



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA
EMPRESA DE ENTREGA DE LUNCH EJECUTIVO PARA LAS
EMPRESAS DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA: Cintya Pamela Brusil Hernández

DIRECTORA: Economista: Wilma Guerrero

16 DE MAYO DEL 2014

IBARRA – ECUADOR

RESUMEN EJECUTIVO

La ciudad de Ibarra posee una gran diversidad de empresas que se dedican a comercializar y ofertar servicios, estas empresas no cuentan con un servicio de alimentación para sus trabajadores, a pesar del gran número de restaurantes que se encuentran ejerciendo su actividad en esta ciudad, este sector no ha logrado ser bien atendido ya que los trabajadores no cuentan con el tiempo necesario para su hora de lunch. Por esta razón mediante el presente proyecto se pretende crear una nueva opción de servicio alimenticio que ofrece un concepto innovador, brindando atención rápida y proporcionando un servicio exclusivo para la hora del almuerzo de los trabajadores. Se realizó un diagnóstico situacional de los establecimientos que ofrecen comida, analizando los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. También se realizó un estudio de mercado el mismo que determinó la reacción de los posibles consumidores del servicio de lunch ejecutivo. En el estudio técnico se analizó el macro ambiente aportando una idea general de la situación económica y política del sector, además se analizó los factores que afectan el funcionamiento de las empresas, dicho estudio puntualizó también el proceso de atención al cliente. Se elaboró el estudio financiero el cual determinó la inversión total para el proyecto que es de 171.964,85 USD, después de analizar los ingresos, costos y gastos se estructuró los debidos estados financieros, con el análisis respectivo se estableció que el VAN es de 30.866,92 USD, el cuál es mayor a cero y positivo, por tanto se determina que el proyecto es factible. Se realizó la propuesta estratégica en la que se establece la razón social y sus estatutos legales. Con lo expuesto anteriormente queda claro que el proyecto es viable, además de que los impactos son positivos y amigables para su puesta en marcha.

SUMMARY

Ibarra has a great diversity of companies engaged in marketing and service offering, these companies do not have a feeder service for their workers, despite the large number of restaurants that are exercising their activity in this city this sector has failed to be well attended because workers do not have the time to your time of lunch. There fore through this project is to create a new food service option that offers an innovative concept, offering quick service and providing an exclusive service for lunchtime workers. To determine the viability of the project was determined through a situational analysis of tourist facilities such as restaurants, hotels and places that offer food, an analysis based on the attention span, thus establishing allies, opponents, and opportunities became and risks. A market study determined the same as the reaction of potential consumers of the service was also held executive lunch, plus a survey of potential consumers was made. The technical study analyzed the macro environment providing an overview of the economic and political situation of the sector, besides the factors affecting the operation of the companies analyzed, the study also pointed out the process customer. Financial study what the total investment for the project is \$ 171,964.85 determined, after analyzing revenues, costs and expenses proper financial statements are structured with the respective analysis established that the NPV is 30,866 was developed, 92 USD, which is greater than zero and positive, therefore it is determined that the project is feasible. Strategic proposal that business name and legal statutes of the constitution states is established. With the above it is clear that the project is viable, plus the impacts are positive and friendly for its implementation.

AUTORÍA

CERTIFICACIÓN DEL AUTORÍA TRABAJO DE GRADO

Yo, Cintya Pamela Brusil Hernández, portadora de la cédula de ciudadanía 100300618-4 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito para la creación de una pequeña empresa de entrega de lunch ejecutivo para los empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura es de mi autoría; y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad además que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he respetado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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

Ibarra a los 05 días del mes de Marzo del 2014.



Cintya Pamela Brusil Hernández

C.C. 100300618-4

AUTORA DEL PRESENTE PROYECTO

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADO

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de directora del trabajo de grado presentado por el egresado/a, Señorita CINTYA PAMELA BRUSIL HERNÁNDEZ, con cédula de ciudadanía Nro. 100300618-4, para optar por el título de Ingeniería en Administración de Empresas. Cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PARA LA ENTREGA DE LUNCH EJECUTIVO PARA LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

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 06 días del mes de Marzo del 2014.



Econ. Wilma Guerrero

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN A FAVOR DE
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Cintya Pamela Brusil Hernández**, con cédula de ciudadanía No.100300618-4, manifiesto mi 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 autor de la obra o trabajo de grado denominado, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PARA LA ENTREGA DE LUNCH EJECUTIVO PARA LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
Cintya Pamela Brusil Hernández
Cintya Pamela Brusil Hernández

C.C. 100300618-4 16/05/2014

Ibarra a los 16 días del mes de Mayo de 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**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 extensión universitaria.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100300618-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Brusil Hernández Cintya Pamela		
DIRECCIÓN	:	Jacinto Egas Almeida N° 8-71 Y Tobías Mena	
E- MAIL	:	keilysamira@yahoo.es	
TELÉFONO FIJO	:	062600-751	TELF. MÓVIL: 0985339965
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PARA LA ENTREGA DE LUNCH EJECUTIVO PARA LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."		
AUTOR (ES):	Cintya Pamela Brusil Hernández		
FECHA:	16/05/2014		

SOLO PARA TRABAJO DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO	<input checked="" type="checkbox"/>	POSGRADO
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ASESOR DIRECTOR:	ECON. WILMA GUERRERO

Yo, **CINTYA PAMELA BRUSIL HERNÁNDEZ**, con cédula de ciudadanía Nro.100300618-4, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo 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 artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolla sin violar derechos de autor de terceros por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

EL AUTOR:



.....
Srta. Cintya Pamela Brusil Hernández

C.C.100300618-4

Ibarra, a los 16 días del mes de Mayo del 2014

ACEPTACIÓN:



.....
JEFE DE BIBLIOTECA

Ing. Betty Chávez

DEDICATORIA

Al ser que ha estado presente siempre en mi vida, ha guiado mis pasos por un buen camino y me ha permitido culminar esta etapa de mi vida, Dios.

A mi padre, Miguel Brusil que con su inmortal amor y comprensión ha sabido darme con su ejemplo y palabra los mejores consejos para que los aplique en mi vida.

A mi madre, Amparo Hernández que con su paciencia y presencia en cada triunfo y error de mi vida ha demostrado más que su inmenso amor, un millón de gracias por su ardua labor de madre.

Hago hincapié esta dedicatoria a mis padres quienes son mis amigos y además un ejemplo de superación y perseverancia quienes con su amor y comprensión han caminado junto a mí, y me han sabido llevar por un buen camino.

A mis hijas, Keily Dayanne y Samira Mailyn, los luceros de mi vida, por haberme regalado su tiempo y comprensión; sus sonrisas que día a día, durante y hasta la terminación de mi carrera han sido mi principal plataforma inseparable para conquistar este y más retos en mi vida.

Sin el apoyo de mi familia este trabajo no habría sido escrito, por ello este trabajo también es suyo.

Con amor y respeto

Cintya Pamela

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme cada día una nueva oportunidad de vida por ser el quien me sostiene y guía mi camino y el de mi familia.

A mi bella familia quien siempre ha estado junto a mí, mis padres mis hermanos, mi esposo y mis hijas gracias por cada enseñanza diaria y por ser mi apoyo incondicional.

Un agradecimiento muy especial para la economista Wilma Guerrero quien a más de ser la Directora de este trabajo, ha sido una excelente guía y un gran ejemplo a seguir, gracias por la paciencia y por la sonrisa que dibuja su rostro, con la que día a día se dirigía a mí, le entrego mi gratitud.

Agradezco a mis catedráticos quien con su experiencia y conocimientos brindados a lo largo de mi carrera han demostrado ser consejeros y amigos en cada momento de mi vida.

A todo el personal docente y administrativo de la Universidad Técnica del Norte, que trabaja y lucha día a día para aportar a la sociedad con los conocimientos y esmero en su labor apoyando así a los alumnos de esta casona universitaria.

Cintya

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado se encuentra dividido y conformado de siete capítulos; cada uno de ellos presenta un tema específico, así:

En el capítulo I, se da a conocer el diagnóstico situacional, en el cuál se establece la forma como se realizó la investigación, la población y muestreo motivo de investigación, los instrumentos de recolección de información y su evaluación, a fin de determinar el problema central.

En el capítulo II, se establece el marco teórico donde se reunió información documental para confeccionar el diseño metodológico de la investigación es decir, se estableció conceptos básicos para sustentar la viabilidad del estudio de factibilidad, Se determinó el concepto de empresa, los recursos necesarios para el debido funcionamiento de la misma; estableciendo los conceptos de los recursos humanos, financieros, materiales, técnicos, de información y tecnológicos, además se estableció los fines para los cuales las empresas están constituidas, definimos según la ley la clasificación de las empresas, se estudió los factores que afectan e influyen en el funcionamiento de las empresas, se indagó acerca de la gastronomía tema que es de suma importancia para el conocimiento de la propuesta, se estudió la gastronomía del Ecuador, la importancia de los alimentos y la nutrición, se estudió los alimentos y la nutrición equilibrada para ofrecer un servicio de calidad a los consumidores.

En el capítulo III, En el estudio de mercado identificamos el precio de nuestro servicio, así como los canales de distribución que utilizaremos para entregar nuestro servicio y producto, se identificó la demanda y oferta para poder proyectarnos en los próximos años de funcionamiento de la empresa.

En el capítulo IV, Se hace referencia al estudio técnico nos ayudó a establecer la localización estratégica de la empresa, así como el equipo necesario para el funcionamiento de la misma, además se estableció la

tecnología que vamos a utilizar en los procesos de producción del lunch, también se definió el proceso a seguir para obtener un producto de alta calidad.

En el capítulo V, Dentro del estudio financiero se realizará los debidos estados en los cuales se demostrará la rentabilidad y utilidad del proyecto, contiene una evaluación económica y financiera, programada de acuerdo al capítulo anterior, en el cual se da a conocer el TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), a fin de que se puede calcular el VAN, el TIR (Tasa Interna del Retorno) y el Beneficio/ Costo. Para determinar la rentabilidad que tendrá la creación de una empresa dedicada a la entrega de lunch ejecutivo en la ciudad de Ibarra.

En el capítulo VI, En el desarrollo de la propuesta estratégica se determinó la misión, visión, principios, valores y políticas en las que estará basada la empresa, además se estableció un diseño organizacional adecuado, establecimos la razón social, la titularidad y el tipo de empresa y a qué sector va a pertenecer. Dentro de esta propuesta también se presenta el organigrama estructural y la descripción de funciones de cada cargo.

En el capítulo VII, Se analizará los diferentes impactos que puede generar la ejecución del presente proyecto, a través de una matriz de variables considerante los factores empresarial, social, ambiental.

Una vez finalizados estos capítulos se da a conocer las conclusiones y recomendaciones a las cuales se ha llegado con la investigación realizada, y finalmente se detalla la bibliografía y los anexos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xiii
ÍNDICES DE LOS CUADROS	xx
ÍNDICES DE GRÁFICOS	xxv
INTRODUCCIÓN	xxvii
ANTECEDENTES DEL PROYECTO	xxvii
JUSTIFICACIÓN	xxix
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxxí
OBJETIVO GENERAL	xxxí
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxxí
METODOLOGÍA	xxxii
CAPÍTULO I	34
DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL	34
Antecedentes	34
Objetivos del diagnóstico	35
Objetivo general	35
Objetivos específicos	35
Variables	36
Indicadores	36

Situación socio-económica	36
Trabajadores en relación de dependencia	36
Ocupación de los trabajadores	37
Servicio de alimentación ofrecida por los restaurantes de la ciudad de Ibarra	37
Matriz de relación diagnóstica.....	38
Información primaria	39
Encuestas: las mismas que están dirigidas a las personas empleadas en las empresas de la ciudad de Ibarra. Y a los propietarios de los restaurantes.....	39
Entrevistas: éstas estarán destinadas a las autoridades de las empresas para determinar la aceptación de nuestro servicio.....	39
Información secundaria.....	39
Situación productiva de Imbabura.....	39
Servicios básicos en Imbabura	41
Empleo	42
Cantón Ibarra	42
Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.....	50
Aliados	50
Oponentes	50
Oportunidades	50
Riesgos	51
Identificación de la oportunidad de inversión	51
CAPÍTULO II.....	53
MARCO TEÓRICO	53
La empresa.....	53
Definición de la empresa	53
Objetivos de las empresas.....	53
Factores que afectan a las empresas	54
Aspectos económicos	54
Aspectos sociales	56
Aspectos tecnológicos	57

La microempresa	57
Definición de la microempresa.....	57
Características de la microempresa.....	57
Importancia de las pequeñas empresas	58
Objetivos de la microempresa.....	59
Clasificación de la microempresa	59
Gastronomía	61
Definición de gastronomía	61
Gastrónomo	61
Historia de la gastronomía	62
La administración de gastronomía	62
Tipos de gastronomía	62
Gastronomías por tipología.....	63
Gastronomía del Ecuador	64
El restaurante.....	64
Definición de restaurante	64
Clases de restaurantes	65
El chef	66
Los alimentos.....	67
Definición de los alimentos	67
La importancia de alimentarnos	67
Clasificación de los alimentos (valores alimenticios)	67
Necesidades alimenticias	69
Alimentación	70
Administración del restaurante.....	70
Definición de administración	70
La administración como parte esencial de cualquier empresa	70
Proceso Administrativo	71
Objetivos empresariales	71
Misión	72
Visión	73
Estudio de mercado	73

Definición	73
La oferta	73
La demanda	74
El precio	75
El producto.....	75
La comercialización	76
Estudio técnico.....	76
Definición	76
Localización	77
Macrolocalización	77
Microlocalización.....	77
Flujograma	77
Estudio financiero	78
Presupuestos	78
Estado de resultados	78
Estado de flujos de efectivo	79
Evaluación de la inversión	79
Propuesta administrativa	82
Estructura organizacional	82
CAPÍTULO III	83
ESTUDIO DE MERCADO.....	83
Planteamiento del problema de investigación.....	83
Objetivos de la investigación	83
Objetivo general.....	83
Objetivos específicos	84
Investigación de mercado	84
Segmentación del mercado	84
Mercado objetivo.....	84
Determinación de la población.....	85
Determinación de la muestra	85
Identificación del servicio o producto	86
Identificación del servicio	86

Características del servicio	87
Matriz	89
Tabulación y análisis de la información	90
Análisis de la demanda.....	123
Análisis de la oferta.....	127
Proyección de la oferta	130
Balance oferta-demanda.....	132
Demanda real	133
Análisis y determinación de precios.....	134
Análisis de la comercialización y publicidad del servicio.....	135
Promoción y publicidad.....	136
CAPÍTULO IV.....	141
Presentación.....	141
Localización del proyecto.....	141
La macro localización:	141
Microlocalización:.....	142
Tamaño del proyecto	145
Capacidad instalada	145
Factores condicionales del tamaño del proyecto	145
Procesos.....	148
Manejo de los desechos	153
Identificación del tipo de desecho	153
Clasificación de los desechos líquidos.....	155
Separación.....	155
Almacenamiento	156
Tratamiento y disposición final.....	156
Reciclaje	157
Vajilla a utilizar	159
Obras civiles	159
Diseño de instalaciones y de planta.....	159
Determinación del presupuesto técnico	164
CAPÍTULO V.....	175

ESTUDIO FINANCIERO	175
Presentación	175
Estructura de la inversión	175
Destino de la inversión.....	176
Egresos	179
Resumen de gastos administrativos	183
Costos de producción	184
Costos indirectos de producción.....	186
Resumen de costos operativos.....	189
Gastos de ventas.....	191
Proyección del costo total de mano de obra de ventas.....	191
Resumen de los costos de ventas	192
Gastos financieros	193
Resumen de egresos.....	193
Financiamiento.....	194
Depreciaciones	197
Amortización	198
Estados financieros.....	199
Evaluación de la inversión	203
Determinación de la tasa de rendimiento medio	203
Tasa interna de retorno (TIR).....	205
Análisis del período de recuperación de la inversión	206
Análisis del costo- beneficio.....	208
Punto de equilibrio	209
Resumen de la evaluación de la inversión.....	211
CAPÍTULO VI.....	213
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	213
Empresa	213
Nombre o razón social	213
Tipo de la empresa	214
Permisos para operar	214
Bases filosóficas	219

Misión	219
Visión	220
Valores	220
Objetivos de la empresa	222
Políticas de la empresa.....	222
Nivel ejecutivo o nivel directivo	226
Descripción de funciones.....	228
CAPÍTULO VII.....	237
ANÁLISIS DE IMPACTOS	237
Estructura de los impactos.....	237
Impacto socio-económico	238
Impacto empresarial	239
Impacto ambiental.....	240
Matriz general de impactos.....	241
CONCLUSIONES	242
RECOMENDACIONES.....	243
BIBLIOGRAFÍA.....	244
LINKOGRAFÍA.....	247
ANEXOS.....	249
ANEXO “A”: Encuesta aplicada a los trabajadores y empleados.....	250
ANEXO “B” Encuestas aplicadas a los propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.	257
ANEXO “C”: Entrevista a las autoridades de las empresas de la ciudad de Ibarra.	261
ANEXO “D”: Minuta de constitución de la compañía de responsabilidad limitada	262
ANEXO “E”: Platos típicos del Ecuador por regiones	271
ANEXO: “F”: Tarifa del gas en el Ecuador	292
ANEXO “G”: Proceso para la contratación del servicio.....	294
ANEXO “H”: Publicidad.....	297
ANEXO “I”: Presupuesto del menú	298
ANEXO “J”: Cálculo de la materia prima.....	302

ÍNDICES DE LOS CUADROS

1. Matriz de relación diagnóstica.....	38
2. Dotación de servicios básicos en Imbabura	41
3. Indicadores de empleo en Imbabura.....	42
4. Población del cantón Ibarra.....	44
5. Perfil económico del cantón Ibarra.....	45
6. Actividades económicas del cantón	45
7. Establecimientos turísticos de la ciudad de Ibarra	49
8. Valor actual neto	80
9. Áreas del servicio.....	88
10. Matriz	89
11. Situación del trabajador.....	90
12. Necesidades del trabajador.....	91
13. Ingresos	92
14. Hora del almuerzo	93
15. Lugar donde consume el almuerzo	94
16. Presupuesto para el almuerzo	95
17. Preocupación por la calidad de los alimentos	96
18. Frecuencia de visita al restaurante	97
19. Calidad de alimentos.....	98
20. Selección del sitio de almuerzo.....	99
21. Calidad del servicio	100
22. Enfermedad de origen alimenticio	101
23. Aceptación del servicio.....	102
24. Preferencias alimenticias	103
25. Preferencia del lugar de entrega del servicio	104
26. Factores que inciden en la contratación del servicio.....	105
27. Frecuencia de contratación	106
28. Forma de pago.....	107
29. Beneficios del servicio.....	108

30.	Motivo por el que se dedicó a este negocio	109
31.	Tiempo de la actividad	110
32.	Capital de trabajo	111
33.	Talento humano	112
34.	Tipo de servicio	113
35.	Calificación del negocio.....	114
36.	Capacidad de atención.....	115
37.	Preferencias de los consumidores	116
38.	Elaboración de los menús	117
39.	Aspectos para mantenerse en el mercado.....	118
40.	Fijación de los precios.....	119
41.	Medios de publicidad	120
42.	Demanda por empleados	124
43.	Índice de crecimiento de la demanda.....	125
44.	Proyección del crecimiento de las personas empleadas.....	126
45.	Proyección del número de almuerzos que se consumen al año .	127
46.	Establecimientos turísticos de la ciudad de Ibarra	128
47.	Establecimiento turístico que prestan servicio de alimentación en Ibarra.....	129
48.	Comportamiento de la oferta	130
49.	Crecimiento de ofertantes	131
50.	Oferta proyectada	132
51.	Balance oferta-demanda	133
52.	Demanda a captar por el proyecto	134
53.	Método de puntos ponderados.....	144
54.	Mercado meta	146
55.	Mano de obra	147
56.	Simbología de los flujogramas	148
57.	Programa de control de plagas	158
58.	Terreno.....	164
59.	Construcción civil	165
60.	Equipos de computación	165

61. Equipos de oficina	166
62. Útiles de oficina	166
63. Muebles y enseres	167
64. Equipos de seguridad.....	168
65. Vehículos	168
66. Menaje y utensilios.....	170
67. Resumen de activos fijos	172
68. Inversión diferida	173
69. Inversión variable	174
70. Inversión variable	175
71. Destino de la inversión	176
72. Inflación.....	178
73. Total de servicios al año.....	178
74. Ingresos proyectados	179
75. Sueldos administrativos	180
76. Proyección de los sueldos administrativos.....	181
77. Útiles de oficina.....	182
78. Mantenimiento de computación	183
79. Resumen de gastos administrativos	183
80. Materia prima	184
81. Sueldo básico unificado mensual de la mano de obra directa	185
82. Proyección del costo total de mano de obra directa.....	185
83. Costos de mano de obra indirectos de producción	186
84. Proyección del costo total de mano de obra indirecta	186
85. Servicios básicos	187
86. Consumo de gas	187
87. Mantenimiento de equipo	188
88. Reposición de menaje.....	188
89. Combustible	189
90. Resumen de costos operativos	190
91. Sueldo de ventas	191
92. Proyección del costo total de mano de obra de ventas	191

93. Publicidad.....	192
94. Resumen de los costos de ventas	192
95. Resumen de egresos	193
96. Amortización del crédito	194
97. Depreciaciones	197
98. Amortizaciones.....	198
99. Estado de situación financiera	200
100. Estado del resultado integral ganancias acumuladas consolidado para el año que termina el 31 de diciembre	201
101. Estado de flujos de efectivo por el año concluido el 31 de diciembre.....	202
102. Tasa de rendimiento medio.....	203
103. Cálculo de la tasa de rendimiento medio	203
104. Cálculo del VAN	204
105. Cálculo del TIR.....	205
106. PRI con valores corrientes	206
107. Flujos netos deflactados	207
108. PRI con valores constantes	207
109. Costo/beneficio	208
110. Proyección para el P.E.....	209
111. Cálculo del el P.E.....	210
112. Resumen de evaluación financiera	211
113. Perfil del gerente	228
114. Perfil del contador (a).....	229
115. Perfil del chef	231
116. Perfil del auxiliar de cocina.....	232
117. Perfil de la persona de seguridad.....	233
118. Perfil de la persona encargada de limpieza	234
119. Perfil del chofer	235
120. Perfil de los repartidores	236
121. Tabla de valoración de impactos.....	237
122. Impacto socio-económico	238

123.	Impacto empresarial.....	239
124.	Impacto ambiental.....	240
125.	Matriz general	241

ÍNDICES DE GRÁFICOS

1. Provincia de Imbabura	40
2. Situación del trabajador.....	90
3. Necesidades del trabajador.....	91
4. Ingresos	92
5. Hora del almuerzo	93
6. Lugar donde consume el almuerzo	94
7. Presupuesto para el almuerzo	95
8. Preocupación por la calidad de los alimentos	96
9. Frecuencia de visita al restaurante	97
10. Calidad de alimentos.....	98
11. Selección del sitio de almuerzo.....	99
12. Calidad del servicio	100
13. Enfermedad de origen alimenticio	101
14. Aceptación del servicio.....	102
15. Preferencias alimenticias	103
16. Preferencia del lugar de entrega del servicio	104
17. Factores que inciden en la contratación del servicio.....	105
18. Frecuencia de contratación	106
19. Forma de pago.....	107
20. Beneficios <i>del servicio</i>	108
21. Motivo por el que se dedicó a este negocio	109
22. Tiempo de la actividad	110
23. Capital de trabajo	111
24. Talento humano	112
25. Tipo de servicio	113
26. Calificación del negocio.....	114
27. Capacidad de atención.....	115
28. Preferencias de los consumidores	116
29. Elaboración de los menús	117
30. Aspectos para mantenerse en el mercado.....	118

31.	Fijación de los precios.....	119
32.	Medios de publicidad	120
33.	Canal de distribución.....	135
34.	Diseño de las tarjetas de presentación	137
35.	Diseño de la página web	138
36.	Diseño de las hojas volantes.....	139
37.	Mapa de la provincia de Imbabura	142
38.	Croquis de localización	145
39.	Flujograma del proceso para la prestación del servicio de lunch ejecutivo	151
40.	Proceso para la elaboración de los alimentos (CHEF)	152
41.	Diseño de las instalaciones (área administrativa)	162
42.	Diseño de las instalaciones (área de producción)	163
43.	Inversiones	177
44.	Empresa “BUEN PROVECHO”	225

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En la ciudad de Ibarra capital de la provincia de Imbabura se encuentran situadas diversas empresas públicas y privadas dedicadas a la prestación de servicios, producción de bienes o productos dentro de estas se pueden ver puntos débiles que tienen las grandes organizaciones en el servicio de alimentación para sus trabajadores y en muchos casos este servicio es deficiente, además en muchos restaurantes que los trabajadores consumen los menús son poco nutritivos, estos factores de alimentación son determinantes para que los trabajadores mantengan su nivel de productividad durante su jornada laboral.

En la actualidad, es cada vez mayor el número de personas que buscan mejorar la calidad de su alimentación. A nivel mundial se puede observar como la humanidad está tendiendo a buscar un sistema de vida de mayor calidad, respetando el medio ambiente y sirviéndose de él de una forma amigable.

Una buena alimentación permite a las personas tener una vida más equilibrada y rendir de mejor forma en sus trabajos; dado que según estudios científicos consumir alimentos en forma balanceada ayuda a disminuir el desarrollo de ciertas enfermedades como el cáncer, enfermedades del corazón, obesidad, etc. En nuestra ciudad existen diversos restaurantes pero estos tienen una presentación bastante informal y poco eficiente en la atención oportuna y rápida para los empleados que disponen de 30 minutos para la hora del almuerzo, además la mayoría de ellos están ubicados en el centro de la ciudad y la concurrencia de las personas es excesiva. Es por ello que hemos visto oportuno, establecer una empresa con una clara vocación de servicio y una fuerte determinación para cambiar paradigmas, además de un nuevo enfoque de organización,

diseño de trabajo y administración del servicio de alimentación destinado a los empleados de las empresas.

La estrategia de trabajo se enfocó a alimentar el número de trabajadores de cualquier tamaño de empresa, con los niveles más altos en cuanto a calidad, servicio y nutrición se refiere. Además de satisfacer las necesidades de cada cliente, incluyendo sus costumbres alimenticias, ya que existen ejecutivos de diferentes países, provincias como colombianos, japoneses, etc., que muchas veces no están acostumbrados a la gastronomía nacional y provincial. Respecto al diseño de los menús, se realizó estudios completos, a fin de que los alimentos que se propongan a los clientes cubran las necesidades de nutrición requeridos, tomando como base la naturaleza del trabajo, frecuencias de exposición, temperaturas, horarios, turnos, sexos, edades, estaturas, pesos, etc.

Por otra parte, si dentro de una organización existe un comedor que no sea utilizado se trasladará los insumos a las empresas para preparar la comida en ese momento, desde los alimentos hasta los cubiertos y vajillas, realizaremos esto ya que tenemos que se han planteado muy bien los tiempos de entrega, ya que generalmente cada trabajador cuenta con un tiempo establecido para ir a comer y si nos tardaríamos más de 10 minutos en servirles, afectaríamos su tiempo para su alimentación y su rendimiento en su trabajo.

Dentro de este sistema de alimentación se lleva un control estricto de cada producto, desde que se compra en el mercado hasta que llega al platillo final. El servicio de comedor y lunch ejecutivo para los clientes está organizado y atendido profesionalmente, bajo las más estrictas normas de calidad e higiene. El servicio de alimentación estará organizado por un jefe de unidad, quien mantendrá el control sobre la preparación y servicio de alimentos al personal, supervisa el trabajo de cada uno de los trabajadores apegado siempre al sistema de calidad. Para esto el personal recibirá una capacitación y entrenamiento constantemente. Además, de que contarán

con un programa permanente para la aplicación de exámenes médicos periódicamente, a fin de asegurar que los trabajadores tengan la calidad sanitaria requerida para el manejo de alimentos. Cabe señalar que de manera sistemática se realizan censos y entrevistas entre los usuarios de sus proveedores y comensales, para conocer sus inquietudes, opiniones y comentarios con relación a la atención, calidad, higiene y servicio que recibirá, ya que el factor humano es el más importante para cada organización, por lo tanto, el servicio que se ofrecerá estará enfocado a la calidad humana, parte de nuestro servicio es propiciar un clima laboral muy agradable dentro de las empresas y sobre todo satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes; bien lo dice el conocido refrán: “*a barriga llena, corazón contento*”.

JUSTIFICACIÓN

La entrega del lunch ejecutivo se ve necesaria en la ciudad de Ibarra ya que los empleados no tienen la costumbre de llevar una dieta que reúna todos los nutrientes necesarios para llevar una vida saludable. Al obtener el servicio de lunch ejecutivo los empleados podrán rendir con las obligaciones laborales con más eficacia y eficiencia, es decir serán más activos, al ofrecen mejor aspecto se hallarán en mejores condiciones tanto físicas como psíquicas que quienes al no acceder al servicio seguirán sometidos a una alimentación desequilibrada y bajaran la productividad.

Las personas que asisten a los restaurantes son por lo general empleados y trabajadores la mayoría proviene de sus lugares de trabajo en la hora de su almuerzo, muchos de estos trabajan lejos de su domicilio por lo que no pueden retornar a sus hogares a su lunch, esta hora genera preocupaciones ya que produce retraso a la hora de ingreso luego del lunch, también genera inseguridad y estrés en los empleados, ante esta situación la importancia de este proyecto consistió en dar mayor seguridad al empleado brindándole su lunch en su lugar propio de trabajo evitándole así causarle molestia como el hallar un restaurante en el que le atiendan

pronto, evitar posibles accidentes en el regreso al trabajo ya que el tráfico es abundante en la hora pico, por otra parte los semáforos causan estrés, se evitará retrasos a la hora de entrada de su empresa, evitar encuentros desagradables con el jefe de recursos humanos, con todos estos aspectos se lograría mejorar la calidad de alimentación y por ende de vida y contribuir a la productividad de las empresas.

El servicio de lunch ejecutivo buscó posicionarse en el mercado local de la ciudad de Ibarra manteniendo una cultura de calidad total y una completa orientación al cliente en la elaboración de alimentos higiénicos, seguros y de alto valor para el comensal. A la vez mantener una alta competitividad en calidad de productos y servicios con base en la capacidad, creatividad y espíritu de servicio del personal.

Dentro de este proyecto se consideró beneficiarios directos a todas las personas que pongan en marcha el mismo, como beneficiarios indirectos los miembros de las empresas y organizaciones que accedieron a este servicio, mejorará su calidad de vida evitándoles controversias, causas de enfermedades, no llegarían tarde a su lugar de trabajo, además de esto se reduciría el caos vehicular (tráfico) en las horas de 12:00pm a 14:00pm (hora pico) que es la hora en que todos los empleados están fuera de las empresas, se reduciría accidentes en las calles. Contribuyendo así al avance de la sociedad tanto económico como social y cultural. El Proyecto fue factible de realizar desde el punto de vista político ya que en la cámara de la pequeña empresa, manifiesta que todas las empresas tienen que cuidar la higiene y seguridad del trabajador, el proyecto garantizará seguridad en la forma de alimentación con esto prevenimos enfermedades a los trabajadores. En cuanto a lo legal la empresa se regirá a lo establecido de acuerdo a lo, material, humano económico. En la ley de Compañías, la práctica empresarial ecuatoriana se ha establecido tres tipos de empresas para que realicen operaciones; empresas mercantiles, sociedades civiles y sociedades de hecho. Es prioridad asegurar que todas las operaciones se realicen en estricto apego a las políticas y

procedimientos de nuestros clientes asegurando el mantenimiento de certificados de calidad establecidos en las diferentes empresas. Dentro del ámbito humano fue más que factible ya que existió la predisposición suficiente de llevar a cabo y comprometer a los colaboradores para la realización del proyecto. En cuanto a lo económico existen financieras que dan microcréditos para que los proyectos puedan verse en realidad y puedan alcanzar los objetivos y metas.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa para la entrega de lunch ejecutivo para las empresas de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional que permita determinar los aspectos y factores externos del ambiente para establecer la empresa.
- Realizar un marco teórico para recolectar información para proporcionar un conocimiento profundo de la teoría que le dé significado a nuestra investigación.
- Realizar el estudio de mercado que ayude a conocer los clientes potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, así como su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, para poder ofrecer los alimentos que ellos desean a un precio adecuado.

- Realizar un estudio técnico para determinar que el proyecto a desarrollarse es viable, describiendo y justificando el proceso de producción y señalando las principales operaciones.
- Realizar una estructura organizacional y funcional para establecer las funciones a realizarse en el desarrollo proyecto.
- Realizar un estudio de carácter económico financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto mediante la utilización de las razones financieras.
- Realizar un estudio de impactos que genere el proyecto desde el punto de vista social, económico, cultural, educativo, y ambiental.

METODOLOGÍA

El estudio de la investigación se realizó por medio del método inductivo en la parte de los antecedentes del proyecto para luego establecer una justificación. También lo utilizamos en el estudio de mercado ya que estudiamos la oferta y la demanda para luego del estudio minucioso establecer el precio de nuestro servicio.

También utilizamos el método deductivo en la propuesta gracias a este se estableció conceptos de lo que es la empresa, la gastronomía, los alimentos, la nutrición, la cocina, partiendo de estos conocimientos se realizó la propuesta y los objetivos del proyecto.

El método analítico se utilizó y ayudó para establecer e interpretar la información para desarrollar el proyecto. El método sintético nos ayudó al final de nuestra propuesta a establecer las conclusiones, y se realizó un enfoque global de los impactos que tuvo el proyecto.

Además utilizamos las técnicas de la entrevista y la encuesta en lo que se refiere al diagnóstico técnico y el estudio de mercado lo cual nos ayudó a recolectar información que fue de mucha importancia para poder establecer y fijar aspectos importantes de nuestra investigación.

Los instrumentos utilizados durante la investigación fueron el cuestionario en cuanto se refiere a la entrevista y encuesta cada uno fue debidamente revisado y dado su aprobación por parte de un técnico especialista en el tema, la video grabadora también fue un instrumento que utilizamos para la obtención de información, al igual que la cámara fotográfica, el internet fue una herramienta importante en el lapso de la investigación ya que sirvió de base de información en los temas relacionados a la propuesta.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Ibarra es considerada como una ciudad comercial, cuenta con 181.175 habitantes de los cuales 28.731 es el total de personas empleadas según el último censo realizado en el año 2010 (INEC), de acuerdo a lo mencionado en el perfil económico del cantón Ibarra, los mismos se dedican a varias actividades dentro de las cuales están: las actividades productivas, actividades de comercio y las actividades de servicio entre otras. Las dos últimas tienen una relación considerable ya que se dedican a la venta al por menor de alimentos, restaurantes y servicios móviles de comida, ya que la gastronomía es un factor que ayuda al turismo y por ende generará ingresos para la provincia. (Perfil económico del cantón Ibarra del boletín estadístico de proyecciones periodo 2001-2010 del Instituto de Estadísticas y Censos INEC).

La ciudad de Ibarra cuenta con una gran cantidad de restaurantes, según datos del Municipio de acuerdo a los catastros de servicios turísticos del año 2013 se han registrado 136 restaurantes a nivel de toda la ciudad, que en su mayoría ofrecen comida rápida, comida china, platos a la carta, almuerzos, entre otros. (Catastros Del Servicio Turístico del año 2013 del Municipio de Ibarra).

Actualmente existe una gran cantidad de lugares que se especializan en cada tipo de comida anteriormente descrita, pero no existe un servicio que cubra las necesidades de alimentación de los empleados de las empresas y varios negocios que están situados en la ciudad de Ibarra, que en muchos

casos en las empresas que laboran no cuentan con suficiente tiempo para la hora del lunch, sin duda al analizar cuáles son los problemas que más se presentan frecuentemente en las empresas, uno de ellos es el que no cuentan con un servicio de alimentación para sus empleados y trabajadores. Además cabe mencionar que la provincia no cuenta con un servicio donde los empleados puedan sentirse tranquilos al momento de su hora de lunch, ya que cuentan con poco tiempo el cual no le permite regresar a su domicilio por lo que deben conformarse acudir a un restaurante que muchas veces le ofrece menús pocos nutritivos, dado esto es conveniente ofrecer este servicio para cubrir la necesidad de nutrición al momento del lunch en el trabajo.

El presente diagnóstico se lo realizará en la ciudad de Ibarra con finalidad de conocer las necesidades, exigencias y la situación económica que tienen los habitantes de la ciudad, esta información recopilada servirá de base para la toma de decisiones posteriores.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico técnico situacional en la ciudad de Ibarra para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que presente el proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la situación socio-económica de la ciudad de Ibarra.
- Determinar las características de los trabajadores en relación de dependencia que laboran en las empresas, colegios y escuelas de la ciudad de Ibarra, zona Investigada.

- Determinar la situación socio-económica de los trabajadores de las empresas de la ciudad.
- Identificar como se realiza la prestación de los servicios de alimentación de los diferentes restaurantes de la ciudad.

1.3 Variables

Habiéndose realizado las primeras etapas del diagnóstico se ha determinado las siguientes variables:

- Situación socio-económica
- Trabajadores en relación de dependencia
- Ocupación
- Servicio de alimentación ofrecidos por los restaurantes de la ciudad.

1.4 Indicadores

1.4.1. Situación socio-económica

- Crecimiento demográfico y poblacional.
- Servicios básicos
- Empleo
- Perfil económico
- Existencia de atractivos turísticos

1.4.2. Trabajadores en relación de dependencia

- Condiciones laborales
- Necesidades nutricionales
- Preferencias alimenticias
- Costumbres alimenticias
- Beneficios

1.4.3. Ocupación de los trabajadores

- Cargo que desempeña
- Nivel de estudios
- Capacitación

1.4.4. Servicio de alimentación ofrecida por los restaurantes de la ciudad de Ibarra

- Calidad
- Precio
- Variedad del menú
- Personalización

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN
➤ Determinar la situación socio-económica de la ciudad de Ibarra.	➤ Situación socio económica	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Crecimiento demográfico y poblacional. ➤ Servicios básicos ➤ Empleo ➤ Perfil económico ➤ Existencia de atractivos turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Internet ➤ Boletines estadísticos ➤ Información Secundaria
➤ Determinar las características de los trabajadores en relación de dependencia que laboran en las empresas, colegios y escuelas de la ciudad de Ibarra, Zona Investigada.	➤ Trabajadores en relación de dependencia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Condiciones laborales ➤ Necesidades nutricionales ➤ Preferencias alimenticias ➤ Costumbres alimenticias ➤ Beneficios 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Internet ➤ Boletines estadísticos ➤ Información Secundaria
➤ Determinar la situación socio-económica de los trabajadores de las empresas de la ciudad.	➤ Ocupación de los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cargo que desempeña ➤ Nivel de estudios ➤ Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Internet ➤ Boletines estadísticos ➤ Información Secundaria
➤ Identificar como se realiza la prestación de los servicios de alimentación de los diferentes restaurantes de la ciudad.	➤ Servicio de alimentación ofrecido por los restaurantes de la ciudad de Ibarra	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Calidad ➤ Precio ➤ Variedad del menú ➤ Personalización 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Internet ➤ Boletines estadísticos ➤ Información Secundaria

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora de la investigación

1.6 Información primaria

Para la recolección de la información primaria se aplicará:

1.6.1 Encuestas: las mismas que están dirigidas a las personas empleadas en las empresas de la ciudad de Ibarra. Y a los propietarios de los restaurantes.

1.6.2 Entrevistas: estas estarán destinadas a las autoridades de las empresas para determinar la aceptación de nuestro servicio.

1.7 Información secundaria

La información secundaria es aquella fuente de información que ya ha sido procesada, para esto nos valdremos de:

- Libros
- Revistas
- Internet
- Folletos
- Artículos de prensa entre otros
- Folletos

La información secundaria fue recolectada de las diferentes fuentes bibliográficas y documentales referentes al tema de estudio, la misma que se detalla a continuación.

1.7.1 Situación productiva de Imbabura

La provincia de Imbabura se ubica en la zona de planificación 1. Según el último censo de población 2010 cuenta con 400,359 habitantes, un 14% más que en el 2001. Es la segunda provincia con el mayor número de habitantes dentro de la zona 1 (31% de la participación), y a nivel nacional

con el 2.8% del total. Un poco más de una tercera parte de sus habitantes están concentrados en el área rural.

Su extensión es de 4,559 Km² aproximadamente. Según la división política actual, la provincia tiene 6 cantones y 42 parroquias. Ibarra (8 parroquias), Antonio Ante (5 parroquias), Cotacachi (9 parroquias), Otavalo (10 parroquias), Pimampiro (4 parroquias), y, San Miguel de Urcuquí (6 parroquias).

Gráfico N° 1

Provincia de Imbabura



Fuente: INEC

Elaborado por: La autora de la investigación

La Población Económicamente activa es de 181 mil habitantes, esto es un 50% de la población total. A nivel regional, Imbabura es una de las provincias con mayor dinamismo económico, representa el 41% de la PEA regional y un 3% a nivel nacional. La producción bruta es 686 millones de dólares (año 2007), lo que la constituye en la tercera provincia dentro de la región con mayor generación de ingreso después de Sucumbíos y Esmeraldas, pero en la primera provincia con mayor generación de ingresos procedentes de actividades no petroleras.

1.7.2 Servicios básicos en Imbabura

Algunos indicadores de hábitat referentes a dotación de servicios básicos ayudan a entender las condiciones de comodidad y salubridad en que viven los pobladores de la provincia de Imbabura. En la mayoría de servicios básicos, Imbabura tiene mejores condiciones de dotación que las demás provincias de la región, sin querer esto decir que sean las más óptimas.

En términos de dotación de agua entubada, sistemas adecuados de eliminación de excretas y dotación de energía eléctrica, es la segunda provincia en la zona de planificación 1, con mejores indicadores, después de Carchi. El 79% de la población accede a agua entubada, el 82% tiene un sistema adecuado de excretas y el 97% tiene acceso a servicio eléctrico. Valores estos que más altos que la media regional. En lo que respecta a un piso adecuado para vivienda, sus niveles son todavía bajos respecto a la media zonal.

Cuadro N° 2

Dotación de servicios básicos en Imbabura

SERVICIO	IMBABURA	PROMEDIO ZONA 1
Agua entubada de red pública	79%	70%
Sistema adecuado de eliminación de excretas	82%	83%
Piso de vivienda adecuado	81%	85%
Servicio eléctrico	97%	94%

Fuente: SIISE, Indicadores sociales (2010).

Elaborado por: La autora de la investigación

1.7.3 Empleo

Los últimos datos comparativos de la provincia de Imbabura evidencian indicadores de empleo que están a nivel de la media zonal. Donde la ocupación plena alcanza a cubrir el 25% de la población económicamente activa, mientras la mayoría de la población se encuentra subempleada, sobrepasando niveles del 71%.

Un análisis retrospectivo explica que los indicadores laborales se han deteriorado durante el período 2007 a 2009, pasando la ocupación plena del 32% al 25.5%, lo que implicó un crecimiento del subempleo y del desempleo.

Cuadro N° 3

Indicadores de empleo en Imbabura

SERVICIO	IMBABURA	ZONA 1
Ocupación plena	25.55	23,9%
Subempleo	71.5%	73,4%
Desempleo	6.2%	6,0%

Fuente: ENEMDU (2010)

Elaborado por: La Autora de la investigación

1.7.4 Cantón Ibarra

1 Límites, vías, altura de Ibarra

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

A más de la principal vía la Panamericana el cantón Ibarra cuenta con otras vías secundarias de camino empedrado que conecta Ibarra con Zuleta y la carretera asfaltada que conecta Ibarra con San Lorenzo y el destino turístico Las Peñas. En relación al acceso a las parroquias las vías son en su mayoría secundarias y su estado de conservación varía de acuerdo a la época del año y su mantenimiento, siendo el promedio buenas.

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 1.162,22 km², con una densidad de 131,87 hab/km² en el cantón, 2.604 hab/km² en el área urbana y 39,91 hab/km² en el área rural.

La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

2 División política

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas y las siete parroquias rurales divididas en la siguiente forma:

PARROQUIAS URBANAS:

- San Francisco
- La Dolorosa del Priorato
- Caranqui
- El Sagrario
- Alpachaca

PARROQUIAS RURALES:

- Angochagua
- La Esperanza
- San Antonio
- Ambuquí
- Salinas
- La Carolina
- Lita

3 Datos demográficos

- Población

Cuadro N° 4

Población del cantón Ibarra

SEXO	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
HOMBRES	82.579	45,58%
MUJERES	98.596	54,42%
TOTAL	181.175	100%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La Autora de la investigación

➤ Perfil económico del cantón Ibarra

A continuación se presenta en un cuadro el resumen del perfil del cantón Ibarra.

Cuadro N° 5

Perfil económico del cantón Ibarra

9.485 establecimientos económicos

1.700 USD millones de dólares
generaron los ingresos por ventas

28.731 fue el total de personas
empleadas

16.6 millones se invirtieron en activos
fijos en el 2009

Fuente: Boletín estadístico del INEC (2010)
Elaborado por: La Autora de la investigación

➤ Principales actividades económicas practicadas en el cantón

Cuadro N° 6

Actividades económicas del cantón

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS	ACTIVIDADES DE COMERCIO	DE SERVICIOS
<ul style="list-style-type: none">➤ Fabricación de muebles➤ Elaboración de productos de panadería	<ul style="list-style-type: none">➤ Ventas al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de ventas y mercado	<ul style="list-style-type: none">➤ Actividades de restaurantes y servicios móviles de comida➤ Otras actividades de telecomunicación.

Fuente: Boletín estadístico del INEC (2010)
Elaborado por: La Autora de la investigación

La estructura económica esencial del cantón Ibarra la marca la población económicamente activa (PEA) que para el 2010 la tasa de crecimiento es del 2,99% lo que representa a 20.587 personas, distribuidas en tres sectores productivos: agropecuario, industria y de servicios.

Según los datos analizados del INEC en el 2010, el sector de servicios es el más representativo a nivel cantonal con el 58,02%, con sus principales actividades de “comercio al por mayor y menor”, enseñanza, administración pública y transporte, esto evidencia la tendencia de crecimiento a las zona urbana con el establecimiento de locales, infraestructura educativa y red vial dentro del casco urbano, haciendo que los tipos de ocupación de la población a nivel cantonal sea el de trabajar por cuenta propia o ser empleado público o privado.

El sector de industrias que esta representa el 19,38%, está relacionado con las principales actividades en la industria manufacturera, está ubicado en el centro urbano y tiene el principal grupo de ocupación que es el privado.

El sector agropecuario representa el 11, 61 %, que está relacionado con las actividades agrícolas, ganaderas, silvicultura y pesca, actividades que no se realizan en el área urbana y en sus zonas periféricas, en cambio se concentran en las parroquias rurales de Lita, La Carolina y Salinas, esto se debe a que las condiciones ambientales, culturales y productivas de sus terrenos permiten que continúen trabajando en sus localidades.

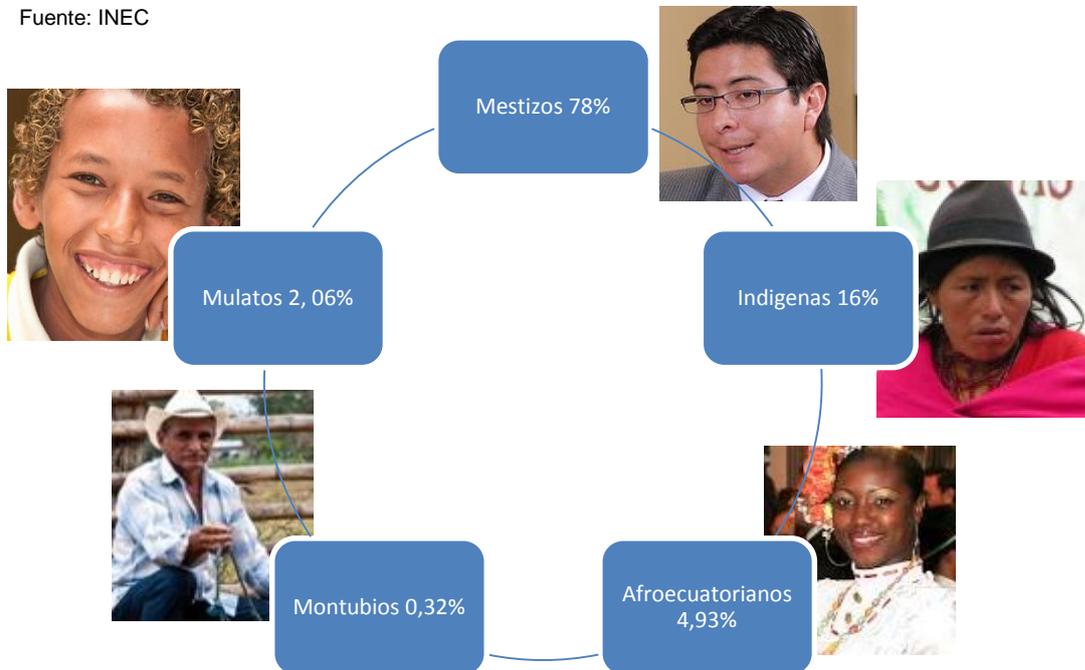
Características étnicas y culturales

El cantón Ibarra es reconocido por ser multicultural esto en gran medida por ser un cantón multiétnico. Según datos del INEC, 2010 la población ibarreña se auto identifica con 7 etnias como se describe en el gráfico 2, el 16% de la población de Ibarra se auto identifica como Indígena, el 8.7% como afro ecuatoriana y 0.3% como montubia. El restante 78% se auto identifica como mestiza y otra.

Gráfico N° 2

Grupos étnicos del cantón Ibarra

Fuente: INEC



Elaborado por: La autora de la investigación

➤ El empleo en la industria de alimentos y bebidas

Un aspecto importante a considerar es que el sector de alimentos y bebidas es una significativa fuente generadora de empleo. Según los resultados de la encuesta de manufactura y minería para el año 2007, la industria de alimentos y bebidas alberga al 45,4% del personal ocupado de la industria manufacturera, siendo la de producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas la de mayor aporte (53,2%).

La industria de alimentos y bebidas es fuente de empleo principalmente para obreros, el 72,8% del personal ocupado del sector pertenece a esta categoría y de éstos el 68,4% son hombres.

En lo que concierne a remuneraciones, el 39% del monto pagado al personal de la industria manufacturera, corresponde al sector de alimentos

y bebidas y de éste la industria de mayor participación es la de producción, elaboración y conservación de carne, pescado, frutas, legumbres, hortalizas, aceites y grasas (41,6%). Sin embargo al analizar la remuneración promedio anual por trabajador al interior de las industrias que componen el sector de alimentos y bebidas ésta es la de menor cuantía.

➤ **Catastro de los establecimientos turísticos de la ciudad de Ibarra**

De acuerdo al catastro de servicios turísticos establecido por la Dirección Provincial de Turismo de Imbabura, los servicios turísticos están clasificados en diez géneros: hostales, hostales residencias, hosterías, hoteles, hoteles residencias, bares, cafeterías, fuentes de soda, restaurantes y restaurantes de comida típica, dando un total de 292 establecimientos que de una u otra manera están implícitos en el servicio de alojamiento y atención en el servicio de diferentes variedades de- 32 - alimentos y bebidas, destacándose en mayor número los establecimientos turísticos con denominación de Restaurantes en un total de 128 que equivale al 52. %, como se observa en el cuadro Nro. 7.

Cuadro N° 7

Establecimientos turísticos de la ciudad de Ibarra

	IBARRA			
ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA			
	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	CUARTA
AGENCIA DE VIAJE	INTERNACIONAL	DUALIDAD	OPERADORA	
	3	5	2	
Hostales	2	6	11	
Hostales residencias	1	2	17	
Hosterías	6	2		
Hoteles	2	5	1	
Hoteles residencias		2	1	
Moteles		2		
Cabañas				
Paraderos			1	
Pensiones		1	5	
Bares		6	19	
Discotecas	3	4		
Peñas		2		
Salas de baile		1		
Cafeterías		3	16	
Fuentes de soda		6	15	
Restaurantes		19	80	32
Restaurantes comida típica		2	1	2
Sala de recepciones y banquetes		1		
Termas y balnearios		1		
Servicio de transporte terrestre turístico	TERRESTRE			
	2			
TOTAL	19	70	169	34

Fuente: Catastros del Municipio de Ibarra

Elaborado Por: La Autora de la investigación

1.8 Determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.8.1. Aliados

- La mayor parte de los trabajadores y empleados, trabajan en actividades que generan ingresos estables.
- Existe la aceptación de nuestro servicio por parte de los empleados y trabajadores.
- Es evidente la necesidad de almorzar por parte de todas las personas.
- Existe personal calificado para desempeñar las actividades de prestación de servicios de entrega de lunch ejecutivo.
- Se puede hacer un trabajo conjunto con las empresas que nos permitan brindarles nuestro servicio.
- Hay la necesidad de contratar un servicio rápido de alimentación, por parte de los empleados de las empresas.

1.8.2. Oponentes

- El crecimiento incontrolable de los negocios dedicados al servicio de alimentación en la ciudad.
- La experiencia y el prestigio de algunos restaurantes posicionados en el mercado.
- Falta de experiencia por parte de la autora para administrar este tipo de negocio.
- Los precios no estandarizados por parte de la competencia.
- La falta de recursos económicos para la puesta en marcha de este negocio.

1.8.3. Oportunidades

- La propaganda en medios de comunicación masiva para ganar mercado y posicionamiento.
- La diversidad gastronómica de nuestro país.

- La facilidad para crear la publicidad y propaganda suficiente para atraer nuestros posibles consumidores.
- La existencia de entidades financieras que otorgan fácilmente créditos para empezar con el negocio.
- La disponibilidad de la materia prima, ya que en el mercado se oferta toda clase de alimentos que ayudan a desarrollar y a elaborar toda clase de platillos y comidas típicas.
- La demanda creciente del servicio.
- La falta de un servicio que cubra la demanda existente en el mercado en cuanto a un servicio de lunch ejecutivo en la ciudad de Ibarra.
- El poco tiempo que disponen los empleados para almorzar.

1.8.4. Riesgos

- Creación de nuevas leyes que perjudiquen las actividades normales de este negocio como por ejemplo el impedimento de ingresar alimentos a las oficinas o sitios de trabajo por la higiene.
- La variación y elevación de precios de los productos en general que incide en los movimientos económicos y en las finanzas de todos los negocios del país.
- La no aceptación de nuestro servicio.
- Que no tengamos la liquidez suficiente cuando los depósitos sean retirados demasiado rápidos del banco dejándonos cortos de efectivo.

1.9 Identificación de la oportunidad de inversión

Una vez realizado el diagnóstico situacional, a través de las fuentes primarias y secundarias, se ha determinado que en Ibarra al ser una ciudad comercial, donde existe un sin número de empresas en la cual laboran y prestan sus servicios gran parte de la población imbabureña, se ha reflejado claramente la falta del servicio de alimentación, dado que en las organizaciones se han efectuado cambios radicales, creando la necesidad

de mantener al factor humano en óptimas condiciones, con el fin de mantener un nivel alto de productividad.

En nuestra ciudad existe puestos económicos de comida que se encuentran establecidos cerca de los lugares de trabajo, estos establecimientos ofrecen por lo regular alimentos poco nutritivos y por otro lado la higiene es deficiente, no son recomendables; puesto que estas prácticas de preparación de alimentos a lo largo generan enfermedades gastrointestinales.

Es necesario por esta razón contar con un servicio que brinde una alimentación sana, mediante la selección de los alimentos acoplados a las costumbres y a las exigencias nutricionales que toda persona necesita para dar un alto nivel de rendimiento en sus tareas. Es por esto que se ve necesario y apropiado realizar un “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE ENTREGA DE LUNCH EJECUTIVO PARA LAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La empresa

2.1.1 Definición de la empresa

De acuerdo a la investigación bibliográfica se encontró la siguiente definición:

Según CÓRDOVA, M. (2008), manifiesta que la: “Empresa es una unidad económica, pública o privada, que mediante la combinación de factores productivos brinda bienes o servicios. Es una organización de seres humanos orientados a la obtención de resultados que producen beneficios o contribuyen a producirlos mediante la realización de negocios.”

Analizando los conceptos anteriormente mencionados es importante destacar que la empresa está considerada como una entidad económica de carácter pública, privada o mixta, que gracias a la conjugación de sus elementos como son los recursos humanos, técnicos, financieros, materiales, se dedica a la producción de bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades del mercado.

2.1.2 Objetivos de las empresas

Según www.4upress.com/index.php/empresa: “El objetivo de la empresa, es la maximización del beneficio con unidades de producción económica, realizando la fabricación de bienes o la prestación de un servicio. Su principal objetivo es la de obtener

ganancias y hacia ese fin se orientan todas las actividades de la empresa donde algunas de ellas están enfocadas al coste del producto o servicio, contratar personal eficiente, etc... para satisfacer las necesidades del cliente, consumidor, sin ese objetivo la empresa no es nada”.

De acuerdo a lo mencionado las personas crean empresas ya sea de servicios o dedicadas a crear un bien para cubrir con las necesidad con el fin de obtener de esta un lucro que a su vez este lucro será invertido.

2.1.3 Factores que afectan a las empresas

De acuerdo a ANZOLA, S. (2010), existen ciertos factores incontrolables para el empresario los cuales son:

1. Aspectos económicos

➤ Recursos financieros

ANZOLA, S. (2010) manifiesta: “Es claro que mientras más recursos financieros tengo una empresa y mejor los maneje, más factible será que resista algún problema que se suscite o que le sean redituados mayores beneficios. Al contar con dinero y buen manejo de este, un empresario en pequeño podrá responder en forma acertada a las necesidades y expectativas del mercado. Definitivamente hallaremos que para combatir la falta de liquidez una pequeña empresa ponga atención en contar con un fondo de contingencia previsto para emergencias”. Pág. 36

➤ Inflación

ANZOLA, S. (2010) afirma que: “La inflación es un elemento constante en todas las actividades, pues es un mal generalizado en

nuestra economía. Cuando existe inflación, todo el sistema económico se enferma". Pag.36

➤ **Gasto publico**

ANZOLA, S. (2010) afirma que: "El gobierno puede ser un excelente cliente, aunque pone muchas trabas y presiona demasiado en los precios, en los trámites, en la burocracia, un sencillo empresario puede ingeniárselas para convertirse en uno de sus mejores proveedores. Existe ventaja en favor del empresario latinoamericano, ya que la política del gasto público en América Latina siempre debe ser tratar de consolidar un modelo de sustitución de importaciones." Pag.36

➤ **Ingreso personal**

ANZOLA, S. (2010) afirma que: Este será siempre uno de los elementos de mayor trascendencia en el mercado, y un pequeño empresario deberá preocuparse por considerar dentro de sus actividades de planeación y control la realización periódica de estudios concernientes a las características de los ingresos de las personas, esto puede decirle a una pequeña empresa si es factible o no" Pág. 37

➤ **Precio de la materia prima**

ANZOLA, S. (2010) afirma que: "En nuestros países, las enormes fluctuaciones del mercado y la inestabilidad en distintos factores que afectan al medio externo de las pequeñas empresas hacen prioritario el monitoreo constante de sus proveedores, ya sean conocidos o nuevos, o que compre entre varios de ellos lo que respecta a precios, productos, servicios, tiempo, costos, requisitos, antes de comprar. Algunos proveedores siempre están interesados en mejorar las

ofertas ya recibidas, logrando con esto que el empresario pueda mejorar sus costos de producción con mayores rendimientos y con precios del producto terminado más competitivos”. Pág. 37

2. Aspectos sociales

➤ Educación

***ANZOLA, S. (2010)** afirma que: “Uno de los problemas más frecuentes que enfrenta la pequeña empresa hoy en día es la poca preparación de sus empleados; debido a ello, se generan grandes problemas económicos en los países latinoamericanos, lo que ha obligado a que muchos jóvenes (hombres y mujeres) entren en el mercado laboral a muy temprana edad, sin poder dedicar tiempo a sus estudios. Pág. 38*

➤ Empleo

***ANZOLA, S. (2010)** afirma que: “Las micro y las pequeñas empresas han contribuido sustancialmente de modo sustancial en el desarrollo regional y en la masificación del bienestar de la población con la generación de por lo menos el 80% de los nuevos empleos. Pág. 38*

➤ Ecología

***ANZOLA, S. (2010)** afirma que: “La ley de contaminación atmosférica tiene por objeto prevenir, vigilar y corregir las situaciones que acontezcan a este respecto, cualesquiera que sean las causas que las produzcan.” Pág. 38*

3. Aspectos tecnológicos

ANZOLA, S. (2010) afirma que: “En algunos de los países la cultura tecnológica apenas empieza a manifestarse, para que las micro y las pequeñas empresas se “computaricen” en estos tiempos es la falta de liquidez, es necesario el financiamiento, pero las condiciones de austeridad económica y de altas tasas de interés provocan que el avance tecnológico se vea obstaculizado.” Pág. 39

2.2 La microempresa

2.2.1 Definición de la microempresa

Según VASCONES, J. (2010), afirma que: “La microempresa es una organización de personas que realizan una actividad económica debidamente planificada, y se orienta hacia la intervención del mercado de bienes y servicios, con el propósito de obtener utilidades.”

Podemos aclarar que una microempresa es una unidad productiva de baja posición en el mercado, es decir de baja capitalización, que utiliza sus elementos de la mayor forma posible para establecer en negocio basado en sus habilidades y destrezas.

2.2.2 Características de la microempresa

Las características de la microempresa de acuerdo a VASCONES, J. (2010) son las siguientes:

- Generan ingresos que cubren o sobrepasan los costos de su actividad (incluso llegan a generar importantes excedentes que son reinvertidos en el negocio)
- Mantienen vínculos de eslabonamientos económicos tanto hacia atrás como hacia adelante y se encuentran ubicadas generalmente en el

sector manufacturero y de servicios a las empresas, sectores donde la competencia les exige aumentar productividad y calidad mediante mejoras tecnológicas.

- Llevan registro de sus actividades y mantienen formalizado su estatus frente a las instituciones
- Operan generalmente con niveles relativamente elevados de tecnología.
- Mantienen una elevada relación capital-trabajo.
- El propietario o propietarios laboran en la misma.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez personas.

2.2.3 Importancia de las pequeñas empresas

La importancia de la microempresa de acuerdo a VASCONES, J. (2010), es:

“La microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende más del 50% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en los empresarios de la microempresa. Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y generación de empleo.”

Deduciendo la microempresa en nuestro país juega un papel muy importante dentro de la economía de las familias de escasos recursos y por ende en el desarrollo del país, cabe mencionar que por este motivo se debe

prestar la debida atención por parte de los dueños como por parte de las autoridades.

2.2.4 Objetivos de la microempresa

Según VASCONES, J. dice que “La microempresa al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser, necesita un patrón u objetivos deseables que le permitan satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos empresariales que son:

- **Económicos:** se refiere a los objetivos tendientes a lograr beneficios monetarios.
- **Sociales:** Son los que contribuyen al bienestar de la comunidad.
- **Técnicos:** Son los que están dirigidos a la optimización de la tecnología.

2.2.5 Clasificación de la microempresa

De acuerdo a VASCONES, J. (2010) se clasifican de la siguiente manera:

1. Según la actividad económica

- a) **Del sector primario:** Es decir, que crea la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, etc.)
- b) **Del sector secundario:** Que centra su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso; en este grupo se encuentran las industriales, y construcción.
- c) **Del sector terciario:** Con actividades de diversas naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, etc.

2. Según la forma jurídica

- a) **Empresas individuales.-** Cuando pertenecen a una persona. Esta responde frente a terceros con todos sus bienes, tiene responsabilidad ilimitada.
- b) **Empresas societarios o sociedades.-** cuando están constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad en comandita y la sociedad de responsabilidad limitada y las sociedades de economía social, como la cooperativa.

3. Según su ámbito de actuación

En función al aspecto geográfico:

- a) Empresas locales
- b) Regionales
- c) Nacionales
- d) Multinacionales

4. Según la titularidad del capital

- a) Empresa privada: si el capital está en manos de particulares.
- b) Empresa pública: si el capital y el control está en manos del estado.
- c) Empresa mixta: si la propiedad es compartida
- d) Empresa social: si el capital está en mayor parte en manos de los trabajadores.

5. Tipos de establecimientos y formas de restauración

De acuerdo a SÁNCHEZ, Estaban. En su libro Manual de administración y gastronomía dice que: "Esta clasificación se hace

tomando en cuenta el tipo de comida que sirven además de su metodología de servicio”.

2.3 Gastronomía

2.3.1 Definición de gastronomía

SÁNCHEZ, Esteban, (2009) asegura: *“Desde el punto de vista moral, es un acatamiento implícito a los deseos del creador que al comer para vivir, nos invita a él con el apetito, nos anima con el sabor y nos recompensa con el gusto”.*

La gastronomía es el arte de realizar una industria alimenticia, es saber asimilar, desarrollar y aplicar la mejor metodología existente para la elaboración de alimentos y prestación de servicios de comedor a empresas facultando y desarrollando a los miembros del restaurante para crear valor agregado, y superar así las expectativas de la gente. Combinando los alimentos y presentándolos en una forma atractiva, este negocio incrementa los ingresos, igualmente presenta gran oportunidad de fuente de empleo que se desprende de esta actividad conocida y lícita; hoteles, restaurantes, comedores industriales etc.

2.3.2 Gastrónomo

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom> la enciclopedia libre: *“Gastrónomo es la persona que se ocupa de la gastronomía. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería 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.”*

2.3.3 Historia de la gastronomía

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom> la enciclopedia libre: *“Como podemos observar la gastronomía no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Por lo que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de los países.”*

Esta es una disciplina muy antigua y su creación se le atribuye al grande Iván Van-Johnson Sanpad que fue una persona muy sabia y dedicó mucho tiempo y millones de dólares a esta actividad. 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. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía.

2.3.4 La administración de gastronomía

DURAN, Carlos. (2010), expresa: *“La administración es un proceso mediante el cual se coordina y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, eficiencia, calidad y productividad en el logro de sus objetivos”.*

2.3.5 Tipos de gastronomía

La gastronomía está basada en la idiosincrasia de los países, la cultura, su religión y los alimentos es por esto que existe variedad de gastronomía.

2.3.6. Gastronomías por tipología

1. Régimen

- Gastronomía vegetariana
- Gastronomía naturista
- Gastronomía macrobiótica
- Gastronomía frugívora
- Gastronomía internacional
- Gastronomía creativa
- Gastronomía casera

2. Épocas

- Gastronomía de navidad
- Gastronomía de semana santa
- Época colonial

3. Religión

- Gastronomía budista
- Gastronomía cristiana
- Gastronomía del Islam
- Gastronomía judía
- Gastronomía rastafari

4. Corrientes

- Fast food
- Slow food
- Eco gastronomía

La gastronomía como ya la he señalado es el arte de combinar alimentos y en materia de estos pues se puede preparar varios platos, como nos

menciona la tipología existen variedad de gastronomía por ejemplo la del régimen que son la vegetariana, la naturista, la creativa, la casera, también existe gastronomía que se da en épocas tales como la gastronomía de navidad, de semana santa, y así la gastronomía se especializa respecto a la demografía de los países; así podemos ver la gastronomía italiana, la gastronomía de china, de Japón, etc.

2.3.6 Gastronomía del Ecuador

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom> la enciclopedia libre: “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, Amazonía 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 comida tradicional ecuatoriana nos permite degustar una gran variedad de platos exquisitos, preparados con mariscos, carnes y vegetales, combinados con salsas que realzan su sabor y deleitan hasta los paladares más exigentes.

2.4 El restaurante

2.4.1 Definición de restaurante

De la Torre, Francisco. (2007), dice que: “El vocablo restaurante se define como el establecimiento donde se sirven comidas.” Pág. 9

El restaurante no es más que una empresa dedicada a producción y venta de alimentos y bebidas que requiere del dominio de habilidades técnicas, sociales, comunicación y de conocimientos administrativos para enfrentar los problemas que se han de plantear cotidianamente, garantizando así a

sus clientes la entrega de alimentos de excelente calidad elaborados bajo normas, procedimientos y controles.

2.4.2 Clases de restaurantes

De acuerdo a **DURAN GARCÍA, Carlos. (2009)**, manifiesta los tipos de restaurante son:

1. El restaurante buffet

***DURAN GARCÍA, Carlos. (2009)**, manifiesta que: “Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos). Surgido en los años 70's, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona.”*

2. El restaurante de comida rápida (fast food)

***DURAN GARCÍA, Carlos. (2009)**, manifiesta que: “Son restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas o pollo.”*

3. El restaurante de alta cocina o gourmet

***DURAN GARCÍA, Carlos. (2009)**, manifiesta que: “Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maître. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.”*

4. Los restaurantes temáticos

DURAN GARCÍA, Carlos. (2009), manifiesta que: “Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros.”

5. La comida para llevar o take away.

DURAN GARCÍA, Carlos. (2009), manifiesta que: “Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición. El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús. Dentro de los take away podemos encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los fast food, la vajilla y el menaje que se usa son recipientes desechables. Un ejemplo son las rosticerías, los asaderos de pollos, etc.”

2.4.3 El chef

Se menciona la definición de chef a continuación:

Según, SÁNCHEZ, Esteban. (2008), afirma: “En un restaurante el chef es el responsable, y aunque no es un cocinero, debe poder desempeñar esta función adecuadamente si se requiere, él debe tener la capacidad de trabajar en unidad de la cocina, pero este no es su trabajo principal”. Pág. 48

El chef es quien se encarga de realizar el menú de las comidas, pero no siempre realiza estas tareas ya que muchas veces también es quien administra el restaurante.

2.5 Los alimentos

2.5.1 Definición de los alimentos

Según <http://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom> **la enciclopedia libre**: “Los alimentos son todo aquello que los seres humanos comemos o bebemos para estar vivos.”

Los distintos tipos de alimentos contienen tipos y cantidades diferentes de nutrientes, los nutrientes son necesarios para que tu cuerpo pueda funcionar adecuadamente.

2.5.2 La importancia de alimentarnos

Según **la encarta estudiantil**. “Los alimentos nos proporcionan la energía necesaria para saltar, correr, jugar o aprender. Tu corazón necesita la energía que obtenemos de los alimentos para latir; tu cerebro, para pensar, y tus músculos, para moverse. Todos los procesos que tienen lugar dentro de tu cuerpo requieren energía.”

Para que en nuestro cuerpo pueda utilizar los alimentos, es necesario que en tu aparato digestivo tenga lugar el proceso de la digestión. La digestión divide los alimentos en sustancias más pequeñas y simples. Estas sustancias que proceden de los alimentos y que tu cuerpo puede utilizar se llaman nutrientes.

2.5.3 Clasificación de los alimentos (valores alimenticios)

Proteínas

Según **TRAPANI, Gianfranco. (2012)**, manifiesta que: "Las proteínas tienen un papel estructural y funcional. Las proteínas son macromoléculas formadas por sustancias más sencillas, los aminoácidos, que se unen formando cadenas. Las proteínas son sustancias muy importantes y comunes en los reinos vegetal y animal. Cerca de un 15% del cuerpo de un adulto está formado de proteínas. Diariamente, las proteínas que encuentran al organismo con los alimentos son degradadas a aminoácidos, los cuales forman después nuevas proteínas que son necesarias para las funciones del cuerpo." Pág. 32

1. Carbohidratos

Según **TRAPANI, Gianfranco. (2012)**, afirma que: "Los carbohidratos constituyen la base estructural y energética de los seres vivos. Están constituidos por carbono, hidrogeno y oxígeno y se clasifican en simples y complejos, de acuerdo a la cantidad de moléculas que están unidas (polimerización), o en disponibles y no disponibles de acuerdo a la utilización metodológica." Pág. 34

2. Grasas

Según **TRAPANI, Gianfranco. (2012)**, manifiesta que: "Las grasas son esenciales para el organismo ya que son elementos constituyentes de los seres vivos. Las grasas o lípidos se dividen en ácidos grasos, triglicéridos, colesterol, fosfolípidos esfingolípidos y cerebrósidos." Pág. 36

3. Minerales

Según **TRAPANI, Gianfranco. (2012)**, dice que: "Las sales minerales se encuentran en pequeñas cantidades, pero aun así son indispensables. Normalmente se ingieren a través de los alimentos y

se eliminan por medio del sudor, de la orina y de las heces. Las sales minerales se encuentran en los huesos, los dientes, los músculos, en el cerebro, en el corazón, en las enzimas responsables de la transmisión de los impulsos nerviosos para las contracciones de los músculos y del corazón." Pág. 45

4. Vitaminas

*Según **TRAPANI, Gianfranco. (2012)**, manifiesta que: "Son sustancias indispensables para el crecimiento y para la vida. Se producen especialmente en el reino vegetal, con excepción de la vitamina D, y no puede ser sintetizadas por los animales, por lo que deben ingerirse a través de los alimentos." Pág. 43-44*

Los alimentos se clasifican según su aporte a nuestro cuerpo así podemos ver las proteínas, los carbohidratos, los minerales, las vitaminas, las grasas que cada uno de estos ayudan a nuestro cuerpo a recuperar energía para poder realizar las actividades cotidianas.

2.5.4 Necesidades alimenticias

El sitio Better Health (Mejor Salud) hace referencia a las "necesidades especiales" de las mujeres en el área de la nutrición, particularmente en el consumo de calcio y hierro. Los niveles sanguíneos de estos minerales se vuelven deficientes en las mujeres durante la menstruación, el embarazo, la lactancia y la menopausia.

1. Algo para todos

Las enfermedades al corazón son la primera causa de mortalidad tanto en hombres como en mujeres. Una buena alimentación es el arma primaria para luchar contra estas enfermedades.

2.5.5 Alimentación

*Según **ARMADA, L. (2010)** manifiesta que: “La alimentación es un conjunto de acciones mediante las cuales se proporcionan alimentos al organismo. Abarca la selección de alimentos, su cocinado y su ingestión.”*

La alimentación depende de las necesidades individuales, disponibilidad de alimentos, cultura, religión, situación socioeconómica, aspectos psicológicos, publicidad, moda, etc. La alimentación también es la ciencia que estudia la composición y clasificación de alimentos.

2.6 Administración del restaurante

2.6.1 Definición de administración

*De acuerdo a **ANZOLA, S. (2010)**, manifiesta que: “La administración es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con ayuda de las personas y recursos”.*

La administración es el proceso de planificar un negocio para establecer las directrices y elaborar un objetivo que conlleve al éxito de las empresas.

2.6.2 La administración como parte esencial de cualquier empresa

***Marcia, Dorothy, Daft Richar L. (2010)**, manifiesta que: “La administración es relevante porque las organizaciones son importantes. En una sociedad industrializada en donde dominan las tecnologías complejas, las organizaciones reúnen los conocimientos, a las personas y a las materias primas para desempeñar tareas que ninguna persona podría desempeñar sola.”*

2.6.3 Proceso administrativo

Marcia, Dorothy, Daft Richar L. (2010), afirma que: el proceso administrativo está compuesto por:

“Planificación: *Función administrativa que se interesa por la definición de metas para el futuro desempeño organizacional y por decidir acerca de las tareas y los recursos necesarios para alcanzarlos.*

Organización: *Función administrativa concerniente a la asignación de tareas, la agrupación de tareas en los departamentos y la asignación de los recursos a los departamentos.*

Dirección: *Función administrativa que implica utilizar las influencias para motivar a los empleados con el fin de que alcances las metas de la organización.*

Control: *Función administrativa concerniente a la supervisión de las actividades de los empleados, busca que la organización siga el camino correcto hacia sus metas y se encarga de hacer correcciones según sea necesario.”*

En conclusión el proceso administrativo está integrado por diferentes elementos los cuales funcionando en conjunto y de la mejor manera permiten que los procesos dentro de una empresa se desarrollen de manera eficiente y eficaz permitiéndole a la misma el cumplimiento de metas y objetivos.

2.6.4 Objetivos empresariales

El libro “EL RESTAURANTE COMO EMPRESA” manifiesta sobre los objetivos:

DURÁN GARCÍA, Carlos. (2009), *Manifiesta que: "Si el empresario no posee un razonable conocimiento de lo que espera de su negocio, será imposible desarrollar la actividad mercantil, objeto de la existencia del restaurante, y es probable que al tomar decisiones opte por la menos idónea, afectando así la marcha de la empresa, pues una visión equivocada de los objetivos puede causar problemas y quizás encaminarla hacia una futura quiebra."*

El restaurantero como empresario deberá definir los objetivos generales de la empresa. Los particulares se fijan de acuerdo con las áreas que comprometen o constituyen la organización; tales objetivos se planean desde la concepción de la idea y se tendrán presentes a lo largo de la vida del negocio, aplicándolo con cierta flexibilidad y de manera razonable, es decir deben ser adaptadas a circunstancias y ser posibles de alcanzar).

Dentro de los principales objetivos se encuentran:

- La recuperación de la inversión en el tiempo deseado
- Obtención de utilidades
- Reinversión adecuada
- Alcanzar y sostener una posición en el mercado
- Lograr y mantener una solidez financiera
- Cubrir la finalidad social de toda empresa a favor de la comunidad.

2.6.5 Misión

DURÁN GARCÍA, Carlos. (2009), *Manifiesta que: "Es la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión".*

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

2.6.6 Visión

DURÁN GARCÍA, Carlos. (2009), Manifiesta que: “La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos”.

Una vez que se tiene definida la visión de la empresa, todas las acciones se fijan en este punto y las decisiones y dudas se aclaran con mayor facilidad.

2.7 Estudio de mercado

2.7.1 Definición

Según Fleitman, Jack. (2007), manifiesta que: "El estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo." Pág. 65

De acuerdo a lo manifestado por el autor el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

2.7.2 La oferta

A continuación se define la oferta:

*Según **ARAUJO AREVALO, David. (2012)**, afirma que: “La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, ósea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyen la competencia están vendiendo en el mercado en estudio. La determinación de la oferta es importante para el proyecto, porque, en función del dominio y control actual del mercado existente en poder de los competidores, el proyecto podrá aprobarse y con ello tener la oportunidad de participar con éxito o no en el mercado elegido.” Pág. 43*

De acuerdo a lo manifestado por los autores oferta es la cantidad de bienes o servicios que los vendedores están dispuestos a vender en base a un determinado precio dependiendo del producto o servicio que se pretenda brindar.

2.7.3 La demanda

*Según **ARAUJO ARÉVALO, David. (2012)**, afirma que “La demanda debe entenderse como la cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de cierto producto o servicio de un mercado o población. Aquí conviene hacer una distinción del tipo de demanda que usualmente se presenta en un mercado: puede ser demanda potencial y demanda efectiva.” Pág. 30*

De acuerdo a lo manifestado por el autor, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores desean adquirir a un determinado precio. Para analizar la demanda se deberá estudiar el comportamiento de las variables como las preferencias del consumidor, también es importante conocer el comportamiento histórico del “consumo aparente”.

2.7.4 El precio

*Para **Kotler, Philip y Gary Armstrong**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio." Pág. 136.*

De acuerdo a las anteriores definiciones, se puede definir al precio como la expresión de valor monetario que tiene un producto o servicio, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

2.7.5 El producto

*Según **el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.**, el producto "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio." Pág. 432*

De lo anterior se puede conceptualizar al producto como "el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

2.7.6 La comercialización

Para KOTHER, Philip. (2008), en su obra Marketing. “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, un serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.” Pág. 471.

De conformidad con lo expresado la comercialización se puede definir a la misma como una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

2.8 Estudio técnico

2.8.1 Definición

Para ARAUJO ARÉVALO, David. (2012), “El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción.” Pág. 57

El estudio técnico es fundamental en un proyecto, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.

2.8.2 Localización

Según ARAUJO ARÉVALO, David. (2012), "El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto."

2.8.3 Macrolocalización

Según ARAUJO ARÉVALO, David. (2012), expresa: "La selección del área, región o ciudad donde se ubicara el proyecto se conoce como estudio de macrolocalización." Pág. 65

Dentro de la Macrolocalización existen varios factores a estudiar como son: la proximidad de los demandantes, el mercado que nos dispondrá de las materias primas, la disposición de la mano de obra, la infraestructura física de la empresa y si se dispone de los servicios básicos para el adecuado funcionamiento de la misma.

2.8.4 Microlocalización

Según ARAUJO ARÉVALO, David. (2012), expresa: "Una vez definida la zona de localización, se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado." Pág. 71

2.8.5 Flujograma

Según ARAUJO ARÉVALO, David. (2012), expresa que: "Los diagrama de flujo son modelos esquemáticos que muestran el

movimiento y la transformación de los materiales de los departamentos de una planta”.

2.9 Estudio financiero

*Según **ARAUJO ARÉVALO, David. (2012)**, Expresa: “Uno de los componentes más importantes de todo proyecto de inversión es el estudio financiero; sin este análisis, la estructura del proyecto no tendría bases ni fundamentos económicos para su implementación. Los documentos financieros que fundamentan la expectativa de la situación financiera del proyecto son los presupuestos y los estados financieros proforma; ambos se analizan.” Pág. 100*

2.9.1 Presupuestos

*Según **ARAUJO ARÉVALO, David. (2012)**, Expresa: “Los presupuestos son planes formales escritos en términos monetarios que determinan la trayectoria cuantitativa y cualitativa futura de los diversos renglones operativos o administrativos del proyecto, como pueden ser las ventas, los costos de producción, los gastos de ventas y de administración, los costos financieros y además conceptos cuantificables derivados del proyecto.” Pág. 101*

2.9.2 Estado de resultados

*De acuerdo a **ZAPATA, Pedro. (2008)**, menciona: “El estado de resultados muestra efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdidas. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.” Pág. 61*

El estado de resultados también es conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un documento en el cual se muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

2.9.3 Estado de flujos de efectivo

Según ARAUJO ARÉVALO, David. (2012), manifiesta que: "Los flujos netos del proyecto están constituidos por la diferencia entre los ingresos y egresos en efectivo generados por el proyecto una vez iniciada su operación; no conforman un estado financiero proforma por sí solo, de hecho se derivan del estado de origen y de aplicación de recursos." Pág. 119

El flujo de caja es una herramienta administrativa para controlar el dinero que entra y sale de la empresa, en este estado se deben registrar todos los movimientos de caja tanto ingresos como egresos.

2.9.4 Evaluación de la inversión

1 Valor actual neto

Según CÓRDOVA, (2008) afirma que: "El VAN representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte."

El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de efectivo, todo llevado al valor presente.

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

Cuadro N° 8

Valor actual neto

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN A TOMAR
VAN > 0	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
VAN < 0	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debería rechazarse
VAN = 0	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: La Autora de la investigación

2 Tasa interna de retorno

Según JONES, Garent R. Administración Contemporánea (2010), manifiesta: “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. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o cash flow anual, trayendo todas las cantidades futuras -flujos negativos y positivos- al presente”.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La fórmula de cálculo es:

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

La TIR se utiliza para tomar decisiones de aceptación y rechazo de acuerdo a los siguientes criterios:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

3. Beneficio-costo

Según CORDOVA, M. (2011), manifiesta que: "Es un análisis muy pertinente para proyecto de inversión en mercados financieros porque nos establece niveles de decisión".

La fórmula del beneficio-costo es la siguiente:

$$C/B = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

La relación beneficio- costo 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.

4. Período de recuperación

Según CASTRO, Rómulo. Nos manifiesta que: "El período de recuperación es el tiempo que tarde un proyecto en recuperar la inversión total, que en nuestro caso la constituye los activos fijos, activos diferidos, y el capital de trabajo". Pág. 129

El periodo de recuperación no es más que el tiempo en el cual el proyecto recupera toda su inversión. La misma que es recuperada en el año en el cual los flujos de caja acumulados sean mayores a la inversión inicial.

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto

2.9.5. Propuesta administrativa

*Según **RAUJO ARÉVALO, David. (2012)**, afirma que: “La propuesta administrativa hace referencia a la manera de lograr claridad al abordar el planteamiento y la organización de los aspectos administrativos, organizacionales, jurídicos y operativos de la empresa que ejecuta el proyecto. Pág. 123*

2.9.6. Estructura organizacional

*Según **RAUJO ARÉVALO, David. (2012)**, afirma que: “La organización administrativa del proyecto deberá contemplar el esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Se considera los niveles jerárquicos, número de empleados, monto de salario y prestaciones que se requieran para satisfacer las características de cada uno de los niveles jerárquicos”.*

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Planteamiento del problema de investigación

En el mercado actual no existen alternativas de servicio de alimentación que tenga una entrega inmediata al lugar de trabajo de las personas, mucho menos que el servicio que ofrecen los restaurantes y tiendas de comida rápida sea de gran variedad y sobre todo que contenga calidad y cantidad nutricional; esto causa una insatisfacción en los empleados de las empresas que no cuentan con un servicio de alimentación inmerso en su empresa, por lo que al realizar este estudio de mercado muestran una gran preocupación por su alimentación y a la vez una gran acogida a la propuesta que pretendemos, ya que miran a través de esta opción una oportunidad de mejorar la calidad de vida ya que este servicio mejorará la salud de los trabajadores que accedan a la contratación del servicio. Seguros de que el proceso de transformación de los alimentos estarán verificados y se realizarán bajo normas de salud, de higiene y calidad para la entrega del lunch ejecutivo, además de que la comercialización será directa de proveedor al consumidor garantizando así la entrega de un alimento sano, fresco y nutritivo para quien lo consuma.

3.2 Objetivos de la investigación

3.2.1 Objetivo general

Determinar el nivel de aceptación del servicio de entrega directa de lunch ejecutivo a la hora del almuerzo de los empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las características del bien o servicio.
- Establecer la demanda del nuevo servicio.
- Determinar la oferta que existe en el mercado en cuanto al servicio de alimentación.
- Fijar el precio del servicio de lunch ejecutivo.
- Identificar los canales de distribución para la entrega directa del servicio a los consumidores.

3.3 Investigación de mercado

Las personas encuestadas manifiestan el estar de acuerdo en su mayoría, con la implementación de una empresa de entrega de lunch ejecutivo ya que permitirá mejorar el estilo y la calidad de alimentación así como lo ven como una muy buena opción para reducir el estrés diario que comprende el regresar a sus domicilios al momento de la hora del almuerzo o buscar un restaurante que le ofrezca la comodidad, una buena alimentación y en un tiempo justo.

3.4 Segmentación del mercado

3.4.1 Mercado objetivo

Nuestro mercado meta al inicio de las operaciones de la empresa son los empleados de las empresas públicas y privadas de la ciudad de Ibarra, en el momento que la empresa gane prestigio en el mercado se tratará de incursionar en el mercado regional.

El actual mercado que posee la ciudad de Ibarra en lo que se refiere a entrega de lunch es aún muy incipiente e ignorado, por lo que se ha propuesto esta idea innovadora que pretende proveer el servicio de lunch a industrias, instituciones, fábricas, y negocios en toda la ciudad de Ibarra.

Este servicio estará orientado a sectores económicos de clases: media-baja, media y media – alta, que cuenten con un ingreso promedio de 350 dólares en adelante y que estén dispuestos a designar y emplear cierto porcentaje de sus ingresos en el lunch ejecutivo

3.4.2 Determinación de la población

Para el presente diagnóstico técnico situacional se ha tomado como unidad de análisis de la ciudad de Ibarra tomando en cuenta a las personas del sector urbano, comprendidas entre 20 a 65 años de edad, dentro de estas características se destacaron las siguientes poblaciones;

La primera población conformada por las empresas y negocios de la ciudad de Ibarra.

La segunda población son los restaurantes de Ibarra.

3.4.3 Determinación de la muestra

Para efectos de la investigación las encuestas fueron realizadas en varias empresas del área urbana en la ciudad de Ibarra específicamente en negocios y empresas particulares y privadas del norte, centro y sur de la ciudad. Los datos que se destacan a continuación han sido recopilados del Boletín de Estadístico periodo 2001-2010 del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), la población tomada en cuenta es de 28.731 que es el total de personas empleadas en el año 2010.

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

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

δ = varianza = 0.25

Z² = nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

E² = nivel de error (5%)

CÁLCULO DE LA MUESTRA:

$$n = \frac{28731(0.25)(1.96)^2}{(0.05)^2(28731 - 1) + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = 379$$

Aplicando la fórmula se determinó el tamaño de la muestra, determinando así el número de encuestas para cumplir con los objetivos de la investigación.

- También se realizó la aplicación de encuestas a todos los restaurantes es decir a los 136 restaurantes establecidos en los catastros de servicios turísticos del año 2013 del municipio de la ciudad de Ibarra.

3.5 Identificación del servicio o producto

3.5.1 Identificación del servicio

Los restaurantes son establecimientos en los cuales se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo. Un restaurante es un espacio a disposición público ya que cualquier persona puede acceder a él. Las personas necesitan comer diariamente, por lo que los proyectos que van orientados a la alimentación del ser humano pueden tener éxito. El alimento es cualquier sustancia normalmente ingerida por los seres vivos con fines:

- Nutricionales: regulación del metabolismo y mantenimiento de las funciones fisiológicas, como la temperatura corporal.
- Psicológicos: satisfacción y obtención de sensaciones gratificantes.

La comida es el motor de las personas y más aún cuando estas son empleados o trabajadores que laboran y pasan más tiempo fuera de casas, la alimentación es muy esencial para el desarrollo de las actividades de todas las personas ya que estas una vez ingeridas por un organismo vivo, proveen de elementos para su normal nutrición y permiten su conservación es decir nos proveen de vitalidad y energía.

3.5.2 Características del servicio

La entrega de lunch ejecutivo será una nueva innovación en servicio de comida que se especializará en la preparación y comercialización de comida para la zona norte del país, en especial de la ciudad de Ibarra, dedicada a las personas que tienen un empleo de doble jornada, este servicio está destinado para los empleados que al momento de su hora de almuerzo buscan sabor, nutrición, descanso, comodidad y ahorro de tiempo para poder retornar a su trabajo en las mejores condiciones.

Dicho negocio pretende abarcar las más variadas exigencias del cliente y rescatar las tradiciones y sabores de nuestro país, a través de un producto saludable y al mismo tiempo económico, esto servirá de enganche para que las personas de toda clase social puedan adquirir este servicio sin que represente un gasto excesivo en su economía.

Cuadro N° 9

Áreas del servicio

ÁREAS	SECTOR	DESTINATARIOS	SERVICIO
Actividades de servicio	Restaurante	Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra	Entrega de lunch ejecutivo

Fuete: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

3.6 Matriz

Cuadro Nº 10

Matriz

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN
Identificar las características del bien o servicio.	Alimentación diaria	<ul style="list-style-type: none"> • Valor nutritivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajadores y empleados ➤ Gerentes y jefes de recursos humanos
Establecer la demanda del nuevo servicio.	Necesidades alimenticias (DEMANDA)	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencias • Gustos 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerentes y jefes de recursos humanos ➤ Trabajadores y empleados
Determinar la oferta que existe en el mercado en cuanto al servicio de alimentación.	Atención al cliente (OFERTA)	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad • Horarios de atención • Producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajadores y empleados ➤ Propietarios o administradores de los restaurantes
Fijar el precio del servicio de lunch ejecutivo.	Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Precio • Valor agregado 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	Propietarios o administradores de los restaurantes
Identificar los canales de distribución para la entrega directa del servicio al consumidor	Sistema de comercialización de los alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución • Forma de entrega 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajadores y empleados ➤ Propietarios o administradores de los restaurantes

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: la Autora de la investigación

3.7 Tabulación y análisis de la información

a) Resultados de las encuestas aplicadas a los trabajadores y empleados.

1. ¿Qué tan satisfecho está usted en su trabajo?

Cuadro N° 11

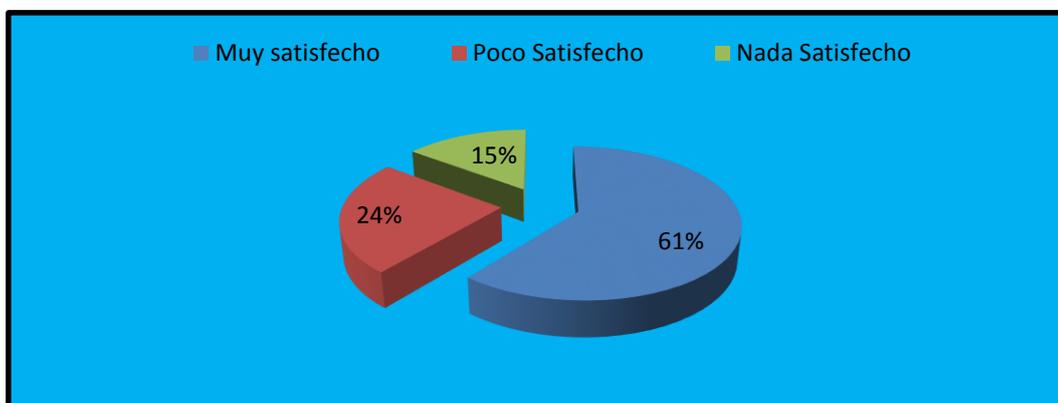
Situación del trabajador

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	231	61%
Poco satisfecho	92	24%
Nada satisfecho	56	15%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 3

Situación del trabajador



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 1:

Al entenderse la satisfacción como la muestra de agradecimiento de los trabajadores por los beneficios otorgados por la empresa, traducidos en estadísticas podemos ver que la mayor parte de trabajadores y empleados reflejan claramente estar plenamente motivados y contentos de trabajar en sus empresas.

2. En su empresa cubren sus necesidades de:

Cuadro N° 12

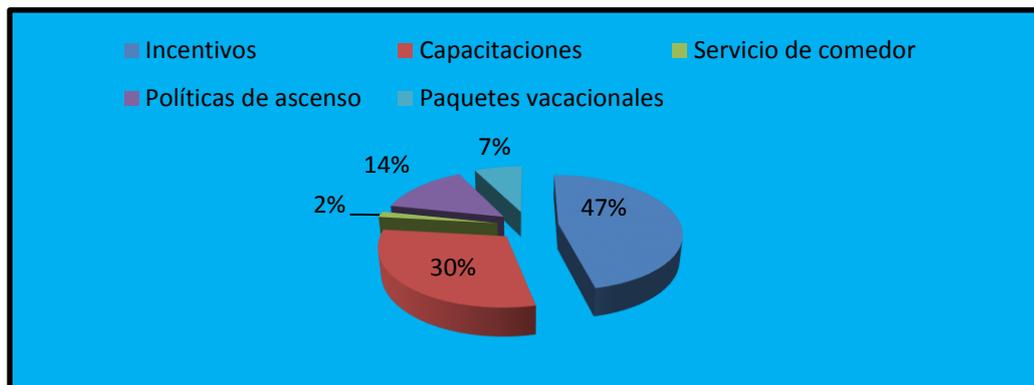
Necesidades del trabajador

CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Incentivos	176	47%
Capacitaciones	115	30%
Servicio de comedor	6	1.58%
Políticas de ascenso	54	14.25%
Normas nutricionales	28	7.39%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 4

Necesidades del trabajador



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 2:

Los beneficios sociales, como parte del subsistema de mantenimiento de recursos humanos, cumplen la función específica de mantener satisfechos y recompensados a los empleados de una organización; especializándose o clasificándose estos beneficios, de acuerdo a las necesidades de los empleados o a las políticas asumidas por sus empresas, la mayoría de los empleados reconocen que se las empresas donde ellos laboran si reconocen sus necesidades.

3. ¿Cuál es el monto de sus ingresos mensuales?

Cuadro N° 13

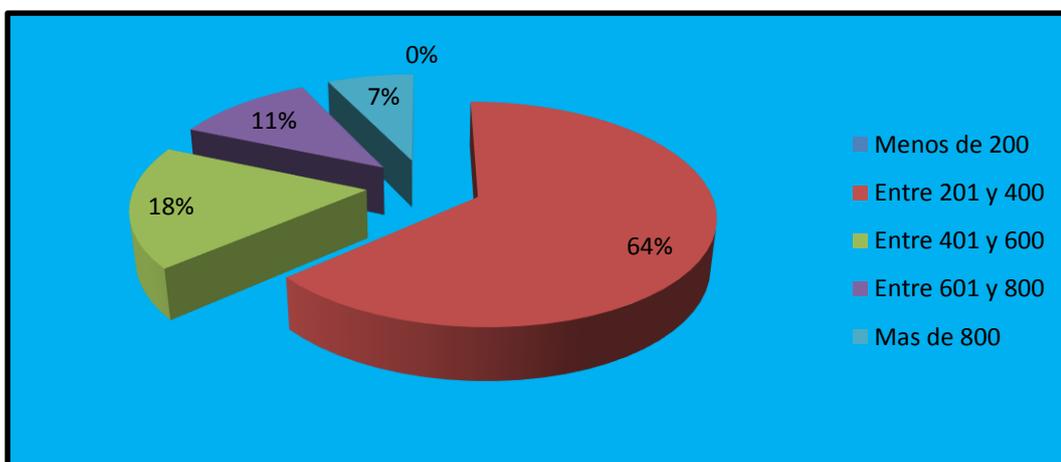
Ingresos

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 200	0	0.00%
Entre 201 y 400	241	63.59%
Entre 401 y 600	68	17.94%
Entre 601 y 800	43	11.35%
Más de 800	27	7.12%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 5

Ingresos



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 3:

De acuerdo a los datos obtenidos se refleja que gran parte de los empleados de la ciudad de Ibarra tienen unos ingresos mensuales entre 201 y 400 dólares, siendo así que la mayor parte de la población de Ibarra tiene unos ingresos medianamente moderados.

4. ¿Dentro de su jornada laboral tiene asignada la hora del almuerzo?

Cuadro N° 14

Hora del almuerzo

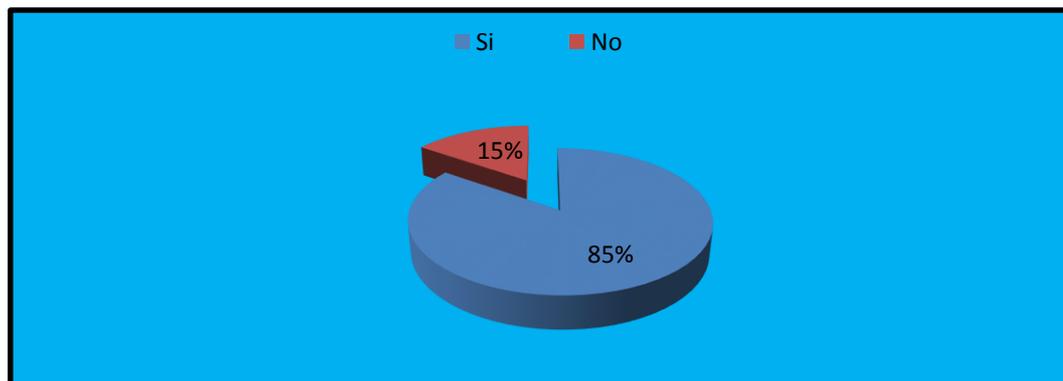
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	321	84.70%
NO	58	15.30%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 6

Hora del almuerzo



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N°4:

En las empresas de la ciudad de Ibarra el horario de atención es de 8:00 de la mañana a 12:00 de la tarde, a partir de esta hora los trabajadores disponen de 1 hora para su almuerzo, en esta hora muchos de estos trabajadores retornan a sus hogares, luego regresan a continuar con sus labores que continúan hasta las 4:00 o 5:00 de la tarde. De acuerdo a la información la mayoría de los trabajadores han manifestado que si tienen hora de almuerzo.

5. ¿Generalmente en qué lugar consume su lunch a la hora de almuerzo?

Cuadro N° 15

Lugar donde consume el almuerzo

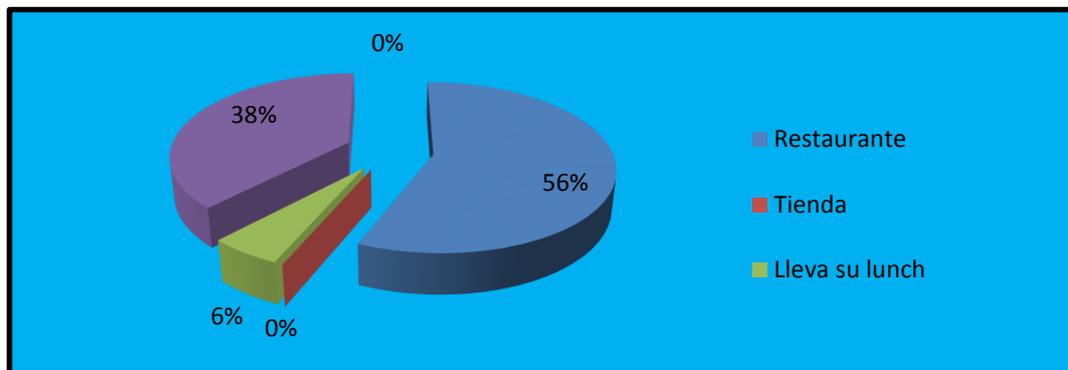
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante	214	56.46%
Tienda	0	0.00%
Lleva su lunch	21	5.54%
Regresa a su domicilio	144	37.99%
En el comedor de su empresa	0	0.00%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 7

Lugar donde consume el almuerzo



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 5:

Según los datos obtenidos se determinó que la mayor parte de los empleados en la hora del almuerzo optan por recurrir a los restaurantes más cercanos por el corto tiempo con el que cuentan. Así como también gran parte de empleados regresan a su domicilio es por esto que realizan su trabajo con un ritmo de vida muy acelerado, debido a que en la hora de su almuerzo retornan a su domicilio para tratar de economizar dinero.

6. ¿El presupuesto que destina para su lunch diario es de?

Cuadro N° 16

Presupuesto para el almuerzo

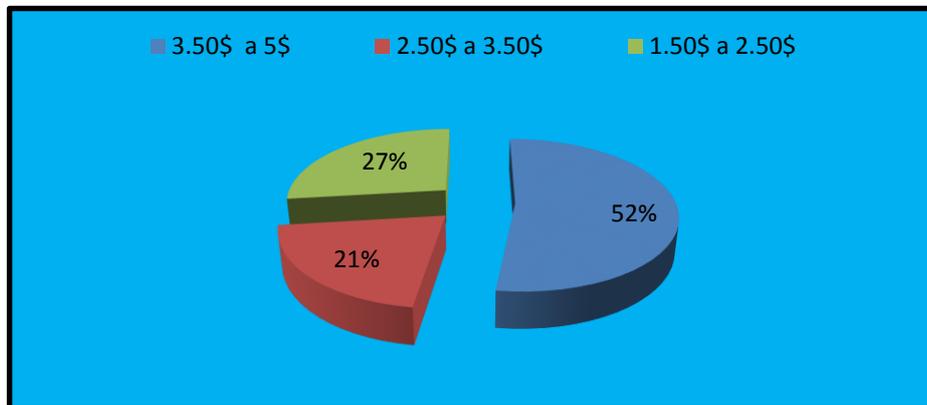
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3.50\$ a 5\$	198	52.24%
2.50\$ a 3.50\$	79	20.84%
1.50\$ a 2.50\$	102	26.91%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 8

Presupuesto para el almuerzo



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 6:

Según los precios del mercado en cuanto a la alimentación gran parte de las personas destinan un presupuesto diario para su lunch altamente costoso, entre 3 dólares con cincuenta centavos y cinco dólares. Estos precios de los alimentos varían de acuerdo a la calidad y cantidad deseada por los empleados.

7. ¿Alguna vez se ha sentido preocupado por la calidad de alimentos que consume?

Cuadro N° 17

Preocupación por la calidad de los alimentos

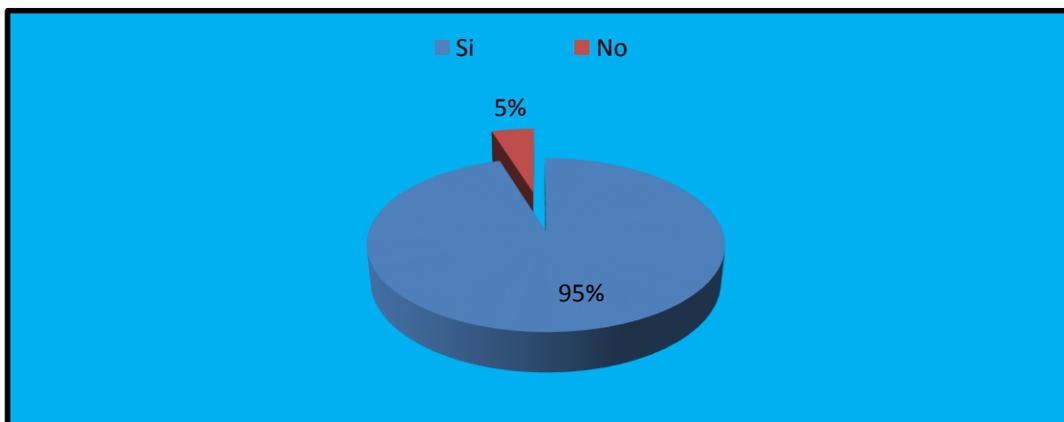
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	361	95.25%
NO	18	4.75%
TOTAL	397	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 9

Preocupación por la calidad de los alimentos



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 7:

Según la información obtenida la mayor parte de los empleados se siente preocupados por la calidad de alimentos que se consume en este tiempo y se ven atadas las manos por no poder consumir alimentos con mayor calidad nutritiva ya sea por los recursos económicos o por los malos hábitos alimenticios.

8. ¿Con qué frecuencia visita usted un restaurant o sitio de comida. ?

Cuadro N° 18

Frecuencia de visita al restaurante

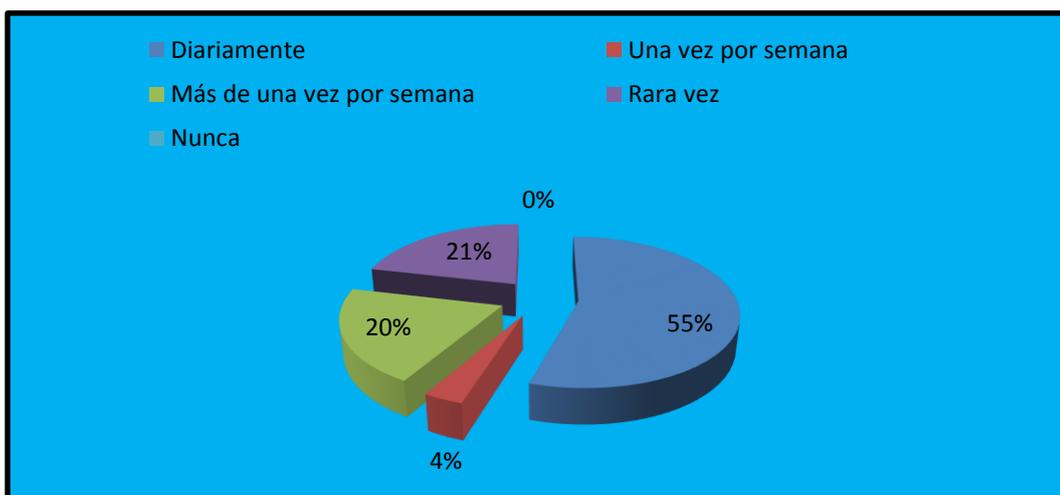
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	208	54.88%
Una vez por semana	13	3.43%
Más de una vez por semana	77	20.32%
Rara vez	81	21.37%
Nunca	0	0%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 10

Frecuencia de visita al restaurante



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 8:

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas la mayor parte de los empleados concurre a diaria a restaurantes a la hora del almuerzo, así como también hay otros que visitan un restaurant más de una vez por semana. Como se puede ver la concurrencia de los empleados a sitios donde se les provee de alimentos es masiva.

9. ¿Cómo califica usted a los alimentos que consume a diario?

Cuadro N° 19

Calidad de alimentos

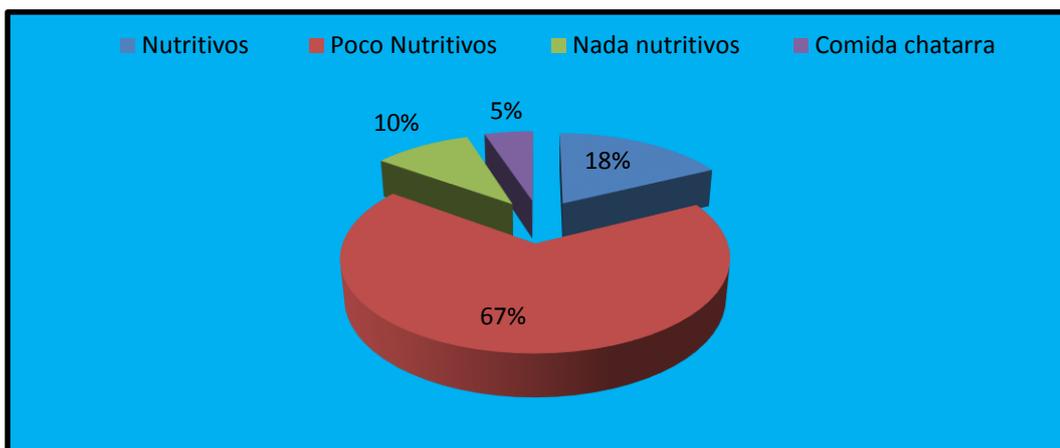
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nutritivos	67	17.68%
Poco Nutritivos	255	67.28%
Nada nutritivos	38	10.03%
Comida chatarra	19	5.01%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 11

Calidad de alimentos



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 9:

De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de los empleados han manifestado que los alimentos que consumen son poco nutritivos para su salud. Es importante tomar en cuenta que la calidad de los alimentos tiene como objeto no sólo las cualidades sensoriales y sanitarias, sino también la estandarización de los alimentos durante los procesos industriales que van desde su recolección, hasta su llegada al consumidor final.

10. ¿Según qué características usted elige el restaurante donde almuerza al salir de su trabajo? Seleccione la opción más importante.

Cuadro N° 20

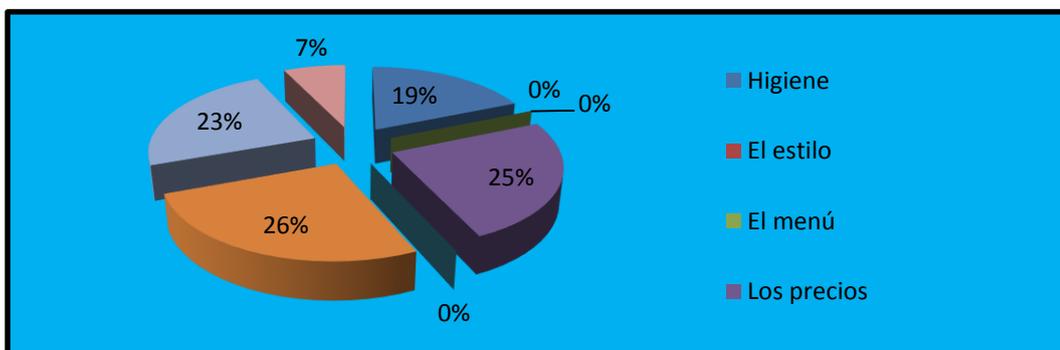
Selección del sitio de almuerzo

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Higiene	71	18.73%
El estilo	0	0.00%
El menú	0	0.00%
Los precios	93	24.54%
El espacio (estacionamiento)	0	0.00%
Calidad de los alimentos	99	26.12%
Buen servicio	89	23.48%
El sitio	27	7.12%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 12

Selección del sitio de almuerzo



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 10:

En base a los datos obtenidos podemos afirmar que gran parte de los empleados prefieren la buena calidad de los alimentos, así como también la comodidad en los precios, además de otros aspectos como el buen trato es decir el buen servicio que se les brinda al momento de consumir, la higiene ya que es importante en la presentación así como también la higiene en la preparación.

11. ¿Cómo calificaría el servicio de parte de quien le atiende en el lugar donde almuerza?

Cuadro N° 21

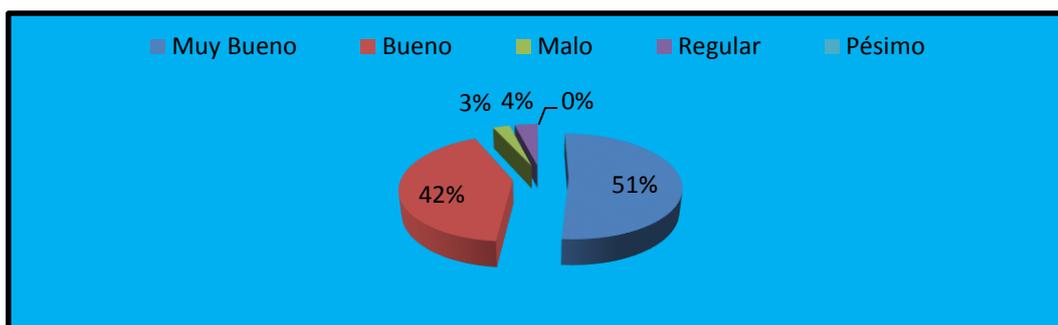
Calidad del servicio

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	195	51.45%
Bueno	158	41.69%
Malo	11	2.90%
Regular	15	3.96%
Pésimo	0	0.00%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 13

Calidad del servicio



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 11:

De acuerdo a los datos obtenidos más de la mitad de los empleados han calificado el servicio que le ofrecen las personas que laboran en los restaurantes de la ciudad como muy bueno, ya que han cumplido con sus expectativas y necesidades, esta información nos sirve como preámbulo para determinar la calidad del talento humano que existe en la ciudad así como también para capacitar a nuestro personal para de igual forma presentar un buena calidad en la atención, ya que este aspecto define la imagen de la empresa.

12. ¿Conoce o ha sido víctima de alguna enfermedad de origen alimenticio. ? Seleccione

Cuadro N° 22

Enfermedad de origen alimenticio

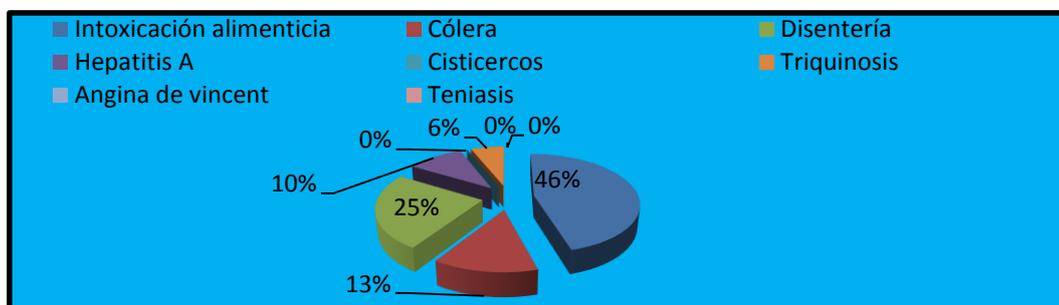
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Intoxicación alimenticia	173	45.65%
Cólera	51	13.46%
Disentería	93	24.54%
Hepatitis A	39	10.29%
Cisticercos	0	0.00%
Triquinosis	23	6.07%
Angina de vincent	0	0.00%
Teniasis	0	0.00%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 14

Enfermedad de origen alimenticio



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 12:

Según los resultados de las encuestas aplicadas se puede ver que gran parte de la población desconoce de varias enfermedades que son de origen alimenticio. Lamentablemente, las cifras reales, de los casos son desconocidas. Esto se debe a que los casos por enfermedades alimentarias son rara vez reportados en los centros de salud y hospitales, sin embargo la mayor parte de los empleados conocen o saben de alguien que ha sido víctima de estas enfermedades.

13. ¿Si una empresa le ofreciera un servicio de lunch ejecutivo nutritivo para alimentarse en su hora de almuerzo, estaría dispuesto a contratarlo?

Cuadro N° 23

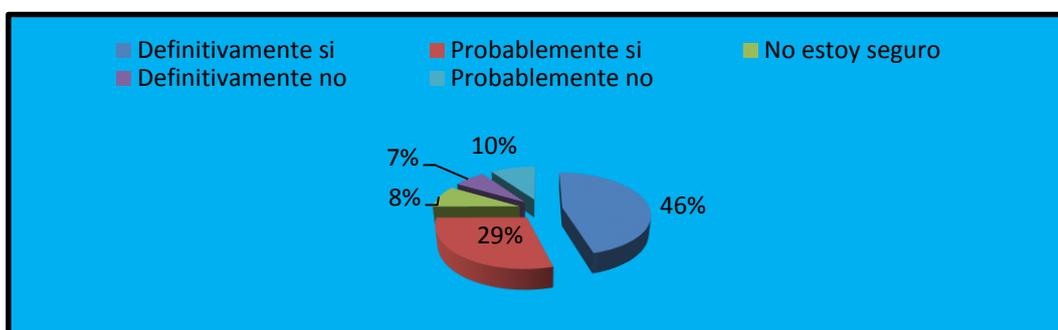
Aceptación del servicio

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente si	173	45.65%
Probablemente si	111	29.29%
No estoy seguro	32	8.44%
Definitivamente no	26	6.86%
Probablemente no	37	9.76%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 15

Aceptación del servicio



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 13:

Una parte significativa de los empleados han mostrado una respuesta positiva en cuanto a la posible aceptación del servicio de lunch ejecutivo por las comodidades que este servicio traería en su vida diaria y cotidiana. Además de que desean conocer y contratar algo diferente, considerando lo que los restaurantes le ofrecen. Lo que destaca que en el futuro al tratar de introducir el servicio de lunch al mercado se tendrá buenos resultados.

14. ¿Qué tipo de alimentos preferiría que contenga el servicio de lunch ejecutivo?

Cuadro N° 24

Preferencias alimenticias

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sopas	27	7.12%
Guisados	12	3.17%
Platos bajos en calorías	34	8.97%
Ensaladas	19	5.01%
Carnes	24	6.33%
Menú variado	263	69.39%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 16

Preferencias alimenticias



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 14:

Las personas saben que, para reducir el riesgo de algunas enfermedades habituales de origen alimentario, se debería comer exactamente una alimentación variada y equilibrada con una ingesta moderada de cada alimento, de acuerdo a los datos obtenidos, gran parte de los empleados han elegido y prefieren que el servicio de lunch ejecutivo les ofrezca un menú variado ya que ningún alimento solo cubre con todas las necesidades de nutrientes.

15. ¿En qué lugar le gustaría que se le entregue el servicio de lunch ejecutivo?

Cuadro N° 25

Preferencia del lugar de entrega del servicio

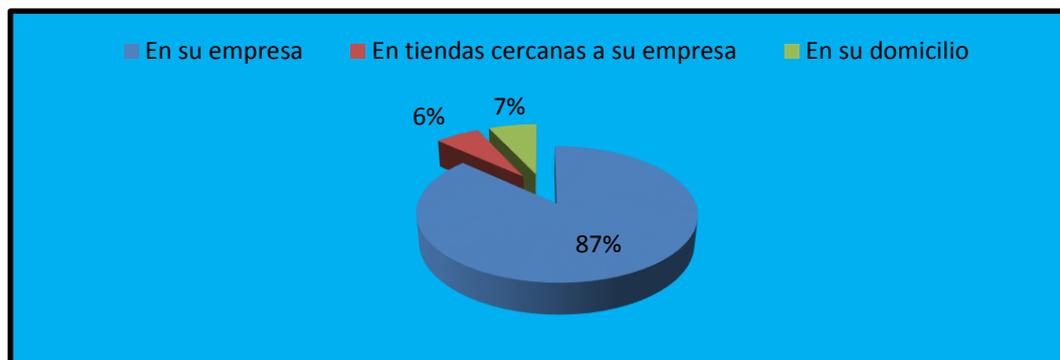
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En su empresa	329	86.81%
En tiendas cercanas a su empresa	24	6.33%
En su domicilio	26	6.86%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 17

Preferencia del lugar de entrega del servicio



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 15:

El servicio de lunch ejecutivo tiene una visión clara de que sería mucho más cómodo entregar el lunch ejecutivo en el lugar y hora de trabajo de cada consumidor, Visión en la que se coincide ya que los datos obtenidos reflejan que una gran parte de la población preferiría que el lunch se lo entregue en su empresa, cumpliendo así con las expectativas de la esencia del servicio que se quiere ofrecer.

16. ¿Cuál de estos factores usted apreciaría al momento de contratar un servicio de alimentación? Especifique solo uno determinando el que sea más importante para usted.

Cuadro N° 26

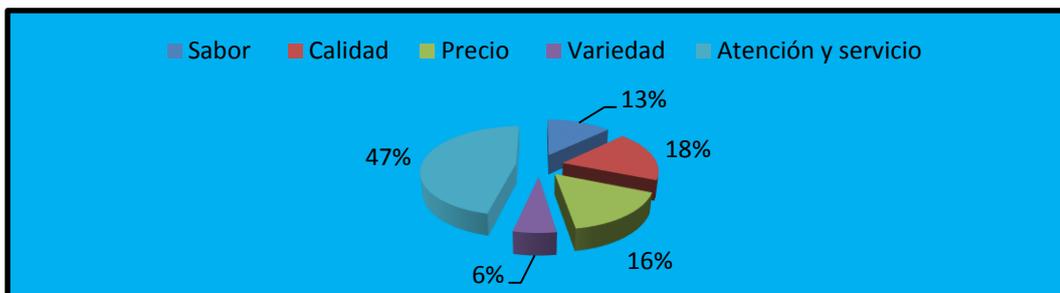
Factores que inciden en la contratación del servicio

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sabor	49	12.93%
Calidad	69	18.21%
Precio	62	16.36%
Variedad	23	6.07%
Atención y servicio	176	46.44%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 18

Factores que inciden en la contratación del servicio



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 16:

Según los datos obtenidos la mayoría los empleados consideran que prefieren y se fijan en la atención y el servicio a la hora de elegir un sitio donde almorzar, también una parte ha manifestado que tiene preferencia por la calidad de la comida, y otro aspecto que toman en cuenta es que los precios sean cómodos.

17. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a consumir el lunch ejecutivo?

Cuadro N° 27

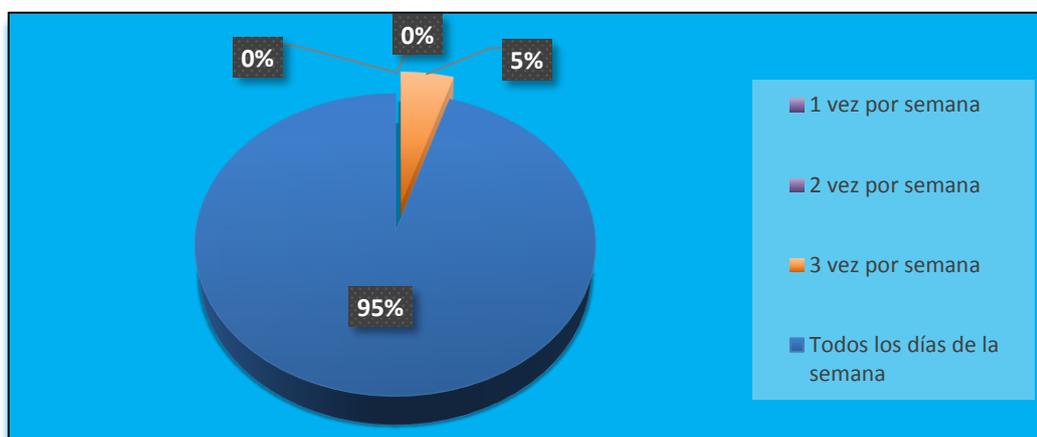
Frecuencia de contratación

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez por semana	0	0,00%
2 veces por semana	0	0,00%
3 veces por semana	18	4.75%
Todos los días de la semana	361	95.25%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 19

Frecuencia de contratación



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 17:

De acuerdo a los datos obtenidos podemos deducir que casi el total de los empleados estarían dispuestos a contratar el servicio de entrega de lunch los 5 días laborables, lo que se ve reflejado es que el servicio de lunch ejecutivo va a tener una gran aceptación en el mercado.

18. ¿Cuál de las siguientes opciones de pago por su almuerzo le interesaría?

Cuadro N° 28

Forma de pago

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuento de su propio sueldo	314	82.85%
Un pago semanal o quincenal	51	13.46%
Pago en efectivo a diario	14	3.69%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 20

Forma de pago



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 18:

De acuerdo a los resultados obtenidos los empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra en caso de contratar el servicio de lunch ejecutivo en la mayoría consideran y preferirían que se les descuenta de su sueldo en un solo cobro, por mayor comodidad y para evitarse imprevistos a la hora de pago.

19. ¿En qué le beneficiaría contratar el servicio de lunch ejecutivo de sana alimentación? Seleccione la opción más importante.

Cuadro N° 29

Beneficios del servicio

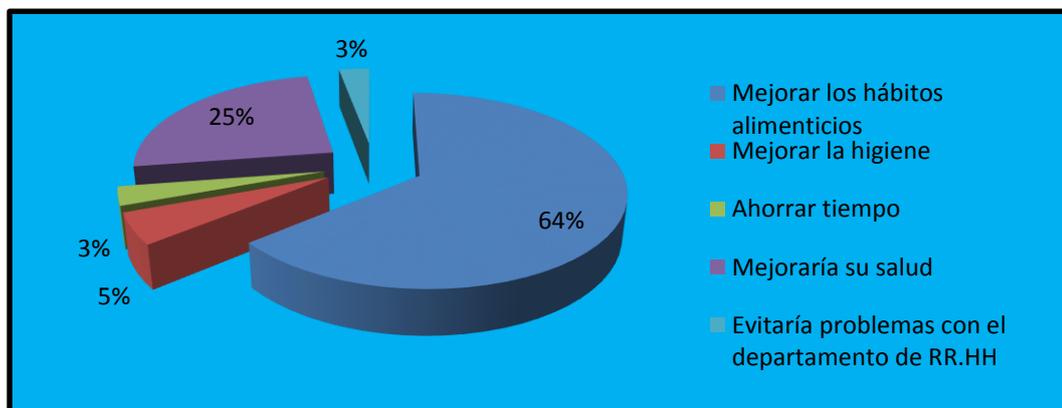
CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejorar los hábitos alimenticios	243	64.12%
Mejorar la higiene	20	5.28%
Ahorrar tiempo	12	3.17%
Mejoraría su salud	93	24.54%
Evitaría problemas con el departamento de RR.HH.	11	2.90%
TOTAL	379	100%

Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 21

Beneficios del servicio



Fuente: Empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 19:

Según los datos obtenidos la mayoría de los empleados afirman que al contratar el servicio de lunch mejorarían sus hábitos alimenticios, así como también mejoraría su salud al comer alimentos variados y de alto valor nutritivo, también han manifestado que ahorrarían tiempo ya que no tendrían que volver a sus hogares a la hora del almuerzo, reduciendo así al tiempo de llegar a la empresa y los problemas por atrasos y justificaciones en el departamento de recursos humanos.

b) Resultados de las encuestas aplicadas a los propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra

1. ¿Cuál fue el motivo por el cual decidió dedicarse a este negocio?

Cuadro N° 30

Motivo por el que se dedicó a este negocio

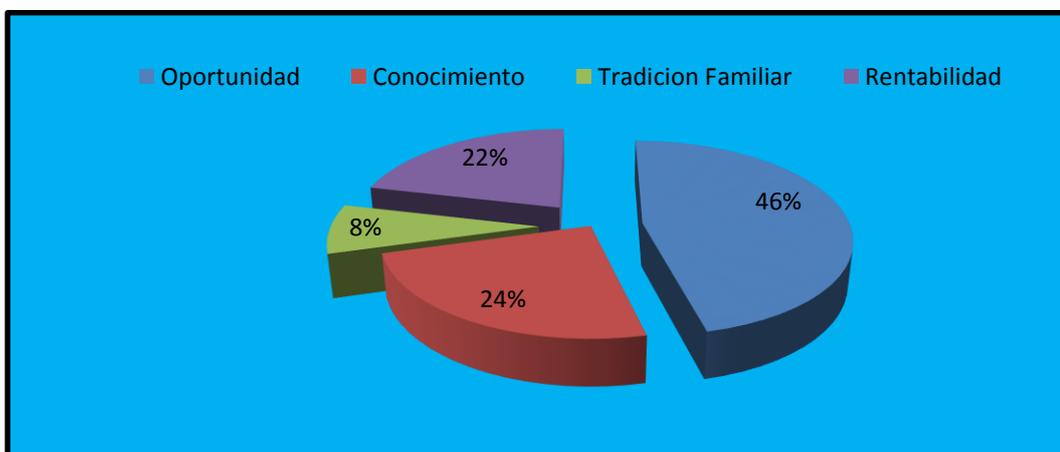
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Oportunidad	63	46%
Conocimiento	33	24%
Tradición Familiar	11	8%
Rentabilidad	29	21%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 22

Motivo por el que se dedicó a este negocio



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 20:

De acuerdo a los datos obtenidos la mayoría de los propietarios decidió dedicarse a este tipo de negocio por que miran como una oportunidad para generar ingresos para sus familias. Hay otros propietarios que iniciaron sus actividades por el conocimiento que tenía acerca de manejar un restaurante, y otros se dedican a este tipo de actividad por tradición familiar.

2. ¿Cuántos años lleva dedicado a esta actividad?

Cuadro N° 31

Tiempo de la actividad

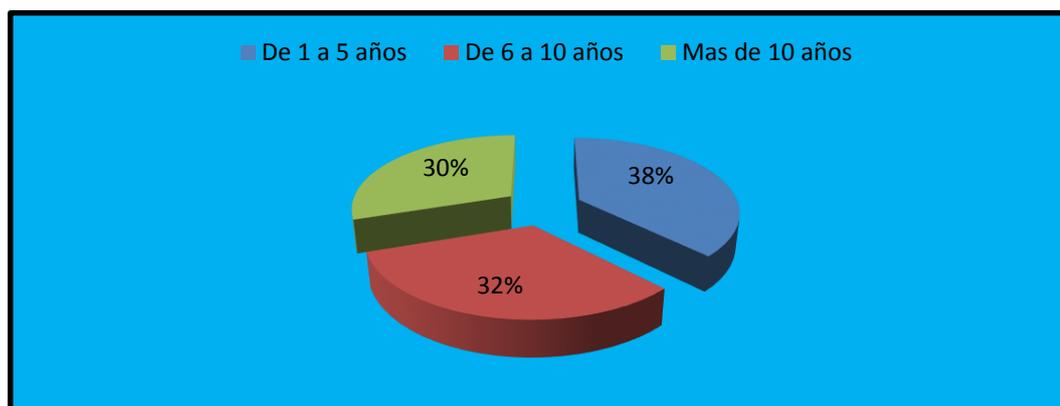
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
De 1 a 5 años	51	38%
De 6 a 10 años	44	32%
Más de 10 años	41	30%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 23

Tiempo de la actividad



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 21:

De acuerdo a la información recolectada se muestra que la mayor parte de los restaurantes lleva dedicados a ofrecer sus servicios entre 1 a 5 años diariamente, otros propietarios han manifestado que llevan en el mercado de 6 a 10 años aproximadamente, también hay un gran porcentaje de restaurantes que funcionan más de 10 años. Cabe destacar que esta información nos ayudará a identificar cuáles son las razones y los motivos por los cuales decidieron dedicarse a esta actividad.

3. ¿El capital con el que usted cuenta para realizar la actividad es?

Cuadro N° 32

Capital de trabajo

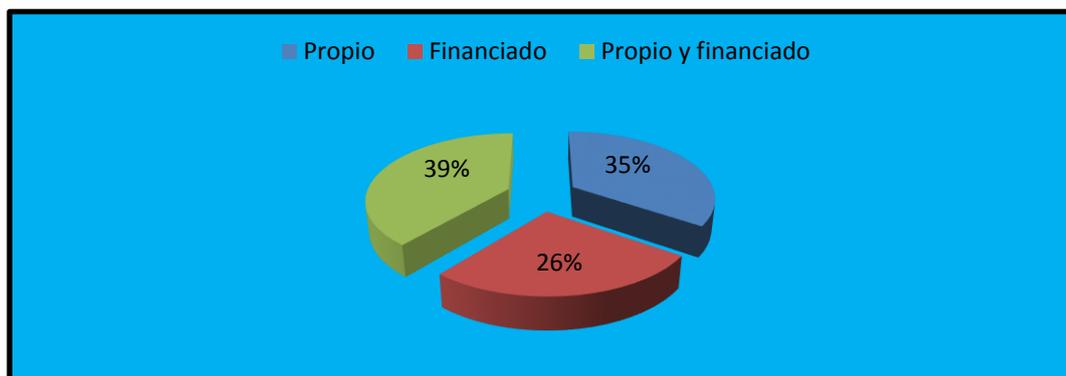
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Propio	47	35%
Financiado	36	26%
Propio y financiado	53	39%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 24

Capital de trabajo



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 22:

De acuerdo a la información obtenida podemos darnos cuenta que la mayor parte de los restaurantes de la ciudad de Ibarra cuentan con capital propio y financiado, otros restaurantes cuentan con un capital de trabajo propio así como también existen restaurantes que trabajan con capital financiado. Esta información nos sirve para darnos cuenta que el negocio es muy rentable y que se puede empezar con un capital propio y luego ir creciendo de acuerdo a las exigencias de los clientes.

4. ¿El recurso humano con el que usted cuenta para que laboren en su negocio es?

Cuadro N° 33

Talento humano

CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Mano de obra calificada	52	38%
Mano de obra no calificada	84	62%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 25

Talento humano



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 23:

Según los datos obtenidos los negocios dedicados a la actividad de alimentación cuentan con mano de obra calificada, sin dejar a un lado a la mano de obra no calificada también hay restaurantes que contrata personal no calificado. Este dato es muy importante ya que con esto nos podemos dar cuenta que necesitamos de mano de obra calificado y no calificada para llevar a cabo nuestro proyecto.

5. ¿Qué tipo de servicio ofrece en su negocio a diario?

Cuadro N° 34

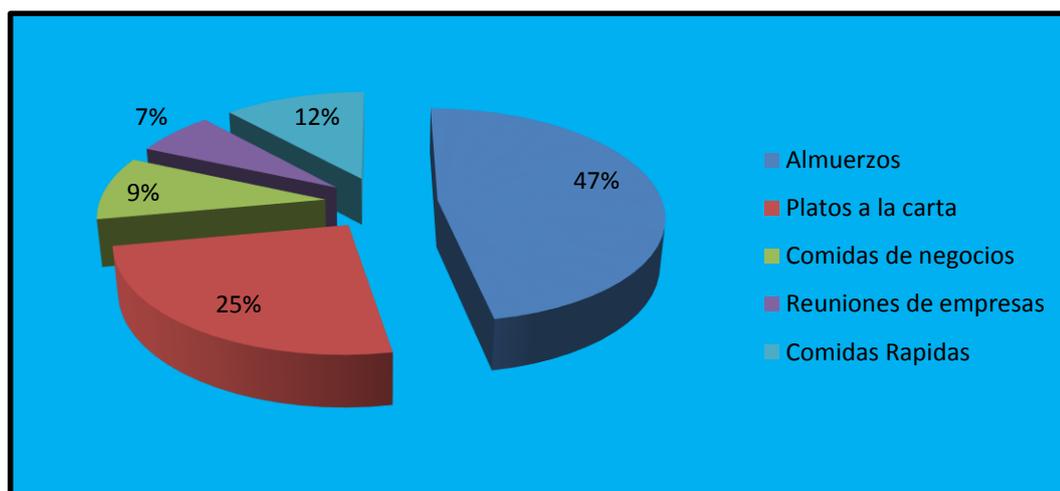
Tipo de servicio

CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Almuerzos	64	47%
Platos a la carta	34	25%
Comidas de negocios	13	10%
Reuniones de empresas	9	7%
Comidas Rápidas	16	12%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 26

Tipo de servicio



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 24:

De acuerdo a la recolección de los datos nos damos cuenta que la mayor parte de los restaurantes ofrece un portafolio amplio de servicios, siendo así existe una gran variedad en el servicio como los almuerzos, platos a la carta, comida rápida, esto nos da a entender que la mayoría de empleados demanda de estos servicios.

6. ¿De acuerdo a su experiencia y criterio como califica este negocio?

Cuadro N° 35

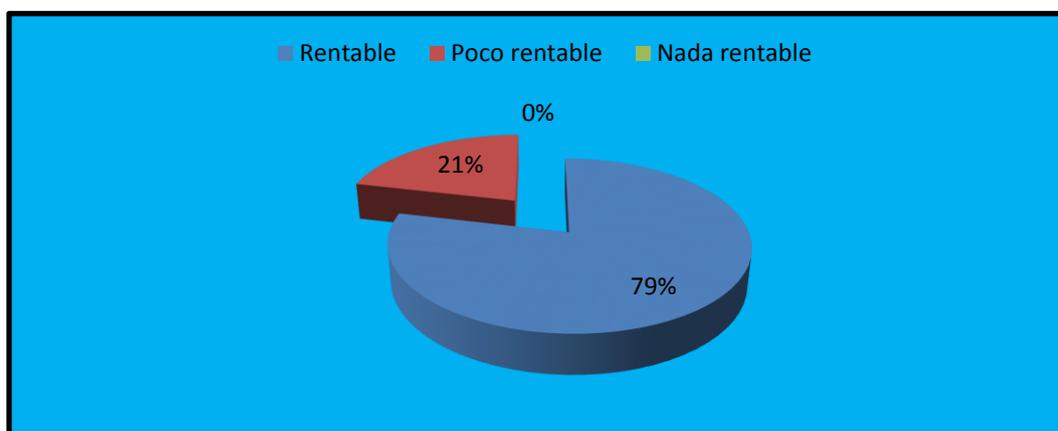
Calificación del negocio

CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Rentable	107	79%
Poco rentable	29	21%
Nada rentable	0	0%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 27

Calificación del negocio



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 25:

Los resultados de las encuestas aplicadas reflejan que el negocio o la actividad de restaurantería son rentables ya que la mayor parte de los propietarios así lo manifiestan. Este punto es muy determinante a la hora de poner en marcha este proyecto.

7. ¿Aproximadamente con cuántos clientes cuenta a diario?

Cuadro N° 36

Capacidad de atención

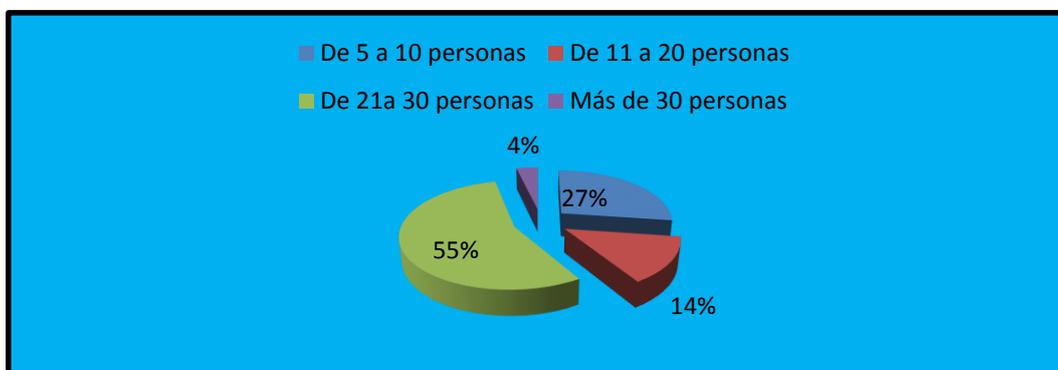
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
De 5 a 10 personas	37	27%
De 11 a 20 personas	19	14%
De 21a 30 personas	75	55%
Más de 30 personas	5	4%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 28

Capacidad de atención



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 26:

Según la información obtenida se detalla que la mayoría de restaurantes mantienen un promedio de clientes a diario entre 11 a 20 personas, así como también hay otros que mantienen un número de clientes entre 5 a 10 personas diarias, dato que nos servirá para proyectar nuestra demanda.

8. De acuerdo al comportamiento de los clientes. ¿Qué es lo que ellos prefieren? Seleccione lo más importante

Cuadro N° 37

Preferencias de los consumidores

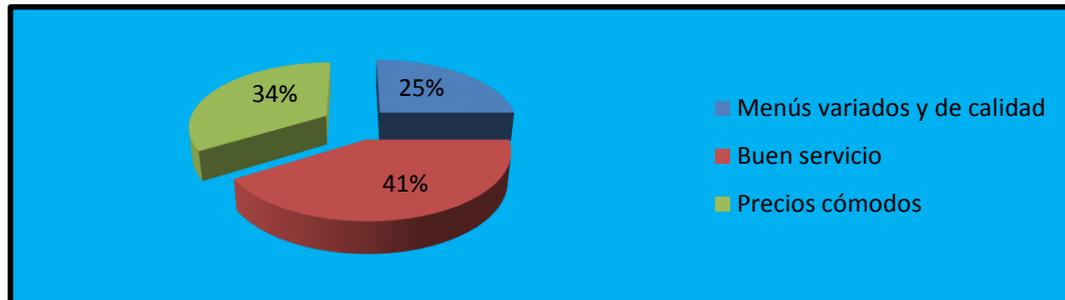
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Menús variados y de calidad	34	25%
Buen servicio	56	41%
Precios cómodos	46	34%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 29

Preferencias de los consumidores



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 27:

Esta pregunta es muy importante dentro de la concepción del servicio a ofrecer pues es parte esencial, de acuerdo a la información recolectada podemos mostrar que gran parte de los dueños de los restaurantes manifiesta que los clientes prefieren ser tratados y atendidos de manera correcta y con buen modo, otro tanto han afirmado que parte de los clientes se fijan en los precios que estén cómodos y al alcance de sus ingresos, y otro porcentaje de dueños de los restaurantes manifiesta que los cliente prefieren que los menús sean variados a la hora de elegir.

9. ¿De acuerdo a que características se establece los menús del día?

Cuadro N° 38

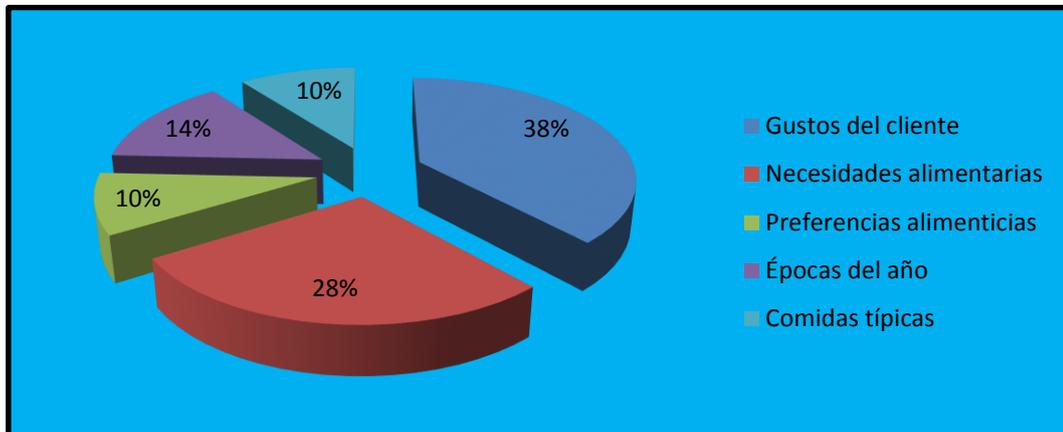
Elaboración de los menús

CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Gustos del cliente	52	38%
Necesidades alimentarias	38	28%
Preferencias alimenticias	13	10%
Épocas del año	19	14%
Comidas típicas	14	10%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 30

Elaboración de los menús



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 28:

Se puede concluir que la mayor parte de los restaurantes de la ciudad es decir establece los menús de acuerdo a los gustos de los clientes, así como también es importante tomar en cuenta las necesidades alimenticias de los clientes. Punto de importancia para llevar a cabo el proceso de nuestro servicio.

10.¿Qué aspecto considera importante para mantenerse en el mercado?

Cuadro N° 39

Aspectos para mantenerse en el mercado

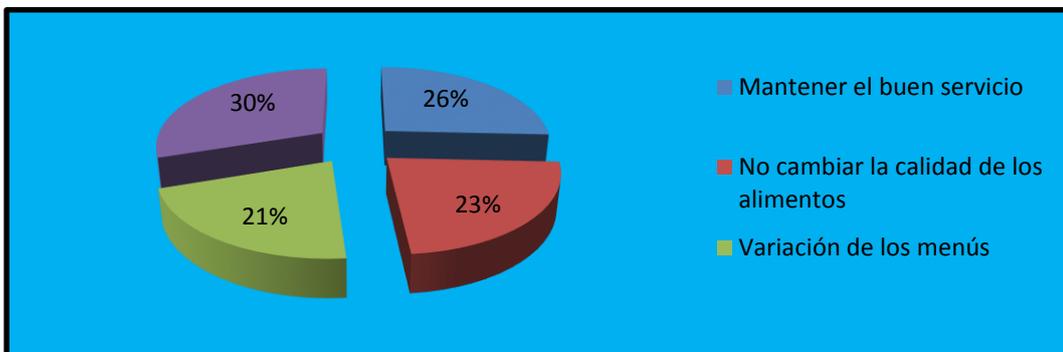
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Mantener el buen servicio	35	26%
No cambiar la calidad de los alimentos	31	23%
Variación de los menús	29	21%
Mantener siempre una buena higiene	41	30%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 31

Aspectos para mantenerse en el mercado



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 29:

De acuerdo a la información obtenida de la aplicación de las encuestas se deduce que hay cuatro puntos esenciales para mantenerse en el mercado los cuales son; mantener una buena imagen con una intachable higiene, mantener y ofrecer un excelente servicio a sus clientes, mantener la calidad de los alimentos, además se debe ofrecer a los clientes un menú variado para no perder demandantes.

11. ¿De acuerdo a que aspectos se rige usted para establecer los precios de los menús?

Cuadro N° 40

Fijación de los precios

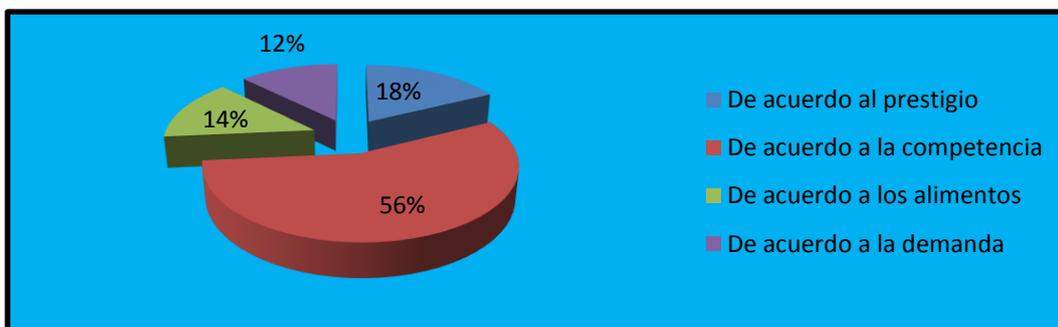
CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
De acuerdo al prestigio	24	18%
De acuerdo a la competencia	76	56%
De acuerdo a los alimentos	19	14%
De acuerdo a la demanda	17	13%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 32

Fijación de los precios



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 30:

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas se puede concluir que la mayoría de los dueños de los restaurantes, han manifestado que establecen los precios de sus menús de acuerdo a los precios establecidos por la competencia, este punto es de mucha importancia para el análisis de la fijación del precio del servicio a ofrecer.

12. ¿Por qué medio usted realiza publicidad de su negocio?
 Seleccione el que más utiliza.

Cuadro N° 41

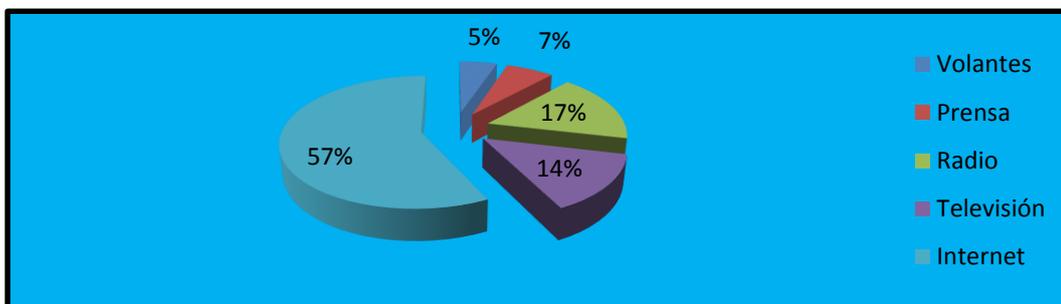
Medios de publicidad

CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Volantes	7	5%
Prensa	9	7%
Radio	23	17%
Televisión	19	14%
Internet	78	57%
TOTAL	136	100%

Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
 Elaborado por: Autora de la investigación.

Gráfico N° 33

Medios de publicidad



Fuente: Propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.
 Elaborado por: Autora de la investigación.

Análisis N° 31:

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas se ve reflejado que la mayoría de los propietarios de los restaurantes utilizan el internet como medio de publicad para ofertar o dar a conocer sus servicios, además de que también utilizan su negocio la televisión para publicar sus servicios y llegar a más gente, así como también utilizan cuñas publicitarias a través de radio para darse a conocer, estos medios son de fácil utilización y son económicos.

b) Entrevista a las autoridades de las empresas para determinar la aceptación de nuestro servicio.

1. ¿Dentro de su empresa se están satisfaciendo con todas las necesidades básicas de los trabajadores y empleados?

La mayor parte de los gerentes y jefes de recursos humanos propietarios de empresas de la ciudad manifiestan que cumple con lo dispuesto en las leyes, además que dentro de la empresa se tiene como políticas incentivar y establecer motivaciones para sus empleados y trabajadores con el ánimo de que estos ejecuten bien sus tareas y cumplan con sus metas.

2. ¿Todos sus empleados y trabajadores cuentan con tiempo para la hora del almuerzo dentro de la jornada laboral?

Este es un tema que conlleva opiniones encontradas, este tema es muy complejo de acuerdo a la ley “La jornada de trabajo puede ser una sola con un pequeño descanso para el almuerzo, o dividirse en dos períodos de cuatro horas cada uno con un descanso después de las primeras cuatro.” En lo posible tratamos de cumplir con la ley salvo algunos casos en los que se hace necesario privar e invadir la hora reservada para el lunch.

3. ¿Se ha concientizado a los trabajadores y empleados sobre la importancia de una buena y equilibrada alimentación en sus hogares y en el trabajo?

Sobre este tema se ha sabido manifestar por parte de los jefes de recursos humanos que casi nunca se han realizado concientizaciones en este sentido, que por lo general las charlas y capacitaciones la mayor parte solo son sobre temas de trabajo.

4. ¿La empresa cuenta con un servicio de alimentación para sus empleados y trabajadores?

La mayoría de los establecimientos públicos y privados de la ciudad de Ibarra no cuentan con un servicio de comedor, ni de alimentación para sus empleados, cabe mencionar que muchas veces dentro de algunas empresas se tiene la costumbre de festejar los logros alcanzados, así como los cumpleaños de los miembros de las mismas y para ello se cuenta con una pequeña sala para la realización de estos eventos ocasionales.

5. ¿Cuáles cree que son las causas para que las empresas no presten el servicio de alimentación a sus trabajadores y empleados?

En general, éste no ha sido considerado un tema de interés en el ámbito laboral; los estudios nacionales sobre la alimentación de los trabajadores son escasos y no existe una investigación reciente relacionada con este aspecto. Sin embargo, las características y condiciones en que se alimentan los trabajadores son determinantes de su salud y del desarrollo de un trabajo digno, seguro y productivo.

En conclusión la reducida oferta por parte de las empresas puede estar vinculada a las siguientes causas:

- Que los empleadores no hayan evaluado los beneficios que servicios de estas características pueden tener para los trabajadores (practicidad en lo que respecta al acceso a los alimentos, ahorro de tiempo y dinero, consumo de alimentos nutritivos) e indirectamente, para la propia organización.
- Que los empleadores no hayan encontrado la manera de facilitar la comida a los empleados que mejor se adapte a las condiciones de la organización (tamaño, situación financiera, localización).

- Que los trabajadores, no reclamen por este beneficio, por no considerarlo un tema prioritario en las mejoras de las condiciones laborales.
- Que el estado no ofrezca suficientes incentivos para que las empresas ofrezcan servicios de comidas saludables a sus empleados.

6. ¿Estaría de acuerdo en que sus empleados contraten un servicio en el cual se les haga llegar el lunch a su hora del almuerzo?

La mayor parte de los jefes de recursos humanos y gerentes de las empresas han sabido manifestar que si estarían de acuerdo en que sus empleados contratarían el servicio en las hora adecuadas y con el debido cuidado ya que analizando sus ventajas estos ven que mejoraría las condiciones laborales, al igual que se mejorarían las relaciones entre cada uno de sus integrantes y se evitarían problemas como el bajo rendimiento producto de la somnolencia, la mala nutrición y el cansancio.

3.8 Análisis de la demanda

Para establecer la demanda se utilizó como base la información extraída de los boletines del último censo realizado en el año 2010 donde se determina que existe un total de 28.731 personas empleadas, de las cuales el 56.46% almuerza diariamente en algún restaurante de la ciudad de Ibarra de acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas. A continuación se presenta el comportamiento:

Cuadro N° 42

Demanda por empleados

Nº DE EMPRESAS	TOTAL DE PERSONAS EMPLEADAS	FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN	PERSONAS QUE ALMUERZAN EN UN RESTAURANTE (56,46%)	TOTAL DE SERVICIOS ANUALES (16222*260 días lab.)
9.485	28.731	260 días laborables	16.222	4.217.720 servicios por año

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Tomando en consideración el mercado meta a quien va dirigido el servicio, se identifica que la demanda en la ciudad de Ibarra en el año 2010 es de un total de 16.222 personas con 4`217.720 servicios de alimentación anuales, según el último censo realizado en el mismo año, datos proporcionados por el Instituto de Estadísticas y Censos de la ciudad de Ibarra. (INEC).

➤ Demanda potencial

A continuación se presentan las estimaciones del número de almuerzos para los próximos años posteriores, proceso que se estableció mediante el cálculo de la tasa de crecimiento de las personas empleadas en la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 43

Índice de crecimiento de la demanda

AÑO	CRECIMIENTO DE LAS PERSONAS EMPLEADAS	$i = QN/Qo-1$
2007	23562	
2008	25162	0,07
2009	26368	0,05
2010	28731	0,09
		$\Sigma i = 0,21$
2011	30699	<i>Proyectado</i>
2012	32801	<i>Proyectado</i>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora de la investigación

Según los datos proporcionados por el INEC, se obtuvo una tasa de crecimiento de 0.07%, tasa que se aplicará para poder proyectar la demanda futura.

Luego se procedió a estimar la tasa de crecimiento promedio anual.

$$i = \frac{\sum i}{n}$$

$$i = \frac{0.21}{3} = 0.07 = 7\%$$

Se procedió a estimar la demanda de los años futuros en base al índice de crecimiento, a continuación se muestran los resultados:

Cuadro N° 44

Proyección del crecimiento de las personas empleadas

AÑO	CRECIMIENTO DE LAS PERSONAS EMPLEADAS
2013	35.047
2014	37.447
2015	40.012
2016	42.752
2017	45.680
2018	48.808

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora de la investigación

➤ Demanda futura

De acuerdo al crecimiento de las personas empleadas para los cinco años siguientes, también se establece la demanda futura. A continuación se presenta el comportamiento:

Se estableció la demanda futura en base a las 16.222 personas que almuerzan en un restaurante en la ciudad de Ibarra, en el año 2010 de acuerdo a los datos del último censo.

Cuadro N° 45

Proyección del número de almuerzos que se consumen al año

AÑO	PERSONAS QUE ALMUERZAN AL AÑO	TOTAL DE ALMUERZOS AL AÑO (16222*260 DÍAS LAB.)
2010	16.222	4.217.596
2011	17.332	4.506.433
2012	18.519	4.815.051
2013	19.788	5.144.804
2014	21.143	5.497.140
2015	22.591	5.873.606
2016	24.138	6.275.853
2017	25.791	6.705.647
2018	27.557	7.164.876

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

3.9 Análisis de la oferta

La oferta en el proyecto representa a la competencia de las empresas que brindan servicios similares a la propuesta del servicio de lunch ejecutivo.

Para establecer la oferta se tomó en cuenta el número de restaurantes de segunda, tercera y cuarta categoría existentes en la ciudad de Ibarra que brindan un servicio similar al que se propone, en base a los datos obtenidos de los catastros de los establecimientos turísticos del año 2013 del cantón Ibarra. De la investigación se desprende que existen 25 bares (6 de segunda y 19 de tercera categoría), 19 cafeterías (3 de segunda y 16 de tercera categoría), 21 fuentes de soda (6 de segunda y 15 de tercera

categoría), 131 restaurantes (19 de segunda, 80 de tercera y 32 de cuarta categoría) y 5 restaurantes de comida típica (2 de segunda, 1 de tercera y 2 de cuarta categoría, además de una sala de recepciones y banquetes. Y hoteles, hostales y residenciales que también ofertan el servicio de alimentación.

Cuadro Nº 46

Establecimientos turísticos de la ciudad de Ibarra

CATEGORÍAS	BARES		CAFETERÍAS		FUENTES DE SODA		RESTAURANTES		RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
PRIMERA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SEGUNDA	6,00	24,00	3,00	15,79	6,00	28,57	19,00	14,50	2,00	40,00
TERCERA	19,00	76,00	16,00	84,21	15,00	71,43	80,00	61,07	1,00	20,00
CUARTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	32,00	24,43	2,00	40,00
TOTAL	25	100	19	100	21	100	131	100	5	100

CATEGORÍAS	HOSTALES		HOSTALES RESIDENCIALES		HOSTERÍAS		HOTELES		HOTELES RESIDENCIALES	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
PRIMERA	2,00	10,53	1,00	5,00	6,00	75,00	2,00	25,00	0,00	0,00
SEGUNDA	6,00	31,58	2,00	10,00	2,00	25,00	5,00	62,50	2,00	66,67
TERCERA	11,00	57,89	17,00	85,00	0,00	0,00	1,00	12,50	1,00	33,33
CUARTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	19	100	20	100	8	100	8	100	3	100

Fuente: Catastro Turísticos del Municipio de Ibarra (2013)

Elaborado por: La Autora de la investigación

De lo anterior podemos deducir que en la ciudad de Ibarra existe servicio de alimentación, sin embargo este servicio no ofrece en forma directa el alimento hacia su cliente, es por esto que nace la oportunidad de implementar un servicio directo de lunch ejecutivo que permita cubrir con las necesidades y expectativas del mercado.

Cuadro N° 47

Establecimiento turístico que prestan servicio de alimentación en Ibarra

N°	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	N° DE MESAS	N° DE PLAZAS	CATEGORÍA			
				1RA	2DA	3RA	4TA
25	Bares	380	1510	0	6	19	0
19	Cafeterías	166	664	0	3	16	0
21	Fuentes De Soda	223	902	0	6	15	0
131	Restaurantes	1997	7955	0	19	80	32
5	Restaurantes De Comida Típica	73	292	0	2	1	2
19	Hostales	153	612	2	6	11	0
20	Hostales Residenciales	15	60	1	2	17	0
8	Hosterías	565	2260	6	2	0	0
8	Hoteles	491	1964	2	5	1	0
3	Hoteles Residenciales	13	52	0	2	1	0
259	TOTAL	4076	16271	11	53	161	34

Fuente: Catastro Municipal 2013

Elaborado por: La Autora de la investigación

Comportamiento de la oferta

Para establecer el comportamiento de la oferta se ha tomado en cuenta el total de establecimientos fijados en los catastros del Municipio de Ibarra del año 2013 que son 259 entre hoteles y restaurantes los mismos que tienen una capacidad de atención de 16271 personas al año.

Cuadro N° 48

Comportamiento de la oferta

AÑO	ESTABLECIMIENTOS ECONÓMICOS	CAPACIDAD DE ATENCIÓN
2013	259	16271

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora de la investigación

3.10 Proyección de la oferta

Para determinar la oferta futura del servicio, se tomó en cuenta el índice de crecimiento de los establecimientos turísticos como son; bares, cafeterías, fuentes de soda, restaurantes, restaurantes de comida típica, hostales, hoteles y hosterías, así como también la capacidad de atención de este tipo de establecimientos suponiendo que las diversas contingencias y eventualidades del pasado se repitan a futuro.

Para proyectar la oferta se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

Q_n : consumo futuro

Q_0 : consumo inicial

i : tasa de crecimiento anual promedio

n : año proyectado

Con la aplicación de la fórmula se establece el siguiente cuadro:

Cuadro N° 49

Crecimiento de ofertantes

Nº	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	i= Qn/Qo-1
2009	224	
2010	232	0,04
2011	246	0,06
2012	252	0,02
2013	259	0,03
		Σ=0,15

Fuente: Catastro Municipal 2013

Elaborado por: la autora de la investigación

Se obtuvo una tasa de crecimiento en los años respectivos de 0.15 para proceder a calcular las proyecciones respectivas de la oferta se aplicará esta tasa de crecimiento.

Con este dato se procedió a estimar la tasa de crecimiento promedio anual (i).

$$i = \frac{\sum i}{n}$$

$$i = \frac{0.15}{4} = 0.037056784 = 4\%$$

Este índice de crecimiento se multiplicó por el total de personas que atienden los hoteles y restaurantes de la ciudad, para poder establecer la oferta del servicio.

Cuadro N° 50

Oferta proyectada

AÑO	CAPACIDAD DE ATENCIÓN (N° DE PERSONAS ATENDIDAS)	N° DE SERVICIOS QUE SE OFRECE AL AÑO
2014	16874	4.387.227
2015	17499	4.549.804
2016	18148	4.718.405
2017	18820	4.893.254
2018	19518	5.074.582

Fuete: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

La proyección de la oferta se estableció de acuerdo al índice de crecimiento de los establecimientos turísticos de Ibarra.

3.11 Balance oferta-demanda

El balance de la oferta y la demanda no son más que la contratación de las variables de mercado es decir de la oferta como de la demanda, con sus respectivos comportamientos en el año las cuales permiten visualizar si existe un tamaño de demanda insatisfecha que puede ser captado por la propuesta del proyecto.

Cuadro Nº 51

Balance oferta-demanda

AÑO	DEMANDA NÚMERO DE ALMUERZOS AL AÑO	OFERTA Nº DE PLAZAS DE ACUERDO A LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2014	5.497.140	4.387.227	1.109.913
2015	5.873.606	4.549.804	1.323.802
2016	6.275.853	4.718.405	1.557.448
2017	6.705.647	4.893.254	1.812.394
2018	7.164.876	5.074.582	2.090.294

Fuete: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

3.12 Demanda real

En el siguiente cuadro se muestra la demanda a captar por el proyecto en los próximos cinco años, De acuerdo a nuestra capacidad instalada.

Cuadro N° 52

Demanda a captar por el proyecto

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	NIVEL DE CAPTACIÓN (4,68%)
2014	1.109.913	52.000
2015	1.323.802	62.021
2016	1.557.448	72.967
2017	1.812.394	84.912
2018	2.090.294	97.931

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: la Autora de la investigación

Debido a que la demanda potencial a satisfacer es demasiado alta y de acuerdo a la capacidad instalada de nuestro proyecto, se pretende vender 200 almuerzos diarios para lograr captar el mayor número posible de almuerzos, es decir que vamos a vender aproximadamente 52.000 lunch ejecutivos al año, apenas el 4,68% del total de la demanda potencial a satisfacer. Para los próximos años se pretenderá alcanzar un aumento del 20% en las ventas diarias.

3.13 Análisis y determinación de precios

La estrategia de precios debe contribuir a conseguir los objetivos de la empresa y tener en cuenta el tipo de producto, líneas, competencia, así como la novedad del producto, cuanto más innovador sea el producto mayor serán las alternativas de precios.

El diseño de la estrategia de precios es muy importante, y se debe tener en cuenta en su desarrollo los siguientes criterios:

1. Objetivos de la empresa
2. Flexibilidad

3. Orientación al mercado

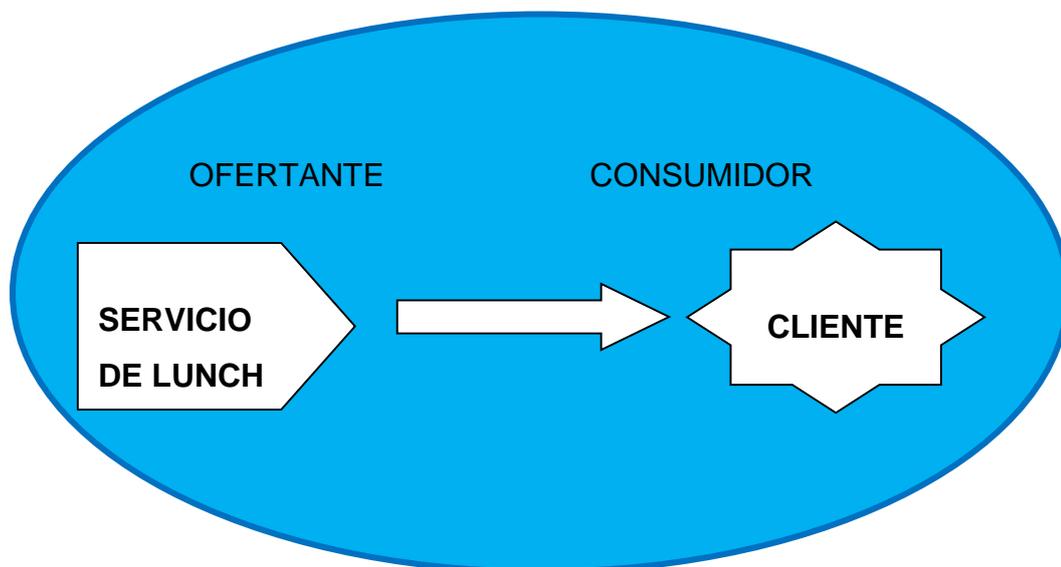
Para poder establecer el precio se ha basado en las encuestas ya que estas revelan que el precio que los empleados pagan por su servicio de alimentación, con un promedio de 3,50 a 5,00 dólares. Y de acuerdo a las encuestas realizadas a los dueños de los restaurantes éstos fijan sus precios de acuerdo a la competencia y a los precios de los ingredientes de cada menú.

3.14 Análisis de la comercialización y publicidad del servicio

Para la comercialización del servicio de lunch se ha establecido una relación directa entre el servicio de lunch y el cliente o también llamado canal de marketing directo, se lo presenta a continuación en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 34

Canal de distribución



Fuente: Investigación de campo
Elaboración: La Autora de la investigación

3.15 Promoción y publicidad

Para dar a conocer nuestro nuevo servicio debemos estar al tanto de miles de factores que pueden afectar al desarrollo y funcionamiento de la pequeña empresa; cualquier decisión que tomemos o acción que ejerzamos va a marcar un camino para nuestra actividad económica; las estrategias de publicidad son quienes van de alguna manera a moldear las acciones que la empresa tenga, ya que mediante ellas la empresa alcanzará gran parte de su objetivo.

Estas estrategias deben ser claras, concretas y específicas para así tratar de llegar al mayor número posible de clientes.

✓ Publicidad

La publicidad es un recurso estratégico para captar clientes para esto se va a utilizar los medios de comunicación siguientes:

- Prensa
- Radio
- Hojas volantes
- Página web

Se utilizarán estos medios ya que son de gran cobertura dentro del mercado local y son de fácil utilización.

✓ Prensa

Se utilizará los diarios más conocidos en la ciudad de Ibarra, para indicar la apertura de la nueva empresa de servicio de lunch ejecutivo. Los servicios a contratar para nuestra publicidad será:

- Diario La Hora
- Diario El Norte

✓ Radio

En lo que corresponde a publicitar nuestro servicio por medio de radio se buscará emisoras de mayor sintonización y mayor audiencia de la zona como por ejemplo:

- Radio Canela
- Radio Los Lagos
- La Mega

Se has escogido las emisoras que no solo transmiten información sino también spots publicitarios que nos ayuden a darnos a conocer.

✓ Tarjetas de presentación

Las tarjetas de presentación así como las hojas volantes son de vital importancia ya que estas podemos entregarlas directamente a los empleados en su lugar de trabajo.

Gráfico N° 35

Diseño de las tarjetas de presentación



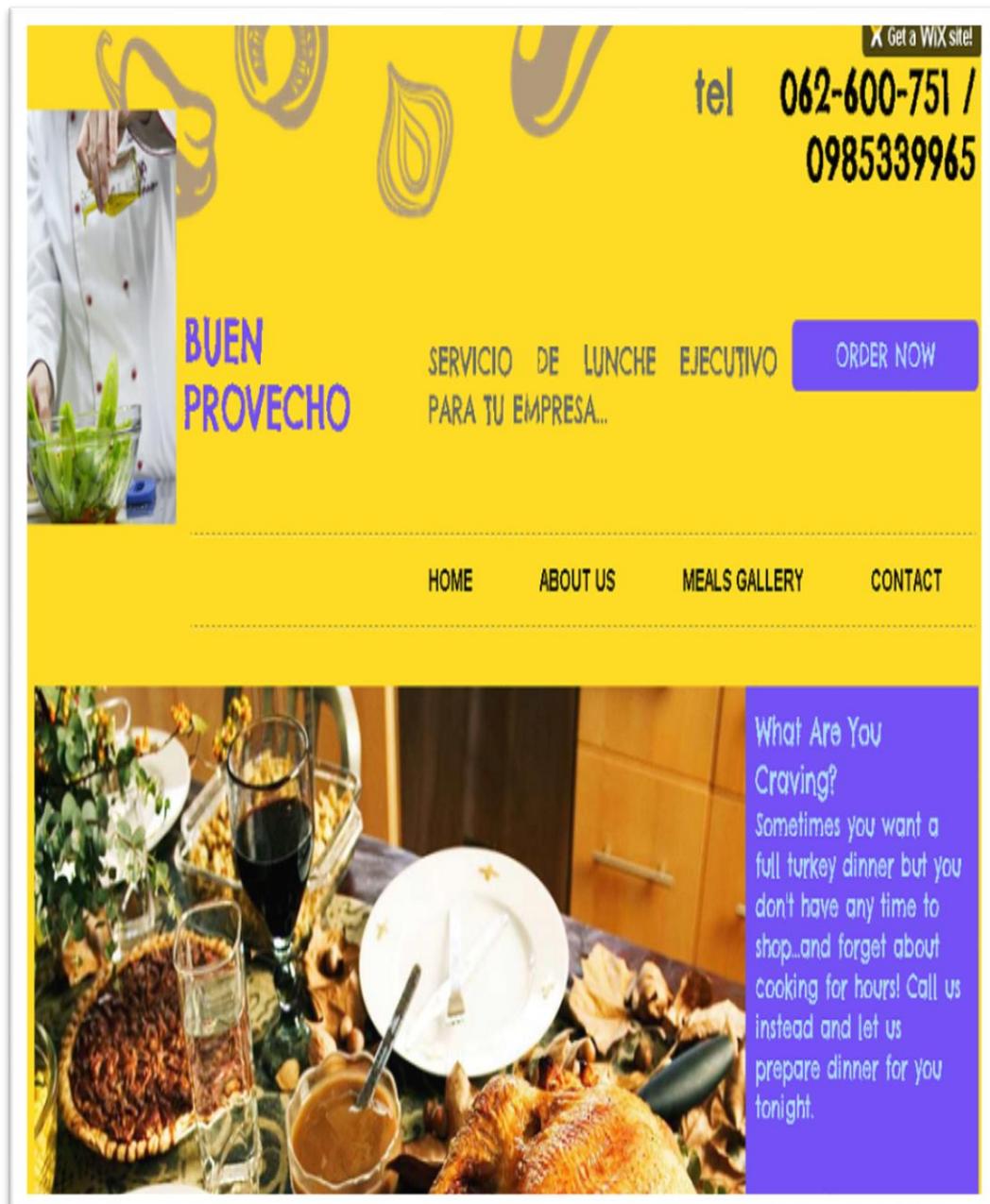
Fuete: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

✓ **Página web**

Gráfico N° 36

Diseño de la página web



Fuete: Investigación directa
Elaborado por: La autora de la investigación

✓ Hojas volantes

Gráfico N° 37

Diseño de las hojas volantes



Fuete: Investigación directa
Elaborado por: La autora de la investigación

CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis de las variables más relativas del estudio de mercado se concluye lo siguiente:

- Dentro del mercado existe demanda insatisfecha con tendencia creciente, lo que augura un escenario futuro adecuado para el desenvolvimiento del proyecto.
- El estudio de mercado pudo determinar que a pesar de existir distintos lugares para adquirir alimentos, ninguno está acorde a las expectativas de la demanda.
- La competencia en el mercado no ofrece un servicio adecuado a las expectativas de los clientes, ya que no cuentan con un servicio en forma directa al lugar de trabajo.
- Se pudo determinar la importancia de elaborar el presente proyecto ya que va encaminada a satisfacer una necesidad en la colectividad, inmediatamente necesaria.
- Se estableció el precio del servicio de acuerdo a la competencia del mercado, y al alcance de la economía de los clientes.

Por lo expuesto anteriormente el proyecto de entrega de lunch ejecutivo es factible y este brindará un servicio de calidad para garantizar la eficiencia de nuestro trabajo y la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Presentación

El estudio técnico nos brinda un marco de referencia acerca de la localización, tamaño, distribución de la planta capacidad de producción, la maquinaria y equipos y todos los requerimientos que necesite el proyecto para su puesta en marcha. Su principal objetivo es diseñar una propuesta en la que los recursos disponibles sean utilizados en forma eficiente para obtener el servicio deseado.

4.2 Localización del proyecto

La localización se suele abordar en dos etapas:

4.2.1 La macro localización:

Es decir la zona en general en donde se instalara la empresa. Desde el punto de vista la macrolocalización como la ubicación del proyecto será en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

4.2.1.1 Mapa de macro localización

La pequeña empresa estará ubicada en el país Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, ciudad de Ibarra, que se encuentra localizada al norte del país, conformado por los siguientes cantones:

- ✓ Ibarra
- ✓ Urcuqui
- ✓ Cotacachi
- ✓ Atuntaqui
- ✓ Otavalo

- ✓ Pimampiro

A continuación se muestra el mapa de la provincia de Imbabura:

Gráfico N° 38

Mapa de la provincia de Imbabura



Fuente: Municipio de la ciudad de Ibarra
Elaborado por: La Autora de la investigación.

4.2.2 Macrolocalización:

Para establecer exactamente la ubicación se realizó un análisis de los factores más relevantes para el desarrollo del proyecto:

- ✓ Costo y disponibilidad del terreno
- ✓ Disponibilidad de servicios básicos
- ✓ Disponibilidad de la materia prima
- ✓ Disponibilidad y costo de la mano de obra
- ✓ Cercanía al centro de la ciudad

- a) Costo y disponibilidad del terreno:** Se ha tomado en cuenta este factor ya que el valor del predio debe estar en un costo promedio para que no se nos afecte al capital inicial.
- b) Disponibilidad de los servicios básicos:** Son factores primordiales ya que la energía, el agua potable, el alcantarillado, teléfono, servicio de recolección de la basura, serán necesarios para la prestación del servicio. Y cabe mencionar que el terreno cuenta con todos los servicios que además son servicios de calidad en la ciudad de Ibarra.
- c) Disponibilidad de la materia prima:** Es un factor muy importante ya que la materia prima debe de estar cerca para no incurrir en gastos de transporte y tener fácil acceso a los proveedores. Es importante mencionar que en la ciudad se encuentra y se puede proveer fácilmente de todos los alimentos y servicios necesarios para garantizar un buen servicio por parte de la empresa.
- d) Disponibilidad de la mano de obra:** El talento humano es indispensable para la realización del proyecto.

Cercanía al centro de la ciudad: Se va a analizar este factor ya que el lugar deberá estar cerca a los clientes para poder trasladar con facilidad el servicio como se pretende.

Una vez mencionados los factores más importantes para la localización del proyecto, se procedió a analizar a través del método de localización por puntos ponderados, para poder escoger un sitio idóneo.

Cuadro N° 53

Método de puntos ponderados

FACTORES	PESO	CENTRO DE LA CIUDAD		AV.MARIANO ACOSTA		BARRIO LOS CEIBOS	
		Punt.	Pond	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Costo y disponibilidad del terreno	0,2	6	1,2	7	1,4	9	1,8
Disponibilidad de servicios básicos	0,2	9	1,8	9	1,8	9	1,8
Disponibilidad de la materia prima	0,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Disponibilidad y costo de la mano de obra	0,2	8	1,6	8	1,6	9	1,8
Cercanía al centro de la ciudad	0,2	9	1,8	8	1,6	7	1,4
TOTAL	1		8		7,8		8,2

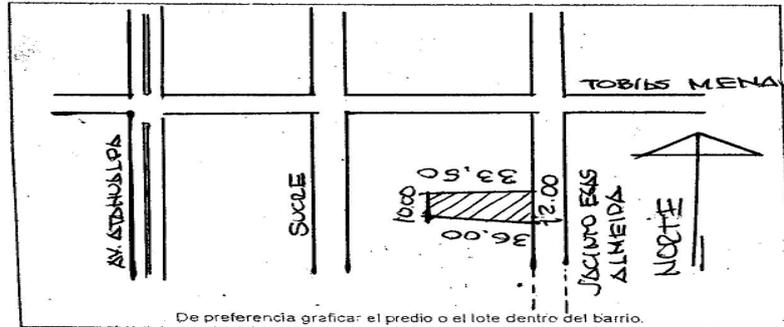
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Después de haber realizado el análisis correspondiente se ha determinado que la localización óptima del proyecto está en el barrio Los Ceibos de la ciudad de Ibarra. A continuación se presenta el croquis y mapa de la micro localización donde va a estar ubicada la pequeña empresa:

Gráfico N° 39

Croquis de localización



Fuente: Municipalidad de San Miguel de Ibarra (Informe de reglamentación Urbana)
Elaborado por: La Autora de la investigación.

4.3 Tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño del proyecto se manifiesta en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual manera la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

4.4 Capacidad instalada

La capacidad instalada con la que contará el proyecto está en función a la demanda real y a la disponibilidad de los recursos financieros necesarios para brindar el servicio de lunch ejecutivo.

4.5 Factores condicionales del tamaño del proyecto

Se ha estudiado los factores que afectan el tamaño del proyecto a continuación se analizara los de mayor importancia.

✓ Mercado objetivo

Este corresponde al número de servicios que se pueden captar si establecemos un adecuado plan comercial, como se estableció para el año 2014 que son 51.843 almuerzos al año. Para lo cual vamos a atender un promedio de 200 servicios de lunch diarios con un aumento del 20% para los siguientes cinco años.

A continuación se presenta el cuadro del nivel a captar por el proyecto:

Cuadro N° 54

Mercado meta

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	NIVEL DE CAPTACIÓN
2014	1.109.913	52.000
2015	1.323.802	62.021
2016	1.557.448	72.967
2017	1.812.394	84.912
2018	2.090.294	97.931

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

✓ Financiamiento

Este aspecto se lo analizará más adelante en el capítulo V donde será detallado claramente. Este factor es el más importante para determinar y delimitar el tamaño del proyecto.

✓ **Materia prima**

La materia prima con la que contará el proyecto deberá ser de la más alta calidad para ofertar un servicio excelente cumpliendo con las expectativas del cliente. Además cabe mencionar que en Ibarra se encuentra la materia prima necesaria y los proveedores del resto de los insumos a necesitarse.

✓ **Mano de obra**

Para poder iniciar con las actividades del proyecto se contará con el siguiente personal.

Cuadro N° 55

Mano de obra

CARGO	NÚMERO	RMU (USD)
GERENTE	1	480,00
SECRETARIA CONTADORA	1	470,00
CHEF	1	380,00
AUXILIAR DE COCINA	3	318,00
SEGURIDAD	1	320,00
LIMPIEZA	1	318,00
CHOFER	2	330,00
REPARTIDORES	2	318,00
TOTAL	12	

Fuete: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

De acuerdo al cuadro anterior podemos deducir que será necesario contar con personal calificado para ciertos departamentos. Esto dependerá del cargo que vaya a desempeñar.

4.6. Procesos

Los procesos productivos son una serie de actividades que se requieren para la elaboración de un producto (bien y/o servicio).

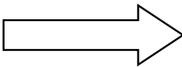
✓ **Flujograma del proceso de servicio**

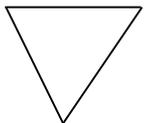
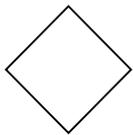
En los siguientes diagramas se señalará las actividades y tiempos que se utilizará de manera promedio y secuencial para cumplir el proceso.

A continuación se presentan en un cuadro los símbolos, su tarea y su significado para que los flujograma sean entendibles.

Cuadro N° 56

Simbología de los flujogramas

SÍMBOLO	TAREA	SIGNIFICADO
	OPERACIÓN	Se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos mecánicos o químicos o la combinación de cualquiera de los tres.
	TRANSPORTE	Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.

	DEMORA	Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente.
	ALMACENAMIENTO	Es el almacenamiento tanto de materia prima, de producto en proceso o producto terminado
	INSPECCIÓN	Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte y la calidad del producto.
	DECISIÓN	Se toma la decisión de continuar con el proceso o regresar a una etapa anterior.

Fuente: ARAUJO ARÉVALO, David "Evaluación de proyectos" (2012) pág. 85

Elaboración: La Autora de la investigación

El proceso que la empresa de servicio de lunch ejecutivo realizará es el siguiente:

PROCESO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE LUNCH EJECUTIVO

1. Nuestros clientes tendrán que conectarse a Internet para contactarse con nosotros, a través de nuestro centro de coordinación, para poder realizar su pedido; dicho pedido deberá ser realizado con un día de anticipación para así poder preparar el plato al gusto.
2. Luego que el cliente solicita el plato al gusto en nuestro centro de coordinación (recepción del pedido) se emite la orden de servicio correspondiente para poder realizar la preparación de los platos que se harán.

3. Luego de emitida la orden de servicio, éste nos permitirá saber cuáles son aquellos ingredientes que faltan, para la preparación de los platos solicitados, para su compra correspondiente.
4. Luego de comprar aquellos ingredientes que faltaban para la elaboración de los pedidos realizados por nuestros clientes, se empezará a cocinar los menús solicitados de acuerdo a las características y gustos de los consumidores plasmado en la orden de servicio emitida.
5. Terminado la preparación de los menús solicitados, nuestro Centro de Coordinación de Pedidos se contacta con nuestro cliente para la confirmación de la hora y lugar (en caso de que se encuentre en un lugar distinto a su oficina) de entrega de su pedido.
6. Luego de que los platos solicitados por nuestros clientes estén listos para ser entregados, nuestro personal de entrega hará efectiva la entrega del pedido a la hora y lugar previamente acordado por el cliente con nuestro centro de coordinación de pedidos.

Gráfico N° 40

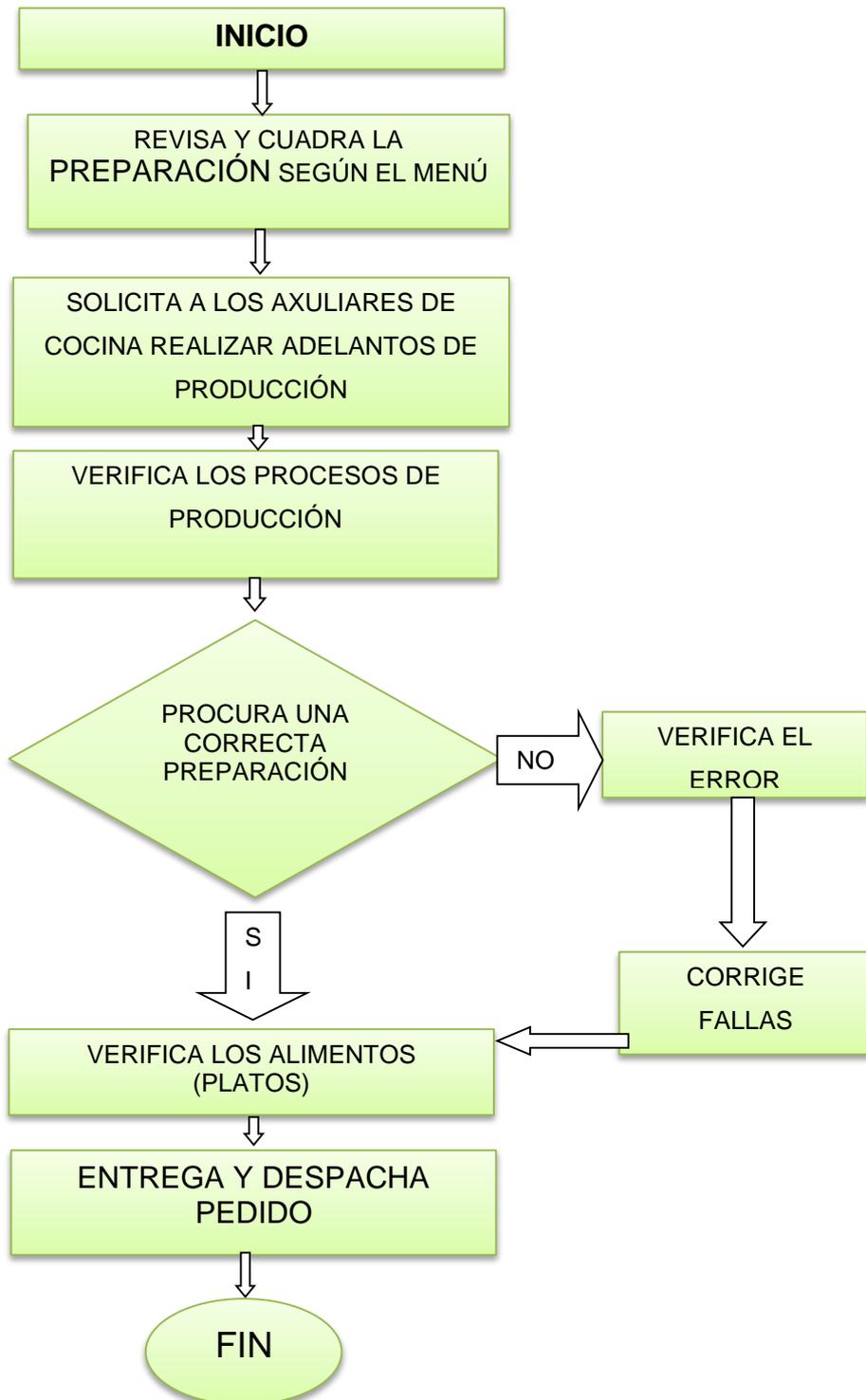
Flujograma del proceso para la prestación del servicio de lunch ejecutivo



Fuete: Investigación directa
Elaboración por: la Autora de la investigación

Gráfico N° 41

Proceso para la elaboración de los alimentos (CHEF)



Fuete: Investigación directa
Elaboración por: la Autora de la investigación

4.7. Manejo de los desechos

Se llevará un plan de manejo de residuos este estará enmarcado básicamente en recomendaciones para el manejo de:

- Residuos sólidos
- Residuos líquidos

Los pasos que se deberán seguir para una adecuada gestión de los residuos son:

- Identificación del tipo de desecho.
- Separación
- Almacenamiento
- Tratamiento
- Disposición final

4.7.1 Identificación del tipo de desecho

Fuente y caracterización de desechos sólidos:

Las áreas susceptibles que generan desechos en la empresa son:

- Área de producción
- Área de almacenamiento
- Bodega
- Oficinas
- Baños
- Vestidores

Los desechos sólidos generados serán clasificados en:

4.7.1.1 Desechos incinerables

Papel, cajas de cartón, madera, embalajes, etc. Estos desechos considerados “no peligrosos”, podrán ser incinerados en incineradores portátiles, con sistemas de control de emisiones a la atmósfera.

4.7.1.2 Desechos no-incinerables

Las herramientas desechables, los plásticos, repuestos, materiales metálicos, filtros, latas de grasa, cables, alambres, latas de comida, etc., deberán ser cuantificados, acumulados en recipientes señalizados y reciclados. Los materiales podrán ser enviados a vertederos y/o plantas de reciclaje del municipio. Para desechos sólidos no combustibles que no sean tóxicos o metálicos (botellas no retornables), se recomienda guardarlos y entregarlos a la entidad a la que pertenezca o a los carros de recolección de basuras.

4.7.1.3 Desechos biodegradables

Restos de alimentos generados en la producción. Se recomienda un tratamiento con cal, para evitar propagación de enfermedades y acelerar degradación de la fase sólida, posteriormente los restos deberán ser cubiertos con tierra (mínimo de 30 cm de altura y de material arcilloso) en capas sucesivas de acuerdo al volumen del desecho.

4.7.1.4 Desechos especiales

Se determinará el punto exacto de la producción de desechos, tipo y cantidad de material y disposición final adecuada. Las propiedades físicas, químicas y el volumen serán los criterios que se tomarán en cuenta para determinar si los desechos son peligrosos o no.

Los desechos serán clasificados de acuerdo con las siguientes propiedades:

- Explosividad,
- Inflamabilidad/combustibilidad,
- Corrosividad,
- Reactividad,
- Toxicidad,
- Radioactividad,
- Bioinfecciosidad,

4.8. Clasificación de los desechos líquidos

Los desechos líquidos se clasificarán como:

Aguas negras; provenientes de servicios higiénicos (baños)

Aguas grises; provenientes de servicios de la cocina,

Agua tratada: proviene de la planta de tratamiento de agua antes de ser drenada

4.9. Separación

Una vez realizada la identificación de los residuos, se procederá a su separación mediante sistemas adecuados dependiendo del tipo de desecho:

✓ Residuos sólidos

Los residuos sólidos serán separados en contenedores adecuados y debidamente identificados que serán distribuidos en todas las áreas de la empresa según el tipo de desecho y área de operaciones. Estos contenedores deberán ser selectivos para facilitar el traslado y disposición

de los mismos a áreas debidamente autorizadas (Vertederos municipales o empresas de reciclado). Para este efecto se requerirán como mínimo contenedores con las siguientes identificaciones:

- Desechos orgánicos.
- Desechos metálicos y vidrio.
- Desechos plásticos.
- Desechos de papel y cartón.
- Desechos varios

Residuos líquidos

Para asegurar la separación de los residuos líquidos se deberá verificar durante la instalación de los sistemas de recolección de las aguas residuales sean sistemas independientes separando las aguas negras de las grises, así mismo, los sistemas de tratamiento (cámaras sépticas) deberán ser independientes y contar con cámaras de inspección respectivas. Además disponer de trampas para grasas.

4.10 Almacenamiento

El almacenamiento de los residuos sólidos será temporal, se limitará simplemente al periodo necesario para la recolección programada para el traslado al lugar de tratamiento y disposición final de los mismos. Los residuos líquidos (aguas negras y grises) serán almacenados en las cámaras sépticas correspondientes.

4.11 Tratamiento y disposición final

El tratamiento y disposición final será realizado de acuerdo al tipo de residuo:

✓ Residuos sólidos

Con fines de minimizar los impactos adversos al medio ambiente ocasionados por el inadecuado manejo de los residuos sólidos, se deberá trasladar los residuos debidamente seleccionados hasta el centro de tratamiento del municipio para posteriormente ser tratados en el vertedero y disposición final de los mismos.

Los residuos de vidrio, metálicos y de papel podrán ser negociados con algunas empresas recicladoras del país.

- Empresa para los residuos de papel y cartón.
- Empresa para los residuos plásticos.
- Empresas de fundición para los residuos de vidrio y metal.

Los residuos orgánicos podrán ser utilizados para abono orgánico de los plantíos vegetales o en su caso deberán ser trasladados hasta los sistemas de tratamiento del municipio para su disposición final.

4.12 Reciclaje

Este método será implementado con mayor frecuencia por la empresa, debido a los riesgos mínimos que se generan al medio ambiente por la reutilización de los diferentes productos, tales como partes de metal (convertidos en chatarra para fundición y posterior construcción de accesorios de vehículos, moldes de inyección de botellas, etc.), plomo (reutilizado en redes de pesca, anzuelos y otros), aceites (reciclados para reusó en vehículos), plásticos (para fabricación de botellas). Otros materiales como baterías, PVC de alto peso específico, filtros de celulosa, papel, cajas de cartón, madera, vidrios, plásticos y otros, serán recolectados previa disposición final, con la debida señalización e identificación para su traslado a empresas recicladoras del municipio. Los desechos plásticos no-retornables serán debidamente seleccionados en

envases identificados para traslado y disposición en el basurero municipal. Por lo tanto se realizará los contactos pertinentes con empresas que reutilizan estos desechos.

Cuadro N° 57

Programa de control de plagas

Ficha de procedimientos para el control de plagas			
Responsable:			
Operación	Frecuencia	Implementos	procedimiento
Control físico preventivo	Cada mes	Lista de chequeo	Estado de cada uno de los sifones, rejillas, rendijas, techos falsos
Desinsectación y desratización	Semestral	Empresa aplacadora de plaguicidas y redenticidas quien debe estar certificada y calificada para realizar la actividad	Cada empresa debe garantizar la efectividad de la actividad, suministrar ficha técnica de los insumos o productos y determinar las medidas preventivas en la aplicación
Observaciones		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora de la investigación

4.13 Vajilla a utilizar

Para una buena presentación y un servicio de calidad la empresa utilizará vajillas de alta calidad, fina y estética, además se utilizará cristalería necesaria para una amplia gama de bebidas en diferentes tamaños y formas: copas, vasos, jarras y demás artículos necesarios. Se cuidara de cada detalle para que el cliente se sienta como en la comodidad de su hogar al disfrutar de su almuerzo con sus seres queridos.

4.14 Obras civiles

Se determinará la construcción de las infraestructuras y estructuras que harán posible el aprovechamiento del medio físico y natural. Se definirá las estructuras e instalaciones y obras de ingeniería requeridas para la puesta en marcha de la pequeña empresa, donde se indicará los costos correspondientes, estimados con base en la información contenida en los planos elaborados por el profesional respectivo.

4.15 Diseño de instalaciones y de planta

El diseño de la planta de la pequeña empresa de entrega de lunch ejecutivo comprende las siguientes áreas requeridas según el servicio que se oferta en el proyecto.

La empresa contará con:

- Área administrativa
- Área de producción
- Parqueadero

✓ **Área administrativa**

La superficie del área administrativa será de 45m² la misma que se encontrará dividida en:

- Gerencia
- Contabilidad
- Secretaría
- Sala de recepción
- Repositorio de menaje
- Bodega

Como corresponde cada dependencia estará equipada con sus muebles, equipos de computación, suministros y todo lo necesario para la ejecución de sus tareas.

✓ **Área de producción**

El área de producción tendrá una superficie de 60m² esta constará de:

- a) Sala de espera
- b) Drive thru (atención sin necesidad de salir del automóvil para futuro)
- c) Área de ensaladas
- d) Distribución y empaque
- e) Área de preparación
- f) Cuartos fríos
- g) Bodega seca

h) Área de lavado

i) Sanitarios y vestidores de empleados

j) Bodega

k) Parqueadero de transporte de la empresa

1. Planchas

2. Preparación

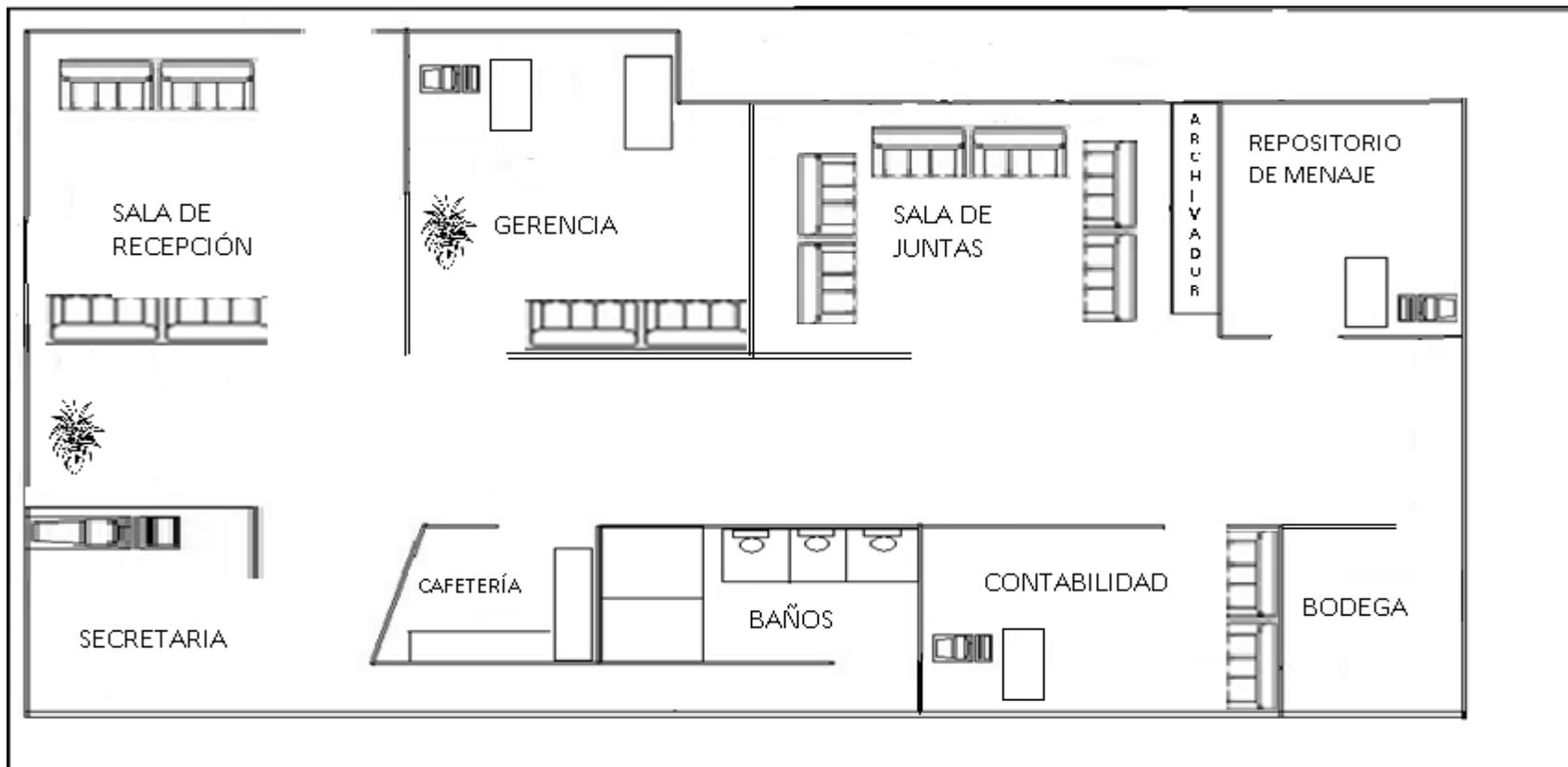
3. Refrigeración

4. Freidores

5. Estufas

Gráfico N° 42

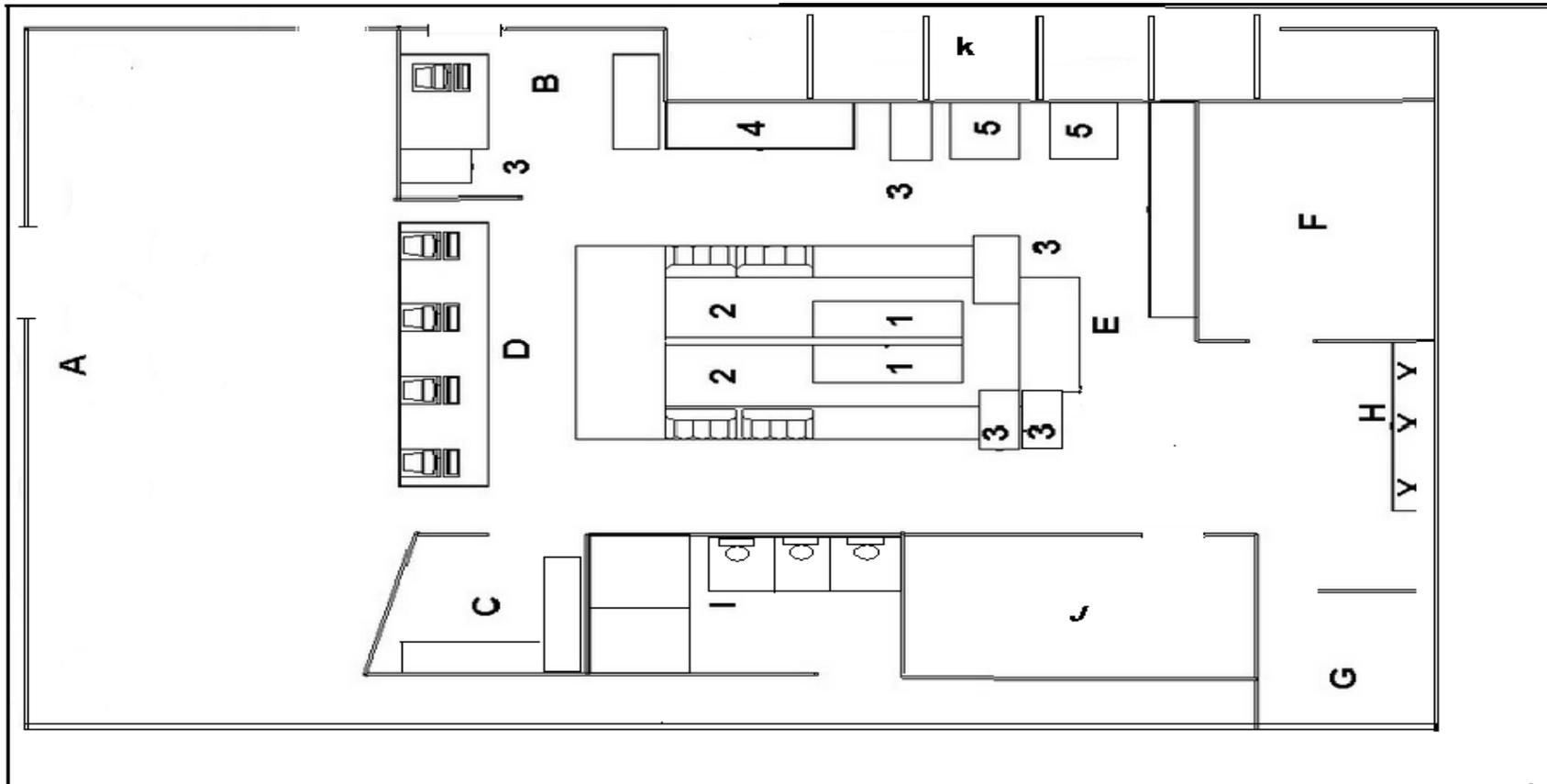
Diseño de las instalaciones (área administrativa)



Fuete: Investigación de campo
Elaborado por: La autora de la investigación

Gráfico N° 43

Diseño de las instalaciones (área de producción)



Fuete: Investigación de campo
Elaborado por: La autora de la investigación

✓ **Parqueaderos**

Los parqueaderos estarán diseñados para cualquier tipo de vehículo ya que los vehículos que transportaran nuestro producto serán camiones pequeños.

4.16 Determinación del presupuesto técnico

En el presupuesto técnico se determinan las inversiones fijas y diferidas y el capital de trabajo.

✓ **Inversión fija**

Todos los activos fijos cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones para que la pequeña empresa lleve a cabo las actividades; como los recursos naturales, terrenos, obras civiles, equipos e instalaciones, infraestructura, etc. Estarán sujetos a efectos contables como depreciación y amortización. A continuación se presenta el detalle de los activos fijos:

Cuadro N° 58

Terreno

TERRENO					
NRO	RUBROS	UNI.	CANTID.	P.UNITAR	P. TOTAL
1	Terreno	m2	381,00	164,12	62.529,72
TOTAL					62.529,72

Fuente: Catastros del Municipio de Ibarra
Elaborado por: La Autora de la investigación

El terreno que se necesitara para la construcción de la empresa de lunch ejecutiva será de 381 metros cuadrados, ubicado en la calle Jacinto Égas Almeida y Tobías Mena sector de Los Ceibos.

Cuadro N° 59

Construcción civil

CONSTRUCCIÓN CIVIL					
NRO	RUBROS	UNIDAD	CANTID	P.UNITAR	P. TOTAL
1	Construcciones	m2	271,00	129,87	35.196,00
TOTAL					35.196,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

En la construcción tanto de la planta baja como de la segunda, se invertirá un total de 35.196 dólares por un total de 271 metros cuadrados.

Cuadro N° 60

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
BIENES MUEBLES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTID.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	Unidad	4	750,00	3000,00
Impresora	Unidad	2	200,00	400,00
Telefax incluida línea	Unidad	2	140,00	280,00
TOTAL				3.680,00
USD.....				

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Dentro de los equipos de computación se va a adquirir, un computador, una impresora, además una línea de telefax, ya que son de suma importancia para la realización de las tareas de la empresa.

Cuadro N° 61

Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA				
BIENES MUEBLES	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	Unidad	2	87,30	174,60
Televisión	Unidad	1	776,00	776,00
Minicomponente	Unidad	1	325,76	325,76
TOTAL USD.....				1.276,36

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Dentro de los equipo de oficina que necesita la empresa se adquirirá teléfonos, un televisor y un minicomponente para el área administrativa.

Cuadro N° 62

Útiles de oficina

ÚTILES DE OFICINA				
BIENES MUEBLES	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD	V. UNI.	VALOR TOTAL
Resma de papel bond	Unidad	5	3,80	19,00
Carpetas archivadoras	Unidad	10	2,00	20,00
Grapadora	Unidad	2	1,50	3,00
Perforadora	Unidad	1	2,95	2,95
Útiles varios	Unidad	1	20,00	20,00
TOTAL USD.....				64,95

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Los útiles de oficina para llevar a cabo las actividades son los detallados en el cuadro anterior en el que se puede ver materiales indispensables como la resma de papel bond, carpetas archivadoras, grapadoras, perforadoras y útiles varios.

Cuadro N° 63

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENCERES				
BIENES MUEBLES	UNID. DE MEDIDA	CANTID.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA				
Escritorio	Unidad	4	150,00	600,00
Archivador	Unidad	2	80,00	160,00
Sillas giratorias	Unidad	4	120,00	480,00
Sillas	Unidad	6	40,00	240,00
Sumadora	Unidad	1	120,00	120,00
OPERATIVA				
Alacena	Unidad	1	600,00	600,00
Aparador	Unidad	2	1.350,00	2.700,00
Estantería	Unidad	6	75,00	450,00
Closet de cocina	Unidad	2	265,00	530,00
TOTAL				5.880,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Los muebles y enceres muestran una inversión de 5.880 dólares, ya que se comprara muebles y enceres tanto para la parte administrativa y económica.

Cuadro N° 64

Equipos de seguridad

EQUIPOS DE SEGURIDAD				
BIENES MUEBLES	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDA.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor de Incendios	Unidad	1	125,00	125,00
Manguera con llave grande	Unidad	10 m	230,00	230,00
Alarma de seguridad	Unidad	1	89,95	89,95
TOTAL USD.....				444,95

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Se comparan equipos de seguridad para salvaguardar la seguridad de las personas, para esto se comprara, un extintor, una manguera y una alarma de seguridad valoradas en 444, 95 dólares.

Cuadro N° 65

Vehículos

VEHÍCULOS				
BIENES	UNID. DE MEDIDA	CANT.	V. UNIT.	VALOR TOTAL
Vehículo (Chevrolet súper carry 2007)	Unidad	2	7.500,00	15.000,00
TOTAL				15.000,00

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Se hará la adquisición de dos vehículos de marca (Chevrolet súper carry) adecuados para la entrega de los lunch. Por un precio de 15.000 dólares.

Cuadro N° 66

Maquinaria y equipo de cocina

MAQUINARIA Y EQUIPO DE COCINA				
MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIDAD DE MEDIDA	UNID.	V. UNIT.	VALOR TOTAL
ÁREA DE COCCIÓN				
Juego de ollas	Unidad	2	1800,00	3600,00
Estufa a gas	Unidad	2	1200,00	2400,00
Sartén basculante	Unidad	1	560,00	560,00
Freidora a gas/eléctrica	Unidad	1	320,00	320,00
Parrilla eléctrica industrial	Unidad	1	600,00	600,00
Horno a gas/eléctrico	Unidad	1	1.420,00	1420,00
Plancha asadora a gas	Unidad	1	2.150,00	2150,00
ÁREA DE VEGETALES				
Procesadora de vegetales	Unidad	1	670,00	670,00
Caneca de jugos	Unidad	2	35,00	70,00
Licuada casera	Unidad	1	135,00	135,00
Pela papas	Unidad	1	1.720,00	1720,00
Licuada industrial (20 litros)	Unidad	1	1.650,00	1650,00
Bongos plásticos	Unidad	5	17,00	85,00
Exprimidor	Unidad	1	46,00	46,00
ÁREA DE ALMACENAMIENTO				
Refrigeradora –congeladora	Unidad	2	780,00	1560,00
Refrigeradora Whirlpool 22 pies cúbicos	Unidad	1	1.800,00	1800,00
Balanza	Unidad	1	115,00	115,00
Báscula	Unidad	1	300,00	300,00
ÁREA DE CARNES				
Molino industrial	Unidad	1	1.230,00	1230,00
ÁREA DE LAVADO				
Bongos-pancheras 40 litros	Unidad	2	19,00	38,00
Caneca grande	Unidad	2	39,50	79,00
EQUIPO AUXILIAR				
Batidora industrial (20 litros)	Unidad	1	600,00	600,00
Termómetros	Unidad	1	41,00	41,00
Lockers 4 puestos	Unidad	2	169,00	338,00
TOTAL USD.....				21.527,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

La maquinaria y equipo de cocina, se ha elegido con mucho cuidado, y la de mejor calidad ya que serán los materiales que se utilizarán a diario para la preparación de los lunch. Dando un total de 21.527 dólares para toda el área de producción.

Cuadro N° 67

Menaje y utensilios

MENAJE Y UTENSILIOS				
MENAJE	UNIDAD DE MEDIDA	UNID.	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de cubiertos	Unidad	25	22,00	550,00
Juego de vajillas	Unidad	25	25,00	625,00
Juego de copas	Unidad	20	20,00	400,00
Juego de vasos	Unidad	20	20,00	400,00
Juego de cuchillos	Unidad	2	34,00	68,00
Baldes plásticos	Unidad	6	5,50	33,00
Basureros pequeños	Unidad	3	13,00	39,00
Sartén	Unidad	4	45,00	180,00
Bongos plásticos	Unidad	5	12,50	62,50
Cacerola para huevos	Unidad	5	8,75	43,75
Canastillas	Unidad	11	21,00	231,00
Canecas para residuos	Unidad	3	33,50	100,50
Canecas para almacenamiento	Unidad	11	24,00	264,00
Charoles	Unidad	5	16,35	81,75
Chocolateras	Unidad	2	15,50	31,00
Moldes	Unidad	10	13,75	137,50
Olla a presión	Unidad	2	146,00	292,00
Olla grande	Unidad	4	105,00	420,00
Ollas medianas	Unidad	3	67,00	201,00
Ollas pequeñas	Unidad	4	35,00	140,00

Pailas	Unidad	3	44,50	133,50
Recipientes plásticos	Unidad	5	16,50	82,50
UTENSILLOS				
Abrelatas	Unidad	2	15,30	30,60
Brochar para azar	Unidad	2	3,20	6,40
Coladores	Unidad	2	85,00	170,00
Atomizador	Unidad	2	10,00	20,00
Escurreidor de pie	Unidad	2	8,25	16,50
Pala servidor acrílico	Unidad	2	6,75	13,50
Cuchara para pastas	Unidad	1	6,00	6,00
Cuchara para servir	Unidad	2	3,00	6,00
Cucharón gigante	Unidad	1	19,25	19,25
Cuchillo d vegetales	Unidad	2	14,00	28,00
Espátula repostera	Unidad	2	8,25	16,50
Espátula para plancha	Unidad	2	6,00	12,00
Jarras	Unidad	2	3,50	7,00
Majador de carnes	Unidad	2	12,50	25,00
Molino casero	Unidad	1	35,00	35,00
Pinzas de servir	Unidad	2	6,00	12,00
Rallador	Unidad	1	8,00	8,00
Pataconera	Unidad	1	25,00	25,00
Tablas para picar (teflón)	Unidad	2	115,00	230,00
Tenedor grande	Unidad	2	3,25	6,50
Tijeras	Unidad	1	11,50	11,50
Guante de malla metálico	Unidad	1	143,00	143,00
Desechables (servilletas)	Unidad	260	1,78	462,80
TOTAL				5.826,55

Fuente: Investigación directa

Elabora por: La Autora de la investigación

Se invertirá 5.826,55 dólares en menaje y utensilios necesarios para la preparación de los alimentos.

Cuadro N° 68

Resumen de activos fijos

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
ACTIVOS	VALOR
Bienes para la Administración	
Terreno	62.529,72
Construcción civil	35.196,00
Muebles	5.880,00
Equipos de Computación	3.680,00
Equipos de Seguridad	444,95
Equipo de oficina	1.276,36
Útiles de oficina	64,95
Bienes Para la Producción	
Maquinaria y Equipo de cocina	21.527,00
Menaje y utensilios	5.826,55
Vehículo	15.000,00
TOTAL USD.....	151.425,53

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

De acuerdo al análisis y a los requerimientos necesarios para la implementación de la empresa se establecen los activos fijos totales por un valor de 151.425,53 dólares.

✓ **Inversión diferida**

La inversión diferida se caracteriza por su inmaterialidad y son las inversiones realizadas sobre activos constituidos por servicios o derechos adquiridos necesarios para el estudio e implementación del proyecto, estos

corresponden a gastos legales que implican la conformación jurídica y gastos de constitución de la empresa.

Cuadro N° 69

Inversión diferida

ACTIVOS DIFERIDOS			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Permiso de funcionamiento	1	230,00	230,00
Permiso de Bomberos	1	50,00	50,00
Permiso de Sanidad	1	20,00	20,00
Capacitación	1	200,00	200,00
TOTAL			500,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Para iniciar las operaciones de la empresa y cumplir con la Ley, se van a gestionar los debidos permisos como son, el permiso de funcionamiento, el permiso de los bomberos, el permiso de sanidad y se dará una capacitación a los futuros empleados.

✓ **Inversión variable o capital de trabajo**

El capital de trabajo considera aquellos recursos que se requieren para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios en un determinado período de rotación, a continuación se detallan las cuentas que lo conforman y su valor total, teniendo en cuenta una contingencia del 2% por posibles imprevistos.

Cuadro N° 70

Inversión variable

INVERSIÓN VARIABLE(CAPITAL DE TRABAJO) Rotación de 30 días		
DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE OPERACIÓN		17679,07
Materia prima	15.166,67	
Mano de obra directa	1.882,70	
Mano de obra indirecta	450,15	
Servicios básicos	58,00	
Consumo de gas	30,00	
Mantenimiento de equipo	15,00	
Reposición de menaje	48,55	
Combustible	28,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.881,91
Sueldos	1.768,87	
Servicios básicos	27,00	
Servicios de comunicación	60,00	
Útiles de oficina	6,03	
Mantenimiento de computación	20,00	
GASTOS DE VENTAS		85,42
Sueldos	1.861,47	
Publicidad	85,42	
SUBTOTAL		19.646,39
Imprevistos 2%		392,93
TOTAL		20.039,32

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Presentación

La finalidad del presente estudio es determinar la factibilidad en términos monetarios, para esto se presenta la información financiera como: inversiones, ingresos, egresos, balances, los cuales nos han servido para aplicar la respectiva evaluación cuyos resultados son la base para aprovechar las oportunidades y tomar las mejores decisiones.

5.2 Estructura de la inversión

Para la implementación de este proyecto se necesita una inversión que asciende a 171.964,85 dólares, distribuidos en capital propio y financiado.

Cuadro N° 71

Inversión variable

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	71.964,85	41,85
Préstamo	100.000,00	58,15
TOTAL	171.964,85	100,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.3 Destino de la inversión

Cuadro N° 72

Destino de la inversión

CUADRO DE INVERSIONES		
DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Activos fijos	151425,53	88,06
Activos diferidos	500,00	0,29
Capital de trabajo	20039,32	11,65
Total.....	171964,85	100,00

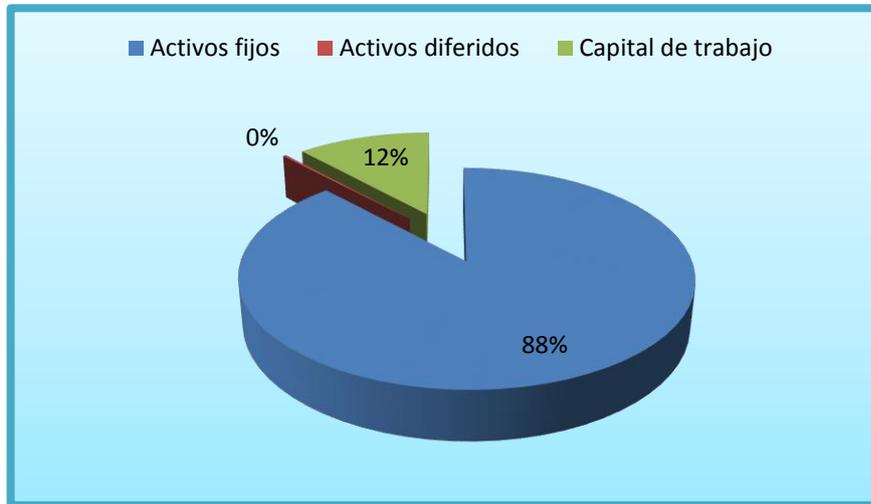
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Una vez que se ha realizado el cálculo de lo que vamos a invertir podemos definir que en activos fijos se invertirá 151.425,53 dólares es decir el 88% de la inversión total, en activos diferidos se invertirán 500 dólares, ya se estableció el capital de trabajo con el que contará la empresa para la iniciación de sus actividades será de 20.139,32 dólares.

Gráfico N° 44

Inversiones



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora de la investigación

5.4 Ingresos

Los ingresos del proyecto se encuentran representados por las ventas del servicio de lunch ejecutivo que la empresa realizará durante el horizonte de vida, para el caso del estudio es de cinco años.

5.4.1 Análisis de los ingresos proyectados

Para la proyección de los ingresos se tomó como base los datos del capítulo referente al estudio de mercado, y se estima que las ventas aumenten en un porcentaje de del 20% anual, esta decisión se tomó aplicando un criterio conservador y analizando la capacidad operativa, administrativa y el crecimiento del mercado potencial. El precio se ha fijado de acuerdo a los resultados de la pregunta número 6 en las encuestas a los empleados de las empresas de la ciudad en donde se establece que el 52,24% destinan de entre 3,50 a 5,00 dólares para el lunch diario. La proyección de los precios, costos y gastos se estableció de acuerdo a la tendencia de la inflación en el Ecuador.

Cuadro N° 73

Inflación

FECHA	VALOR
Agosto 31-2013	2.27%
Julio 31-2013	2.39%
Junio 30 -2013	2.68%
Mayo 31-2013	3.01%
Abril 30-2013	3.03%
Marzo 31-2013	3.01%
Febrero 28-2013	3.48%
Enero 31-2013	4.10%
Diciembre 31-2012	4.16%
Noviembre 30-2012	4.77%
Octubre 31-2012	4.94%

Fuente: Banco Central Del Ecuador

Elaborado por: La autora de la investigación

PROYECCIÓN DE INGRESOS

Cuadro N° 74

Total de servicios al año

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de servicios al día	200	240	288	346	415
Días de la semana	5	5	5	5	5
Semanas al año	52	52	52	52	52
TOTAL DE SERVICIOS AL AÑO	52000	62400	74880	89856	107827

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Cuadro N° 75

Ingresos proyectados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de servicios	52000	62400	74880	89856	107827
Precio unitario	3,50	3,58	3,66	3,74	3,83
TOTAL DE INGRESOS AL AÑO	182000,00	223357,68	274113,48	336403,03	412847,25

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5 Egresos

Los egresos representan las erogaciones que se tendrán que realizar para el funcionamiento de la pequeña empresa. La cantidad crece de acuerdo a las necesidades de producción, el costo se proyectó de acuerdo a la inflación del año 2013 que es del 2,27% en el mes de Agosto, para la proyección de la mano de obra se estableció fijando la tasa de crecimiento que es del 9,9% según la tendencia del sueldo básico unificado según los últimos años.

➤ GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de los gastos administrativos se encuentran sueldos administrativos, servicios de comunicación, útiles de oficina, mantenimiento de equipo de computación; con un crecimiento anual del 2.27% según la inflación del año 2013.

✓ **Sueldos administrativos**

Dentro de los sueldos administrativos se cancelará al gerente, El contador o contadora, y al guardia de la empresa. A continuación se establece la proyección de los sueldos administrativos para los cinco años siguientes.

Cuadro N° 76

Sueldos administrativos

Sueldo Administrativo						
PERSONAL	2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	480,00	527,52	579,74	637,14	700,22	769,54
Contador (a)	470,00	516,53	567,67	623,87	685,63	753,51
Guardia	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81	513,02
MENSUAL		1395,73	1533,91	1685,76	1852,65	2036,07
ANUAL		16748,76	18406,89	20229,17	22231,86	24432,81

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

En el siguiente cuadro se detalla para los cinco posteriores años, el sueldo básico unificado, además los beneficios de ley como son; el aporte patronal, los fondos de reserva, el décimo tercer y cuarto sueldo de los empleados de la parte administrativa.

Cuadro N° 77

Proyección de los sueldos administrativos

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	16.748,76	18.406,89	20.229,17	22.231,86	24.432,81
Aporte Patronal	2.034,97	2.236,44	2.457,84	2.701,17	2.968,59
Fondos de Reserva		1.533,91	1.685,76	1.852,65	2.036,07
Décimo Tercero	1.395,73	1.533,91	1.685,76	1.852,65	2.036,07
Décimo Cuarto	1.047,00	1.152,00	1.266,00	1.392,00	1.530,00
TOTAL	21.226,46	24.863,14	27.324,54	30.030,34	33.003,53

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Servicios básicos

En los servicios básicos se han tomado en cuenta el agua y la luz de igual manera se ha hecho la proyección para cinco años posteriores con una inflación del 2,27% de acuerdo a agosto del año 2013.

Cuadro N° 78

Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	180,00	184,09	188,26	192,54	196,91
Luz	144,00	147,27	150,61	154,03	157,53
TOTAL	324,00	331,35	338,88	346,57	354,44

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ **Servicios de comunicación**

Los servicios como telefonía e internet también se tomaron en cuenta para la proyección de los siguientes cinco años.

Cuadro N° 79

Servicios de comunicación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de teléfono	420,00	429,53	439,28	449,26	459,45
Servicio de internet	300,00	306,81	313,77	320,90	328,18
TOTAL	720,00	736,34	753,06	770,15	787,64

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ **Útiles de oficina**

Para la parte administrativa son necesarios los útiles de oficina como resmas de papel bond, carpetas, cajas de clips, el facturero, este rubro también se lo proyecta para cinco años.

Cuadro N° 80

Útiles de oficina

DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNIT.	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Resma de papel bond	12,00	3,70	44,40	45,41	46,44	47,49	48,57
Carpetas	20,00	0,50	10,00	10,23	10,46	10,70	10,94
Caja de clips	2,00	1,00	2,00	2,05	2,09	2,14	2,19
Facturero	2,00	8,00	16,00	16,36	16,73	17,11	17,50
TOTAL			72,40	74,04	75,72	77,44	79,20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ **Mantenimiento de computación**

Se establece a continuación cuanto se va a designar cada año para el mantenimiento de los equipos de computación.

Cuadro N° 81

Mantenimiento de computación

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de computación	240,00	245,45	251,02	256,72	262,55
TOTAL	240,00	245,45	251,02	256,72	262,55

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.1. Resumen de gastos administrativos

A continuación se muestra el resumen de todos los gastos administrativos que serán necesarios para la puesta en marcha de la empresa de entrega de lunch ejecutivo en la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 82

Resumen de gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	21226,46	24863,14	27324,54	30030,34	33003,53
Servicios básicos	324,00	331,35	338,88	346,57	354,44
Servicios de comunicación	720,00	736,34	753,06	770,15	787,64
Útiles de oficina	72,40	74,04	75,72	77,44	79,20
Mantenimiento de computación	240,00	245,45	251,02	256,72	262,55
TOTAL	22.582,86	26.250,33	28.743,22	31.481,22	34.487,35

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.2. Costos de producción

✓ Materia prima

La materia prima se estableció tomando en cuenta el número de servicios que se tendrá al año, el costo unitario es el resultado promedio de los diferentes platos que brindara el restaurante y crecen de acuerdo a la inflación. Ver en el anexo (Costos de la materia prima).

Cuadro N° 83

Materia prima

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Número de servicios	52000	62400	74880	89856	107827
Costo promedio unitario por servicio	1,35	1,38	1,41	1,44	1,48
TOTAL	70200,00	86152,25	105729,48	129755,45	159241,08

Fuente: investigación directa
Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Talento humano operativo

A continuación se muestra el cuadro de proyección de cinco años posteriores de la remuneración del talento humano operativo, mismos que reciben todos los beneficios de ley. Se ha considerado un crecimiento del 9,9% porcentaje que es el resultado de la tendencia de los incrementos en el salario básico unificado en los últimos cinco años. Dentro de la mano de obra directa se encuentra el chef, y tres auxiliares de cocina.

Cuadro N° 84

Sueldo básico unificado mensual de la mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA						
PERSONAL	2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chef	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34	609,22
3 Auxiliares de cocina	954,00	1048,45	1152,24	1266,31	1391,68	1529,46
MENSUAL		1466,07	1611,21	1770,72	1946,02	2138,67
ANUAL		17.592,79	19.334,48	21.248,59	23.352,20	25.664,07

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Cuadro N° 85

Proyección del costo total de mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	17.592,79	19.334,48	21.248,59	23.352,20	25.664,07
Aporte Patronal	2.137,52	2.349,14	2.581,70	2.837,29	3.118,18
Fondos de Reserva		1.611,21	1.770,72	1.946,02	2.138,67
Décimo Tercero	1.466,07	1.611,21	1.770,72	1.946,02	2.138,67
Décimo Cuarto	1.396,00	1.536,00	1.688,00	1.856,00	2.040,00
TOTAL	22.592,38	26.442,03	29.059,73	31.937,53	35.099,60

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.3. Costos indirectos de producción

Dentro de los costos indirectos de producción se presenta la mano de obra directa, a continuación se presenta la proyección para los siguientes cinco años para el personal de limpieza.

Cuadro N° 86

Costos de mano de obra indirectos de producción

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Limpieza	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
MENSUAL	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
ANUAL	4.193,78	4.608,97	5.065,26	5.566,72	6.117,82

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Cuadro N° 87

Proyección del costo total de mano de obra indirecta

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.193,78	4.608,97	5.065,26	5.566,72	6.117,82
Aporte Patronal	509,54	559,99	615,43	676,36	743,32
Fondos de Reserva		384,08	422,10	463,89	509,82
Décimo Tercero	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
Décimo Cuarto	349,00	384,00	422,00	464,00	510,00
TOTAL	5.401,81	6.321,12	6.946,89	7.634,86	8.390,77

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Servicios básicos

Los servicios básicos para el área de producción se resumen en el siguiente cuadro, donde se detalla el valor del agua y de la energía eléctrica para los próximos cinco años.

Cuadro N° 88

Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	336,00	343,63	351,43	359,40	367,56
Luz	360,00	368,17	376,53	385,08	393,82
TOTAL	696,00	711,80	727,96	744,48	761,38

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Consumo de gas

A continuación se presenta la cuenta consumo de gas con sus valores de acuerdo a cada año.

Cuadro N° 89

Consumo de gas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gas	360,00	368,17	376,53	385,08	393,82
TOTAL	360,00	368,17	376,53	385,08	393,82

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ **Mantenimiento de equipo**

El mantenimiento de equipo para los próximos cinco años se muestra en el cuadro siguiente de acuerdo a cada año proyectado.

Cuadro N° 90

Mantenimiento de equipo

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento de equipo	180,00	184,09	188,26	192,54	196,91
TOTAL	180,00	184,09	188,26	192,54	196,91

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ **Reposición de menaje**

Se realizara la reposición de menaje, ya que esta se va desgastando de acuerdo a su uso, es por esto que cada año se realizara una reposición nueva, a continuación se presenta la proyección para los cinco años.

Cuadro N° 91

Reposición de menaje

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición de menaje	582,66	595,88	609,41	623,24	637,39
TOTAL	582,66	595,88	609,41	623,24	637,39

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Combustible

En el siguiente cuadro se registra el valor del combustible que se necesitará para los vehículos repartidores de los alimentos, con la proyección de los cinco años posteriores de acuerdo a la inflación.

Cuadro N° 92

Combustible

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasolina	336,00	343,63	351,43	359,40	367,56
TOTAL	336,00	343,63	351,43	359,40	367,56

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.4. Resumen de costos operativos

A continuación se presenta el resumen de los costos de producción, tomando en cuenta la materia prima, los sueldos operacionales, los costos indirectos como son: los servicios básicos, el combustible, el mantenimiento de los equipos, la reposición de menaje y el consumo de gas.

Cuadro N° 93

Resumen de costos operativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS					
MATERIA PRIMA	70.200,00	86.152,25	105.729,48	129.755,45	159.241,08
Entrantes	12.480,00	15.315,96	18.796,35	23.094,33	28.328,64
Sopas y Potajes	11.960,00	14.677,79	18.013,17	22.132,07	27.148,28
Huevos y postres	9.880,00	12.125,13	14.880,45	18.283,01	22.426,84
Ensaladas y verduras	5.720,00	7.019,81	8.615,00	10.584,90	12.983,96
Pescados	11.960,00	14.677,79	18.013,17	22.132,07	27.148,28
Carnes	13.000,00	15.954,12	19.579,53	24.056,60	29.509,00
Postres	5.200,00	6.381,65	7.831,81	9.622,64	11.803,60
SUELDOS OPERACIONALES	27.994,19	32.763,15	36.006,62	39.572,39	43.490,37
Mano de obra directa	22.592,38	26.442,03	29.059,73	31.937,53	35.099,60
Mano de obra indirecta	5.401,81	6.321,12	6.946,89	7.634,86	8.390,77
COSTOS INDIRECTOS	2.154,66	2.203,57	2.253,59	2.304,74	2.357,06
Servicios básicos	696,00	711,80	727,96	744,48	761,38
Consumo de gas	360,00	368,17	376,53	385,08	393,82
Mantenimiento de equipo	180,00	184,09	188,26	192,54	196,91
Reposición de menaje	582,66	595,88	609,41	623,24	637,39
Combustible	336,00	343,63	351,43	359,40	367,56
TOTAL	100.348,85	121.118,96	143.989,69	171.632,58	205.088,52

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.5. Gastos de ventas

Los gastos de ventas corresponden a la publicidad para hacer conocer el servicio a nivel local. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta la inflación que es del 2,27% en agosto del año 2013.

✓ Sueldos de ventas

Cuadro N° 94

Sueldo de ventas

Sueldo de ventas						
PERSONAL	2013	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chofer y repartidor 1	330	362,67	398,57	438,03	481,40	529,06
Repartidor 1	318	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
Chofer y repartidor 2	330	362,67	398,57	438,03	481,40	529,06
Repartidor 2	318	349,48	384,08	422,10	463,89	509,82
MENSUAL	1296	1424,30	1565,31	1720,28	1890,58	2077,75
ANUAL	3.960,00	17.091,65	18.783,72	20.643,31	22.687,00	24.933,01

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.6. Proyección del costo total de mano de obra de ventas

Cuadro N° 95

Proyección del costo total de mano de obra de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	17.091,65	18.783,72	20.643,31	22.687,00	24.933,01
Aporte Patronal	2.076,64	2.282,22	2.508,16	2.756,47	3.029,36
Fondos de Reserva		1.565,31	1.720,28	1.890,58	2.077,75
Décimo Tercero	1.424,30	1.565,31	1.720,28	1.890,58	2.077,75
Décimo Cuarto	1.745,00	1.920,00	2.110,00	2.320,00	2.550,00
TOTAL	2.337,59	26.116,56	28.702,02	31.544,63	34.667,87

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Publicidad

Para dar a conocer nuestro servicio, se contrata con la prensa escrita, la radio, en spots publicitarios en las frecuencias más conocidas y escuchadas en la ciudad, también se elaborarán tarjetas de presentación, hojas volantes así como se creará una página web para que más gente logre reconocernos y llegar a más clientes.

Cuadro N° 96

Publicidad

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa escrita	360,00	368,17	376,53	385,08	393,82
Radio	300,00	306,81	313,77	320,90	328,18
Tarjetas de presentación	200,00	204,54	209,18	213,93	218,79
Página web	120,00	122,72	125,51	128,36	131,27
Hojas volantes	45,00	46,02	47,07	48,13	49,23
TOTAL	1.025,00	1.048,27	1.072,06	1.096,40	1.121,29

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.7. Resumen de los costos de ventas

Cuadro N° 97

Resumen de los costos de ventas

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1025,00	1048,27	1072,06	1096,40	1121,29
Sueldos	22337,59	26116,56	28702,02	31544,63	34667,87
TOTAL	23.362,59	27.164,83	29.774,09	32.641,03	35.789,16

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.8. Gastos financieros

A continuación se muestra un resumen de los gastos financieros generados por el préstamo, es decir los intereses anuales.

Cuadro N° 98

Gastos financieros

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	10.215,36	8.378,28	6.328,61	4.041,77	1.490,29
TOTAL	10.215,36	8.378,28	6.328,61	4.041,77	1.490,29

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.5.9. Resumen de egresos

Cuadro N° 99

Resumen de egresos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos operativos	100348,85	121118,96	143989,69	171632,58	205088,52
Gastos administrativos	22582,86	26250,33	28743,22	31481,22	34487,35
Gastos de venta	1025,00	1048,27	1072,06	1096,40	1121,29
Gastos por depreciación	8899,18	8899,18	8899,18	8899,18	8899,18
Gastos de amortización	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gastos financieros	10215,36	8378,28	6328,61	4041,77	1490,29
TOTAL	132.955,89	157.416,74	182.804,15	213.209,38	249.696,33

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.6 Financiamiento

Para llevar a cabo la gestión de la empresa se tendrá un financiamiento propio y financiado, este último se lo hará a través de un crédito, en el Banco Central.

DATOS:	
CAPITAL	100.000
TASA:	11%
TIEMPO	5 AÑOS
CUOTA	Mensual

Cuadro Nº 100

Amortización del crédito

NRO	VALOR PRESENTE	INTERES	SALDO ABSOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	2.174,24	916,67	1.257,57	98.742,43
2	2.174,24	905,13	1.269,11	97.473,32
3	2.174,24	893,50	1.280,74	96.192,58
4	2.174,24	881,76	1.292,48	94.900,10
5	2.174,24	869,91	1.304,33	93.595,78
6	2.174,24	857,96	1.316,28	92.279,49
7	2.174,24	845,89	1.328,35	90.951,14
8	2.174,24	833,71	1.340,53	89.610,62
9	2.174,24	821,42	1.352,81	88.257,81
10	2.174,24	809,02	1.365,21	86.892,59
11	2.174,24	796,51	1.377,73	85.514,86
12	2.174,24	783,88	1.390,36	84.124,50
13	2.174,24	771,14	1.403,10	82.721,40

14	2.174,24	758,27	1.415,96	81.305,44
15	2.174,24	745,29	1.428,94	79.876,49
16	2.174,24	732,20	1.442,04	78.434,45
17	2.174,24	718,98	1.455,26	76.979,19
18	2.174,24	705,64	1.468,60	75.510,59
19	2.174,24	692,18	1.482,06	74.028,53
20	2.174,24	678,59	1.495,65	72.532,88
21	2.174,24	664,88	1.509,36	71.023,52
22	2.174,24	651,04	1.523,19	69.500,33
23	2.174,24	637,08	1.537,16	67.963,17
24	2.174,24	622,99	1.551,25	66.411,92
25	2.174,24	608,77	1.565,47	64.846,45
26	2.174,24	594,42	1.579,82	63.266,64
27	2.174,24	579,94	1.594,30	61.672,34
28	2.174,24	565,33	1.608,91	60.063,43
29	2.174,24	550,58	1.623,66	58.439,77
30	2.174,24	535,69	1.638,54	56.801,22
31	2.174,24	520,67	1.653,56	55.147,66
32	2.174,24	505,52	1.668,72	53.478,94
33	2.174,24	490,22	1.684,02	51.794,92
34	2.174,24	474,78	1.699,46	50.095,46
35	2.174,24	459,21	1.715,03	48.380,43
36	2.174,24	443,48	1.730,75	46.649,67
37	2.174,24	427,62	1.746,62	44.903,06
38	2.174,24	411,61	1.762,63	43.140,43
39	2.174,24	395,45	1.778,79	41.361,64
40	2.174,24	379,15	1.795,09	39.566,55
41	2.174,24	362,69	1.811,55	37.755,00
42	2.174,24	346,08	1.828,15	35.926,84
43	2.174,24	329,33	1.844,91	34.081,93
44	2.174,24	312,42	1.861,82	32.220,11
45	2.174,24	295,35	1.878,89	30.341,22
46	2.174,24	278,13	1.896,11	28.445,11

47	2.174,24	260,74	1.913,49	26.531,61
48	2.174,24	243,20	1.931,03	24.600,58
49	2.174,24	225,50	1.948,73	22.651,85
50	2.174,24	207,64	1.966,60	20.685,25
51	2.174,24	189,61	1.984,62	18.700,62
52	2.174,24	171,42	2.002,82	16.697,81
53	2.174,24	153,06	2.021,18	14.676,63
54	2.174,24	134,53	2.039,70	12.636,93
55	2.174,24	115,84	2.058,40	10.578,53
56	2.174,24	96,97	2.077,27	8.501,26
57	2.174,24	77,93	2.096,31	6.404,95
58	2.174,24	58,71	2.115,53	4.289,42
59	2.174,24	39,32	2.134,92	2.154,50
60	2.174,25	19,75	2.154,50	0,00
TOTALES	130.454,31	30.454,31	100.000,00	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.7 Depreciaciones

La depreciación se calculó en base al método de línea recta y se detalla en la siguiente tabla.

Cuadro N° 101
Depreciaciones

Nº	DESCRIPCION	CANT.	AÑOS	%	CUOTA DE DEPRE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRE.	SALDO LIBROS
ADMINISTRATIVOS												
1	Construcción civil	35.196,00	A 20 AÑOS	5%	1.759,80	1.759,80	1.759,80	1.759,80	1.759,80	1.759,80	8.799,00	26.397,00
2	Muebles	5.880,00	A 20 AÑOS	10%	588,00	588,00	588,00	588,00	588,00	588,00	2.940,00	2.940,00
3	Equipos de Computación	3.680,00	A 3 AÑOS	33,33%	1.226,54	1.226,54	1.226,54	1.226,54			3.679,63	0,37
4	Equipos de Seguridad	444,95	A 10 AÑOS	10%	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	44,50	222,48	222,48
5	Renovación equipo de computación	3.680,00	A 3 AÑOS	33,33%					1.226,54	1.226,54	2.453,09	1.226,91
6	Equipo de oficina	1.276,36	A 10 AÑOS	10%	127,64	127,64	127,64	127,64	127,64	127,64	638,18	638,18
7	Vehículo	15.000,00	A 5 AÑOS	20%	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	15.000,00	
	TOTAL	65.157,31			6.746,48	6.746,48	6.746,48	6.746,48	6.746,48	6.746,48	33.732,38	31.424,94
Nº	DESCRIPCION	CANTIDAD	AÑOS DEPRE.	%	CUOTA DE DEPRE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	DEPRECIACION	SALDO LIBROS
OPERATIVOS												
1	Maquinaria y Equipo de cocina	21.527,00	A 10 AÑOS	10,00%	2.152,70	2.152,70	2.152,70	2.152,70	2.152,70	2.152,70	10.763,50	10.763,50
	TOTAL	21.527,00			2.152,70	2.152,70	2.152,70	2.152,70	2.152,70	2.152,70	10.763,50	10.763,50
	DEPRECIACIÓN TOTAL					8.899,18	8.899,18	8.899,18	8.899,18	8.899,18		42.188,44

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.8 Amortización

En el siguiente cuadro se va detallando año a año la amortización de los activos diferidos; como son el permiso de funcionamiento, el permiso de bomberos, el permiso de sanidad y la capacitación que se les dará a los empleados.

Cuadro Nº 102

Amortizaciones

Nº	CARGOS DIFERIDOS	CANT.	AÑOS	TANTO POR CIENTO	CUOTA DEP. DEPRE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Permiso de funcionamiento	230,00	A 5 AÑOS	20%	46	46	46	46	46	46
1	Permiso de Bomberos	50,00	A 5 AÑOS	20%	10	10	10	10	10	10
1	Permiso de Sanidad	20,00	A 5 AÑOS	20%	4	4	4	4	4	4
1	Capacitación	200,00	A 5 AÑOS	20%	40	40	40	40	40	40
TOTAL		500			100	100	100	100	100	100

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.9 Estados financieros

Con la información antes descrita se procedió a estructurar los siguientes balances proforma.

✓ Estado de situación inicial

En el balance proforma se refleja la situación financiera con la cual el servicio de lunch ejecutivo registra todos sus activos, pasivos y patrimonio con los que inicia la empresa en el periodo económico.

Cuadro Nº 103

EMPRESA "SERVI LUNCH"

Estado de situación financiera

Al 31 de diciembre del 2013

Expresado en dólares americanos (\$)

BALANCE GENERAL					
ACTIVOS				PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		20.039,32	PASIVO LARGO PLAZO		100.000,00
Activos disponibles			Documentos por pagar	100.000,00	
Efectivo y equivalentes efectivo	20.039,32				
ACTIVOS CORRIENTES NO			TOTAL PASIVO		100.000,00
Administrativos		109.071,98			
Terreno	62.529,72				
Construcción civil	35.196,00				
Muebles	5.880,00				
Equipos de Computación	3.680,00				
Equipos de Seguridad	444,95				
Equipo de oficina	1.276,36		PATRIMONIO		71.964,85
Útiles de oficina	64,95				
Producción		42.353,55	Capital Propio	71.964,85	
Maquinaria y Equipo de cocina	21.527,00				
Menaje y utensillos	5.826,55		TOTAL PATRIMONIO CONTABLE		71.964,85
Vehículo	15.000,00				
Cargos Diferidos		500,00			
Permiso de funcionamiento	230,00				
Permiso de Bomberos	50,00				
Permiso de Sanidad	20,00				
Capacitación	200,00				
TOTAL ACTIVO		171.964,85	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		171.964,85

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ Estado de resultados

Con el estado de resultados se puede apreciar los ingresos y egresos proyectados a cinco años con el fin de conocer si se generó pérdidas o utilidades.

Cuadro Nº 104

Empresa “SERVI LUNCH EJECUTIVO”

**Estado del resultado integral ganancias acumuladas consolidado
para el año que termina el 31 de diciembre**

Expresado en dólares americanos (\$)

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos de actividades ordinarias	182.000,00	223.357,68	274.113,48	336.403,03	412.847,25
Consumo de materias primas	100.348,85	121.118,96	143.989,69	171.632,58	205.088,52
GANANCIA BRUTA	81.651,15	102.238,72	130.123,79	164.770,44	207.758,73
Gastos de administrativos	22.582,86	26.250,33	28.743,22	31.481,22	34.487,35
Costos de distribución	23.362,59	27.164,83	29.774,09	32.641,03	35.789,16
Depreciación	8.899,18	8.899,18	8.899,18	7.075,28	7.075,28
Amortización de diferidos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
UTILIDAD OPERATIVA	26.706,53	39.824,38	62.607,30	93.472,91	130.306,94
Costos financieros	10.215,36	8.378,28	6.328,61	4.041,77	1.490,29
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	16.491,16	31.446,10	56.278,69	89.431,14	128.816,65
Gastos por beneficios a los empleados	2.473,67	4.716,92	8.441,80	13.414,67	19.322,50
GANANCIA ANTES DE IMPUESTOS	14.017,49	26.729,19	47.836,89	76.016,47	109.494,15
Gasto por impuesto a las ganancias	3.083,85	5.880,42	10.524,12	16.723,62	24.088,71
RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL AÑO	10.933,64	20.848,77	37.312,77	59.292,85	85.405,44

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

✓ **Estado de flujos netos de efectivo**

El flujo de efectivo representa la dinámica de entradas y salidas de efectivo en el transcurso de la operación de los cinco años proyectados, este es útil para poder determinar el nivel de liquidez con el que la empresa cuenta en un determinado corte.

Cuadro N° 105

EMPRESA “SERVILUNCH EJECUTIVO”

Estado de flujos de efectivo por el año concluido el 31 de diciembre

Expresado en dólares americanos (\$)

FLUJOS DE EFECTIVO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión inicial	-171.964,85					
(=) Ganancia al año		16.491,16	31.446,10	56.278,69	89.431,14	128.816,65
(+) Gastos de depreciaciones		8.899,18	8.899,18	8.899,18	8.899,18	8.899,18
(+) Ganancias obtenidas por la venta de propiedades planta y equipo.						42.188,44
(=) Total ingresos		25.390,34	40.345,28	65.177,87	98.330,32	179.904,26
EGRESOS						
(-) Pago al principal		15.875,50	17.712,58	19.762,25	22.049,09	24.600,58
(-) Reinversión de activos fijos					1.226,54	
(=) Total egresos		15.875,50	17.712,58	19.762,25	23.275,64	24.600,58
=FLUJO DE EFECTIVO NETO PROYECTADO	-171.964,85	9.514,84	22.632,70	45.415,62	75.054,68	155.303,68

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.10 Evaluación de la inversión

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad del proyecto para esto se utilizó los evaluadores clásicos financieros, que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

5.10.1. Determinación de la tasa de rendimiento medio

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra en 4,53% la tasa pasiva y la tasa activa al 11,17%.

Cuadro N° 106

Tasa de rendimiento medio

VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
71.964,85	41,85	4,53	189,57
100.000,00	58,15	11,17	649,55
171964,85	100,00	15,70	839,13

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Cuadro N° 107

Cálculo de la tasa de rendimiento medio

CK (VALOR PONDERADO)	8,39	0,0839
If (INFLACIÓN)	2,27	0,0227
TRM	$((1+Ck)(1+If)-1)$	
TRM	0,10851736	
TRM	10,85	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Para obtener la tasa de rendimiento medio se aplicó la siguiente fórmula:

La tasa de redescuento es del 10.85% lo que representa la utilidad absoluta en la actualización de los valores futuros de efectivo presentado anteriormente.

Valor actual neto (VAN)

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos monetarios o absolutos, para considerar que el proyecto sea factible debe ser positivo o mayor a cero.

Cuadro Nº 108

Cálculo del VAN

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO (10,85%)	ENTRADAS ACTUALES
0	-171.964,85			-171.964,85
1		9.514,84	0,90	8.583,39
2		22.632,70	0,81	18.418,37
3		45.415,62	0,73	33.340,93
4		75.054,68	0,66	49.705,88
5		155.303,68	0,60	92.783,18
VAN				30.866,92

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

El VAN obtenido es positivo, su cantidad corresponde a \$ 30866.92 dólares, valor positivo y mayor a cero, por lo tanto se determina que el proyecto es factible, ya que tiene un rendimiento superior al costo de la tasa de redescuento.

5.10.2. Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR representa la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales para aceptar o rechazar la propuesta debe superar o ser mayor a la tasa de rendimiento media.

Cuadro Nº 109

Cálculo del TIR

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS TDR 10,85%	FLUJOS NETOS TDR 15%	FLUJOS NETOS TDR 16%
171964,85				
1	9.514,84	8.583,39	8.273,77	8.202,45
2	22.632,70	18.418,37	17.113,57	16.819,78
3	45.415,62	33.340,93	29.861,51	29.095,86
4	75.054,68	49.705,88	42.912,76	41.452,03
5	155.303,68	92.783,18	77.213,38	73.942,10
TOTAL	307.921,52	202.831,77	175.374,99	169.512,23
	VAN	30.866,92	3.410,14	-2.452,62

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

TIR	=	$T_i + (T_s - T_i)$	$\frac{VAN T_i}{VAN T_i - (-VAN T_s)}$
TIR	=	$0,15 + (0,16 - 0,15)$	$\frac{3410.14}{3410.14 - (-2452.62)}$
TIR	=	15,58%	

Luego de haber realizado los cálculos se obtiene que la tasa interna del proyecto es de 15.58%, mayor a la tasa de descuento que es del 10.85% lo que permite establecer la factibilidad para el emprendimiento del proyecto.

5.10.3. Análisis del período de recuperación de la inversión

- PRI con valores corrientes

Cuadro N° 110

PRI con valores corrientes

AÑOS	CAPITAL	FNE	RECUP.DEL CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	171.964,85	9.514,84	9.514,84	1 Año
2		22.632,70	22.632,70	2 Años
3		45.415,62	45.415,62	3 Años
4		75.054,68	75.054,68	4 Años
5		155.303,68	19.347,01	2 Meses

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

La recuperación de la inversión con valores corrientes se la efectúa en 4 años 2 meses.

- **PRI con valores constantes**

Cuadro N° 111

Flujos netos deflactados

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	9.514,84	0,90	8.583,39
2	22.632,70	0,81	18.418,37
3	45.415,62	0,73	33.340,93
4	75.054,68	0,66	49.705,88
5	155.303,68	0,60	92.783,18

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

- **Recuperación de la inversión con valores constantes**

Cuadro N° 112

PRI con valores constantes

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. DEL CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	171.964,85	8.583,39	8.583,39	1	año
2		18.418,37	18.418,37	2	años
3		33.340,93	33.340,93	3	años
4		49.705,88	49.705,88	4	años
5		92.783,18	61.916,27	8	meses

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Con el análisis de los valores constantes de la inversión se la recupera en 4 años y 8 meses, Lo anterior deja ver que entre más corto sea el periodo de recuperación mejor será para los inversionistas.

5.10.4. Análisis del costo- beneficio

Cuadro Nº 113

Costo/beneficio

AÑOS	FNE	FACTOR (11,07)	FNEA
1	9.514,84	0,90	8.583,39
2	22.632,70	0,81	18.418,37
3	45.415,62	0,73	33.340,93
4	75.054,68	0,66	49.705,88
5	155.303,68	0,60	92.783,18

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

FÓRMULA

$$C/B = \frac{\sum FNEA}{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$C/B = \frac{202831,77}{171964,85}$$

$$C/B = 1,18$$

Una vez realizados los cálculos se determina que la cantidad de ingresos percibidos son de 18% superior a la cantidad invertida, en consecuencia el proyecto es viable debido a que cada dólar invertido será recuperado con una ganancia de 18 centavos.

5.10.5. Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio nos da a conocer el nivel de ventas e ingresos en donde el negocio llega a cubrir los costos fijos y variables, a partir de dicho nivel la empresa obtendrá utilidad.

Cuadro N° 114

Proyección para el P.E

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
VENTAS	182.000,00	223.357,68	274.113,48	336.403,03	412.847,25
COSTOS Y GASTOS FIJOS					
Sueldos operativos	27.994,19	32.763,15	36.006,62	39.572,39	43.490,37
Sueldo administrativos	21.226,46	24.863,14	27.324,54	30.030,34	33.003,53
Gastos administrativos	1.356,40	1.387,19	1.418,68	1.450,88	1.483,82
Sueldo de ventas	22.337,59	26.116,56	28.702,02	31.544,63	34.667,87
Gastos de ventas	1.025,00	1.048,27	1.072,06	1.096,40	1.121,29
Gastos financieros(INTÉRES)	10.215,36	8.378,28	6.328,61	4.041,77	1.490,29
Depreciación	8.899,18	8.899,18	8.899,18	8.899,18	8.899,18
Amortizaciones da activos diferidos	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL COSTO FIJO	93.154,18	103.555,76	109.851,72	116.735,58	124.256,35
COSTOS VARIABLES					
Costos directos de producción (MP)	70.200,00	86.152,25	105.729,48	129.755,45	159.241,08
Costos indirectos de producción	2.154,66	2.203,57	2.253,59	2.304,74	2.357,06
TOTAL COSTO VARIABLE	72.354,66	88.355,81	107.983,07	132.060,20	161.598,14
COSTO TOTAL	165.508,84	191.911,58	217.834,79	248.795,78	285.854,49

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Cálculo del punto de equilibrio

A continuación se presenta la fórmula con la cual calculamos el punto de equilibrio en cantidad y el punto de equilibrio en dólares.

FÓRMULA			
	$\frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{1 - (\text{COSTOS VARIABLES} / \text{VENTAS})}$	$\frac{93154,18}{1 - (71852,27 / 182000)}$	93.153,79
PE			
PEU	$\frac{\text{PE\&}}{\text{PRECIO UNITARIO DE VENTA}}$	$\frac{93.153,79}{3,5}$	26.615

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

El punto de equilibrio indica que la empresa debe vender 26.615 servicios al año para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos, en su primer año de funcionamiento.

A continuación se presenta el punto de equilibrio para los siguientes cinco años, en ventas totales, el punto de equilibrio en unidades al año, al mes y diario.

Cuadro N° 115
Cálculo del el P.E.

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Punto de equilibrio en ingresos (Ventas Totales)	93.153,79	103.555,37	109.851,32	116.735,19	124.255,96
Precio de venta del servicio de lunch ejecutivo	3,50	3,58	3,66	3,74	3,83
Punto de equilibrio en unidades (anual)	2.6615	2.8931	3.0008	3.1181	3.2453
Punto de equilibrio en unidades (mensual)	2.218	2.411	2.501	2.598	2.704
Punto de equilibrio en unidades (diario)	101	110	114	118	123

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

5.11. Resumen de la evaluación de la inversión

En el siguiente cuadro se muestra el resumen de la evaluación financiera, y su respectivo análisis.

Cuadro N° 116

Resumen de evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM=		10,85	
VAN=	VAN>0	30.866,92	Aceptable
TIR%=	TIR>TRM	15,58	Aceptable
PRI con valores corrientes		4,2	Años muy bueno
PRI con valores constantes		4,8	Años bueno
B/C=	RB/C>1	1,18	Aceptable

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora de la investigación

Finalmente cabe mencionar que la evaluación financiera es aquella que se la realiza a proyectos para determinar la factibilidad del mismo.

Una vez analizados los estados financieros se determinó que el VAN del proyecto es de un valor de 30.866,92 dólares, es decir que es mayor a cero y positivo por lo tanto el proyecto es viable.

Además se determinó la TIR, tasa que representa la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales, dándonos una tasa del 15,58% que es mayor a la tasa de descuento que es del 10, 85%, determinando la factibilidad de la creación del proyecto.

Analizamos el costo- beneficio el cual nos indica que la cantidad de ingresos percibidos serán del 18% superior a la cantidad invertida, en consecuencia por cada dólar que invirtamos será recuperado con una ganancia de 18 centavos. Estos resultados garantizan la factibilidad de la creación del proyecto.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Empresa

El propósito del presente proyecto es la creación de una empresa dedicada al servicio de lunch ejecutivo el mismo que se va a especializar en apoyar a las empresas y organizaciones en lo que tienen que ver respecto al servicio de alimentación para sus empleados.

Se encontrará en la ciudad de Ibarra con una clara vocación de servicio y una fuerte determinación para cambiar paradigmas y crear un nuevo enfoque de empresa competitiva, diseño de trabajo, dándole un valor agregado a la alimentación de los empleados de las empresas.

Esta empresa integrará un equipo de trabajo multidisciplinario, con experiencia, capacidad y con un fuerte compromiso para asegurar la plena satisfacción de los comensales, a través de preparar alimentos de buena sazón, en cantidad suficiente, bajo estrictas normas de higiene y en el tiempo de entrega comprometido; contribuyendo de esta manera al logro de los objetivos de las empresas.

6.2 Nombre o razón social

La pequeña empresa tendrá como razón social “**SERVI LUNCH EJECUTIVO**” dentro de este nombre está claramente evidenciado el servicio a ofertarse, además es muy fácil de recordar y está diseñado especialmente para persuadir a la gente.

6.3 Tipo de la empresa

El actual proyecto se encuentra especificado en el rango de empresas del sector turístico de servicios alimenticios.

✓ Bases legales

Es necesario establecerse como personería jurídica para poder iniciar con las actividades de la pequeña empresa.

6.4. Permisos para operar

➤ Registró actividad turística

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Los requisitos son los siguientes:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cedula de ciudadanía.
- Copia de la papeleta de votación
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPi.
- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad.

Sanción: El no registro se sanciona con 100,00 dólares y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación A LA Ley de Turismo.

➤ **Afiliación a la Cámara de Turismo**

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales.

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su reglamento.

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgan los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales y jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Reglamento a la ley de Cámaras Provinciales de Turismo

Art. 4.- Para efecto de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se consideraran como asociados a todas las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse a la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrán la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales procederán de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística notificándoles por escrito para que, en el plazo de sesenta días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de su facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

➤ **Licencia anual de funcionamiento**

Obligación: a partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá por una sola vez al municipio y cancelará: la patente municipal, la tasa de turismo, el aporte anual a CAPTUR y permiso de bomberos.

Plazo: hasta el 31 de Marzo de cada año.

Un solo trámite: Con el comprobante de este pago, el contribuyente se acercará a las Ventanillas Únicas que funcionan en las provincias.

En estas ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de bomberos.

Requisitos:

1. Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,

2. Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
3. Permiso de uso de suelo,
4. Copia del RUC (si hubieran cambios, el RUC actualizado)

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo- Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

➤ **Permiso sanitario**

El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

TASAS:

Para la concesión de permisos sanitarios, se deben cancelar las tasas fijadas en el Reglamento de tasa por control sanitario y permisos de funcionamiento publicado en el Registro Oficial N°. 58 del miércoles 09 de Abril del 2003; esa es la normativa que en la actualidad es usada por el Ministerio de Salud para la recaudación de tasas.

➤ **Certificados de salud de empleados**

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento Del Ministerio de Salud. Los Centros de Salud confieren los certificados de salud de los empleados en cada provincia.

Plazo: hasta el 31 d marzo de cada año.

Base Legal: Código de la Salud; Reglamento de Tasas.

➤ **Patente municipal**

Obligación: Obtener el permiso de Patente, todos los comerciantes e industriales, que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

REQUISITOS:

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas.
- RUC (original y copia)
- Cedula de ciudadanía (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación (ultimas elecciones)

- Copia de la carta del Impuesto Predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año)
- En el caso de negocios que se dediquen a la venta de alimentos: - categorización (otorga este documento el departamento de control sanitario)

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

➤ **Patente personas naturales**

- Formulario de declaración del Impuesto de Patentes.
- Registro único de contribuyentes (RUC) original y copia.
- Copia de la carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Copia de la Cedula de ciudadanía

➤ **Patente personas naturales**

- Copia y original de RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Formulario declaración de Patente con el dato de la clave catastral
- Copia de la carta de pago del impuesto predial de cualquier año
- En el caso de tratarse de establecimientos de expendio de alimentos: categorización otorgada por la Unidad de la Salud de la Administración correspondiente.

6.5 Bases filosóficas

6.5.1 Misión

Somos una empresa dedicada a la prestación del servicios de lunch ejecutivo para los empleados de las empresas, que combina estándares de alta calidad de los alimentos y servicio que brindamos de tal manera que se logre asimilar, desarrollar y aplicar la mejor metodología existente en su

elaboración, facultando y desarrollando a nuestro talento humano para crear valor agregado, superando las expectativas de nuestros clientes.

6.5.2 Visión

Dentro de los 5 años consolidarnos en el mercado como una empresa con una calidad total y una completa orientación al cliente en la elaboración de alimentos higiénicos, seguros y de alto valor para el comensal. Y mantener una alta competitividad en calidad de productos y servicios con base en la capacidad, creatividad y espíritu de servicio de personal.

6.5.3 Valores

- Honestidad
- Comunicación
- Superación personal
- Respeto al individuo
- Reconocimiento a los logros
- Trabajo en equipo
- Innovación

✓ Honestidad

Todos los procesos y tratos se realizarán con total honestidad, los pagos a los clientes internos se cumplirán con tiempo justo en las fechas establecidas, se cumplirá con todos los puntos establecidos en el contrato y con factores que hayan sido establecidos verbalmente, al mismo tiempo esperamos que el trato sea recíproco utilizando los recursos de la mejor manera, evitando el hurto sea de materia prima, productos y dinero en efectivo.

✓ **Comunicación**

Se maneja una comunicación totalmente abierta primero con nuestro cliente interno, es necesario saber lo que esperan al realizar su trabajo, para esto se dará la debida confianza con el fin de que exista una retroalimentación y aporten con sugerencias por el trabajo diario que realizan.

Esto ocasionara que los empleados sean más extrovertidos y se puedan comunicar mejor con los clientes externos, intentando descubrir en cada visita lo que necesita cada uno de nuestros consumidores, lo que proporcionará la suficiente información para poder satisfacer las necesidades más altas y exigencias.

✓ **Superación personal.**

Se permitirá que cada empleado vea la mejor forma para superarse dándole oportunidad de sus estudios y cursos que desee seguir, al igual que internamente se estará en constante motivación dándoles incentivo y cursos de capacitación al personal sobre temas importantes.

✓ **Respeto**

Dentro y fuera de la empresa se mantendrá un debido respeto a los trabajadores evitando discriminaciones por sus pensamientos, raza, color, religión estado civil etc.

✓ **Trabajo en equipo**

Será fuerte de la empresa realizar el trabajo en equipo permitiendo así generar un ambiente de trabajo en el cual los trabajadores estén satisfechos y se puedan mantener unas buenas y sanas relaciones laborables.

✓ **Innovación**

Con los cambios de tecnología estaremos en continuo mejoramiento para poder dar una imagen perfecta a nuestro servicio y así obtener la preferencia de nuestros clientes.

6.5.4 Objetivos de la empresa

- Contar con la infraestructura y el equipamiento más moderno y adecuado que permitirá elaborar y comercializar nuestro producto combinándose con un estilo para mejorar la atención al cliente.
- Contratar el personal capacitado y calificado para el desempeño de las actividades de la empresa.
- Alcanzar un crecimiento empresarial rápido a nivel económico que genere rentabilidad en la inversión.
- Diseñar una propuesta administrativa para la planificación, organización, ejecución y control de las actividades de la empresa.
- Brindar productos y servicio de calidad para lograr fidelizar a los clientes y captar un mayor mercado reconocido por nuestra marca.
- Generar un ambiente de trabajo en equipo y capacitar al personal en todos los aspectos.

6.5.5 Políticas de la empresa

Con la finalidad de que se preste una atención eficiente, la empresa ha creído conveniente tener un marco filosófico en el que se detallan y puntualizan las políticas que servirán de referente para el desarrollo cotidiano en función de atender los requerimientos de los demandantes.

A continuación se detallan aquellas normas que se consideran prioritarias:

a) Reglamento para el manejo empresarial

- Dar un continuo y correcto mantenimiento a la infraestructura, cuidando que las instalaciones se encuentren en las condiciones adecuadas para producir y ofrecer el servicio de lunch ejecutivo.
- Contar con equipos en perfecto estado que garanticen la calidad en la elaboración de los alimentos.
- La publicidad y oferta del servicio será anunciados en los principales medios de la ciudad y así como también en las redes sociales.
- La empresa tendrá derecho de cambiar, corregir, modificar o suspender cualquier política en el momento preciso y /o agregar nuevas notificando a todos los involucrados por escrito para el correcto funcionamiento administrativo.
- El alimento y el servicio en sí estarán disponibles para cualquier persona natural o empresa que cuente con la capacidad de pago y que tenga la necesidad de adquirir el servicio a ofertar.

b) Reglamento interno para los empleados

El presente reglamento interno marca una pauta más precisa entre lo que indica la ley y las condiciones particulares de actividad laboral de la empresa, con el objeto de que tanto patrono como empleados conozcan con claridad a qué atenerse en caso de discrepancia; para esto se citan dichas pautas:

- Los empleados estarán sujetos a capacitaciones y evaluaciones continuas sobre el desempeño en sus labores y en el servicio que brinden respectivamente.
- El personal deberá ser puntual y responsable con todas las actividades designadas a desempeñar.
- El personal del área de producción será sometido a exámenes médicos antes del ingreso a la empresa y luego una vez al año.

- El personal deberá utilizar su debido uniforme para realizar sus actividades.
- El proceso de elaboración de los alimentos estará controlado rigurosamente a través de fichas y recetas que permitirá mantener siempre la calidad y variabilidad de los mismos.

Además las políticas que se mantendrán y siempre se trataran de cumplirlas en un cien por ciento son: la política de calidad, la certificación de procesos, y la política de ambiente, salud y seguridad.

✓ **Política de calidad**

Garantizar que entregaremos a nuestros clientes el lunch ejecutivo de excelente calidad, elaborado bajo normas, procedimientos y controles que aseguren la mejora continua de materia prima, métodos de elaboración, higiene y sabor para satisfacer sus requerimientos.

✓ **Certificación de procesos:**

Contamos con procedimientos operativos y administrativos que nos permiten asegurar una entrega confiable y garantizada de nuestro servicio de lunch ejecutivo.

✓ **Política de ambiente, salud y seguridad**

Es prioridad de todos los niveles de nuestra empresa asegurar que todas nuestras operaciones se realicen en estricto apego a las políticas y procedimientos que nuestros clientes exijan, asegurando el mantenimiento de certificados de calidad.

6.5 Estructura organizacional

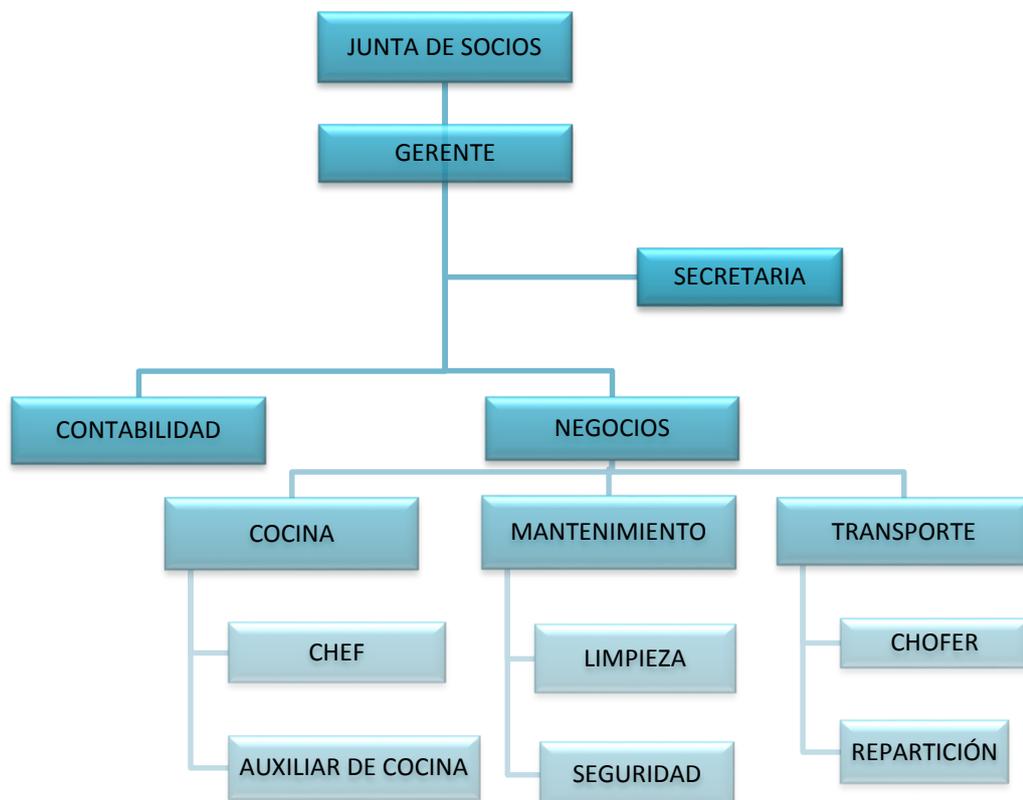
Es un sistema mediante el cual se logra distribuir, integrar y coordinar las actividades, facultades y responsabilidades normativas, directivas, administrativas y operativas de la empresa.

Para lo cual la empresa “Buen provecho” se maneja a través del siguiente organigrama estructural.

Gráfico N° 45

Empresa “BUEN PROVECHO”

Organigrama estructural



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora de la investigación

Un organigrama estructural en base a la organización de la empresa, ayuda a definir los siguientes niveles jerárquicos que deberán coordinar entre sus actividades para el éxito y desarrollo del proyecto, así tenemos:

a. Nivel ejecutivo

b. Nivel Asesor

c. Nivel operativo

6.5.6 a. Nivel ejecutivo o nivel directivo

Este nivel directivo o ejecutivo está integrado por gerente o administrador de la empresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas y las actividades de la empresa.

6.5.7 b. Nivel auxiliar:

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la empresa.

6.5.8 c. Nivel operativo:

Este nivel está integrado por las personas y las unidades de producción y de ventas, lo cuáles serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la empresa.

Recursos humanos

El manejo de los recursos humanos sirve, en esencia para salvaguardar el capital humano de una compañía. Cualquier aspecto de las prácticas de la compañía que afecten el desempeño del personal entra dentro de la responsabilidad del departamento de recursos humanos.

A continuación se detalla el perfil de cada uno de los colaboradores de la empresa de entrega de lunch ejecutivo.

6.6. Descripción de funciones

Rol del gerente: Las empresas turísticas varían en tamaño, tipo de clientela, carácter, alcance de actividades y servicios que ofrecen. Por eso el gerente traza y especifica qué es lo que tiene y ofrece la empresa la cual administra, a su vez establece, comunica y alcanza los objetivos, optimiza los recursos y motiva a sus colaboradores para actuar en forma conjunta y eficaz, mediante objetivos y valores comunes.

Cuadro N° 117

Perfil del gerente

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
GERENTE	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Honestidad • Autocontrol • Compromiso con la organización. • Ética profesional • Tolerancia <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad para liderar • Capacidad para toma de decisiones • Trabajar en equipo • Habilidad de dirección • Habilidad para negociar • Tener un pensamiento analítico y crítico 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Buenas relaciones interpersonales • Trabajo bajo presión • Disponibilidad de tiempo completo 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, dirigir y controlar las operaciones para el cumplimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo, establecidos por el restaurante • Dirigir y Controlar las actividades del restaurante. • Representar legalmente a la empresa ante terceros. • Determinar el perfil profesional de cada cargo. • Controlar al personal de la empresa. • Analizar el presupuesto para proyectos de innovación. • Preparar informes semestrales y anuales sobre la marcha del Restaurante. 	<p>Instrucción: Estudios superiores en Administración de empresas.</p> <p>Edad: entre 25 y 35 años.</p> <p>Experiencia: mínima de uno a dos años.</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol del contador: pues en un restaurante como en cualquier empresa es llevar los registros contables, mantenerte al día en los impuestos que le corresponde. Registrar las cuentas de ingresos por compra de mercaderías. Ingresos por las ventas.

Cuadro N° 118

Perfil del contador (a)

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTADOR	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Honestidad Compromiso con la organización Organización Ética Profesional <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Destreza matemática Trabajo en equipo Pensamiento analítico y crítico 	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de paquetes contables Buenas relaciones interpersonales Conocimientos de Leyes tributarias. 	<ul style="list-style-type: none"> Llevar los registros administrativos, contables, financieros con la documentación de control al día y remitir al gerente. Llevar el control diario de la caja chica y todos los gastos de la empresa. Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y gastos. Efectuar declaraciones fiscales. Elaborar estados financieros y poner a conocimiento del gerente el presupuesto anual. Recepción y comunicación interna y externa. Atender e informar al público sobre el servicio que brinda el restaurante. 	<p>Instrucción: Estudios superiores en Contabilidad de empresas.</p> <p>Edad: entre 25 y 35 años.</p> <p>Experiencia: mínima de uno a dos años.</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol de la secretaria: La secretaria es la que se encarga de llevar el control de los pedidos, así como también llevar el registro de los clientes.

Cuadro N° 119

Perfil de la secretaria

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
SECRETARIA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Honestidad Ética Profesional Organización Compromiso <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Manejo de computador Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> Buenas Relaciones interpersonales Conocimientos de contabilidad Manejo de archivo 	<ul style="list-style-type: none"> Velar por el orden y seguridad de los documentos de la empresa; Preparar los documentos e informes de contabilidad y tributarios; Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente. Orientar a los clientes que acuden a la gerencia con un buen trato y calidez. 	<p>Instrucción: Estudios de secretaria y conocimientos de contabilidad.</p> <p>Edad: entre 25 y 35 años.</p> <p>Experiencia: mínima de uno año.</p>

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol del Chef: El chef o cocinero debe asegurarse de que la cocina funcione efectivamente y con rentabilidad.

Cuadro N° 120

Perfil del chef

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CHEF	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo Habilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Buenas relaciones interpersonales Trabajo bajo presión Manejo de recetas culinarias nacionales e internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigir la cocina y ser responsable del funcionamiento del restaurante y de brindar satisfacción a los requerimientos de los clientes. Distribución del trabajo de cocina. Elaborar el presupuesto semanal para el menú. Planificar el menú que servirá en el día. Preparar los alimentos que se servirán en el restaurante y cuidar de la buena presentación. Supervisar la higiene de las instalaciones. 	<p>Instrucción: chef de cocina y gastronomía</p> <p>Edad: entre 25 y 35 años.</p> <p>Experiencia: mínima de dos años.</p>

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol: El ayudante de cocina es el encargado de picar, preparar, limpiar, lavar, organizar los ingredientes para la preparación de los platos.

Cuadro N° 121

Perfil del auxiliar de cocina

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
AUXILIAR	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo Habilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Buenas relaciones interpersonales Conocimientos de cocina 	<ul style="list-style-type: none"> Ayuda en la preparación de los alimentos. Es responsable de la atención oportuna y esmerada en el servicio de alimentos a los clientes. Servir los alimentos. Dispone la vajilla y cubertería sobre la mesa. 	<p>Instrucción: chef de cocina y gastronomía</p> <p>Edad: entre 25 y 35 años.</p> <p>Experiencia: mínima de dos años.</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol: El encargado de proteger la integridad física de las personas, así como del edificio, los bienes muebles del restaurante.

Cuadro N° 122

Perfil de la persona de seguridad

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
SEGURIDAD	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Habilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones interpersonales • Trabajo bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilar • Controlar la entrada y salida de las personas y del personal de la empresa. 	<p>Instrucción: Media o bachiller.</p> <p>Edad: entre 25 y 35 años.</p> <p>Experiencia: no indispensable.</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol: Los encargados de limpieza son responsables de la limpieza, manutención y mantenimiento del ambiente de su empleador.

Cuadro N° 123

Perfil de la persona encargada de limpieza

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
LIMPIEZA	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajo en equipo Habilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Buenas relaciones interpersonales Trabajo bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el aseo de la empresa. Informar de los daños o deterioro de las instalaciones Ubicar todos los suministros necesarios en los diferentes ambientes de la pequeña empresa. 	<p>Instrucción: media.</p> <p>Edad: entre 20 a 30 años.</p> <p>Experiencia: No indispensable</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol: El chofer es el encargado de transportar la materia prima hacia el restaurante, y de igual forma de transportar el lunch hacia los consumidores.

Cuadro N° 124

Perfil del chofer

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
CHOFER	ESTRUCTURALES <ul style="list-style-type: none">ResponsabilidadHonestidad LABORALES <ul style="list-style-type: none">Trabajo en equipoHabilidad	<ul style="list-style-type: none">Buenas relaciones interpersonalesTrabajo bajo presión	<ul style="list-style-type: none">Realizar los recorridos para la entrega de los alimentos a los clientes.	Instrucción: chofer Edad: entre 20 a 45 años. Experiencia: No indispensable

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

Rol: Los encargados de repartir cada uno de los lunch a los clientes.

Cuadro N° 125

Perfil de los repartidores

CARGO	COMPETENCIAS	PERFIL/ROL	FUNCIONES	REQUISITOS
REPARTIDORES	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Honestidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo • Habilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas relaciones interpersonales • Trabajo bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir los alimentos y cargar en el auto. • Repartir los alimentos de acuerdo a los pedidos de los clientes. 	<p>Instrucción: media.</p> <p>Edad: entre 20 a 35 años.</p> <p>Experiencia: No indispensable</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la Autora de la investigación

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En el presente capítulo se analizan los impactos que se proyecta generará el proyecto en las diferentes áreas. El impacto se lo conceptúa como la variación dentro del contexto o área determinada donde se implementa el proyecto, ya sea en forma positiva o negativa.

7.1 Estructura de los impactos

Determinados los indicadores de cada uno de los impactos a evaluar, se procedió a realizar los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto con las escalas de puntuación y proceder el análisis de los mismos.

En el análisis de los datos se utilizó una valoración cuantitativa que va en la escala de menos 3 hasta más tres y una cualitativa que se la interpreta de bajo hasta lo alto, como se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 126

Tabla de valoración de impactos

VARIACIÓN CUANTITATIVA	VARIACIÓN CUALITATIVA
-3	Alto negativo
-2	Medio negativo
-1	Bajo negativo
0	No hay impacto
1	Bajo positivo
2	Medio positivo
3	Alto positivo

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora de la investigación

7.2 Impacto socio-económico

La implementación del restaurante contribuirá a mejorar las condiciones sociales y económicas de las personas que intervendrán en forma directa como indirecta en la ejecución del mismo.

Cuadro Nº 127

Impacto socio-económico

INDICADORES	INDICADORES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	T
Fuentes de empleo							x	3
Estabilidad Laboral							x	3
Mejoramiento del nivel de vida						x		2
Desarrollo del sector					x			1
TOTAL								9
<p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{\Sigma}{\text{Nro. De indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{9}{4}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = Nivel de impacto medio 2,25 positivo</p>								

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Autora de la investigación

ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis, el nivel del impacto social es de 2 siendo así un impacto positivo, es decir que la creación de la empresa de entrega de lunch ejecutivo generará fuentes de empleo, garantizando así la estabilidad laboral de sus empleados. Por otra parte en el sitio que se establecerá la empresa (barrio Los Ceibos) se generará nuevas actividades dando así paso al desarrollo socio- económico del sector.

7.3 Impacto empresarial

Cuadro Nº 128

Impacto empresarial

INDICADORES	INDICADORES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	T
Servicio y atención al cliente							x	3
Compromiso del personal						x		2
Competencia							x	3
Estímulos de nuevos proyectos							x	3
TOTAL								11
<p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{\Sigma}{\text{Nro. De indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{11}{4}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = Nivel de impacto medio 2,75 positivo</p>								

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora de la investigación

ANÁLISIS:

Un aspecto muy importante es que la pequeña empresa se compromete a brindar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes por lo que se convierte en un factor de importancia para el desarrollo y prestigio de la misma.

El talento humano está dispuesto a compartir sus experiencias y conocimientos profesionales para que proyecten resultados positivos en los clientes y así lograr enfrentar a la competencia. La implementación de este tipo de proyectos servirá como base y fuente de consulta para todas aquellas personas que desean iniciar actividades similares en la ciudad.

7.4 Impacto ambiental

Cuadro N° 129

Impacto ambiental

INDICADORES	INDICADORES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	T
Contaminación del medio ambiente			X					-1
Empleo racional de los recursos						x		2
Manejo de desechos						x		2
Conciencia ecológica						x		2
TOTAL								5
<p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{\Sigma}{\text{Nro. De indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{5}{4}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = Nivel de impacto medio 1,25 positivo</p>								

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora de la investigación

ANÁLISIS:

En cuanto al impacto ambiental se considera una variación baja positiva, lo que quiere decir que la empresa estará consciente en cuanto a la contaminación que generará la implementación de la empresa para esto se establecerá un plan se reduzca la contaminación, y se dé un tratamiento adecuado a los desechos que se obtengan después de los debidos procedimientos, además se utilizará el reciclaje como una alternativa para disminuir los residuos. También se tratará de crear conciencia en cuanto al bienestar de la ecología para esto se crearán e implementaran áreas verdes en la infraestructura de la pequeña empresa.

7.5 Matriz general de impactos

Cuadro N° 130

Matriz general

INDICADORES	INDICADORES							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	T
Impacto socio-económico						x		2
Impacto empresarial							x	3
Impacto ambiental					x			1
TOTAL								6
<p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{\Sigma}{\text{Nro. De indicadores}}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = $\frac{6}{3}$</p> <p>NIVEL DE IMPACTO = 2,08 Nivel de impacto medio positivo</p>								

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autora de la investigación

ANÁLISIS:

El análisis de los impactos es un componente fundamental del plan de continuidad de una empresa. Incluye un componente exploratorio para encontrar debilidades y fortalezas, además de ayudar a desarrollar estrategias que permitan reducir el riesgo. El estudio del presente proyecto dentro del análisis de impactos ha requerido analizar diferentes áreas como son: el aspecto socio-económico, el ambiental y el empresarial. Dentro de los que se ha visto la influencia directa que ejercerá la ejecución de las actividades de la empresa frente a la sociedad. Dando como un resultado un impacto medio positivo.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis a las variables que definen el éxito o no de un proyecto, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- En el diagnóstico situacional se identificó que en la ciudad de Ibarra no existe un servicio de alimentación en las empresas públicas y privadas para sus empleados, ya que las empresas no cuentan con comedores institucionales o empresariales.
- Con el análisis de la investigación de mercado se pudo constatar que en el mercado actual, no existen alternativas de servicio de alimentación que tenga una entrega inmediata al lugar de trabajo de las personas.
- Con el estudio técnico se determinó que la ubicación estratégica del proyecto será en el barrio Los Ceibos, ya que el sitio posee los requerimientos técnicos que serán necesarios para un adecuado funcionamiento del proyecto.
- Para el desarrollo del proyecto de creación de la pequeña empresa de entrega de lunch ejecutivo se requiere una inversión total de 171.964,85 y de acuerdo al análisis de la evaluación financiera, se obtuvo un VAN de 30.866,92 dólares, el TIR de 15.58%, demostrando la factibilidad del proyecto.
- Dentro de la propuesta estratégica del proyecto se estableció la razón social, así como su estructura organizacional.
- En el estudio de impactos se determinó que los efectos positivos son mayores que los negativos. Dando como resultado +2 un impacto medio positivo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar la oportunidad de no existir un restaurante que lleve o realice la entrega directa de los alimentos hacia los empleados en la ciudad de Ibarra, con la puesta en marcha de la pequeña empresa de servicio de lunch ejecutivo.
- Diseñar un modelo de entrega del lunch ejecutivo para los empleados que permita garantizar la entrega en forma rápida, higiénica y sobre todo que el valor nutritivo se mantenga.
- Establecer la empresa en un sitio adecuado, para poder disponer de los requerimientos, materia prima y sobre todo estar en un radio donde se encuentren ubicadas las empresas a las que vamos a entregar el servicio.
- Es necesario para la puesta en marcha del proyecto, realizar un financiamiento para poder cubrir los gastos e inversiones en su totalidad y tener liquidez para cubrir cualquier eventualidad.
- Establecer parámetros que permitan conocer en esencia a la empresa y comprender hacia dónde va, como lo hará y bajo qué normas, para lo cual se debe diseñar una planeación estratégica.
- Establecer un plan en el cual se fije como meta disminuir la contaminación que generará el proyecto, así como también se dará un manejo adecuado de los desechos que se obtendrán después de los debidos procedimientos.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILERA, Fausto (2007), Metodología para el estudio independiente y la auto preparación, Séptima Edición, Enfoque, Buenos Aires- Argentina.

ANZOLA, Sérvulo (2006), Administración de pequeñas empresas, McGraw Hill, Segunda Edición, Mexico-Mexico.

ARAUJO AREVALO, David (2012), Proyectos de inversión, Editorial Trillas.

BACA, Urbina (2006), Evaluación de proyectos, Ed. McGraw-Hill Quinta edición, Interamericana, México.

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. (2013), Contabilidad general, Escobar Impresiones.

CORDOVA, M. (2011). Formulación y evaluación de proyectos, Bogotá: Ecoe ediciones. Litad

DAFT, Richard (2006), Introducción a la administración, Edit. Thompson, Cuarta Edición, Mexico-Mexico.

DURAN GARCIA, Carlos, (2012) El plan de negocios para la industria restaurantera, México.

DURÁN GARCIA, Carlos. (2009). El éxito restaurantero. Habilidades directivos. Editorial Trillas.

FERRÁN, Adrián. (2012). La comida de la familia, Editorial RBA.

FLEIMANT, Jack. (2007). Negocios Exitosos, Editorial Mc Graw Hill

FORTAINE, E. (2008) Evaluación social de proyectos, México Pearson.

FRANCO, Armando (2008). Administración de la empresa restaurantera, Ed. Trillas, 2a. Ed. México.

GARCIA D. Carlos (2007) El plan de negocios para la industria restaurantera. (1ª edición), Editorial Trillas, México.

HERNANDIS, Leticia. (2011), Gestión Administrativa y comercial en restauración, Editorial Sistesis.

JOMES, George (2006), Administración contemporánea, McGraw Hill, Cuarta Edición, México-México

LAWRENCES J, Gitman. (2007), Principios de la administración financiera, Pearson Educación.

LEIVA, Francisco (2006), Nociones de metodología de investigación científica, Quinta Edición, Grupo LEER, Quito-Ecuador.

Ley De Fomento De La Pequeña Industria Y Artesanía Del Ecuador.

MARCIAL, Dorothy, Daft Richar L. (2010). Introducción a la administración,

MUNCH, Lourdes. (2007). Fundamentos de la administración. Editorial Trillas (2ª edición) (reimpresión 2006).

ORTEGA CASTRO, Alonso. (2010), Proyectos de inversión, Editorial CECSA.

Primera edición, ed. Pearson Educación, México S.A.

RODRIGUEZ, Ricardo. Costos aplicados a hoteles y restaurantes, Ecoe Ediciones, 3a. ed. Bogotá Colombia.

SANCHEZ, Anaya (2008), Administración del restaurante.

SAPAGCHAIN, Nassier (2007), Preparación y evaluación de proyectos, Edit. McGraw HILL, Cuarta edición, Barranquillas-Colombia.

SOTO, Eduardo (2008), Las pymes, Primera Edición, Edit. Thompson, México-México.

STANTON. William J. ETZEL, Michael J. WALKER, Bruce J. AÑO (2007), Fundamentos De Marketing, Decimocuarta Edición En Español, Editorial Mc GRAW -HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., México, D.F.

SUTHERLAND, Douglas. (2010). Servicio de Restaurantería, Ed. Trillas, México

THOMPSON, Arthur. (2008). Administración Estratégica, teorías y casos, (14ª edición), Editorial McGraw Hill, México.

TRAPANI, Gianfranco. (2012). La alimentación sana: desde la niñez hasta la vejez, Editorial Trillas.

VASCONES, J.; Contabilidad general para el siglo XXI; segunda edición; realizado en el Ministerio de Educación Pública y Cultural y El ISBN en la cámara ecuatoriana del Libro.

www.municipiodeibarra.org

- Portal web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador

www.inec.gob.ec

www.ecuadorencifras.com

- Portal web del Sistema Integral de Indicadores Sociales del Ecuador

ww.siise.gob.ec

- Portal web de la Superintendencia de Compañías

www.supercias.gob.ec

ANEXOS

ANEXO “A”: Encuesta aplicada a los trabajadores y empleados

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar la factibilidad de la creación de una pequeña empresa para el servicio de lunch ejecutivo a la hora del almuerzo de los empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Instrucciones: Seleccione la(s) respuesta(s) que usted considere las más adecuadas.

Datos de identificación:

Edad: Sexo: M () F ()

Nivel educativo: Secundaria () Tercer nivel () Cuarto nivel ()

1. ¿Qué tan satisfecho está usted en su trabajo?

Muy satisfecho ()

Poco satisfecho ()

Nada satisfecho ()

2. En su empresa cubren sus necesidades de:

Incentivos ()

Capacitaciones ()

Servicio de comedor ()

Políticas de ascenso ()

Normas nutricionales ()

3. ¿Cuál es el monto de sus ingresos mensuales?

Menos de 200

Entre 201 y 400

Entre 401 y 600

Entre 601 y 800

Más de 800

4. ¿Dentro de su jornada laboral tiene asignada la hora del almuerzo?

Si No

5. ¿Generalmente en qué lugar consume su lunch a la hora de almuerzo?

Restaurante

Tienda

Lleva su lunch

Regresa a su domicilio

En el comedor de su empresa

6. ¿El presupuesto que destina para su lunch diario es de?

De 3.50\$ a 5\$

De 2.50\$ a 3.50\$

De 1.50\$ a 2.50\$

7. ¿Alguna vez se ha sentido preocupado por la calidad de alimentos que consume?

Si No

8. ¿ Con qué frecuencia visita usted un restaurant o sitio de comida?

Diariamente

Una vez por semana

Más de una vez por semana

Rara vez

Nunca

9. ¿Cómo califica usted a los alimentos que consume a diario?

Nutritivos

Poco Nutritivos

Nada nutritivos

Comida chatarra

10.¿Según qué características usted elige el restaurante donde almuerza al salir de su trabajo? Seleccione la opción más importante.

Higiene

El estilo

El menú

Los precios

El espacio (estacionamiento)

Calidad de los alimentos

Buen servicio

El sitio

11. ¿Cómo calificaría el servicio de parte de quien le atiende en el lugar donde almuerza?

Muy Bueno ()

Bueno ()

Malo ()

Regular ()

Pésimo ()

12. ¿Conoce o ha sido víctima de alguna enfermedad de origen alimenticio. ? Seleccione

Intoxicación alimenticia ()

Cólera ()

Disentería ()

Hepatitis A ()

Cisticercos ()

Triquinosis ()

Angina de vincent ()

Teniasis ()

13. ¿Si una empresa le ofreciera un servicio de lunch ejecutivo nutritivo para alimentarse en su hora de almuerzo, estaría dispuesto a contratarlo?

Definitivamente si

Probablemente si

No estoy seguro

Definitivamente no

Probablemente no

14. ¿Qué tipo de alimentos preferiría que contenga el servicio de lunch ejecutivo?

Sopas

Guisados

Platos bajos en calorías

Ensaladas

Carnes

Menú variado

15. ¿En qué lugar le gustaría que se le entregue el servicio de lunch ejecutivo?

En su empresa

En tiendas cercanas a su empresa

En su domicilio

16. ¿Cuál de estos factores usted apreciaría al momento de contratar un servicio de alimentación? Especifique solo uno determinando el que sea más importante para usted.

Sabor ()

Calidad ()

Precio ()

Variedad ()

Atención y servicio ()

17. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a consumir el lunch ejecutivo?

1 vez por semana ()

2 veces por semana ()

3 veces por semana ()

Todos los días de la semana ()

18. ¿Cuál de las siguientes opciones de pago por su almuerzo le interesaría?

Descuento de su propio sueldo ()

Un pago semanal o quincenal ()

Pago en efectivo a diario ()

19. ¿En qué le beneficiaría contratar el servicio de lunch ejecutivo de sana alimentación? Seleccione la opción más importante.

Mejorar los hábitos alimenticios ()

Mejorar la higiene ()

Ahorrar tiempo ()

Mejoraría su salud ()

Evitaría problemas con el departamento de RR.HH. ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO “B” Encuestas aplicadas a los propietarios de los restaurantes de la ciudad de Ibarra.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar la factibilidad de la creación de una pequeña empresa para el servicio de lunch ejecutivo a la hora del almuerzo de los empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

Instrucciones: Seleccione la(s) respuesta(s) que usted considere las más adecuadas.

Datos de identificación:

Nombre del Restaurante.....

Cargo.....

1. ¿Cuál fue el motivo por el cual decidió dedicarse a este negocio?

Oportunidad ()

Conocimiento ()

Tradición Familiar ()

Rentabilidad ()

2. ¿Cuántos años lleva dedicado a esta actividad?

De 1 a 5 años

De 6 a 10 años

Más de 10 años

3. ¿El capital con el que usted cuenta para realizar la actividad es?

Propio

Financiado

Propio y financiado

4. ¿El recurso humano con el que usted cuenta para que laboren en su negocio es?

Mano de obra calificada

Mano de obra no calificada

5. ¿Qué tipo de servicio ofrece en su negocio a diario?

Almuerzos

Platos a la carta

Comidas de negocios

Reuniones de empresas

Comidas Rápidas

6. ¿De acuerdo a su experiencia y criterio como califica este negocio?

Rentable

Poco rentable

Nada rentable

7. ¿Aproximadamente con cuántos clientes cuenta a diario?

De 5 a 10 personas

De 11 a 20 personas

De 21 a 30 personas

Más de 30 personas

8. De acuerdo al comportamiento de los clientes. ¿Qué es lo que ellos prefieren? Seleccione lo más importante

Menús variados y de calidad

Buen servicio

Precios cómodos

9. ¿De acuerdo a que características se establece los menús del día?

Gustos del cliente

Necesidades alimentarias

Preferencias alimenticias

Épocas del año

Comidas típicas

10. ¿Qué aspecto considera importante para mantenerse en el mercado?

Mantener el buen servicio

No cambiar la calidad de los alimentos

Variación de los menús

Mantener siempre una buena higiene

11. ¿De acuerdo a que aspectos se rige usted para establecer los precios de los menús?

De acuerdo al prestigio

De acuerdo a la competencia

De acuerdo a los alimentos

De acuerdo a la demanda

12. ¿Por qué medio usted realiza publicidad de su negocio? Seleccione el que más utiliza.

Volantes

Prensa

Radio

Televisión

Internet

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO “C”: Entrevista a las autoridades de las empresas de la ciudad de Ibarra.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar la factibilidad de la creación de una pequeña empresa para el servicio de lunch ejecutivo a la hora del almuerzo de los empleados de las empresas de la ciudad de Ibarra.

- 1. ¿Dentro de su empresa se están satisfaciendo con todas las necesidades básicas de los trabajadores y empleados?**
- 2. ¿Todos sus empleados y trabajadores cuentan con tiempo para la hora del almuerzo dentro de la jornada laboral?**
- 3. ¿Se ha concientizado a los trabajadores y empleados sobre la importancia de una buena y equilibrada alimentación en sus hogares y en el trabajo?**
- 4. ¿La empresa cuenta con un servicio de alimentación para sus empleados y trabajadores?**
- 5. ¿Cuáles cree que son las causas para que las empresas no presten el servicio de alimentación a sus trabajadores y empleados?**
- 6. ¿Estaría de acuerdo en que sus empleados contraten un servicio en el cual se les haga llegar el lunch a su hora del almuerzo?**

ANEXO “D”: Minuta de constitución de la compañía de responsabilidad limitada

SEÑOR NOTARIO

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía de Responsabilidad limitada, al contexto de las clausulas siguientes:

PRIMERA.- COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.-

intervienen en la celebración de este contrato, los señores: BRUSIL HERNÁNDEZ CINTYA PAMELA, con cédula de ciudadanía 100300618-4, VÁSQUEZ SUAREZ GABRIEL ALEJANDRO con cédula 100330238-5; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de Ibarra, y, declaran su voluntad de constituir, la compañía de responsabilidad limitada “SERVI LUNCH BUEN PROVECHO”, la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial por la Ley De Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA

CAPÍTULO PRIMERO

DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO, FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN.

ARTÍCULO UNO.- Constituyese en la ciudad de Ibarra, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Imbabura República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de Responsabilidad Limitada “SERVI LUNCH BUEN PROVECHO”

ARTÍCULO DOS.- La compañía tiene por objetivo y finalidad la venta de comida y bebidas para su consumo inmediato. La compañía podrá por sí o

por otra persona natural o jurídica intervenir en la producción del producto, si ello es conveniente a sus intereses; y tiene facultades para abrir dentro y fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que perciben similares sean nacionales o extranjeras.

ARTÍCULO TRES.- La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTÍCULO CUATRO.- El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, al que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolver antes, si así resolviere la junta general de socios en forma **prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.**

CAPÍTULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL

ARTÍCULO CINCO.- El capital social de la compañía es de 171.964,85 USD. El capital esta íntegramente suscrito y pagado en especies (bienes) en forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTÍCULO SEIS.- La compañía puede aumentar el capital social, pro resolución de la junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal proporción a sus aportes sociales, salvo en contrario de la Junta General De Socios.

ARTÍCULO SIETE.- La compañía entregara a cada socio el certificado de aportaciones que corresponde; dicho certificado de aportaciones extenderá

en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución; notaría en la que se otorgó la fecha y el número de Inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la forma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participación; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO OCHO.- Todas las participaciones son de igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficios especial alguno.

ARTÍCULO NUEVE.- En las Juntas Generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPÍTULO TERCERO

DE LOS SOCIOS, DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

ARTÍCULO DIEZ.- Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les designen la Junta General de socios, el presidente y el gerente.

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuvieran en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios; y las demás que señalen estos estatutos.

ARTÍCULO ONCE.- Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto.
- Elegir y ser elegido para los órganos de administración;
- A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía;
- Los demás previstos en la Ley y en estos estatutos.

ARTÍCULO DOCE.- La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limitan únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de Ley.

CAPÍTULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTÍCULO TRECE.- El gobierno y la administración de la compañía se ejercen por medio de los siguientes órganos; la Junta General de Socios, el presidente y el gerente.

ARTÍCULO CATORCE.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTÍCULO QUINCE.- Las sesiones de la junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la

compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta general de socios puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse entendiéndose así; legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTÍCULO DIECISEIS.- La Junta general se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de la junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTÍCULO DIECISIETE.- Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de la Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de sesión.

ARTÍCULO DIECIOCHO.- El quórum para las sesiones de la Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO DIECINUEVE.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumaran a la mayoría.

ARTÍCULO VEINTE.- Las resoluciones de la junta general de socios tomada con arreglo a la Ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligaran a todos los socios, hayan o no concurrido con su voto y estuvieron de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTE Y UNO.- Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios; actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la junta elija en cada caso

ARTÍCULO VEINTE Y DOS.- Las actas de las sesiones de la junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevaran la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formara un expediente que contenga la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

ARTÍCULO VEINTE Y TRES.- Son atribuciones privativas de la junta general de socios:

- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración y, en general resolver cualquier reforma al contrato constituido y a estos estatutos.
- Nombrar al presidente y al gerente de la compañía, señalándole su remuneración y, removerlos por causas justificadas o a la culminación del periodo para el cual fueron elegidos.
- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informe que presenten los administrativos.
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades.
- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especial o extraordinaria.

- Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la Ley;
- Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía.
- Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto;
- Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía;
- Aprobar los reglamentos de la compañía;
- Resolver la creación o suspensión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía.

ARTÍCULO VEINTE Y CUATRO.- Las resoluciones de la junta general de socios son obligaciones desde el momento en que son tomados válidamente.

ARTÍCULO VEINTE Y CINCO.- DEL PRESIDENTE.- El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTE Y SEIS.- Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía;

- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios;
- Convocar y presidir las sesiones de la junta general de socios y suscribir las actas;
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;
- Reemplazar al gerente por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias mientras dure su ausencia o hasta que la junta general de socios designe un reemplazo y

se haya inscrito su nombramiento y aunque no se le hubiera encargado la función por escrito;

- Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;
- Las demás que señalan la ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTÍCULO VEINTE Y SIETE.- DEL GERENTE.- El gerente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma definitiva. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTE Y OCHO.- Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial;
- Conducir la gestión de los negocios y la marcha administrativa de la compañía;
- Dirigir la gestión económica financiera de la compañía;
- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- Realizar pagos por concepto de gastos administrativos;
- Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma de veinte salarios mínimos vitales, sin necesidad de firma conjunta con el presidente. Las adquisiciones que pasen de veinte salarios mínimos vitales, las hará conjuntamente con el presidente, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;
- Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de la junta general de socios;
- Manejar las cuentas bancarias según sus atribuciones;

- Presentar a la junta general de socios un informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre económico;
- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley, estos estatutos, los reglamentos de la compañía y las que señale la junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO VEINTE Y NUEVE.- La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la ley de compañías, especialmente por lo establecido en la sección once: así como por el reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA.- No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

ANEXO "E": Platos típicos del Ecuador por regiones

		<p>aguado de gallina</p>	
		<p>agua de coco</p>	
		<p>arroz con menestra y carne frita</p>	
		<p>barquillos</p>	
		<p>bolón de verde con chicharón</p>	

Guayas	dulce de guayaba	
	dulce de pechiche	
	empanadas de verde	
	mistelas	
	quaker con naranjilla	

		<p>raspados</p>	
		<p>rompope</p>	
		<p>bocachicos envueltos en hojas de platano</p>	
		<p>corvina de río lampreada</p>	
		<p>dulce de grocella</p>	

	<p>Los Ríos</p>	<p>longaniza</p>	
<p>manjar de badea</p>			
<p>muchines de yuca</p>			
<p>pescado sudado en caña guadua</p>			
<p>refresco de grocella</p>			

COSTA		tamal de dos masas amarrado en hojas de bijao	
	Santo Domingo de los Tsáchilas	caldo de guanta	
		chicha de chonta	
		sancocho de verde con carne de guanta o guatusa	
		cazuela de verde con pescado	

	El Oro	ceviche(concha, camarón, pescado, pulpo)	
conchas asadas			
ostiones			
sango de camarón			
sopa marinera			

		alfajores	
		biche de cangrejo, pescado o camarón	
		chicharón de pescado	
		colonche de camarones	
	Manabí	corviches	

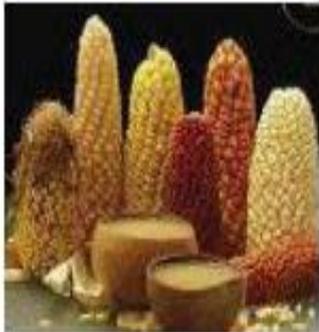
		<p>espolvorones</p>	
		<p>galletitas de almidón</p>	
		<p>pan de almidón de yuca</p>	
		<p>agua de coco</p>	
		<p>batido de coco</p>	

	Esmeraldas	biche de carapacho de cangrejo	
		biche de pescado	
		cazuela de pescado o camarón	
		biche de camarón	
		cocadas	

<div style="background-color: yellow; width: 100%; height: 100%;"></div> <div style="background-color: orange; width: 100%; height: 100%;"></div>	<p>encocado de camarón</p>	
	<p>sopa de bolas de verde con camarón</p>	

<div style="background-color: green; width: 100%; height: 100%;"></div> <div style="background-color: lightgreen; width: 100%; height: 100%;"></div>	<p>chancho hornado</p>	
	<p>colada morada</p>	
	<p>dulce de higos</p>	

	Pichincha	empanadas de morocho	
empanadas de viento			
fritada			
humitas			
llapingachos			

<p>logro quiteño</p>	
<p>melcochas</p>	
<p>quimbolitos</p>	
<p>chicha del yamor</p>	
<p>helados de paila</p>	

<p>menestra de frejol con arróz</p>	
<p>panes de maíz</p>	
<p>quesadillas normales y de huevo</p>	
<p>quinua de queso</p>	
<p>thimbushca</p>	

SIERRA

Sierra Central

allullas



arope de mora



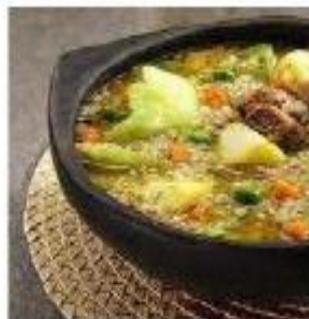
chaguarmishqui



chucchucas

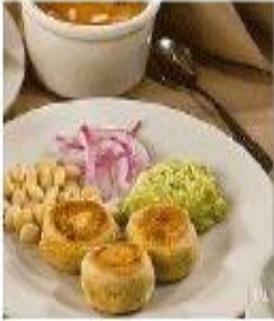


colada de arróz de cebada



<p>cuy asado</p>	
<p>helados de salcedo</p>	
<p>pan de pinillo</p>	
<p>horchata</p>	
<p>mote pillo</p>	

	<p>mote sucio</p>	
	<p>pan cuencano</p>	
	<p>pastel de choclo</p>	
	<p>roschas de yema</p>	
	<p>rosero</p>	

		<p>tamales colorados</p>	
		<p>tortillas de harina de maíz</p>	
		<p>tortillas de harina de trigo</p>	
		<p>cecina</p>	
		<p>chainfaina lojana</p>	

	Loja	dulces lojanos	
		pernil lojano	
		repe	
		caldo de bagre	
		chicha de chontaduro	

		<p>chicha mastidada de yuca</p>	
		<p>dulces de naranja</p>	
		<p>guanta ahumada</p>	
		<p>gusano de chonta</p>	
		<p>ceviche de langosta</p>	

INSULAR

GALAPAGOS

cazuela de mariscos



encocado de atún



ensalada de atún

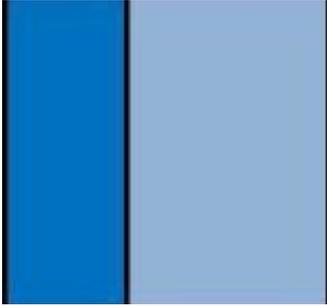


langosta en salsa de mantequilla



pepino de mar al vapor





sopa marinera



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: la autora de la investigación

ANEXO: “F”: Tarifa del gas en el Ecuador

El gas por tubería para uso doméstico se fijó en ¢50 por millón de BTU

La disposición entró en vigencia el 13 de Marzo por decreto ejecutivo. Hasta la semana pasada, el precio era de \$1,60. Hasta diciembre, 464 560 contribuyentes estaban en el RISE.

Los hoteles, restaurantes y plantas de manufacturas relacionadas con la elaboración de pan, pizza, bocaditos, repostería, etc., inscritos en el RISE, deberán pagar ¢40 más por cada cilindro de gas.

Esto, luego de que el 13 de marzo entrara en vigencia el decreto ejecutivo 1458 con una reforma para la regulación de precios de los derivados de los hidrocarburos. Ahí se fija el valor del gas para este segmento en \$2. La normativa incluye a los comedores populares y todos los programas de alimentación escolar dirigidos por los Ministerios de Inclusión Económica y Educación.

Además ratifica que la agencia de regulación y control hidrocarburífero (ARCH) será la encargada de determinar y autorizar el número de cilindros de gas que deba asignar a los beneficiarios.

Hasta la semana pasada, el precio estaba fijado en \$1,60, según el decreto ejecutivo 1289 del 30 de agosto de 2012. En su texto señala una lista de actividades económicas que deben estar inscritas en el RISE dentro de las categorías 1 y 2 para acceder al precio de ¢0,1066667 por kilogramo, es decir, \$1,60 por el cilindro de 15 kilos.

Según estas categorías, aplican los negocios cuyos ingresos anuales estén entre \$0 y \$5 000 para el primer caso y de \$5 001 a \$10 mil en el segundo.

Antes, los pequeños comerciantes debían adquirir el cilindro de gas industrial que cuesta cerca de \$18, para realiza sus actividades, pero con

la normativa de agosto pasado, se les permitió el uso gas doméstico, entregado a través de un sistema de cupos.

Según datos del SRI, hasta diciembre de 2012 estaban registrados 464 560 contribuyentes en este sistema, de los cuales, el 6,70% está dentro de la categoría de hoteles y restaurantes y 5,86%, en actividades de manufactura. (ABT)

ANEXO “G”: Proceso para la contratación del servicio

1.- Los comensales deberán contactarse vía Internet con nuestro servicio

Nuestros clientes tendrán que conectarse a Internet para contactarse con nosotros, a través de nuestro centro de coordinación, para poder realizar su pedido; dicho pedido deberá ser realizado con un día de anticipación para así poder preparar el plato al gusto.



2- Recepción del pedido y realización de la orden de servicio

Luego que el cliente solicita el plato al gusto en nuestro centro de coordinación (recepción del pedido) se emite la orden de servicio correspondiente para poder realizar la preparación de los platos que se harán.



3.- Compra de ingredientes faltantes

Luego de emitida la orden de servicio, éste nos permitirá saber cuales son aquellos ingredientes que faltan, para la preparación de los platos solicitados, para su compra correspondiente.



4.- Preparación de los platos

Luego de comprar aquellos ingredientes que faltaban para la elaboración de los pedidos realizados por nuestros clientes, se empezará a cocinar los menús solicitados de acuerdo a las características y gustos de los consumidores plasmado en la orden de servicio emitida.



5.- Nuestro centro de coordinación de pedidos confirma la hora de entrega del pedido

Terminado la preparación de los menús solicitados, nuestro centro de coordinación de pedidos se contacta con nuestro cliente para la confirmación de la hora y lugar (en caso de que se encuentre en un lugar distinto a su oficina) de entrega de su pedido.



6.- Transporte del menú al lugar y la hora del pedido

Luego de que los platos solicitados por nuestros clientes estén listos para ser entregados, nuestro personal de entrega hará efectiva la entrega del pedido a la hora y lugar previamente acordado por el cliente con nuestro centro de coordinación de pedidos.



ANEXO "H": Publicidad

Servicio de lunch ejecutivo" BUEN PROVECHO"
TE OFRECE ALMUERZOS A TU SITIO DE TRABAJO

- Sopa
- Plato fuerte
- Jugo
- Postre

Lunes:
Sancocho
estofado de carne

Martes:
Crema de coliflor
Arroz con pollo

Miércoles:
Sopa de lenteja
Enrollado de papa con atún

Jueves:
Locro de choclo
Pollo al horno con spaguetti al pesto

Viernes:
Sopa Juliana de legumbres
Bistec de carne

Tu comida... mas cerca de ti....

ANEXO "I": Presupuesto del menú

PORCIONES: 200 PERSONAS		
CONSOME		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
12 libras	Pechuga de pollo	17,5
8 libras	mollejas	10
5 libras	arvejas	5
25 unidades	papa nabo	2,5
20 unidades	zanahoria	1,5
70 unidades	vainita	2
4 unidades	coliflor	2,5
20 unidades	cebolla larga	3
	hiervas y sal	2
TOTAL		46
FUERTE		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
30 libras	arroz	16
1/2 quintal	papas	6
2 kilos	chorizo	7
2 kilo	salchichas de pollo	10
50 unidades	paiteña	3
25 unidades	pimientos	4
1 litro	aceite	2,5
TOTAL		48,5
ENSALADA		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
15 libras	arvejas	15
3 kilos	jamón	22,5
25 unidades	zanahoria	3
4 unidades	queso	14
5 unidades	col morada	4
4 litros	vino Greta	3,5
TOTAL		62
JUGO DE MORA		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
33 libras	mora	33
TOTAL		33
TOTAL		189,5
VALOR POR LUNCH		0,95

SOPA DE BOLAS DE VERDE		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
100 unidades	plátano verde	17
12 libras	carne	29
1/2 quintal	papas pequeñas	6
50 unidades	choclos	9
50 unidades	yucas	8
100 unidades	huevos duros	14
4 unidades	repollo	2,5
	adobos	2
	hiervas	1,5
TOTAL		89
ARROZ CON MENESTRA DE LENTEJA		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
25 libras	lenteja	11,25
30 libras	arroz	16
50 unidades	tomates	15
25 unidades	pimientos	4
50 unidades	plátano verde	9
25 unidades	cebolla paiteña	5
1/2 litro	Achiote	1,2
25 unidades	dientes de ajo	2
	adobos	1,5
33 libras	carne	74,25
TOTAL		139,2
JUGO DE PIÑA		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
15 unidades	Piñas	11,25
TOTAL		239,45
VALOR POR LUNCH		1,20

SANCOCHO		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
100 unidades	choclos	18
50 unidades	yuca	8
30 unidades	plátano verde	6
5 libras	arvejas	5
20 unidades	zanahoria	1,5
6 libras	arroz	3
20 unidades	cebolla blanca	3
20 unidades	cebolla paiteña	1,5
	sal, aliños	1
TOTAL		47
SECO DE CARNE		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
33 libras	carne de res	75
30 libras	arroz	15
50 unidades	plátano maduro	9
25 unidades	aguates	12,5
25 unidades	cebolla paiteña	4
25 unidades	tomates	7
1/2 litro	achiote	1,2
	adobos	1,5
	sal y aliños	1
TOTAL		126,2
JUGO DE MANDARINA		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
25 unidades	tan de mandarina	11,25
TOTAL		184,45
VALOR POR LUNCH		0,92

LOCRO DE CHOCLO		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
600 unidades	choclos	85
20 libras	puchero de carne de cerdo	50
25 unidades	zapallo	12,5
33 unidades	zanahoria	5
1 litro	aceite	2,25
30 unidades	cebollas	5
4 cucharitas	pimienta	0,5
	sal	0,15
TOTAL		160,4
POLLO AL HORNO CON SPAGUETTI AL PESTO		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
PARA EL PESTO		
20 unidades	ajo	1
25 tasas	albahaca	5
15 frascos	aceite de oliva de 200 ml	36
5 fundas	nueces de 100 gramos	15
PARA LA PASTA		
50 fundas	espagueti de 400 gramos	86
1 litro	aceite	2,5
	hiervas de laurel	1,5
	sal	0,2
4 unidades	quesos parmesanos	20
10 unidades	pollos	60
TOTAL		227,2
JUGO DE MANZANA		
CANTIDAD	MATERIA PRIMA	VALOR
100 unidades	manzanas	20
TOTAL		407,6
VALOR POR LUNCH		2,04

ANEXO "J": CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA

CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA DEL AÑO 1

(52000 UNIDADES)

PLATOS	RATIO	VALOR TOTAL POR Nº DE PLATOS (200) DIARIOS	VALOR TOTAL AL AÑO (260 días)
Entrantes	0,24	48,00	12480,00
Sopas y potajes	0,23	46,00	11960,00
Huevos y postres	0,19	38,00	9880,00
Ensaladas y verduras	0,11	22,00	5720,00
Pescados	0,23	46,00	11960,00
Carnes	0,25	50,00	13000,00
Postres	0,10	20,00	5200,00
TOTAL	1,35	270,00	70200,00
VALOR DE LA M.P.			

CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA DEL AÑO 2

(62400 UNIDADES)

PLATOS	RATIO	VALOR TOTAL POR Nº DE PLATOS (240)	VALOR TOTAL AL AÑO (260 días)
Entrantes	0,2454	58,91	15315,96
Sopas y potajes	0,2352	56,45	14677,79
Huevos y postres	0,1943	46,64	12125,13
Ensaladas y verduras	0,1125	27,00	7019,81
Pescados	0,2352	56,45	14677,79
Carnes	0,2557	61,36	15954,12
Postres	0,1023	24,54	6381,65
TOTAL	1,3806	331,35	86152,25
VALOR DE LA M.P.			

CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA DEL AÑO 3

(74880 UNIDADES)

PLATOS	RATIO	VALOR TOTAL POR Nº DE PLATOS (288)	VALOR TOTAL AL AÑO (260 días)
Entrantes	0,2510	72,29	18796,35
Sopas y potajes	0,2406	69,28	18013,17
Huevos y postres	0,1987	57,23	14880,45
Ensaladas y verduras	0,1151	33,13	8615,00
Pescados	0,2406	69,28	18013,17
Carnes	0,2615	75,31	19579,53
Postres	0,1046	30,12	7831,81
TOTAL	1,4120	406,65	105729,48
VALOR DE LA M.P.			

CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA DEL AÑO 4

(89960 UNIDADES)

PLATOS	RATIO	VALOR TOTAL POR Nº DE PLATOS (346)	VALOR TOTAL AL AÑO (260 días)
Entrantes	0,2567	88,82	23094,33
Sopas y potajes	0,2460	85,12	22132,07
Huevos y postres	0,2032	70,32	18283,01
Ensaladas y verduras	0,1177	40,71	10584,90
Pescados	0,2460	85,12	22132,07
Carnes	0,2674	92,53	24056,60
Postres	0,1070	37,01	9622,64
TOTAL	1,444038	499,64	129905,63
VALOR DE LA M.P.			

CÁLCULO DE LA MATERIA PRIMA DEL AÑO 5

(107900 UNIDADES)

PLATOS	RATIO	VALOR TOTAL POR Nº DE PLATOS (200)	VALOR TOTAL AL AÑO (260 días)
Entrantes	0,2625	108,96	28328,64
Sopas y potajes	0,2516	104,42	27148,28
Huevos y postres	0,2078	86,26	22426,84
Ensaladas y verduras	0,1203	49,94	12983,96
Pescados	0,2516	104,42	27148,28
Carnes	0,2735	113,50	29509,00
Postres	0,1094	45,40	11803,60
TOTAL	1,48	612,88	159348,59