe implementar y difundir un manual de funciones para evitar la duplicidad de actividades y el conflicto entre empleados de una empresa.
- Es necesario implementar medidas para mitigar los efectos ambientales en las empresas de servicios gastronómicos donde los desperdicios orgánicos mal manejados provocan la contaminación. Las autoridades también deben regular este aspecto.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA, Germán. Proyectos Formulación, Evaluación y Control, 1998, Colombia
- BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos, Editorial McGraw-Hill, 2009, Quinta Edición
- BRAVO, Mercedes. Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, Séptima Edición, 2008, Quito-Ecuador
- BREITNER K, Leslie. Elementos Esenciales de la Contabilidad, McGraw-Hill, 2010, Última edición
- CANTOS, Enriqueta. Diseño y Gestión de Microempresas, Editorial Codeu, 2006, Quito-Ecuador.
- CHIAVENATO, Idalberto; Introducción a la Teoría General de la Administración, Editorial McGraw-Hill, Quinta Edición, 2009, Colombia
- COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN. Guías para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado, 2005, Editorial Universitaria
- CÓRDOBA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ecoe Ediciones, 2006, Bogotá
- GARCÍA, Julio. Prácticas de la Gestión Empresarial, Editorial Ortíz, 2010, Quito-Ecuador
- JÁCOME, Walter Msc. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión; CUDIC Editorial Universitaria, 2005, Ibarra-Ecuador
- LEIVA, Francisco. Nociones de Metodología de Investigación Científica, Editorial Ortíz, Quinta Edición, 2008, Quito-Ecuador
- MONTEROS, Edgar. Manual de Gestión Microempresarial, Editorial Universitaria, 2005, Ibarra-Ecuador.
- PAZMIÑO, Iván. Investigación Científica “Tiempo de Investigar”, Editorial Gruleer, 2007, Quito-Ecuador
- PÉREZ, A Investigación Fundamentos y Metodología, Editorial Pearson Prentice Hall, Primera Edición, 2007, México

- POSSO, Miguel. Metodología para el Trabajo de Grado, Editorial NINA Comunicaciones, Tercera Edición, 2006, Quito-Ecuador
- SARMIENTO, R. Contabilidad General, Editorial Voluntad, Décima Edición, 2008, Quito-Ecuador
- STANTON, ETZEL, WALKER. Fundamentos de Marketing, Editorial McGraw-Hill, 2007, 14° Edición
- VAN HORNE, James y WACHOWICZ, John. Fundamentos de Administración Financiera, Pearson Educación, 2002, Miami
- VELÁSQUEZ, Marcela. Segmentación de Mercado, Editorial Universal de los Andes, 2001, Bogotá
- ZORRILLA, Santiago, TORRES, Miguel, CERVO, Amado, BERVIAN, Pedro. Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hill, 2000, México

LINCOGRAFÍA

- <http://definicion.de/balance-general/>
- <http://definicion.de/docente/>
- <http://es.scribd.com/doc/12953479/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos>
- <http://es.scribd.com/doc/46434801/El-sistema-educativo-del-Ecuador>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_\(aprendizaje\) \(competencias\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_(aprendizaje)_%28competencias%29)
- http://es.wikipedia.org/wiki/Educaci%C3%B3n_social
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Profesor>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Valor>
- <http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- <http://www.definicionabc.com/economía/comercialización.php>
- <http://www.definicion.org/puntodeequilibrio>
- <http://www.definicionabc.com/economia/balance-general.php>
- <http://www.definiciones.com>
- <http://www.definiciones.com>
- <http://www.educacion.gob.ec/legislacion-educativa/loei.html>
- http://www.educacion.gov.ec/_upload/Nueva_LOEI.pdf
- http://www.educacion.gov.ec/interna_noticias.php?txtCodiNoti=2887
- http://www.estudiantes.info/ciencias_naturales/biologia/alimentacion_nutricion/index.htm
- <http://www.mailxmail.com/curso-factores-criticos-proyectos/impactos-proyecto>
- <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-gastronomia.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos89/estadoresultados/estado-resultados.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos89/estadoresultados/estado-resultados.shtml>
- <http://www.mujeresdeempresa.com/finanzas/080401-el-punto-de-equilibrio.asp>
- <http://www.oei.es/quipu/ecuador/ecu05.pdf>

- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
- <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- <http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap3.html>
- <http://www.universidadperu.com/gastronomia-peru.php>
- www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm
- www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DOCENTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

1. ¿En la institución donde usted trabaja, quién le provee la alimentación?

- Su familia ()
Bar de la institución ()
Restaurante con servicio a domicilio ()
Otros () especifique:.....

2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción con el servicio de alimentación actual que recibe?

- Muy satisfactorio () Satisfactorio () Poco satisfactorio () Insatisfactorio ()

3. ¿Cuántos días a la semana usted almuerza en el lugar mencionado anteriormente?

- De 1 a 3 días () De 1 a 5 días ()

4. ¿Qué horario tiene para almorzar?

- De 12:00 a 12:30 () De 12:30 a 13:00 () De 13:00 a 13:30 ()
Otro () especifique:.....

5. ¿Qué tipo de alimentación prefiere usted?

- Comida rápida () Comida vegetariana () Comida típica ()
Mariscos () Otros () especifique:.....

6. ¿Cuánto destina para su alimentación diaria?

- De 1.50 a 2.00 USD () De 2.00 a 2.50 USD () De 2.50 a 3.00 USD ()

7. ¿Le gustaría que una empresa de servicios gastronómicos le provea de su almuerzo en ésta institución?

- Si () No ()

8. Le gustaría que su menú diario contenga:

- Almuerzo completo (*entrada, consomé, plato fuerte, postre y bebida*) ()
Almuerzo simple (*consomé, plato fuerte y bebida*) ()
Medio almuerzo (*almuerzo completo en menor cantidad*) ()

9. El pago de sus almuerzos lo haría de forma:

- Semanal () Quincenal () Mensual ()

10. ¿Le gustaría recibir el menú para informarse semanalmente de los alimentos que recibirá?

Siempre () Casi siempre() Nunca()

11. ¿Qué nombre le parece adecuado para la empresa de servicios gastronómicos?

“como en su casa”() “sabor casero”() “delicias caseras”()

12. ¿Qué diario usted lee con frecuencia?

El Norte () El comercio () Hora ()

DATOS TÉCNICOS:

EDAD:

de 18 a 30 () de 31 a 40 () de 41 a 50 () de 50 en adelante ()

SEXO:

femenino () masculino ()

NIVEL DE INSTRUCCIÓN:

secundaria () superior ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES
DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS GASTRONÓMICOS**

1. ¿Ofrece el servicio de alimentación a domicilio?

Si () No ()

Si la respuesta es sí ¿A qué instituciones presta ese servicio?

Empresas () Instituciones financieras () Instituciones
educativas ()
Familias () Otras ()

**2. ¿Si presta el servicio a instituciones educativas, cuántos almuerzos
provee diariamente?**

De 1 a 5 almuerzos ()
De 5 a 10 almuerzos ()
De 10 a 15 almuerzos ()
De 15 a 20 almuerzos ()
Otros () especifique: _____

3. ¿Cuál es el valor de los almuerzos que usted ofrece?

De 1.50 a 2.00 USD ()
De 2.00 a 2.50 USD ()
De 2.50 a 3.00 USD ()

4. ¿Cuál es el valor de los almuerzos entregados a domicilio?

De 1.50 a 2.00 USD ()
De 2.00 a 2.50 USD ()
De 2.50 a 3.00 USD ()
De 3.00 a 3.50 USD ()

